

● ISSN : 3056-9753 (ONLINE)

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE AND HUMANITIES ASSOCIATION OF PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF THAILAND

วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 (2024) : กรกฎาคม - ธันวาคม

วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
Journal of Social science and humanities Association of Private Higher
Education Institutions of Thailand

ISSN: 3056-9753 (ออนไลน์)

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

Vol. 30 No. 2 July - December 2024

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการสาขาวิชาการศึกษา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เน้นการพัฒนานวัตกรรมทางด้านการจัดการ
เรียนรู้ การวิจัยและพัฒนา บทความวิจัย บทความวิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ

การตรวจสอบทางวิชาการ

บทความผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (double-blinded peer review)

เจ้าของ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ที่ปรึกษา คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
บรรณาธิการ

ดร.มานิต บุญประเสริฐ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.ทิพนาด ชาริรักษ์

กองบรรณาธิการ

ดร.เสนีย์ สุวรรณดี	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ดร.ธนอมวงศ์ ล้ายอดมรรคผล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร. พรณราย ทรัพย์ะประภา	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ ไชยโส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ขลิตกุล	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
รองศาสตราจารย์ ญัฐพล ชันธไชย	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

นางสาวนราวดี เฉพาะตน

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

คณะกรรมการวิชาการและการประกันคุณภาพการศึกษา

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชบัญญัติสมเด็จพะเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วาระ 1 สิงหาคม 2567 – กรกฎาคม 2569

1. ดร.สุนทรี รัตภาสกร	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	ประธาน
2. ดร.เอกธิป สุขวารี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	รองประธาน
3. รศ.ดร.ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	กรรมการ
4. ผศ.ดร.อัจฉราพร โชติพิฤกษ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	กรรมการ
5. ผศ.ดร.ปถมพร สุขปลั่ง	มหาวิทยาลัยรังสิต	กรรมการ
6. รศ.ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช	มหาวิทยาลัยสยาม	กรรมการ
7. ดร.วัลลภา ศรีทองพิมพ์	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด	กรรมการ
8. ดร.สุรัชย์ สานติสุขรัตน์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	กรรมการ
9. ดร.ธินิดา บัณฑวรรณ	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรรมการ
10. ผศ.ดร.ปรกรณ์ ลิ้มโยธิน	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	กรรมการ
11. ผศ.พ.ต.ท.หญิง ดร.รังสียา วงศ์อุปปา	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	กรรมการ
12. ดร.พรทิพย์ กวินสุพร	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	กรรมการ
13. ผศ.ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก	กรรมการ
14. ดร.โจนาธาน รันเต คาร์รียอน	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	กรรมการ
15. ดร.สุรวี ศุนาลัย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	กรรมการ
16. ผศ.ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม	มหาวิทยาลัยเกริก	กรรมการ
17. ผศ.ดร.วัลลภา ทรงพระคุณ	มหาวิทยาลัยพายัพ	กรรมการ
18. รศ.ดร.วิระพันธ์ ดั่งทองสุข	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	กรรมการ
19. ผศ.ดร.เรวดี ศักดิ์คุลยธรรม	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	กรรมการ
20. ผศ.ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	กรรมการ
21. ดร.จวีวรรณ มณีแสง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	กรรมการ
22. อาจารย์กมลวรรณ บุญสัมปทา	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น	กรรมการ
23. ดร.ณัฐภูมิ ว่องทรัพย์ทวี	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	กรรมการ
24. รศ.ดร.วรากร ศรีเชวงทรัพย์	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น	กรรมการ
25. ดร.วรศนันท์ เดชปานประสงค์	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ	กรรมการ
26. อาจารย์กรรณิกา ปัญญาวงศ์	สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน	กรรมการ
27. รศ.ดร.อรพรรณ ลือบุญธวัชชัย	วิทยาลัยเซนต์หลุยส์	กรรมการ
28. ผศ.ยุวรัตน์ ฐิตินรินทร์กุล	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	กรรมการ
29. ผศ.ดร.ปวีร์ ศิริรักษ์	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์	กรรมการ

30. ผศ.อรรถพล อาษาเอื้อ	วิทยาลัยทองสุข	กรรมการ
31. อาจารย์อัษฎสิทธิ์ แพร่พาน	วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้	กรรมการ
32. อาจารย์รุ่งศิริ สระบัว	วิทยาลัยสันตพล	กรรมการ
33. ดร.ลภัสสรดา มุสิกวงศ์	วิทยาลัยดุสิตธานี	กรรมการ
34. ดร.จิรนนท์ กมลสินธ์	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา	กรรมการ
35. อาจารย์พรจักรี พิริยะกุล	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการและเลขานุการ
36. อาจารย์พัชรินทร์ สินธิพงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
37. นางสาวจุฑารัตน์ วุฒิ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

Reviewers

ศาสตราจารย์ ดร.พฤษี	ศิริบรรณพิทักษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.บุญเรือง	ขจรศิลป์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย	บุญประเสริฐ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พันธ์	เดชะคุปต์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์วัลย์	สัตยารักษ์วิทย์	สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์	ไชยโส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์	ชัยสำเริง	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณราย	ทรัพย์ะประภา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์	ทองเลิศ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรา	เอื้อวงศ์	มหาวิทยาลัยสยาม
ดร.ธนอมวงศ์	ล้ำยอดมรรคผล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.วันเกษม	สัตยานุชิต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ดร.ผุสดี	พลสารัมย์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.ศรีสมร	พุ่มสะอาด	มหาวิทยาลัยรังสิต

บทความวิชาการ

Editor's Note

Dear All,

How are you doing?

I have read the little book by Margaret Clapp on Modern University in the nineteenth century with interest and would like to share it with you. The book was published by Cornell University Press in 1950. The contents are about the Nineteenth-Century Ideas of the University, Continental Europe by Paul Farmer; the English Ideas of the University in the Nineteenth Century by Charles C. Gillispie, and American Universities in the Nineteenth Century: The Formative Period by G.W. Pierson. The three papers read in Boston at the annual meetings in December 1949 of the American Historical Association.

In the 19th century, universities underwent significant transformations influenced by political, economic, cultural, and scientific changes. Universities were centers of elite education. The traditional roles of universities primarily served as institutions for educating the elite, often rooted in religious or classical education. The curriculum focused on classical studies, namely Greek, Latin, philosophy, and theology, with limited attention to the practical or scientific discipline.

In 1810, the University of Berlin was founded by Wilhelm von Humboldt, introducing a new model emphasizing the integration of teaching and research. This model spread across Europe and influenced American universities. European universities were closely tied to state agendas, particularly in Germany and France, which saw universities as instruments for national development. There was a growing focus on research-based specialization as an indicator of modern universities. Universities became key centers for scientific research, contributing to the Industrial Revolution and technological advancements.

In newly unified or established nation-states, universities became instrumental in fostering national identity and cultural heritage. Scholars at universities developed disciplines like history and philology, often tied to national narratives. For professional training role, professional faculties, such as medicine, law, and engineering gain prominence, addressing the needs of modernizing societies. Universities began training professionals necessary for administrative, legal, and technical roles in emerging nation states.

How universities in England, particularly Oxford and Cambridge, defined their roles in society during the nineteenth century. They established Collegiate Model - the traditional residential colleges were central to the English university system, with an emphasis on character formation and moral education over research, shaping

gentlemen for leadership in public life. Curriculum still focused on classical studies, Latin, Greek, and philosophy. English universities were largely for the upper classes, and reform came slowly.

Movements in the late 19th century began advocating for expanded access to higher education for women, minorities, and the working class. The Morrill Act of 1862 led to the creation of land-grant universities in the United States, focusing on agriculture, engineering, and practical sciences. The idea of liberal education, emphasizing individual development and critical thinking, gained interest. Many universities transitioned from religious institutions to secular ones, reflecting broader societal shifts. By the end of the century, American universities, blending European traditions with innovative practices, began gaining global prominence.

The 19th century marked a pivotal era in redefining the university's role from exclusive institutions of classical learning to dynamic institutions fostering research, professional training, and societal progress. Each paper underscores how different cultural, philosophical, and political priorities shaped the university systems in those regions. Continental Europe emphasized research and state collaboration; England retained its classical and elitist traditions, while America forged a path that blended European influences with democratic and practical values. These distinctions laid the foundation for the diverse global landscape of higher education today.

Universities in the 21st century face numerous challenges as they adapt to a rapidly changing world. Those challenges stem from shifts in societal, technological, economic, and political landscapes, as well as evolving expectations from students, employers, and governments.

I hope you still find the teaching profession in higher education institutions rewarding and challenging. Addressing those challenges require innovative leadership, partnerships between academia and other sectors, and a commitment to adaptability and resilience in a dynamic world.

APHEIT journal is a platform for Share and Learn. We value your contributions. Wish you all the best.

Merry Christmas and Happy New Year 2025

Manit Boonprasert, Ed.D

The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand

Under the Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn

December, 2024

สารบัญ

CONTENTS

วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

Journal of Social science and humanities Association of Private Higher Education

Institutions of Thailand

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

บทความวิจัย

แนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพลุพลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Guidelines for promoting abilities in enhancing active aging of the elders by local authorities

วิชา วุฒิสาน และวรรณคดี ปทุมเจริญวัฒนา.....01-13

องค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1

Learning Organization of School in the United Campus Muang Chonburi 2, under the Office of

Chonburi Primary Education Service Area 1

ธารรัตน์ บุญมีพิพิธ และวรชัย วิภูอุปโคตร.....14-23

อิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ที่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำของผู้บริโภค
ชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร

The influence of brand image, brand awareness, brand love and packaging that affect the
repurchase of bubble milk tea of consumers in Bangkok

กานต์ กิจบำรุง และธนกฤต วงศ์มหาเศรษฐ์.....24-36

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

Products development guidelines for leaf packaging product by Mae-Faekmai Sub-District
housewives group, Sansai District, Chiangmai Province

พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ.....37-47

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

Decision making process for using architectural services in housing design of Gen Y consumers

ณรงค์ชัย เลิศธรรมเกียรติ และสุรวี ศุนาลัย.....48-64

สารบัญ

CONTENTS

วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

Journal of Social science and humanities Association of Private Higher Education

Institutions of Thailand

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เขตพื้นที่บางขุนนนท์

The Participation of people in disaster prevention and mitigation in Bang Khun Non Area

พงศ์พิรพิจญ์ วิวัฒนวานิช และเฉลิมพร เย็นเยือก.....65-79

ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา

Copyright in Instructional Materials Created by the Faculty Members

อรณิชา สวัสดิชัย และอรรยา สิ่งส่งบ.....80-92

ผลกระทบของ Netflix ที่มีต่อวงการภาพยนตร์ไทย

The Impact of Netflix upon Thai Film Industry

เจตน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว บรรจง โกศลวัฒน์ ปัทมวดี จารุวร สุชาติ โอทัยวิเทศ และไกรสร วงศ์อนันต์ศักดิ์.....93-105

ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปางส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ

Financial planning factors of accounting professionals in Lampang Province affect retirement savings

ดารณี ไฉวงค์ ปฐมชัย กรเลิศ และกรรณิการ์ จันทร์อินทร์.....106-120

การศึกษาวงจรคุณภาพที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) ของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขต

หนองจอก กรุงเทพมหานคร

The Impact of the Quality Cycle on Open Data Integrity and Transparency Assessment (OIT) in

Schools of Network Group 45, Nong Chok District Office, Bangkok

ทวีทย์ บัวทอง และอามัน อับดุลซาลาม.....121-136

การยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยต่อการพัฒนาเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

Guidelines for enhancing the role of Thai Universities to driving cities towards sustainable learning cities

วรชัย วิภูอุปโภคตร.....137-153

แนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพลัดพลังของผู้สูงอายุโดย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Guidelines for promoting abilities in enhancing active aging of the elders by local authorities

วิรัช วุฒิสิน¹, วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา²

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน ภาควิชาการศึกษาตลอดชีวิต
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย¹, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย²

Viracha Wutisen¹, Worarat Pathumcharoenwattana²

Graduate student, Mater of Education in Non-formal Education, Lifelong
Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University¹, Chulalongkorn
University²

E-mail: wutisen80@gmail.com^{1,2}

Received: November 4, 2024; Revised: November 29, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพปัจจุบัน อุปสรรคและปัญหาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างภาวะพลัดพลังในผู้สูงอายุ และเสนอแนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพลัดพลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สังกัดในส่วนงาน ฝ่าย หรือกองที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบงานด้านผู้สูงอายุจำนวน 99 แห่งจากทุกภูมิภาค โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบบันทึกสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ระดับการปฏิบัติงานด้านการเสริมสร้างภาวะพลัดพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.62, SD=0.98) ส่วนแนวทางทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพลัดพลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีทั้งหมด 4 ด้าน 11 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร ประกอบด้วย 3 แนวทาง 2) ด้านการดำเนินงานของหน่วยงาน ประกอบด้วย 3 แนวทาง 3) ด้านกฎหมายและนโยบาย ประกอบด้วย 2 แนวทาง 4) ด้านการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 แนวทาง

คำสำคัญ: การส่งเสริมความสามารถ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้สูงอายุ ภาวะพลัดพลัง

Abstract

This study aimed to (1) examine the current conditions, obstacles, and challenges faced by local authorities in promoting active aging among the elderly, and (2) propose strategies to enhance the capacity of local administrative organizations in fostering active aging for the elderly. The samples were officers from local administrative organizations, covering 99 agencies selected through stratified random sampling. The instruments used for data collection were a 5-point Likert scale questionnaire and a group discussion recording form. Data analysis used descriptive statistics. The research findings indicated that the overall performance level and all aspects of local administrative organizations in promoting active aging among the elderly was high ($\bar{X}$ = 3.62, SD = 0.98). And the proposed strategies for enhancing the capacity of local administrative organizations to promote active aging among the elderly consisted of four aspects together with their corresponding strategies, including 1) Personnel: 3 strategies, 2) Operational Practices: 3 strategies. 3) Legislation and Policy: 2 strategies, 4) Learning Management: 3 strategies.

KEYWORDS: Promoting abilities, Local authorities, Elderly, Active aging

บทนำ

ปัจจุบันการสูงวัยของประชากรเป็นปรากฏการณ์สำคัญระดับโลก แทบทุกประเทศในโลกล้วนแล้วแต่ประสบพบเจอกับการขยายตัวของขนาดและสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุภายในประเทศ ในปี พ.ศ.2562 ประชากรกว่า 703 ล้านคนบนโลก มีอายุ 65 ปีขึ้นไป และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น United Nations (2019) ได้มีการคาดการณ์เอาไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2593 จำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกจะมีมากถึง 1.5 พันล้านคนซึ่งเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า โดยสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 6 ในปี 2533 เป็น ร้อยละ 9 ในปี 2562 และมีการคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 16 ภายในปี 2593 ดังนั้นประชากร 1 ใน 6 ของคนในโลกจะมีอายุ 65 ปีขึ้นไป และภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่มีผู้สูงอายุจำนวนผู้สูงอายุมาก

ที่สุดในโลก โดยมีประชากรผู้สูงอายุกว่า 260 ล้านคน รองลงมาคือยุโรปและอเมริกาเหนือ กว่า 200 ล้านคน อย่างไรก็ตาม องค์การสหประชาชาติยังไม่กำหนดนิยามที่แน่นอนชัดเจนว่าอายุเท่าไรจึงจะเรียกว่าเป็น “ผู้สูงอายุ” แต่องค์การสหประชาชาติใช้อายุ 60 ปีขึ้นไปในการนำเสนอสถิติ ข้อมูลและตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะกำหนดอายุ 65 ปีขึ้นไปเป็นเกณฑ์ในการเรียก “ผู้สูงอายุ” ในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 (แก้ไขฉบับที่ 3) พ.ศ.2560 มาตรา 3 ระบุไว้ว่า “ผู้สูงอายุ หมายความว่า บุคคลที่มีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย” องค์การสหประชาชาติได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมสูงอายุของแต่ละประเทศไว้ 3 ระดับ ดังนี้ (1) ระดับการก้าวสู่สังคมสูงอายุ (Aging society) คือ มีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

มากกว่าร้อยละ 10 ของ ประชากรทั้งประเทศ (2) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) คือ มีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ และ (3) ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super aged society) คือ มีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) สำหรับประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 คือมีสัดส่วนผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 10.3 ของประชากรทั้งประเทศ และแนวโน้มของผู้สูงอายุในประเทศไทยมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) ได้มีการคาดประมาณประชากรไทย พ.ศ. 2553-2583 ว่า ภายในปีพ.ศ. 2565 ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์และในปี พ.ศ. 2575 จะเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างเต็มที่ ผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะกลายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศในอนาคต ซึ่งการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรสูงอายุนั้นมีสาเหตุสำคัญมาจากอัตราการเกิดของประชากรที่ลดลง ในขณะที่ประชากรมีอายุคาดเฉลี่ยยืนยาวมากขึ้น หรือมีอัตราการตายลดลง (คาสปาร์ พิค, วาสนา อัมเอม และรัตนภรณ์ ดังธนเศรษฐ์, 2558)

การสูงวัยของประชากรถือเป็นความสำเร็จของมนุษย์ เป็นผลพวงมาจากชัยชนะด้านการสาธารณสุข ความเจริญทางด้านการแพทย์ การพัฒนาด้านการรักษาโรคและอาการบาดเจ็บ ทำให้ลดอัตราการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร อีกทั้งความเจริญในด้านเศรษฐกิจและสังคมล้วนแล้วแต่ส่งผลให้มนุษย์มีช่วงชีวิตที่ยืนยาวขึ้นมากกว่าที่ผ่านมา (United Nations, 2019) อย่างไรก็ตามการสูงวัยของประชากรก็ยังเป็นความท้าทายของรัฐบาลทั่วโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ผู้สูงอายุทั่วโลกจะทำให้เศรษฐกิจเพิ่มขึ้นและมีความ

ต้องการทางสังคมมากขึ้นในทุกประเทศ ที่ในขณะเดียวกัน ผู้สูงอายุก็นับเป็นทรัพยากรที่มีค่าแต่ มักถูกละเลย และยังเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในโครงสร้างทางสังคม (World Health Organization, 1999)

ประเทศไทยการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุมากขึ้น อย่างต่อเนื่องในขณะที่อัตราการเกิดลดลงเรื่อย ๆ ส่งผลกระทบต่อด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) สัดส่วนของคนวัยทำงานต่อวัยผู้สูงอายุจะทยอยลดลงเรื่อย จากคนวัยทำงาน 6.4 คน ต่อผู้สูงอายุ 1 คนในปี พ.ศ. 2548 ลดลงเหลือ 5.4 คน ต่อผู้สูงอายุ 1 คนในปี พ.ศ. 2463 และวัยแรงงานจะลดลงเหลือเพียง 1.9 คนต่อผู้สูงอายุ 1 คนในปี พ.ศ. 2578 (สำนักงานสภาพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553) ทำให้ฐานการจัดเก็บภาษีของประเทศลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการจัดการสวัสดิการให้แก่ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นและอาจนำไปสู่การขาดดุลงบประมาณและการสะสมหนี้สาธารณะเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต 2) ค่าใช้จ่ายการจัดการสวัสดิการของรัฐแก่ผู้สูงอายุอาจเพิ่มสูงขึ้น อาทิ เงินสงเคราะห์ผู้สูงอายุ ค่ารักษาพยาบาลโดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดของรัฐมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 10 ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2545 เป็นประมาณร้อยละ 13 หรือประมาณ 4 แสนล้านบาทต่อปี เฉลี่ยคนละ 6,286 บาทและหากประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย ค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจเพิ่มขึ้นไปถึง 1.4 ล้านล้านบาทต่อปี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2561) 3) กำลังแรงงานที่เป็นปัจจัยในการผลิตลดลง ส่งผลให้เกิดภาวะการขาดแคลนแรงงาน จะทำให้ค่าแรงในการทำงานมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นและก่อให้เกิดการกดดันทางด้านเงินเพื่อ ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจอาจมีแนวโน้มลดลงได้ 4) ประชากรวัยแรงงานมีแนวโน้มต้องรับภาระเลี้ยงดูประชากรวัยปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 หน้า 3

ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.2 ในปี พ.ศ. 2504 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51.4 ในปี พ.ศ.2575 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548) (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)

นอกจากนี้ผลพวงจากการเกิดที่น้อยลงของเด็กดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างประชากรของประเทศ การเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงวัฒนธรรมโครงสร้างของครอบครัว ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุบางส่วน หรือบางครอบครัวมีเพียงผู้สูงอายุอยู่กับหลานเนื่องจาก คนรุ่นลูกย้ายไปทำงานต่างถิ่นมากไปกว่านั้นสัดส่วนของผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังและผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังกับคู่สมรสก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยสัดส่วนผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพัง เพิ่มจาก ร้อยละ 6 ของผู้สูงอายุทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2545 เป็นร้อยละ 9 ในปี พ.ศ. 2557 และผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังกับคู่สมรส เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 16 ของผู้สูงอายุทั่วประเทศ เป็นร้อยละ 19 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) และปัญหาผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งยังคงเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ การทอดทิ้งผู้สูงอายุได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ อีกทั้งยังมีปัญหาด้านการถูกละเมิดสิทธิ เมื่ออายุมากขึ้น สมรรถนะทางร่างกายเริ่มเสื่อมถอยลงเรื่อย ๆ ทั้งการมีโรคประจำตัวทำให้ต้องพึ่งพาผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ไม่สามารถตอบโต้ ได้หรือภาวะสมองเสื่อม เสี่ยงให้ถูกละเมิดมากที่สุด นำมาสู่การละเมิดสิทธิผู้สูงอายุทั้งด้านร่างกาย จิตใจรวมไปถึงทรัพย์สิน จากรายงานสถิติคดีอาญาของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (2558) พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545-2558 ผู้สูงอายุมีแนวโน้มการถูกฉ้อโกงทรัพย์สินสูงขึ้น จากที่ในปี พ.ศ.2545 มีผู้เสียหายจำนวน 73 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 703 ราย ในปี พ.ศ.2558 (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)

World Health Organization (2002) ให้เหตุผลว่าประเทศต่าง ๆ สามารถรับมือกับการสูงวัย

ของประชากรได้ หากรัฐบาล องค์การระหว่างประเทศ และภาคประชาสังคม ออกนโยบาย “Active Aging” ที่เสริมสร้างสุขภาพ การมีส่วนร่วม และความปลอดภัยของผู้สูงอายุ โดยทำการวางแผนและลงมือกระทำตั้งแต่ตอนนี้ในทุก ๆ ประเทศทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและในประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านมาตรการที่ช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพแข็งแรงถือเป็นสิ่งจำเป็น Active Aging หรือ พฤติพลัง คือ การสูงวัยของพลเมืองอย่างมีพลัง และยังเป็นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงศักยภาพของสุขภาพและร่างกาย สังคม และความสุขทางด้านจิตใจตลอดช่วงชีวิตของมนุษย์ รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคม พร้อมทั้งการเตรียมความพร้อมในการปกป้องตนเองในเรื่องของความมั่นคงและปลอดภัย นอกจากนี้คำว่า “Active” ยังรวมถึงถึงการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านของสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ประชากรสูงวัยที่เกษียณจากการทำงาน ยังสามารถสร้างประโยชน์ให้กับครอบครัว ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ดังนั้นภาวะพฤติกรรมพลังจึงเป็นสิ่งสำคัญนี้นำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีตามความเหมาะสมของอายุ กรอบแนวคิดขององค์การอนามัยโลก ได้กล่าวไว้ว่า พฤติพลัง เป็นกระบวนการเพิ่มโอกาสทั้งด้านสุขภาพ การมีส่วนร่วม ความมั่นคง ปลอดภัย และการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเมื่อกลายเป็นผู้สูงอายุให้บุคคลได้ตระหนักในศักยภาพของตนเองทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม ตลอดจนการมีสุขภาพจิตที่ดีตลอดชีวิต และมีส่วนร่วมในสังคมตามความสามารถ ความปรารถนา และความต้องการของตนเอง มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถพึ่งตนเองได้ลดการพึ่งพาผู้อื่น รวมทั้งลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสังคมโดยรวม ดังนั้น การกำหนด

นโยบายสาธารณะ มาตรการต่าง ๆ เพื่อผู้สูงอายุจึงสำคัญ (World Health Organization, 2002)

ประเทศและเมืองต่าง ๆ ในกลุ่มองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้ดำเนินกลยุทธ์เชิงนโยบายที่หลากหลายเพื่อบรรเทาผลกระทบ ความท้าทายและการใช้โอกาสในการเข้าสู่สังคมสูงวัยให้เกิดประโยชน์สูงสุด สังคมผู้สูงอายุเปิดโอกาสให้รัฐบาลได้มีบทบาทในการจัดตั้งนโยบายและกรอบการทำงานใหม่ๆเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุในระดับชาติ ยกตัวอย่างเช่น โครงการ Future Cities Initiative ของประเทศญี่ปุ่นที่เป็นกรอบสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในบริบทของประชากรสูงอายุ เชิญชวนให้เมืองเข้ามามีส่วนร่วม Aging Well แผนระดับชาติของฝรั่งเศสที่ให้ความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนสำหรับการประสานงานในระดับต่าง ๆ ของรัฐบาลและยังมีการทบทวนนโยบายเมืองระดับชาติของ OECD เกี่ยวกับความเครียดในโปแลนด์ (OECD, 2011)

ในประเทศไทยรัฐบาลได้กำหนดให้วาระผู้สูงอายุเป็นวาระแห่งชาติ ในช่วงปี 2545-2564 มีการใช้แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545 – 2564) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552 เป็นแผนยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุ มีวิสัยทัศน์ที่ว่า “ผู้สูงวัยเป็นหลักชัยของสังคม” โดยมีปรัชญาและประเด็นสำคัญดังนี้ ผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วมในการเป็นพลังพัฒนาสังคม จึงควรได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่าและศักดิ์ศรี คงไว้ซึ่งภาวะสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้นานที่สุดประกอบด้วย 1) ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี คือ (1) สุขภาพดีทั้งกายและใจ (2) ครอบครัวมีความสุข สังคมเอื้ออาทร อยู่

ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมปลอดภัย (3) มีหลักประกันที่มั่นคงได้รับสวัสดิการและการบริหารที่เหมาะสม (4) อยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี พึ่งตนเองได้เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจและมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม (5) มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง 2) ครอบครัวและชุมชนเป็นสถาบันหลักที่มีความเข้มแข็ง สามารถให้การเกื้อหนุนแก่ผู้สูงอายุได้อย่างมีคุณภาพ 3) ระบบสวัสดิการและบริการจะต้องสามารถรองรับผู้สูงอายุให้สามารถดำรงอยู่กับครอบครัวและชุมชนได้อย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน 4) ทุกภาคส่วนจะต้องมีส่วนร่วมในระบบสวัสดิการและการบริการให้แก่ผู้สูงอายุโดยมีการกำกับดูแลเพื่อการคุ้มครองผู้สูงอายุในฐานะผู้บริโภค 5) ต้องมีการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุที่ทุกข์ยากและต้องการการเกื้อกูลให้ดำรงชีวิตอยู่ในชุมชนได้อย่างดีและต่อเนื่อง (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นองค์กรที่มีสิทธิตามกฎหมาย มีพื้นที่ ประชากรของตนเองและมีอำนาจอิสระในการในการปฏิบัติหน้าที่ดูแลคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ (รุ่งทิพา ปินใจ, 2558) ตามยุทธศาสตร์ของกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น (2560) จากปัญหาความไม่เท่าเทียมในการพัฒนาของประเทศทำให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำและข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของรัฐและประเด็นดังกล่าวเชื่อมโยงโดยตรงกับภารกิจและหน้าที่ตามกฎหมายขององค์กรส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีอำนาจและหน้าที่ในการดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยประเด็นเรื่องผู้สูงอายุอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนาบริการสาธารณะของท้องถิ่นที่มีคุณภาพเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชน และในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 มีกลไกมาตรการรองรับการขับเคลื่อนองค์กรส่วนปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 หน้า 5

ท้องถิ่นในการเสริมสร้างสวัสดิการสังคมที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ สรุปสาระสำคัญดังนี้ 1) ส่งเสริมและสนับสนุนอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุตามบ้าน 2) ร่วมส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาระบบการบริการที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนภารกิจด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยภารกิจด้านผู้สูงอายุอยู่ในงานด้านการจัดสวัสดิการสังคมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็ก สตรี ผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส ซึ่งในพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ได้กำหนดหน้าที่ให้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีภารกิจด้านการ สังคมสงเคราะห์ และด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็ก สตรี คนชราและผู้ด้อยโอกาส และเพื่อให้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจและหน้าที่ในการบริการและจัดระบบบริหารสาธารณะเพื่อประชาชนตามพระราชบัญญัติขั้นต้นจึงได้มีการกำหนดการให้จัดทำแผนปฏิบัติการกระจายอำนาจให้แก่ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นโดยมีการถ่ายโอนภารกิจด้านผู้สูงอายุที่อยู่ในส่วนของ ภารกิจด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต จะเห็นได้ว่าจากแผนและขั้นตอนดังกล่าวงานขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ลักษณะการทำงานหรือบทบาทหน้าที่ในการดูแลแก้ปัญหาผู้สูงอายุยังเป็นไปในลักษณะ การให้สวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ ไม่ได้เป็นไปในลักษณะของการส่งเสริมและช่วยให้ผู้สูงอายุมีความสุขในการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพในวัยชรา (สุดารัตน์ สุดสมบูรณ์, วิจารณ์ ธรรมภรณ์ และบุญญพัฒน์ ไชยเมล์, 2559)

ปัจจุบันองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนตามภารกิจที่ได้รับถ่ายโอน แต่งานในด้านผู้สูงอายุหรือพหุพลังจากผลสำรวจกับอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้นสิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการทำงาน

ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเรื่องการส่งเสริมภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุ อาจมีอุปสรรคและปัญหาที่มาขวางกั้นให้ผลการดำเนินงานยังไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการดำเนินงานด้านการส่งเสริมพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันมีลักษณะการดำเนินงานเป็นอย่างไร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถหรือมีขีดจำกัดในการดำเนินงานในด้านการส่งเสริมพหุพลังในผู้สูงอายุอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะนำมาเสนอแนวทางในการส่งเสริมความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเสริมสร้างพหุพลังในผู้สูงอายุให้สูงขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน อุปสรรคและปัญหา ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุ

2. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะและความสามารถในการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. ได้ทราบถึงอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังใจผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. แนวทางการส่งเสริมความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การวางแผน นโยบาย และการส่งเสริมการพัฒนาความสามารถของบุคลากรด้านงานผู้

สูงผู้สูงอายุให้มีขีดความสามารถในการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลต่อผู้สูงอายุอย่างสูงสุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็น 2 ระยะดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน อุปสรรค และปัญหา ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุ

ประชากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สังกัดในส่วนงาน ฝ่าย หรือกองที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบงานด้านผู้สูงอายุจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ จำนวน 7,850 แห่ง (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สังกัดในส่วนงาน ฝ่าย หรือกองที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบงานด้านผู้สูงอายุ จำนวน 99 แห่ง โดย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (1973) โดยยินยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยการแยกประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้ หลังจากนั้นใช้การสุ่มอย่างง่ายตามขนาดสัดส่วนของกลุ่มประชากรในแต่ละภาค

ระยะที่ 2 แนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุม สทนากลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร หรือตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีประสบการณ์ด้าน

การเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุ หรือมีผลงานดีเด่นเป็นที่ประจักษ์ด้านผู้สูงอายุ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 9 ท่าน

เครื่องมือวิจัย

ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับ สภาพการดำเนินงานปัจจุบันในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการศึกษา สภาพการดำเนินงานปัจจุบันในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งพัฒนามาจากการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุ คำถามแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของ Likert ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

- 5 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามสภาพการดำเนินงานปัจจุบันในการเสริมสร้างภาวะพหุ

พลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ใช้การหาค่าร้อยละ (%) และ ค่าความถี่ (Frequency) ในการบรรยายข้อมูลทั่วไป

ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานในปัจจุบัน อุปสรรคและปัญหา ในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในแต่ละด้านขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจะเป็นข้อคำถามแบบการประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายแบ่งช่วง ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ตารางที่ 1 การปฏิบัติงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(n=99)

การปฏิบัติงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		$\bar{X}$	SD.	แปลความ
1	ด้านการส่งเสริมอาชีพ	3.62	.84	มาก
2	ด้านการจัดสวัสดิการทางสังคม	3.63	.96	มาก
3	ด้านการส่งเสริมการศึกษา	3.59	1.01	มาก
4	ด้านการสาธารณสุข	3.68	1.01	มาก
5	ด้านการนันทนาการ	3.56	1.05	มาก
6	ด้านการสนับสนุนและคุ้มครองผู้สูงอายุ	3.65	1.00	มาก
รวม		3.62	.98	มาก

กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 99 คน จำแนกตาม เพศพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 และเพศหญิงจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 อายุกลุ่มตัวอย่างอายุช่วง 25 - 35 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมา อายุ 46 - 55 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ อายุ 36 - 45 ปี

1.50 – 2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

2. นำร่างแนวทางที่ได้จากการสอบถามข้อจำกัดและความเป็นไปได้ของแนวทางการ กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แล้วสรุปผลออกมาเป็น แนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากแบบบันทึกประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

สรุปผลการวิจัย

การปฏิบัติงานด้านการเสริมสร้างภาวะพหุพลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในภาพรวม ดังตารางที่ 1

จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาการศึกษาปริญญาโท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 และ จบการศึกษา ปวช./ปวส. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งฝ่ายปฏิบัติการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 และ

ตำแหน่ง ฝ่ายบริหาร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2ระยะเวลาปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาปฏิบัติการ 5 - 10 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.4 รองลงมาระยะเวลาปฏิบัติการ 16 - 20 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และระยะเวลาปฏิบัติการ 11 - 15 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2ประเภทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างสังกัดเทศบาลตำบล จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาองค์การบริหารส่วนตำบล ขนาดกลาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และองค์การบริหารส่วนจังหวัดกับเทศบาลเมือง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการปฏิบัติงาน ด้านการเสริมสร้างภาวะพลพิลังในผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.62, SD=0.98) และอยู่ระดับมากในทุกด้าน โดยมีลำดับคะแนนการประเมินเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านด้านการสาธารณสุข ($\bar{X}$ =3.68, SD=1.01) รองลงมาคือ ด้านการสนับสนุนและคุ้มครองผู้สูงอายุ ($\bar{X}$ =3.65, SD=1.05) ด้านการจัดสวัสดิการทางสังคม ($\bar{X}$ =3.63, SD=0.96) ด้านการส่งเสริมอาชีพ ($\bar{X}$ =3.62, SD=0.84) ด้านการส่งเสริมการศึกษา ($\bar{X}$ =3.59, SD=1.01) และด้านด้านการนันทนาการ ($\bar{X}$ =3.56, SD=1.05) ตามลำดับ

ผู้วิจัยนำเอาผลมากำหนดเป็นประเด็นการสนทนากลุ่มเพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพลพิลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 9 ได้ผลออกมาเป็นแนวทางการส่งเสริมความสามารถในการเสริมสร้างภาวะพลพิลังของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งหมด 4 ด้าน 11 แนวทางดังนี้ 1.ด้านบุคลากร ได้แก่ 1) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เกี่ยวกับ

การดูแลผู้สูงอายุเน้นเนื้อหาการ ให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพกายและใจของผู้สูงอายุ เทคนิคการสื่อสารกับผู้สูงอายุ การรับฟังปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ 2) จัดโปรแกรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อเรียนรู้แนวทางการทำงานและกิจกรรมที่สามารถนำมาปรับใช้ 3) การแลกเปลี่ยนกับหน่วยงานระดับจังหวัดหรือส่วนกลาง ส่งเสริมให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับหน่วยงานที่มีบทบาทในการวางนโยบายระดับสูง เพื่อเรียนรู้การดำเนินนโยบายและการกำหนดทิศทาง 2.ด้านการดำเนินงานของหน่วยงาน ได้แก่ 1) จัดการประชุมระหว่างครอบครัวของผู้สูงอายุและพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) สนับสนุนการประเมินและติดตามผลการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การประเมินผลและติดตามความสำเร็จ โดยนำผลการฝึกอบรมมาประเมินและติดตามความสำเร็จของเจ้าหน้าที่หลังการจัดกิจกรรม เพื่อให้มั่นใจว่าเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง 3) สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการส่งเสริมภาวะพลพิลังของผู้สูงอายุ เช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และหน่วยงานราชการต่าง ๆ 3. ด้านกฎหมายและนโยบาย ได้แก่ 1) จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการวางแผนและการพัฒนานโยบาย โดยการใช้ตัวอย่างนโยบายที่สำเร็จและล้มเหลว เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้จากกรณีที่เกิดขึ้นจริง 2) มีการกำหนดนโยบายและแผนงานด้านผู้สูงอายุที่ชัดเจนและมีความต่อเนื่อง 4. ด้านการจัดการเรียนรู้ ได้แก่ 1) จัดโปรแกรมการดูแลและส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ เช่น จัดคอร์สออกกำลังกาย: ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถจัดการกิจกรรมออกกำลังกายแบบเบาๆ สำหรับผู้สูงอายุได้อย่างปลอดภัย จัดอบรมการตรวจสุขภาพเบื้องต้น

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 หน้า 9

เพื่อให้พนักงานสามารถดูแลและแนะนำผู้สูงอายุในด้านสุขภาพได้เบื้องต้น 2) จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนแนวทางการดูแลร่วมกัน: ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ครอบครัว และผู้สูงอายุให้มีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรม 3) จัดกิจกรรมเสริมสร้างทักษะด้านการจัดกิจกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ฝึกการออกแบบกิจกรรม: จัดการอบรมวิธีการออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับวัยและความสนใจของผู้สูงอายุ เช่น กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (โยคะเบา ๆ รำไทย) กิจกรรมสร้างสรรคงานฝีมือ การพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์: ใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การระดมความคิด การทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรมใหม่ ๆ

อภิปรายผล

ด้านการส่งเสริมอาชีพ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการสนับสนุนผู้สูงอายุให้มีอาชีพที่มั่นคง ซึ่งเป็นการลดปัญหาการพึ่งพิงในสังคม โดยการส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุมีโอกาสใช้ทักษะที่ตนมีอยู่แล้วในลักษณะของการสร้างรายได้ เช่น งานหัตถกรรม งานเกษตรกรรม การผลิตอาหารพื้นบ้านซึ่งมีความสอดคล้องกับทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่น (WHO, 2002) นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังได้จัดการอบรมทักษะใหม่ ๆ ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อช่วยให้พวกเขาเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อาทิ การฝึกอบรมด้านการตลาดดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้าขายออนไลน์ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลปัจจุบัน (OECD, 2011) การเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้สูงอายุและเยาวชนยังเป็นอีกวิธีที่ช่วยให้ผู้สูงอายุมีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้ไปสู่รุ่นถัดไป ทำให้พวกเขาารู้สึกมี

คุณค่าและมีความหมายในสังคม (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2560) ทั้งนี้การที่ผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนในด้านอาชีพเช่นนี้ยังช่วยให้พวกเขามีสุขภาพจิตที่ดีและลดปัญหาความโดดเดี่ยวจากการที่พวกเขายังมีความสามารถในการหารายได้ด้วยตนเอง

ด้านการจัดสวัสดิการทางสังคม การจัดสวัสดิการทางสังคมแก่ผู้สูงอายุถือเป็นบทบาทสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสร้างระบบการดูแลผู้สูงอายุในชุมชน โดยเฉพาะการฝึกอบรมสมาชิกครอบครัวเกี่ยวกับวิธีการดูแลผู้สูงอายุ เช่น การป้องกันภาวะซึมเศร้าและการจัดการภาวะสมองเสื่อมที่อาจเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุ โดยการสนับสนุนอาสาสมัครให้ทำหน้าที่ดูแลและให้คำแนะนำแก่ผู้สูงอายุที่ต้องการความช่วยเหลือ (UN, 2019) การสร้างเครือข่ายสวัสดิการในชุมชนเช่นนี้ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้สูงอายุและสร้างความรู้สึกลดทอดภัย

ด้านการส่งเสริมการศึกษา การส่งเสริมการศึกษาของผู้สูงอายุเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเตรียมพวกเขาให้พร้อมสำหรับการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้จัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ เช่น การจัดอบรมเรื่องการจัดการการเงินส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐาน และการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการใช้งานแพร่หลาย (Harvey, 2009) นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมผู้ดูแลในชุมชนเพื่อให้สามารถช่วยเหลือผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะด้านการดูแลสุขภาพจิตที่จำเป็นในผู้สูงอายุที่ต้องการการสนับสนุนในชุมชน (Caffarella & Barnett, 1994) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังสร้างกิจกรรมเรียนรู้ข้ามวัยที่ส่งเสริมการเรียนรู้

ร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุและเยาวชน ซึ่งเป็นการลดช่องว่างระหว่างเจนเนอเรชันและเพิ่มความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การได้รับการศึกษานอกระบบและการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้จะช่วยให้ผู้สูงอายุมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองและพัฒนาทักษะการใช้ชีวิตใหม่ ๆ (Wilson, 1987)

ด้านการสาธารณสุข ในด้านสาธารณสุของค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการป้องกันโรคและการส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ โดยมีการจัดกิจกรรมออกกำลังกายเบา ๆ ที่เหมาะสมกับวัยและการให้คำแนะนำเกี่ยวกับโภชนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ องค์กรท้องถิ่นยังได้มีการจัดอบรมอาสาสมัครสุขภาพชุมชนเพื่อคอยดูแลและติดตามสุขภาพผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการลดภาระของระบบสาธารณสุขที่มีทรัพยากรจำกัด (WHO, 2002) นอกจากนี้ยังมีการจัดทำฐานข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนเพื่อติดตามสถานะสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด ฐานข้อมูลนี้ช่วยให้สามารถวางแผนการดูแลเฉพาะบุคคลได้ โดยเฉพาะการจัดการและป้องกันโรคเรื้อรัง เช่น ความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวานที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ การที่ผู้สูงอายุมีความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นช่วยให้พวกเขาารู้สึกมั่นใจและมีคุณค่าในความสามารถของตนเองในการดูแลสุขภาพของตนเอง (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)

ด้านการนันทนาการ กิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยสร้างคุณภาพชีวิต องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้จัดให้มีการเข้าร่วมชมรมต่าง ๆ ที่เน้นการออกกำลังกาย การทำงานฝีมือ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมอื่น ๆ ซึ่งส่งเสริมความสัมพันธ์กับคนในชุมชนและช่วยลดภาวะความรู้สึกละเลยในผู้สูงอายุ (UN, 2019) การจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสนใจยังช่วยให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงคุณค่าในตนเองและความสามารถที่

ยังคงมีอยู่ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิและผลประโยชน์ที่พวกเขาสามารถเข้าถึงได้ เช่น การใช้สิทธิทางการแพทย์และสิทธิการได้รับการสนับสนุนจากรัฐ การที่ผู้สูงอายุได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิและสิ่งที่พวกเขามีสิทธิได้รับช่วยให้พวกเขารู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีสิทธิที่เท่าเทียมในสังคม การร่วมมือในกิจกรรมนันทนาการยังช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพจิตที่ดีและรู้สึกพึงพอใจในชีวิตประจำวัน (WHO, 2002)

ด้านการสนับสนุนและคุ้มครองผู้สูงอายุ

การสนับสนุนและคุ้มครองผู้สูงอายุถือเป็นบทบาทสำคัญที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้สูงอายุทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองได้รับความเอาใจใส่ นอกจากนี้ องค์กรท้องถิ่นยังส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีบทบาทในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มความรู้สึกว่าพวกเขายังมีบทบาทที่สำคัญในสังคม การที่ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในกิจกรรมและมีโอกาสแสดงความคิดเห็นจะช่วยลดความรู้สึกว่าตนเองถูกทิ้งให้เป็นภาระของสังคม นอกจากนี้ การให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง

ข้อเสนอแนะ

การเสริมสร้างภาวะพลีพลังของผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถพัฒนาแนวทางเพิ่มเติมได้ ดังนี้

1. พัฒนาการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะกับงานด้านส่งเสริมภาวะพลีพลังของผู้สูงอายุ เช่น การใช้ Generative AI การเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลแบบ Big data เพื่อนำมาจัดการข้อมูลผู้สูงอายุในชุมชน และนำมา

กำหนดทิศทางของงานได้ด้านการพัฒนาผู้สูงอายุให้เป็นผู้มีภาวะพลัดพลัดได้

2. การสร้างเครือข่ายสนับสนุนผู้สูงอายุในชุมชน การพัฒนาเครือข่ายสนับสนุนระหว่างผู้สูงอายุและกลุ่มอาสาสมัครในชุมชนช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและการดูแลซึ่งกันและกัน โดยเครือข่ายนี้

สามารถรวมไปถึงการเยี่ยมเยียนที่บ้าน การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิต และการสนับสนุนการเข้าร่วมกิจกรรมสังคม การมีเครือข่ายในชุมชนช่วยให้ผู้สูงอายุมีความมั่นคงทางสังคมและมีคนรอบข้างที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้ตามต้องการ

เอกสารอ้างอิง

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). *ยุทธศาสตร์กรมกิจการผู้สูงอายุ พ.ศ. 2560-2565 ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2 พ.ศ.*

2563. (พิมพ์ครั้งที่ 1). หจก. เทพเพ็ญวานิสัย

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2560). *ยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2560 – 2569*. s.pdf

คาสปาร์ พิค, วาสนา อิมเอม และ รัตนภรณ์ ตังธนเศรษฐ์. (2558). *รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ.*

2558 *โฉมหน้าครอบครัวไทยยุคเกิดน้อย อายุยืน*. กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

https://thailand.unfpa.org/sites/default/files/pub.pdf/State%20of%20Thailand%20Population%20report%202015-Thai%20Family_th.pdf

รุ่งทิพา ปินใจ. (2558). *แนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง*. [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:90078

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2561). *รายงานการศึกษาเรื่อง: ประเมินการค่าใช้จ่ายสาธารณะด้านสุขภาพในอีก 15 ปีข้างหน้า*. <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2019/12/ประเมินการค่าใช้จ่ายสาธารณะด้านสุขภาพในอีก-15-ปีข้างหน้า.pdf>

สุภารัตน์ สุดสมบูรณ์, วิรัตน์ ธรรมภรณ์ และ ปุณณพัฒน์ ไชยเมธ. (2559). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการดูแลผู้สูงอายุไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 9(1), 121-127.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583 = Population projections for Thailand 2010-2040 / สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556*

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *ดัชนีพลัดพลัดผู้สูงอายุไทย*

[https://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/domographic/Active Ageing/Active Ageing Index.pdf](https://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/domographic/Active%20Ageing/Active%20Ageing%20Index.pdf)

Rosemary, S.C. and Bruce, G.B. (1994). Characteristics of adult learners and foundations of experiential learning. *New Directions for adult & continuing education*. 1994(62), 29-42. <https://doi.org/10.1002/ace.36719946205>

- Hervey, L. (2009). *Analytic Quality Glossary; Lifelong Learning*.
<http://www.qualityreacherchinternation.com/glossary/lifelonglearning.htm>
- OECD. (2015). *Aging in Cities Policy Highlights*. OECD Publishing, Paris.
<https://doi.org/10.1787/9789264231160-en>
- United Nation. (2019). *World Population Ageing 2019 Highlights*.
[https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/World Population Ageing 2019-Highlights.pdf](https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/World%20Population%20Ageing%202019-Highlights.pdf)
- Rappaport, J. (1981). In praise of paradox: A social policy of empowerment over prevention. *American Journal of Community Psychology*, 9(1), 1-25.
- Wilson, D. & Game, C. (1994). *Local government in the United Kingdom*. Macmillan Press.
- World Health Organization. (2002). *Active Ageing A Policy Framework*.
<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/67215/W>
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581-599.

องค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1

Learning Organization of School in the United Campus Mueang Chonburi 2, under the Office of Chonburi Primary Education Service Area 1

ธารีรัตน์ บุญมีพิพิธ¹, วรชัย วิภูอุปโคตร²

หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา¹

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี²

Thareerat Boonmeepipith¹, Vorachai Viphoouparakhot²

Mater of Education in Educational Administration, Faculty of Education¹, Bangkokthonburi University ²

E-mail: Krujang34@gmail.com¹, E-mail: Vorachai.vip@bkkthon.ac.th ²

Received: February 4, 2024; Revised: December 22, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 และเปรียบเทียบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามการรับรู้ของครู โดยจำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรประกอบด้วยครูในโรงเรียนจำนวน 301 คน กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบง่ายตามตารางเครจซี่และมอร์แกน ได้จำนวน 169 คน ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า (1) องค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ (2) การเปรียบเทียบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงานของครู พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร การพัฒนาบุคลากร และการวางแผนที่เป็นระบบซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: องค์กรแห่งการเรียนรู้, โรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2, สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1

ABSTRACT

This research aims to investigate the learning organization of schools in the United Campus Muang Chonburi 2 and compare teachers' perceptions of learning organizations categorized by educational levels and work experience. Utilizing a survey research design, the population consisted of 301 teachers. A sample of 169 participants was selected using simple random sampling, guided by Krejcie and Morgan's table. A 5-point Likert scale questionnaire was employed for data collection. Statistical analyses included mean, standard deviation, and t-tests. The findings revealed that (1) the overall learning organization of schools in the United Campus Muang Chonburi 2 was rated at a high level, and (2) there were no significant differences in perceptions of learning organization categorized by educational levels or work experience. These results highlight the significance of collaborative learning, personnel development, and systematic planning as critical elements in building a sustainable learning organization.

Keywords: Learning Organization, School in the United Campus Muang Chonburi 2, The Office of Chonburi Primary Education Service Area 1

บทนำ

บริบทการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว และมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จุดเน้นที่สำคัญและคาดว่าจะถูกนำมาใช้ในโลกศตวรรษที่ 21 นั่นคือ เทคโนโลยี ซึ่งถือเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการอ่านเพื่อค้นคว้าหาไปตีความ วิเคราะห์ วางแผนดำเนินงานประมาณ การเชื่อมโยง ข้อมูล ความรู้หรือวิทยาการต่าง ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ ทั้งในด้านการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา รวมทั้งการทำงานหรือแม้แต่ในชีวิตประจำวันต่างต้องอาศัยเทคโนโลยีทั้งสิ้น ดังนั้น หากการพัฒนาประเทศมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี โดยให้เกิด ความสมดุลระหว่างกัน การเจริญเติบโตของประเทศ ก็จะเกิดความมั่นคง ยั่งยืน สามารถแข่งขันกับนานา ประเทศได้ทั้งในแง่ของคน และการใช้ทรัพยากรของ

ประเทศอันจะเป็นการเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่โลก ศตวรรษที่ 21 ซึ่งปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครองอย่าง หลีกเหลี่ยงไม่ได้ แนวโน้มในการแข่งขันจะเน้นในเรื่อง ของการแข่งขันด้วยความรู้ภูมิปัญญาประกอบกับ เทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมใหม่ๆที่เกิดขึ้นผนวกกับการแข่งขัน ทางด้านธุรกิจ จึงทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน จำเป็นต้องปรับตัวให้รู้เท่าทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และในขณะเดียวกันจะต้องพัฒนาองค์กรให้เป็น องค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ใน สถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง องค์กรใดก็ตามหาก ต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์กร นั้นจึงต้องมีการปรับตัวให้มีลักษณะของการเป็น

องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้
อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

Senge (1990) ได้นิยามองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ว่าเป็นองค์กรที่พัฒนา
ความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุ
ผลลัพธ์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกัน 5
ด้าน ได้แก่ (1) การคิดอย่างเป็นระบบ (Systems
Thinking), (2) การสร้างแบบแผนทางจิต (Mental
Models), (3) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team
Learning), (4) การสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Shared
Vision), และ (5) การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
(Personal Mastery) ในการหลอมรวมความรู้ให้เป็น
องค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการ
บริหารการ จัดการเชิงคุณภาพขององค์กรภาคธุรกิจ
เอกชน ภาครัฐได้นำรูปแบบการบริหารการจัดการมา
ใช้ เป็นพื้นฐานในการก้าวไปสู่ความสำเร็จ และ
พัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ สถานศึกษาจะต้อง
ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm) เพื่อการเป็น
องค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการ
เปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อการปรับเปลี่ยน
วัฒนธรรมของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด
ปฏิรูปการศึกษา โดยเฉพาะพระราชบัญญัติ
การศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 โรงเรียน
จะต้องมีหน้าที่สร้างและพัฒนานักเรียนให้เป็นบุคคล
แห่งการเรียนรู้ (Personal Learning) และสามารถ
เรียนรู้ตลอดชีวิตได้ (Life - long Learning) เป็น
กระบวนการพัฒนาประสิทธิภาพ ทางการบริหาร
สถานศึกษา โดยเน้นการพัฒนานักเรียนเป็นสำคัญใน
การสร้างชุมชน และสังคมแห่งการเรียนรู้
(Community Learning) ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการ
ปฏิรูประบบบริหารสถานศึกษาและการปฏิรูปการ
เรียนรู้ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ครู และผู้บริหาร
สถานศึกษาจะต้องให้ความสำคัญตระหนักและให้

ความสำคัญ (กระทรวงศึกษาธิการ , 2542)
โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการขับเคลื่อนการบริหาร
โรงเรียนให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
(Learning Organization) มีการบริหารพัฒนาแบบ
ก้าวหน้า และยั่งยืน โรงเรียนจึงมีความจำเป็นอย่าง
ยิ่ง ในการพัฒนาองค์กรโรงเรียนไปสู่เป้าหมายความ
เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นวิธีการบริหาร
จัดการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นตัวขับเคลื่อนการ
บริหารการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge
management) ไปสู่เด็กนักเรียน และการจัดการ
เรียนการสอนโดยยึดนักเรียนเป็นศูนย์กลาง (Child
Centered Education) จะทำให้นักเรียนได้ปฏิรูป
กระบวนการเรียนรู้ได้เต็มศักยภาพด้วยตนเองส่งผล
ให้การจัดการศึกษาของสถานศึกษามีคุณภาพยิ่งขึ้น
(กระทรวงศึกษาธิการ, 2557) สถานศึกษาจะต้องรับ
ภาระหน้าที่ที่สำคัญ สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนา
สถานศึกษาให้เป็นสถานศึกษาแห่งการเรียนรู้ การ
สร้างความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ผู้ที่มีบทบาท
สำคัญคือผู้บริหารสถานศึกษาเพราะจะต้องมีวิธีการ
และมีแนวทางในการบริหารสถานศึกษา เพื่อเป็นการ
แสดงถึงความรู้ความสามารถที่จะพาองค์กรไปสู่
ความสำเร็จ และนำสู่ความเป็นเลิศทางการศึกษา
เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรใน
สถานศึกษา จึงจำเป็นที่ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมี
ทักษะการบริหาร และการสร้างความเป็นองค์กรแห่ง
การเรียนรู้ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงการมีนโยบายที่ดี แต่รวม
ไปถึงความใส่ใจบุคลากร และส่งเสริมการพัฒนา
ความสามารถในการทำงานร่วมกับบุคคลด้วย (ศักดิ์
สิน โรจน์สราญรมย์, 2554) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการ
เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีความสำคัญในการพัฒนา
สถานศึกษา และขับเคลื่อนสถานศึกษาเพื่อเพิ่ม
ศักยภาพความสามารถของบุคลากรในสถานศึกษา

อย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารสถานศึกษาจึงมีหน้าที่สำคัญในการสนับสนุน และส่งเสริม ในการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษาเพื่อจะส่งผลให้สถานศึกษาเกิดความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างแท้จริง

โรงเรียนที่มีวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ช่วยเสริมสร้างการพัฒนาบุคลากรและนักเรียนอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน พัฒนานวัตกรรม และส่งเสริมการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ส่งผลให้ การบริหารโรงเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายทางการศึกษา และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้สนใจศึกษาแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรีเขต 1 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง อำนวยความสะดวกในการเสริมสร้าง ขยายองค์ความรู้ใหม่ๆ เน้นกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในทุกกระตบมีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคล องค์กร นำไปสู่เป้าหมายซึ่งเป็นหนทางสำคัญในการพัฒนาคน พัฒนางค์ความรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษาที่มีความต้องการจะเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรีเขต 1

2. เปรียบเทียบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

ชลบุรี เขต 1 ตามการรับรู้ของครู จำแนกตามระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

สมมติฐาน

1. ครูที่มีการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 ต่างกัน

2. ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันมีการรับรู้ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรีเขต 1 ต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้บริหารได้ทราบถึงระดับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ของสถานศึกษาว่าอยู่ในระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย เพื่อจะได้ปรับปรุงและพัฒนาไปสู่ผลสำเร็จในการจัดการศึกษา

2. ผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารสถานศึกษานำไปใช้ในการพัฒนาสถานศึกษาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในอนาคต

3. ผลการวิจัยที่เปรียบเทียบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ครูในโรงเรียนสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 จำนวน 12 โรงเรียน ประชากรทั้งสิ้นจำนวน 301 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู ในโรงเรียนสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 ประจำปีการศึกษา 2566 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเทียบหากลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) ระดับนัยสำคัญ 0.05 และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 169 คน

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามการประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานในสถานศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 ด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ตามแนวคิดของ Senge (1990) ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ องค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 ใน 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล
- 2) ด้านแบบแผนทางความคิด
- 3) ด้านวิสัยทัศน์ร่วม
- 4) ด้านการเรียนรู้ของทีม
- 5) ด้านการคิดเชิงระบบ

นำผลการวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน มาสร้างแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ

Likert, R. (1932) ซึ่งผู้วิจัยกำหนด ค่าระดับของน้ำหนักคะแนนเป็น 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานในสถานศึกษาใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและนำผลไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ในการวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Best (1977)

3. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 เมื่อจำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 169 คน พบว่า ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 78.11 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 21.89 ประสบการณ์การทำงานพบว่า ส่วนใหญ่ 0-5 ปีขึ้นไป จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 84.02 และประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.98

2. ผลการวิจัย องค์การแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความเป็นองค์กรแห่ง

การเรียนรู้ของสถานศึกษา ด้านอยู่ในระดับมากมากที่สุด ด้านแบบแผนทางความคิด ด้านวิสัยทัศน์ร่วมด้านการเรียนรู้ของทีม ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล และน้อยสุด ได้แก่ ด้านการคิดเชิงระบบพิจารณาเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1

(n = 169)

โรงเรียนองค์กรแห่งการเรียนรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล	4.43	0.44	มาก
2.ด้านแบบแผนทางความคิด	4.48	0.41	มาก
3.ด้านวิสัยทัศน์ร่วม	4.45	0.42	มาก
4.ด้านการเรียนรู้ของทีม	4.45	0.41	มาก
5.ด้านการคิดเชิงระบบ	4.41	0.43	มาก
ภาพรวม	4.44	0.42	มาก

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 169)

องค์กรแห่งการเรียนรู้	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	SD	t	Sig
1. ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล	ปริญญาตรี	4.43	0.45	-0.28	0.92
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.45	0.43		
2. ด้านแบบแผนทางความคิด	ปริญญาตรี	4.49	0.40	-0.80	0.55
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.43	0.42		
3. ด้านวิสัยทัศน์ร่วม	ปริญญาตรี	4.45	0.40	-0.07	0.33
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.46	0.49		
4. ด้านการเรียนรู้ของทีม	ปริญญาตรี	4.45	0.42	0.08	0.88
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.45	0.39		
5. ด้านการคิดเชิงระบบ	ปริญญาตรี	4.40	0.44	-0.89	0.42
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.47	0.39		

จากตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบการประเมินองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสห

วิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 จำแนกตาม

ช่วงระดับการศึกษา พบว่า ครูที่ระดับการศึกษา
ต่างกัน ประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

โดยรวม และรายทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบขององค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

(n = 169)

องค์กรแห่งการเรียนรู้	ประสบการณ์ทำงาน	$\bar{X}$	SD	t	Sig
1.ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล	0-15 ปี	4.43	0.44	-0.07	0.39
	มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	4.44	0.48		
2. ด้านแบบแผนทางความคิด	0-15 ปี	4.50	0.41	1.55	0.70
	มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	4.36	0.39		
3. ด้านวิสัยทัศน์ร่วม	0-15 ปี	4.44	0.44	-1.35	0.09
	มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	4.46	0.33		
4.ด้านการเรียนรู้ของทีม	0-15 ปี	4.45	0.42	-0.34	0.73
	มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	4.48	0.41		
5.ด้านการคิดเชิงระบบ	0-15 ปี	4.42	0.43	0.25	0.51
	มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	4.40	0.41		

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการ
ประเมินองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสห
วิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 พบว่าการ
จำแนกประสบการณ์ในการทำงานของครู โดย
ภาพรวมไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลองค์ประกอบความเป็น
องค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนในสหวิทยาเขต
เมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 รายด้าน 5 ด้าน อภิปราย
ผลดังนี้

1. ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล ผล
การศึกษาพบว่าด้านความเชี่ยวชาญของบุคคลอยู่ใน

ระดับมากที่สุด โดยครูมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลใหม่
พัฒนาศักยภาพของตนเอง และสร้างความเชี่ยวชาญ
ในสายวิชาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา ศรี
งาม (2565) ที่พบว่าครูที่พัฒนาทักษะตนเองอย่าง
ต่อเนื่องมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในสถาน
ศึกษาเช่นเดียวกับงานวิจัยของ ปวีณา จงเจริญสุข
(2566) ที่ระบุว่าความเชี่ยวชาญส่วนบุคคลส่งเสริม
การพัฒนาวิสัยทัศน์ร่วมในองค์กรแห่งการเรียนรู้

2. ด้านแบบแผนทางความคิด ผลการศึกษา
แบบแผนทางความคิดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในการฝึก
ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหาเชิง
วิเคราะห์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารยา ชื่น
สุข (2564) ที่พบว่าครูที่ปรับแนวคิดเดิมเป็นทัศนคติ
เชิงบวกสามารถปรับปรุงคุณภาพการสอนให้
เหมาะสมกับสถานการณ์ และ วิทยา มณีรัตน์

(2566) ที่เน้นการวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพองค์กร

3. ด้านวิสัยทัศน์ร่วม ผลการวิจัยวิสัยทัศน์ร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีการเผยแพร่และสร้างความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมายขององค์กร ตรงกับผลการศึกษาโดย ัญญา วรรณพงษ์ (2565) ที่เน้นความสำคัญของวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับแผนงาน และ ปรียาภรณ์ ศรีสมาน (2566) ที่ระบุว่าวิสัยทัศน์ร่วมช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ในทีมและนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

4. ด้านการเรียนรู้ของทีม ผลการวิจัยการเรียนรู้ของทีมอยู่ในระดับมาก โดยมีการระดมความเห็นและสร้างโครงสร้างทีมที่ชัดเจน งานวิจัยวชิรวิทย์ สุขสำราญ (2564) พบว่าความไว้วางใจในทีมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่นเดียวกับ สมเกียรติ ศิริพงษ์ (2566) ที่ระบุว่า การเรียนรู้ร่วมกันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริหารในสถานศึกษา

5. ด้านการคิดเชิงระบบ ผลการวิจัยการคิดเชิงระบบอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเน้นการปฏิบัติงานอย่างมีขั้นตอนและวิเคราะห์ผลกระทบก่อนตัดสินใจ งานวิจัยของ สุนิสา วงศ์สิริ (2565) ชี้ว่าการคิดเชิงระบบช่วยเชื่อมโยงภารกิจของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ พิชญ์ สุขสมบัติ (2566) ระบุว่า การวางแผนและการประเมินผลที่เป็นระบบช่วยสนับสนุนการพัฒนาการเรียนรู้ในโรงเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวความคิดเห็นโดยภาพรวมเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ให้ดียิ่งขึ้นดังนี้

1. ด้านความเชี่ยวชาญของบุคคล เพื่อส่งเสริมความเชี่ยวชาญของครูในองค์กรแห่งการเรียนรู้ ควรจัดการอบรมที่เน้นพัฒนาทักษะเฉพาะทางในสายวิชาชีพ และเปิดโอกาสให้ครูแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ใหม่ ตัวอย่างเช่น การจัดเวิร์กช็อปเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการสอน หรือ การเชิญผู้เชี่ยวชาญภายนอกมาแบ่งปันประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านแบบแผนทางความคิด โรงเรียนให้การสนับสนุนให้ครูมีแบบแผนทางความคิดที่สร้างสรรค์และเชิงบวก ควรมีการจัดกิจกรรมที่เน้นกระตุ้นการคิด เช่น การแก้ไขปัญหาในสถานการณ์สมมติ การระดมความคิดในกลุ่ม และการพัฒนาแผนปฏิบัติการแบบบูรณาการ ตัวอย่างเช่น การจัดการแข่งขันแนวคิดสร้างสรรค์หรือการออกแบบนวัตกรรมการเรียนการสอน จะช่วยเสริมสร้างกระบวนการคิดเชิงวิเคราะห์และสร้างสรรค์

3. ด้านวิสัยทัศน์ร่วม โรงเรียนควรสร้างวิสัยทัศน์ร่วมควรเริ่มจากการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายองค์กร และเผยแพร่วิสัยทัศน์ให้ชัดเจน ตัวอย่างเช่น การจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรที่ระบุเป้าหมายร่วม พร้อมการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมในระดับนี้ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความผูกพันของบุคลากรในองค์กร

4. ด้านการเรียนรู้ของทีม โรงเรียนมีนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ของทีม ควร

สร้างโครงสร้างการทำงานเป็นทีมที่ชัดเจน พร้อมกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิก ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมกลุ่มที่ต้องอาศัยความร่วมมือ เช่น การพัฒนาหลักสูตรร่วมกันหรือการจัดทำโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน การมีโอกาสนระดมความคิดและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในทีม จะช่วยส่งเสริมความไว้วางใจและความร่วมมือระหว่างสมาชิก

5. ด้านการคิดเชิงระบบ โรงเรียนควรส่งเสริมการคิดเชิงระบบผ่านการอบรมและกิจกรรมที่ช่วยให้บุคลากรเข้าใจความเชื่อมโยงของภารกิจในองค์กร ตัวอย่างเช่น การฝึกอบรมด้านการวางแผนและการประเมินผลที่เชื่อมโยงกัน การใช้กรณีศึกษาในการวิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขอย่างเป็นระบบ หรือการสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ในองค์กร จะช่วยให้บุคลากรเข้าใจและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- (2557). *รายงานสถานการณ์การศึกษาแห่งชาติ*. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- จิตติมา ศรีงาม. (2565). การพัฒนาความเชี่ยวชาญในองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*, 5(2), 45-56.
- ธัญญา วรรณพงษ์. (2565). วิสัยทัศน์ร่วมและความสำเร็จในองค์กร. *วารสารการบริหารการศึกษา*, 6(1), 89-102.
- ปรียาภรณ์ ศรีสมาน. (2566). การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมในสถานศึกษา. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 7(2), 56-70.
- ปวีณา จงเจริญสุข. (2566). ความเชี่ยวชาญและความสำเร็จในองค์กร. *วารสารการจัดการการศึกษา*, 3(1), 12-25.
- พิชญ์ สุขสมบัติ. (2566). การวางแผนเชิงระบบในองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิจัยการศึกษา*, 4(3), 12-24.
- สมเกียรติ ศิริพงษ์. (2566). การบริหารงานด้วยทีมเชิงระบบ. *วารสารวิทยาศาสตร์การศึกษา*, 5(1), 34-48.
- ศักดิ์สิน โรจน์สราญรมย์. (2554). การบริหารการศึกษาแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.
- สุนิสา วงศ์ศิริ. (2565). การวิเคราะห์การคิดเชิงระบบในสถานศึกษา. *วารสารการบริหารการศึกษา*, 8(1), 23-35.

ข้อเสนอแนะเหล่านี้มุ่งเน้นการพัฒนาทั้งบุคลากรและกระบวนการในองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้โรงเรียนในสหวิทยาเขตเมืองชลบุรี 2 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบขององค์กรแห่งการเรียนรู้กับผลสัมฤทธิ์ทางการบริหารในสถานศึกษา
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ระหว่างสถานศึกษาในพื้นที่ชนบทและเขตเมือง.
2. ควรศึกษาผลกระทบของการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ต่อการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา

- อารยา ชื่นสุข. (2564). การเปลี่ยนแปลงแบบแผนทางความคิดในองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิชาการศึกษา*, 2(4), 34-45.
- วชิรวิทย์ สุขสำราญ. (2564). การเรียนรู้ร่วมกันในทีมงานองค์กร. *วารสารการพัฒนาศึกษา*, 3(2), 45-60.
- วิทยา มณีรัตน์. (2566). การพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของครู. *วารสารการพัฒนาศึกษา*, 4(3), 67-78.*Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice-Hall.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday/Currency.

อิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ที่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมในกรุงเทพมหานคร

The influence of brand image, brand awareness, brand love and packaging that affect the repurchase of bubble milk tea of consumers in Bangkok

กานต์ กิจบำรุง¹, ธนกิต วงศ์มหาเศรษฐี²

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ¹,
อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ²

Karn Kitbumrung¹, Thanakit Vongmahasetha²

Graduate Student,

Master of Business Administration, Bangkok University¹,

Marketing Department, School of Business Administration, Bangkok University²

E-mail: karn.kitb@bumail.net¹, E-mail: thanakit.v@bu.ac.th²

Received: February 1, 2024; Revised: November 29, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยม และเพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้แบรนด์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ กับการซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคเครื่องดื่มชาวมัธยมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 378 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non probability sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยเชิงพหุโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาซื้อซ้ำ พบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ชาวมัธยม, การซื้อซ้ำ

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to examine factors influencing the repurchases of bubble milk tea of consumers in Bangkok, (2) to study the relationship between the influence of brand image, brand awareness, perceived value, perceived benefits, brand love, packaging and the repurchases of bubble milk tea of consumers in Bangkok. The sample used in this study consisted of 378 consumers of bubble milk tea in Bangkok. Statistics for data analysis were descriptive and multiple regression analysis by using statistical software programs. The results found that most of the samples were female. age between 31-40 years, bachelor's degree, company employees with income between 20,001 - 30,000 baht. From analysis of the relationship of factors influencing the repurchase of consumers in Bangkok, it found that brand image did not have influence on the repurchases of bubble milk tea of consumers in Bangkok, with the statistical significance level of 0.05. Brand perceived value, brand perceived benefits, brand awareness, brand love, and brand packaging have positive effect on repurchases of bubble milk tea of consumers in Bangkok, with the statistical significance level of 0.01.

KEYWORDS: Bubble milk tea, Repurchase

บทนำ

เครื่องดื่มชาไข่มุกเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก เป็นเครื่องดื่มที่เข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย และมีการพัฒนาเครื่องดื่มชาไข่มุกเพื่อให้ดีกับสุขภาพมากขึ้นกว่าในอดีต โดยเฉพาะกระแสการผลิตชาไข่มุกที่มาจากประเทศไต้หวันซึ่งเป็นประเทศต้นกำเนิดของชาไข่มุกไต้หวัน โดยชาไข่มุกไต้หวันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ธุรกิจชาไข่มุกจึงมีอัตราการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการส่งออกชาไข่มุกจากประเทศไทยไปขายในทวีปยุโรป โดยชาไข่มุกในประเทศอิตาลีมีมูลค่าตลาดสูงถึง 1,500 ล้านบาท (Mathisuth, 2566) ในปัจจุบันชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีแนวโน้มในการรับประทานชาไข่มุกมากขึ้น เนื่องจากคนจำนวนมากนิยมบริโภคคาเฟ่ ซึ่งเมื่อต้องการคาเฟ่ การรับประทานชาไข่มุกเข้าถึง

กลุ่มผู้บริโภคได้กว้างกว่ากาแฟ เนื่องจากสภาพอากาศ รสชาติหวาน และไข่มุกที่เคี้ยวได้ทำให้ชาไข่มุกเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในประเทศไทย ถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่สำหรับชาไข่มุกซึ่งจะนิยมดื่มเพื่อแก้อาการเผ็ดจากอาหารและดื่มคลายร้อนเนื่องจากอากาศที่ร้อนจัด ซึ่งตลาดชาไข่มุกของประเทศไทยมีขนาดใหญ่ถึง 749 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 26,522 ล้านบาท โดยผู้นำในตลาดชาไข่มุกประเทศไทยประกอบด้วยแบรนด์ชาไข่มุกชื่อดังอย่าง Kamu หรือแม้แต่ ชาตรามือ รวมถึงผู้ค้ารายใหญ่ในอาเซียนที่มีสาขาจำนวนมาก ทั้งนี้ยังมีการคาดการณ์ว่ามูลค่าของตลาดชาไข่มุกในปี 2568 จะมีมูลค่าประมาณ 343,751 ล้านบาท และเติบโตขึ้นปีละ 9.3 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นสถานการณ์ที่ตลาดมีการเติบโตขึ้นอย่างมากในประเทศไทย โดยข้อมูลในปี 2561 ยัง

พบว่าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการขยายตัวของตลาดชาวม้งเพิ่มขึ้นถึง 3,000 เปอร์เซ็นต์โดยเพิ่มขึ้นจาก 1,500 เป็น 4,000 สาขาทั่วอาเซียน ซึ่งเป็นหลักฐานยืนยันว่าธุรกิจชาวม้งในอาเซียนรวมถึงประเทศไทยมีความสามารถในการเติบโตและแข่งขันอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นในทุกปี (นาริสา, 2562) ถัดมาคือความสำคัญของการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าเก่า เป็นส่วนประกอบที่สำคัญมากในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจต้องมุ่งเน้นทั้งการตั้งเป้าไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่รวมไปถึงรักษาลูกค้าเก่าให้ได้การซื้อซ้ำจึงเป็นเป้าหมายสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการซื้อซ้ำของลูกค้าเก่านั้นเป็นฐานรายได้สำคัญของธุรกิจและเป็นโอกาสในการที่ธุรกิจจะสามารถทำอะไรเพิ่มเติมได้มากขึ้น โดยการรักษาลูกค้า คือการทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เคยมีการใช้บริการหรือซื้อสินค้า กลับมาใช้บริการที่ร้านค้าเดิมอีกครั้ง ถึงแม้จะมีตัวเลือกอื่นให้ผู้บริโภคเลือก โดยการซื้อซ้ำจะเกิดขึ้นได้จากการที่ผู้ให้บริการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดีต่อแบรนด์ (Loyalty) จนส่งผลให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำ และการซื้อซ้ำยังเป็นสิ่งที่บอกถึงคุณภาพของสินค้า หรือการบริการของร้านค้าหรือผู้ให้บริการ ที่ส่งถึงผู้บริโภคด้วย ซึ่งถ้าหากร้านค้าหรือผู้ให้บริการสามารถทำให้ผู้บริโภคสามารถกลับมาใช้บริการซ้ำได้ จะแสดงให้เห็นถึงคุณค่าและทำให้ธุรกิจนั้นพัฒนาเกิดความยั่งยืนและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวิจัยอิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุกัญท์ของแบรนด์ที่ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวม้งในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาและนำไปใช้ในการ

ปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดการซื้อซ้ำในธุรกิจชาวม้งเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุกัญท์ของแบรนด์ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคชาวม้งในกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุกัญท์ของแบรนด์ กับการซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวม้งในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านชาวม้งใน กรุงเทพมหานคร กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน โดยลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง คือ เป็นผู้บริโภคร้านชาวม้ง เพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลือก ที่มีการใช้บริการร้านชาวม้งในกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของแบรนด์ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของแบรนด์ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ ปัจจัยด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ ปัจจัยด้านบรรจุกัญท์ของแบรนด์ และตัวแปรตามของงานวิจัย (Dependent Variable) คือ การซื้อซ้ำของผู้บริโภค (Repurchase)

สมมติฐาน

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้ถึงแบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุกัญท์ของแบรนด์ มีอิทธิพลเชิง

บวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาใน กรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (Brand Image) (ธีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคคือภาพลักษณ์ของตราสินค้าเนื่องจากตราสินค้าเป็นตัวบ่งบอกทั้งคุณภาพ เอกลักษณ์ และการบริการของร้านค้าซึ่งหากผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีกับภาพลักษณ์ของตราสินค้าจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ การบอกต่อได้ โดย (Kotler, 2546) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์หลักของผลิตภัณฑ์คือการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทำให้สามารถกำหนดราคาสินค้าได้สูงและแบ่งบอกถึงตัวผู้ขาย หรือผู้ผลิต ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ซึ่งผู้ขายจะมีสิทธิในการใช้ตราสินค้าเพียงผู้เดียว ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า (Brand Perceived value) (จิตรา อัสวภูษิตกุล, 2565) ได้กล่าวถึงการรับรู้คุณค่าว่า คุณค่าของตราสินค้า คือเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้านั้น ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายอย่างที่ทำให้ผู้บริโภคนั้นสามารถรับรู้และจดจำสินค้าหรือบริการนั้นๆได้ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการบอกต่อ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณประโยชน์ (Brand perceived benefits) (ภัททกา สุนทรวีภาต, 2560) กล่าวว่า ปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภคคือการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าทัศนคติของผู้บริโภคต่อแบรนด์หรือตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการ และอาจส่งผลต่อการกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงตราสินค้า (Brand awareness) (สวิตา เดชวรสุทธิ, 2559) มีการกล่าวว่า การรับรู้ถึงตราสินค้ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีผลต่อการทำการตลาด รวมถึงการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภคที่รับรู้ถึงตรา

สินค้า ปัจจัยด้านความรักที่มีต่อตราสินค้า (Brand love) (กัญชพร คูตระกูล, พัฒนธนะ บุญชู, และอาจารย์ที่ปรึกษา, 2561) ได้กล่าวว่า ความรักหรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ และเกิดการบอกต่อในด้านที่ดีของตราสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อหรือใช้บริการและกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไป ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) (ศรัฐ สิมศิริ, 2560) กล่าวว่า ผู้บริโภคอาจจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื่องบรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าดึงดูด ทำให้เกิดความประทับใจ บรรจุภัณฑ์หรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญในการทำการตลาด เพื่อดึงดูดความต้องการและเกิดการซื้อของผู้บริโภค (Liao, Lin, Luo, and Chea, 2016) นิยามการซื้อซ้ำว่า การซื้อซ้ำ เป็นความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีเหมือนกับประสบการณ์จากการซื้อสินค้าหรือบริการในครั้งก่อน จึงกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไป (Sullivan, and Kim, 2018) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อซ้ำ คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำอีกครั้งโดยคำนึงถึงสถานการณ์และประสบการณ์ที่ดีที่ผู้บริโภคเคยได้รับจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

เป็นแนวทางให้กับธุรกิจเครื่องดื่มประเภทชาวมัธยมศึกษาและธุรกิจที่มีความใกล้เคียงให้ทราบถึงอิทธิพลที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองผู้บริโภค สร้างความผูกพัน และเพิ่มการบอกต่อ ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การซื้อซ้ำ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านชาวมัธยมศึกษาในเขตปีที่ 30 เล่มที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 หน้า 27

กรุงเทพมหานคร ซึ่งเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการร้านขนมไข่มุกในเขตกรุงเทพมหานครในการเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถเลือกจำนวนที่แน่นอนได้จึงได้เทียบเคียงค่ากับงานวิจัยในอดีตของ (ชญรรค์กรทิพย์ณี, 2559) โดยใช้ค่า Effect size ตามที่โปรแกรม G*Power แนะนำโดยอ้างอิงจาก (Cohen, 2531) โดยที่ค่า Square multiple correlation อยู่ในระดับกลางจึงใช้ค่า Effect size = 0.15 มีผลให้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมได้เท่ากับ 146 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของผลการวิจัยผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 378 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการช่วย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยสร้างขึ้นจากการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคขนมไข่มุก จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย โดยเป็นคำถามให้เลือกแบบคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านขนมไข่มุก จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาการเริ่มบริโภคขนมไข่มุก เมนูที่ชอบ ระดับความหวาน ความถี่ในการบริโภค ช่วงเวลาที่ใช้บริการ แปรณต์ที่เลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแปรณต์ขนมไข่มุกที่ส่งผลให้กลับมาซื้อซ้ำ แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนนดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น ในระดับน้อยที่สุด 2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น ในระดับน้อย 3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ในระดับปานกลาง 4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก 5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังต่อไปนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.49	ระดับต่ำมาก
1.50-2.49	ระดับต่ำ
2.50-3.49	ระดับปานกลาง
3.50-4.49	ระดับสูง
4.50-5.00	ระดับสูงมาก

การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเครื่องมือได้ดำเนินการเป็นการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีดังนี้ วิหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นวิธีที่ใช้ในการวัดค่าความเที่ยงของข้อมูลซึ่งสามารถวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลทางสถิติในการวิเคราะห์เพื่อหา ค่าความเที่ยงของมาตรวัด โดยในการตรวจสอบความเที่ยง ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงด้วยข้อมูลทดลองใช้ที่เก็บจริง (n=30) โดยได้เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคขนมไข่มุกในกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังนี้ การตรวจสอบความเที่ยงสำหรับข้อมูลทดลอง (n=30) จากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงสามารถแสดงให้เห็นถึงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของข้อคำถามแต่ละด้านได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ลำดับ	ตัวแปร	ข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
1	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์	1-5	0.785
2	ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของแบรนด์	6-10	0.709
3	ปัจจัยด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของแบรนด์	11-15	0.623
4	ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงแบรนด์	16-20	0.649
5	ปัจจัยด้านความรักที่มีต่อแบรนด์	21-25	0.629
6	ปัจจัยด้านบรรจุกัญช์ของแบรนด์	26-30	0.551
7	การกลับมาซื้อซ้ำ	31-35	0.606
รวม		35	0.650

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 314 คน มีอายุอยู่ในช่วง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 97.1 อาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 88.4 รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อชา นม ไข่มุก ของ ผู้บริ โภค ชา นม ไข่มุก ใน กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มบริโภคชา นม ไข่มุก มาเป็นเวลา 3-4 ปี โดยมีจำนวน 161 คนคิดเป็นร้อยละ 42.6 นิยมเลือกบริโภคชา นม ไข่มุก ได้หวัน จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 เลือกความหวานในระดับหวานปกติ (100%) จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 มีความถี่ในการบริโภคชา นม ไข่มุก 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 74.9 เลือกบริโภคชา นม ไข่มุก ในช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 และเลือกบริโภคร้าน Fuku Matcha มากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

จากการพิจารณาระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า มีความ

คิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 6 ด้าน โดยมีอิทธิพลด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.20) รองลงมาคือ อิทธิพลด้านการรับรู้คุณค่า ($\bar{X}$ = 4.18) อิทธิพลด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ ($\bar{X}$ = 4.18) อิทธิพลด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ ($\bar{X}$ = 4.14) อิทธิพลด้านการรับรู้คุณประโยชน์ ($\bar{X}$ = 4.10) และอิทธิพลที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ อิทธิพลด้านบรรจุกัญช์ของแบรนด์ ($\bar{X}$ = 4.08) ตามลำดับ โดยมีผลการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.08 SD = 0.36) โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ แบรนด์ชา นม ไข่มุกที่ท่านเลือกมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.16 SD = 0.738) รองลงมาคือ แบรนด์ชา นม ไข่มุกที่ท่านเลือกซื้อ มีการบริการที่ดี ($\bar{X}$ = 4.15 SD = 0.692) แบรนด์ชา นม ไข่มุกที่ท่านเลือกซื้อ มีภาพลักษณ์ที่ดี ($\bar{X}$ = 4.08 SD = 0.692) แบรนด์ชา นม ไข่มุกที่ท่านเลือกซื้อ มีรสชาติ และคุณภาพดี ($\bar{X}$ = 4.01 SD = 0.708) และแบรนด์ชา นม ไข่มุกที่ท่านเลือกซื้อเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ($\bar{X}$ = 3.99 SD = 0.704) ตามลำดับ

ด้านการรับรู้คุณค่าของแบรนด์ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.18$ SD = 0.34) โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ แบรนด์มีการควบคุมมาตรฐานด้านราคาเท่ากันในทุกสาขาที่ท่านซื้อ และแบรนด์มีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.20$ SD = 0.686) และ ($\bar{X} = 4.20$ SD = 0.653) ตามลำดับ รองลงมาคือ ท่านได้รับประสบการณ์ด้านบริการด้วยมาตรฐานคุณภาพที่ดี ($\bar{X} = 4.18$ SD = 0.692) พนักงานแต่ละสาขาให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือได้ดีสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.16$ SD = 0.659) ท่านได้รับประสบการณ์ด้านรสชาติที่เหมือนกันในทุกสาขาของแบรนด์ ($\bar{X} = 4.15$ SD = 0.693) ตามลำดับ

ด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของแบรนด์ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.10$ SD = 0.31) โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ มีการให้บริการเดลิเวอรี่ มีความสะดวกสบายในการซื้อ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.16$ SD = 0.684) รองลงมาคือ แบรนด์มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อคืนกำไรให้ลูกค้า ($\bar{X} = 4.12$ SD = 0.684) แบรนด์ขานมไข่มุกที่ท่านเลือกซื้อ มีรสชาติและคุณภาพดี ($\bar{X} = 4.09$ SD = 0.704) หน้าร้านมีพื้นที่ให้ถ่ายรูปลงโซเชียลได้สวยงาม ($\bar{X} = 4.08$ SD = 0.677) และสามารถซื้อกลับบ้านได้โดยที่รสชาติไม่ต่างจากหน้าร้าน ($\bar{X} = 4.03$ SD = 0.671) ตามลำดับ

ด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.18$ SD = 0.37) โดยเมื่อพิจารณา ในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ แบรนด์มีการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.29$

SD = 0.756) รองลงมาคือ สามารถสืบค้นข้อมูลแบรนด์เพื่อทำความรู้จักแบรนด์ได้หลากหลายช่องทาง ($\bar{X} = 4.27$ SD = 0.726) มีสาขาที่อยู่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกเมื่อ ($\bar{X} = 4.22$ SD = 0.702) แบรนด์มีการให้ข้อมูลของสาขาแต่ละสาขาช่วยให้ท่านสามารถรับรู้ช่องทางซื้อที่เหมาะสมกับท่านได้ ($\bar{X} = 4.15$ SD = 0.761) และ ท่านสามารถค้นหาข้อมูลเมนูขานมผ่านทางช่องทางออนไลน์และหน้าร้านได้อย่างง่ายดาย ($\bar{X} = 3.98$ SD = 0.750) ตามลำดับ

ด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.14$ SD = 0.37) โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ท่านมีความสุขเมื่อได้กลับมาใช้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.23$ SD = 0.742) รองลงมาคือ แบรนด์สามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.16$ SD = 0.713) และ ท่านจะไม่เลือกแบรนด์อื่นหากมีแบรนด์นี้อยู่ใกล้ท่าน ($\bar{X} = 4.16$ SD = 0.696) ท่านยินดีที่จะกลับมาใช้บริการแบรนด์นี้เสมอ ($\bar{X} = 4.11$ SD = 0.625) แบรนด์ที่ท่านเลือกเป็นแบรนด์ขานมไข่มุกที่ท่านรัก ($\bar{X} = 4.05$ SD = 0.719) ตามลำดับ

ด้านบรรจุกัญช์ของแบรนด์ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.08$ SD = 0.36) โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ บรรจุกัญช์ของแบรนด์สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ได้ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.16$ SD = 0.738) รองลงมาคือ รูปแบบบรรจุกัญช์ของแบรนด์มีเอกลักษณ์จดจำง่าย ($\bar{X} = 4.15$ SD = 0.692) มีบรรจุกัญช์สวยงามทันสมัย ($\bar{X} = 4.08$ SD = 0.692) แบรนด์ที่เลือกซื้อ มีความใส่ใจในบรรจุกัญช์ ($\bar{X} = 4.01$ SD = 0.708)

และแบรนด์มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม ($\bar{X}$ = 3.99 SD = 0.704) ตามลำดับ ด้านการกลับมาซื้อซ้ำ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.25 SD = 0.31) โดยเมื่อพิจารณา ในแต่ละด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก 2 ด้าน ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ที่ดี (customer experience ที่น่าจดจำ) ทำให้ท่านเกิดการซื้อซ้ำ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.76 SD = 0.537) รองลงมาคือ การพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องจากคำติชมเพื่อการรักษาคุณภาพทำให้ท่านเกิดการซื้อซ้ำ ($\bar{X}$ = 4.60 SD =

0.680) และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้สึกดีกับแบรนด์ทำให้ท่านภูมิใจ และเกิดความดึงดูดใจให้กลับมาซื้อซ้ำและพร้อมที่จะบอกต่อ ($\bar{X}$ = 4.20 SD = 0.739) ท่านยินดีจะเป็นสมาชิกกับร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษและกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง ($\bar{X}$ = 4.19 SD = 0.767) และท่านจะชวนเพื่อนกลับมาซื้อซ้ำหากมี campaign บอกต่อ friend get friend ซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง หรือคูปองส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 3.93 SD = 0.779) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) อิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ที่มีต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	b	SE	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.125	.281		4.007	.000		
ภาพลักษณ์	.021	.038	.025	.546	.585	.959	1.043
การรับรู้คุณค่า	.141	.046	.155	3.092	.002*	.771	1.297
การรับรู้คุณประโยชน์	.235	.048	.235	4.955	.000*	.860	1.163
การรับรู้ถึงแบรนด์	.090	.041	.108	2.185	.029*	.799	1.252
ความรักที่มีต่อแบรนด์	.147	.040	.175	3.641	.000*	.838	1.193
บรรจุภัณฑ์ของแบรนด์	.121	.041	.141	2.960	.003*	.857	1.167
R Square (R ²) = 0.281 Adjust R Square (AR ²) = 0.270 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.26558							
F = 24.182 Sig= .000							

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของอิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้ คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ที่มีต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรอิสระ คือ ภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณประโยชน์ การรับรู้ถึงแบรนด์ ความรักที่มีต่อแบ

รณด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ และมีตัวแปรตาม คือ การกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1: R² = 0.281 สามารถบอกได้ว่าการซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร เป็นผลมาจากอิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้ คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุ

ปีที่ 30 เล่มที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 หน้า 31

ภักดิ์ของแบรนด์ คิดเป็นร้อยละ 28.1 และที่เหลือร้อยละ 71.9 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นที่ผู้วิจัย ไม่ได้นำมาพิจารณา

ส่วนที่ 2: $F=24.182$ และ Sig of $F=.000$ หมายความว่าค่าสถิติ F ค่า P -Value ของ F มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าโมเดลของสมการมีนัยสำคัญ โดยมีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม

ส่วนที่ 3: การส่งผลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม อิทธิพลด้านภาพลักษณ์ พบว่าค่า Sig. = .585 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($Beta = 0.025$) สรุปได้ว่าอิทธิพล ด้านภาพลักษณ์ ไม่ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมุสลิมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อิทธิพลด้านการรับรู้คุณค่า พบว่าค่า Sig. = .002* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ($Beta = 0.155$) สรุปได้ว่าอิทธิพล ด้านการรับรู้คุณค่า ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมุสลิมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อิทธิพลด้านการรับรู้คุณประโยชน์ พบว่าค่า Sig. = .000* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ($Beta = 0.235$) สรุปได้ว่าอิทธิพล ด้านการรับรู้คุณประโยชน์ ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมุสลิมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อิทธิพลด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ พบว่าค่า Sig. = .029* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ($Beta = 0.108$) สรุปได้ว่าอิทธิพล ด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมุสลิมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

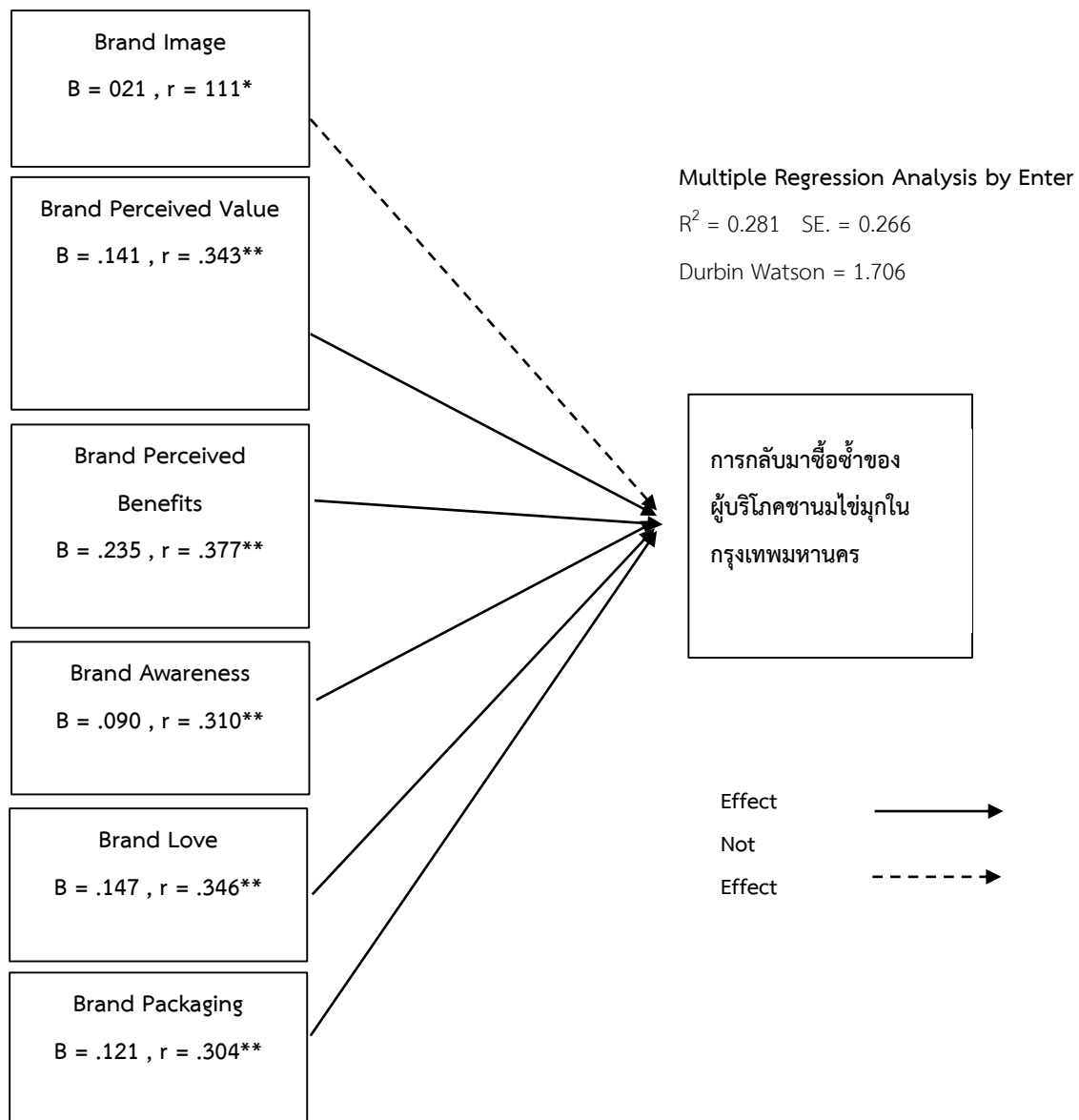
อิทธิพลด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ พบว่าค่า Sig. = .000* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ($Beta = 0.175$) สรุปได้ว่าอิทธิพลด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมุสลิมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อิทธิพลด้านบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ พบว่าค่า Sig. = .003* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ($Beta = 0.141$) สรุปได้ว่าอิทธิพล ด้านบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมุสลิมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

จากการวิเคราะห์ค่า $Beta$ จะสามารถบอกได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณประโยชน์ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ และปัจจัยภาพลักษณ์ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครน้อยที่สุดและจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังสมการต่อไปนี้ $y' = 1.125 + .021(\text{Brand Image}) + .141(\text{Brand Perceived Value}) + .235(\text{Brand Perceived Benefits}) + .090(\text{Brand Awareness}) + .147(\text{Brand Love}) + .121(\text{Brand Packaging})$ โดยที่ $R^2 = 0.281$

จากการนำผลการวิจัยที่มีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม สามารถสร้างโมเดลการวิจัยได้ดังภาพที่ 1 จากสมการและข้อมูลที่ทำการศึกษาสามารถสร้างเป็นโมเดลของงานวิจัยได้ดังนี้

$$\hat{y} = 1.125 + .021(\text{Brand Image}) + .141(\text{Brand Perceived Value}) + .235(\text{Brand Perceived Benefits}) + .090(\text{Brand Awareness}) + .147(\text{Brand Love}) + .121(\text{Brand Packaging}) ; R^2 = 0.281$$



ภาพที่ 1 แสดงอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้ คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากโมเดลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ ไม่ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครน้อยที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ การรับรู้ คุณค่า คุณประโยชน์ การรับรู้ถึงแบรนด์ ความรักต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์

ของแบรนด์ ส่งผลทางบวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครน้อย และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน พบว่า ส่วนใหญ่ ปีที่ 30 เล่มที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 หน้า 33

เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 314 คน มีอายุอยู่ในช่วง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 97.1 อาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 88.4 รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อชาไข่มุกของผู้บริโภคชาไข่มุกในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มบริโภคชาไข่มุกมาเป็นเวลา 3-4 ปี โดยมีจำนวน 161 คนคิดเป็นร้อยละ 42.6 นิยมเลือกบริโภคชาไข่มุกได้วัน จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 เลือกความหวานในระดับหวานปกติ (100%) จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 มีความถี่ในการบริโภคชาไข่มุก 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 74.9 เลือกบริโภคชาไข่มุกในช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 และเลือกบริโภคร้าน Fuku Matcha มากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านต่างๆและการกลับมาซื้อซ้ำจากการพิจารณาระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงทั้ง 6 ด้าน โดยมีอิทธิพลด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ อิทธิพลด้านการรับรู้คุณค่า ($\bar{X} = 4.18$) อิทธิพลด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ ($\bar{X} = 4.18$) อิทธิพลด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ ($\bar{X} = 4.14$) อิทธิพลด้านการรับรู้คุณประโยชน์ ($\bar{X} = 4.10$) และอิทธิพลที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ อิทธิพลด้านบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน อิทธิพลด้านภาพลักษณ์ ไม่ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และอิทธิพลด้านการรับรู้คุณค่า อิทธิพลด้านการรับรู้คุณประโยชน์ อิทธิพลด้านการรับรู้แบรนด์ อิทธิพลด้านความรักที่มีต่อแบรนด์ และอิทธิพลด้านบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ ส่งผลต่อเชิงบวกการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาไข่มุกในกรุงเทพมหานครน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์ การรับรู้คุณค่า การรับรู้ คุณประโยชน์ การรับรู้แบรนด์ ความรักที่มีต่อแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ที่มีต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาไข่มุกในกรุงเทพมหานคร สามารถเป็นประโยชน์และแนวทางให้ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้ ไปพัฒนาอิทธิพลหรือปรับปรุงเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันในตลาดชาไข่มุกต่อไปในอนาคต โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1.ด้านภาพลักษณ์ แบรนด์ต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้ ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจและจะสามารถเพิ่มความดึงดูดในการซื้อซ้ำของผู้บริโภคได้มากขึ้นตามผลการวิจัย 2.ด้านการรับรู้คุณค่า จากผลการวิจัยแบรนด์นั้นสามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของสินค้า ผลิตภัณฑ์ การบริการ ของแบรนด์ให้ได้เพื่อรักษา ฐานลูกค้า และเพื่อทำให้เกิดการซื้อซ้ำจากลูกค้ารายเดิมเพิ่มขึ้น 3.ด้านคุณประโยชน์ จากผลการวิจัยปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำมากที่สุดโดยแบรนด์ต้องปรับตัวให้ทันตามยุคสมัย และควรคำนึงถึงคุณประโยชน์ของทางแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็น ความสวยงามของร้าน ความเข้ากับโซเชียลมีเดีย มีมุมถ่ายรูป เพื่อทำให้ ซึ่งหากลูกค้ามองเห็นคุณประโยชน์มากยิ่งขึ้นจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้เพิ่มมากขึ้น 4.ด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ เป็นปัจจัยสำคัญอีกหนึ่งอย่างซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ของผู้บริโภค

สามารถทำให้เกิดการใช้บริการและเกิดการซื้อซ้ำได้ 5.ด้านความรักต่อแบรนด์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลอย่างมากซึ่งจากผลการวิจัยแบรนด์ที่สามารถสร้างความรักความผูกพันจากลูกค้าได้ จะทำให้เกิด การบอกต่อ และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค 6.ด้านบรรจุกัญท์ของแบรนด์ เป็นปัจจัยอีกข้อที่มีความสำคัญต่อแบรนด์ ซึ่งถ้ามีการพัฒนาบรรจุกัญท์ให้ ทันสมัย ตรงตามความต้องการ ของผู้บริโภคในปัจจุบันสามารถการสร้างเอกลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำและเกิดการซื้อซ้ำได้หากผู้บริโภคเกิดความประทับใจในบรรจุกัญท์ สินค้าและบริการที่ได้รับ

โดยข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาตัวแปรในด้านอื่นที่สามารถส่งผลต่อการเกิดการใช้บริการหรือการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคซึ่งยังมีปัจจัยอื่นอีกหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยไม่ได้เลือกนำมาศึกษา ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรเลือกปัจจัยที่ยังไม่ได้ศึกษามาทำการวิจัยเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอื่นๆที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จจุลวงและครบถ้วนสมบูรณ์ได้ด้วยดี เนื่องจากความ

เอกสารอ้างอิง

- กัญชร คุตระกุล, พัฒนธนะ บุญชู, และ อาจารย์ที่ปรึกษา. (2561). *ความรักในตราสินค้าด้านความสัมพันธ์ระหว่างความสนิทสนมต่อตราสินค้ากับความตั้งใจซื้อและการสื่อสารแบบปากต่อปากในด้านดีของตราสินค้าประเภทรถยนต์* (No. 147318). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตรา อัสวภูษิตกุล. (2565). *ปัจจัยด้านคุณค่าของตราสินค้าค่านิยมและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อต้นบอนไซของคนกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ).* มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชยุรร์กร ทิพย์มณี. (2559). *การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา.* มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.* พิมพ์ครั้งที่ 15. เอ ส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ธีรพัฒน์ เอี่ยมละออ. (2564). *ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ความไว้วางใจและคุณภาพสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้ากัญโกละในเขต กรุงเทพมหานคร* (Doctoral dissertation) มหาวิทยาลัยมหิดล.

อนุเคราะห์ และความกรุณาของผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.ธนภุต วงศ์มหาเศรษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ดีและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย ตลอดจนตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่อง จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ อาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ให้คำแนะนำ รวมถึงถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ รวมถึงผู้เขียนตำรา เอกสารงานวิจัย ที่ผู้วิจัยได้นำมาอ้างอิงในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่สละเวลาอันมีค่าช่วยให้ข้อมูลในการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา รวมถึงบุคคลหรือองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และไม่ได้กล่าวถึงซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้รับการศึกษาและคอยช่วยเหลือ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ จนกระทั่งการศึกษาครั้งนี้สามารถสำเร็จไปได้ด้วยดี

- ภัททกา สุนทรวินิจ. (2560). ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการทางเทคโนโลยีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ.
- ศรัณู สิมศิริ, มานะ เอี่ยมบัว, ชรินทร์ กุลเศรษฐ์ชัย, สธนวัชร ประกอบผล, วรณิกา เกิดบาง, นรินทร์ สรวิทย์ศิริกุล และรัตนนาคล สมิตินันท์. (2560). ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรณีศึกษา: เชื้อนรัชชประภาอุทยานแห่งชาติเขาสกจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn*, 12(1), 137-147.
- สวิตา เดชวรสุทธิ. (2559). อิทธิพลของการรับรู้ตราสินค้าความสนใจในการส่งเสริมการขายและความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า TNT. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นาริสา. (2562). ตลาดขาใหม่ยังไม่ไปได้! *The Alley* ตั้งเป้าปี 63 รายได้โตเท่าตัวเผยขาย 100,000 แก้วต่อเดือน *Marketeer Online*
- Cohen, J. (2531). Multiple regression and correlation analysis. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, 407-465.
- Kotler, P. (2546). *Marketing Management (11th ed.)*. Upper Saddle River, Prentice-Hall.
- Liao, C., Lin, H. N., Luo, M. M., & Chea, S. (2017). Factors influencing online shoppers' repurchase intentions: The roles of satisfaction and regret. *Information & Management*, 54(5), 651-668.
- Mathisuth, A. (2566). Marketing Mix Factors Influencing Consumers' Decisions to Purchase Bubble Milk Tea in Lampang Province. *Journal of Local Management and Development Pibulsongkram Rajabhat University*, 3(1), 29-41.
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2561). Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *International Journal of Information Management*, 39, 199-219.

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

Products development guidelines for leaf packaging product by Mae -
Faekmai Sub- District housewives group, Sansai District, Chiangmai
Province

พรณนุช ชัยปิ่นชนะ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

Punnuch Chaipinchana

Faculty of Business Administration, Payap University

E-mail: punnuchchai@gmail.com

Received: May 8, 2024; Revised: December 12, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานและวิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ และพัฒนาองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการร่วมกับชุมชนในการหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งเป็นกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 15 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อยและการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนด้วยการดูงานชุมชนต้นแบบ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านมีปัญหาด้านการดำเนินการผลิต เนื่องจากขาดองค์ความรู้และเทคนิคการผลิต จึงส่งผลให้เกิดปัญหาด้านผลผลิต คือ การแตกหัก การโป่งพองของผิวบรรจุภัณฑ์ และการขาดความรู้ความเข้าใจระบบการทำงานเครื่องจักรอุปกรณ์ จึงไม่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ หลังจากกลุ่มแม่บ้านได้รับการพัฒนาองค์ความรู้และเทคนิคการผลิต จึงสามารถแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำใบเหียงมาประกอบในการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้

ABSTRACT

This research is a qualitative research, aiming to (1) study the operations, analyze the issues of leaf-based packaging products and (2) develop knowledge in product development by engaging with the community to find ways to create leaf-based packaging products that meet market demands. The samples in the study were obtained from purposive sampling, specifically selecting 15

members from the homemaker group in Mae Faek Mai sub-district, San Sai district, Chiang Mai province. Data were collected through in-depth interviews, group discussions, and by implementing a community learning process through community visits. The research findings revealed that the group faced challenges in production operations due to lack of knowledge and production technique, resulted in issues such as breakage and swelling of packaging surfaces, coupled with a deficiency in understanding the machinery and equipment operation system, making it challenging to address the arising problems. After the group underwent knowledge and production technique development, they were able to successfully resolve issues and innovate new products by incorporating “Hieang leaf” (Hairy keruing leaf) into the production process to create product variations.

KEYWORDS: Product development, Leaf packaging products

บทนำ

จากการที่ทำเลที่ตั้งของตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเขตป่าไม้ผลัดใบตามฤดูกาลทำให้เกิดการทับถมของใบไม้เป็นจำนวนมากก่อให้เกิดไฟป่าในทุกปี ปีละหลายครั้งสร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินตลอดจนพืชสวนพืชไร่ของชาวบ้านจำนวนมาก และก่อเกิดมลพิษทางอากาศ จากสถานการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวจึงเกิดการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานท้องถิ่น ภาคประชาชนในพื้นที่ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ร่วมมือกันริเริ่ม “โครงการแม่แฝกใหม่โมเดล” เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ลดโลกร้อน ลดฝุ่นควัน pm 2.5 รักษาป่าไม้ รักษาป่าต้นน้ำ ป้องกันไฟป่า การรักษาสุขภาพของคนในชุมชน และส่งเสริมอาชีพสร้างรายได้จากการแปรรูปใบไม้ เพื่อเป็นต้นแบบนำร่องและมีแผนขยายโครงการไปสู่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน และภาคอื่นที่มีปัญหาไฟป่าและเผาชิงช้า ใบข้าวโพด การดำเนินงานโครงการแม่แฝกใหม่โมเดล ประกอบด้วย การดำเนินหลากหลายโครงการ เช่น

การทำปุ๋ยหมักใบไม้ เพาะเห็ดป่า ปลูกสมุนไพรในป่า ปลูกผักหวานในชุมชน แปรรูปใบไม้กิ่งไม้เป็นแท่งเชื้อเพลิง และการผันน้ำเข้าป่าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น (จริญ ชุ่มเงิน, 2564)

โครงการการแปรรูปภาชนะจากใบไม้ เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของโครงการแม่แฝกใหม่โมเดล ปัจจุบันโครงการที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ เริ่มแรกกลุ่มฯ ได้รับมอบเครื่องอัดขึ้นรูปภาชนะใบไม้ จำนวน 2 เครื่อง ดำเนินการโดยการนำเอาใบไม้ที่ผลัดใบตามฤดูกาลในป่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ สร้างอาชีพและสร้างรายได้เสริม ในขณะที่เป็นการช่วยลดเชื้อเพลิงไฟป่าอีกทางหนึ่งด้วย อีกทั้งยังใช้และภาชนะถ้วยชามจากใบไม้และวัสดุธรรมชาติ ยังเป็นการตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐในการรณรงค์การลดใช้โฟมและยังเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน ซึ่งความสำเร็จของโครงการฯ จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการขับเคลื่อนชุมชนได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามจากการทำการลงพื้นที่และทำการสัมภาษณ์ประธานและตัวแทนกลุ่มฯ ในวันที่

28 ตุลาคม 2565 ได้ข้อมูลสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการการแปรรูปภาชนะจากใบไม้ว่า จุดเริ่มต้นของโครงการฯ เกิดขึ้นในวันที่ 6 เมษายน 2564 ได้มีการติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปใบไม้ให้เป็นภาชนะ และได้มีการเชิญวิทยากรมาทำการฝึกอบรมการใช้เครื่องจักรในการขึ้นรูปภาชนะจากใบไม้ให้แก่กลุ่มฯ เป็นเวลา 2 วัน คือในวันที่ 7-8 เมษายน 2564 ณ ศูนย์ปฏิบัติการป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันไฟป่าจาระธรรม โดยในการอบรมครั้งนั้นกลุ่มฯ ได้ทำการใช้ใบตองตึงที่ผลิตใบอยู่ในป่าติดกับเขตหมู่บ้านมาทดลองในกระบวนการฝึกอบรม ปัจจุบันการผลิตภาชนะจากใบไม้ของกลุ่มฯ ยังมีการดำเนินการอยู่เป็นระยะๆ โดยเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อจากองค์กรต่างๆ ซึ่งกลุ่มฯ ยังไม่สามารถดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อการแข่งขันในเชิงธุรกิจ

กลุ่มฯ ตระหนักดีว่าการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้คือ ความต้องการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้เพื่อการพาณิชย์และสามารถแข่งขันได้ในเชิงธุรกิจ โดยทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับจากลูกค้านั้นจะสำเร็จได้ไม่ใช่เรื่องง่ายนอกจากนั้นกลุ่มฯ ยังมีเป้าหมายลงทุนในทรัพยากรและพัฒนาองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ อีกมากมายหลายด้าน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินงานและสร้างความมั่นใจในความสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่มฯ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มฯ ยังมีความจำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนาความพร้อมในหลายประเด็น อันเป็นผลมาจากเงื่อนไขของบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องนั้นมีองค์ประกอบมากมายและมีความซับซ้อนสูง โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางการตลาดและการแข่งขันที่เป็นปัจจัยหลักที่กำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ ต้องการพัฒนาระบบการเรียนรู้ ทดลองทำให้เกิดความเชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและ

ต้นทุนการดำเนินงานเพื่อรักษาส่วนต่างของผลกำไรในเชิงธุรกิจ โดยในช่วงระยะเริ่มต้นการดำเนินการกลุ่มฯ ยังคงต้องการได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพนั้นนอกจากจะสามารถแข่งขันในตลาดได้แล้ว ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบได้ในเกือบทุกชุมชน คือปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจึงเป็นประเด็นหลักที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน (ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์, 2551) โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของบรรจุภัณฑ์จากใบไม้ และต้องพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง ต้องทำการทดลอง เปลี่ยนแปลงรูปแบบต่าง ๆ จะต้องหาสูตรที่เหมาะสมกับสเปคของเครื่องผลิต โดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า ดังนั้นโครงการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการดำเนินงานและวิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้เฉพาะใบตองตึงนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นให้แก่กลุ่ม และร่วมกับชุมชนในการหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบตองตึงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเน้นการหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบตองตึงที่มุ่งให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อันเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มฯ เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของกลุ่มฯ ที่ต้องการผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบตองตึงเพื่อการพาณิชย์ในเชิงธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต และที่สำคัญการขยายผลสำเร็จของโครงการในอนาคตจะ

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567 หน้า 39

ช่วยลดการสะสมเชื้อเพลิงและลดโอกาสและความรุนแรงของการเกิดไฟป่า และเป็นการสนับสนุนโครงการแม่แฝกโมเดลให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการดำเนินการผลิตและวิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

3. พัฒนาคู่มือความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบการดำเนินการผลิตและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ในปัจจุบัน ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

2. กลุ่มฯ มีฐานองค์ความรู้ทางด้านการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้เพิ่มมากขึ้น

3. กลุ่มฯ ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ต้นแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

1) การศึกษาสภาพทั่วไปและศึกษาสภาพการณ์ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลบริบทการดำเนินงานและ ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้

2) ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ฯ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยการประชุมกลุ่มฯ ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาการดำเนินการปัจจัยนำเข้า (Input) การดำเนินการผลิต (Process) และ ผลผลิต (Output) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวางแผนพัฒนาองค์ความรู้ และแนวทางการพัฒนาในอนาคตดังนี้

- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของกลุ่มฯ

- การจัดทำ TOWS Matrix เพื่อหารูปแบบการแก้ไขปัญหา และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ที่เหมาะสม

3) การดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้กลุ่มฯ ด้านการดำเนินงานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้วยกิจกรรมดังนี้

3.1) ทัศนศึกษาดูงานกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกันด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกระบวนการผลิต ด้านรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ปัญหาและการดำเนินงานแก้ปัญหากระบวนการผลิต ด้านการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาด

3.2) การอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาองค์ความรู้กลุ่มฯ ด้านการดำเนินงานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ได้แก่

- ด้านกระบวนการผลิต

- ด้านรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์

4) การทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์จากใบไม้ใหม่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

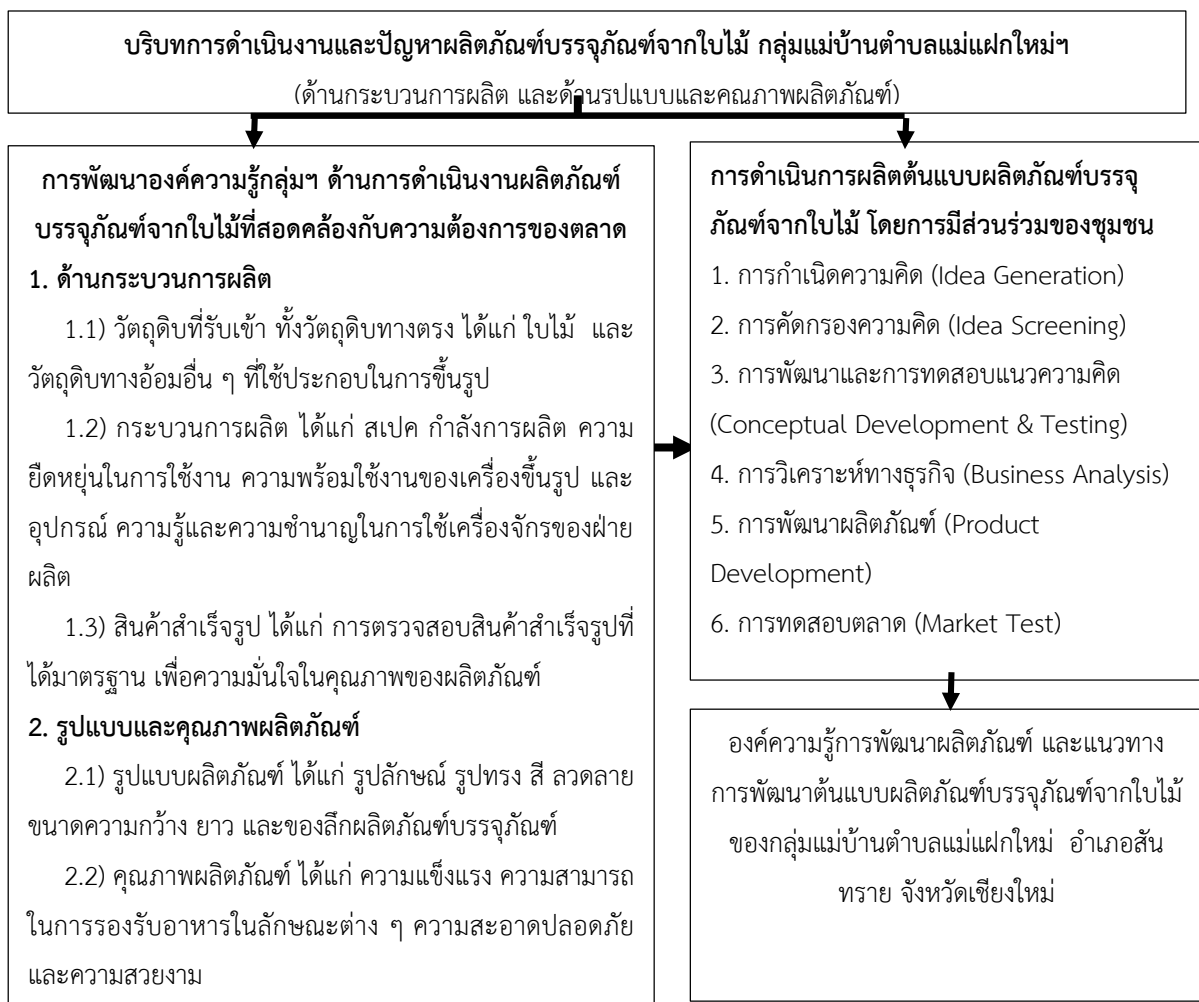
ประชากรและตัวอย่าง

การศึกษานี้ทำการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ฯ โดยการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากสมาชิกที่มีคุณสมบัติเป็นผู้มีบทบาทสำคัญและเป็นแกนนำในการดำเนินการของกลุ่มฯ และสมัครใจในการร่วมกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบไม้ตลอดโครงการ โดยได้กลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน จากประชากรที่จำนวน 20 คน

กรอบการการวิจัย

การศึกษาได้ทำการดำเนินการภายใต้กรอบการวิจัยการศึกษาบริบทการดำเนินงานและปัญหา

ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ “ใบตองตึง” ตามแนวคิดกระบวนการการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบที่รับเข้ากระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป รวมทั้งรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2 มิติ ได้แก่ ด้านรูปแบบ และด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ และการดำเนินการผลิตต้นแบบ เก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ และแบบรายการหัวข้อหลักสำหรับการประชุมกลุ่มย่อยระหว่าง เดือนพฤษภาคม - กันยายน 2566



แผนภูมิที่ 1 กรอบการการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1) การสังเกตการณ์ (Observation) เป็นการสังเกตการณ์กลุ่มเป้าหมายสมาชิก เกี่ยวกับการบริบทการดำเนินงานและ ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้กลุ่ม ด้านกระบวนการผลิต และ

ด้านรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้มีการสังเกตและจดบันทึก

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีเครื่องมือในการวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้ผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิประจำทีมวิจัย 1 ท่าน ในประเด็นศักยภาพด้านบุคคล ศักยภาพด้านความรู้ และศักยภาพบริบทด้านทรัพยากรของชุมชน ด้านการดำเนินงานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยทำการจดบันทึกเพื่อเก็บข้อมูล

3) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Meeting) โดยมีเครื่องมือแบบรายการหัวข้อหลักสำหรับการประชุมกลุ่มย่อยที่ได้ผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิประจำทีมวิจัย 1 ท่าน ในประเด็นดังนี้

3.1) บริบทสภาพแวดล้อมทั่วไปของกลุ่มฯ

3.2) การดำเนินงานและปัญหาด้านกระบวนการผลิตของกลุ่มฯ

3.3) การดำเนินงานและปัญหาด้านรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

3.4 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการเพื่อการพัฒนาของกลุ่มฯ เพื่อให้การพูดคุยแลกเปลี่ยนระดมความคิดเห็นในการประชุมกลุ่มย่อยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เครื่องมือทางการบริหาร ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis การจัดทำ TOWS Matrix เพื่อวิเคราะห์และหาแนวทางในการจัดการกับปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงแนวทางการพัฒนาที่คาดหวังในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจดบันทึกจากการสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม

ย่อย การศึกษาดูงาน รวมถึงเอกสารงานวิจัย แนวคิดที่เกี่ยวข้องมาจำแนกหมวดหมู่ตามประเด็นที่ตั้งไว้ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ได้แก่ การจัดกลุ่มประเด็นข้อความ (Word Grouping) การอธิบายขยายความ (Explanation) โดยมีการเรียงเรียงถ้อยคำขึ้นใหม่จากข้อมูลจากผู้สนทนากลุ่มให้มา ทำการตีความ (Interpretation) บางประโยค หรือบางถ้อยคำที่ผู้สนทนากลุ่มให้มาที่มีความจำเป็นต้องตีความหรือแปลความหมายแฝง โดยอาศัยบริบทของการสนทนามาสนับสนุนการตีความและพรรณนาความ (Description) เป็นการร้อยเรียงถ้อยคำ โดยการจัดระบบการเกิดขึ้นก่อน-หลัง (Birth order) ของเนื้อหาสาระจากการวิเคราะห์ พร้อมกับการพรรณนาเชื่อมโยงแต่ละเนื้อหาและเหตุการณ์ให้เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน และนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจร่วมกัน และระดมความคิดเห็นถึงแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ฯ ด้านการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่รวมทั้งแนวทางในการจัดการกับปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นของกลุ่มฯ

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิด ขอนำเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษาการดำเนินงานและวิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ผลการศึกษาการดำเนินงานและวิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการวิเคราะห์ SWOT สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (S)

ด้านการดำเนินการปัจจัยนำเข้า (Input)

วัสดุหลักเป็นใบทองตองพันธุ์ที่มีขนาดเล็กเยียดบนผิวใบซึ่งมีคุณสมบัติในการยึดติดกันระหว่างใบเมื่อทำการซ้อนประกบกันในแต่ละชั้นได้ดีกว่าใบทองตองพันธุ์อื่น โดยทำเลที่ตั้งของกลุ่มฯ อยู่ใกล้กับป่าซึ่งเป็นแหล่งของต้นทองตองซึ่งมีจำนวนมากและเข้าถึงง่าย จึงประหยัดเวลาในกระบวนการจัดหาและ ส่งผลต่อต้นทุนรวมด้านวัตถุดิบต่ำ และที่สำคัญผู้นำและกลุ่มมีความสามัคคีและมุ่งมั่นที่จะดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบไม้ในเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิก และมีส่วนร่วมในการลดโอกาสการเกิดไฟป่าตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งโครงการแม่แฝกโมเดล

จุดอ่อน (W)

ด้านการดำเนินการผลิต (Process)

กลุ่มขาดองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ กลุ่มขาดองค์ความรู้และเทคนิคการผลิตเพื่อลดปัญหาด้านการแตกหัก และรอยร้าวของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ปัญหาการโป่งพองของผิวบรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่ไม่เรียบเนียนสนิทกันในแต่ละชั้นของใบทองตองขาดความรู้ในการทำงาน และการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ด้านผลผลิต (Output)

ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้มีปัญหาด้านการโป่งพองของผิวบรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่ไม่เรียบเนียนสนิทกันในแต่ละชั้น ปัญหาการแตกหัก และรอยร้าว รวมทั้งจำนวนผลผลิตต่อวันได้จำนวนจำกัด

โอกาสของ (O)

ผู้บริโภคในปัจจุบันมีแนวโน้มความต้องการด้านผลผลิต (Output) บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ซึ่งเป็น

หนึ่งในแนวทางการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความยั่งยืนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

อุปสรรค (T)

พลังงานไฟฟ้าซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงด้านการดำเนินการผลิต (Process) ก็ยังมีต้นทุนเพิ่มขึ้น อีกทั้งปัญหาด้านความไม่พร้อมของพลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ผลิตยังไม่สามารถขยายเขตการเข้าถึง

2. สรุปผลพัฒนาองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ องค์ความรู้ที่ได้จากผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้กลุ่มฯ มีด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการผลิต และด้านรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้ องค์ความรู้ใหม่หลังการอบรมของกลุ่มฯ ด้านกระบวนการผลิต

ด้านการดำเนินการปัจจัยนำเข้า (Input)

การดำเนินการโดยเพิ่มขั้นตอนการคัดแยกใบไม้ตามขนาด สี และความสมบูรณ์ของใบทองตองล่วงหน้า เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินการในขั้นตอนการดำเนินการผลิต การให้ความสำคัญต่อกระบวนการเตรียมใบทองตองก่อนเข้าสู่กระบวนการป้อนขึ้นรูป และเตรียมตัวเชื่อมประสานอย่างถูกต้อง ได้แก่

- การคัดกลุ่มใบทองตองที่ไม่มีตำหนิเพื่อใช้สำหรับชั้นบนและล่าง ส่วนกลุ่มใบทองตองที่มีตำหนิไม่ค่อยสมบูรณ์ไว้สำหรับชั้นกลาง

- การลอกเส้นกลางใบที่มีความหนาและแข็งออกเพื่อให้การนำเข้ากระบวนการป้อนขึ้นรูปให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์

- ตัวเชื่อมประสานถือมีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญในการดำเนินการเตรียมตัวประสาน

อย่างถูกต้อง โดยตัวประสานที่มีประสิทธิภาพสูง คือ น้ำแป้งข้าวเหนียว อัตราส่วนผสมกับน้ำ 1 : 1 ในขณะที่ทำการเตรียมน้ำแป้งจะต้องค่อย ๆ ผสม น้ำลงไป ทำการคนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แป้งและ น้ำเป็นเนื้อเดียวกัน

ด้านการดำเนินการผลิต (Process)

- เทคนิคในการจัดเรียงใบไม้ก่อนเข้า เครื่องขึ้นรูป การจัดเรียงใบไม้ในแต่ละชั้นจะต้อง ให้เส้นกลางใบเหลื่อมในตำแหน่งไม่ตรงกัน เพื่อให้ การประสานแนบสนิทระหว่างชั้นใบตองดี ไม่เกิด ฟองอากาศและไม่เกิดการแตกหัก

- เทคนิคในการไล่ความชื้นโดยการนำ ใบตองดีเข้าสู่กระบวนการป้อนอัดขึ้นรูปจะต้อง ดำเนินการสองช่วง ช่วงแรกจะนำยกแท่นอัดขึ้นรูป ไม่เต็มกำลังพอให้มีช่องว่างเล็กน้อย เพื่อให้มีช่อง ระบายไอน้ำความชื้นจากใบไม้ ใช้เวลาประมาณ 70 วินาที จากนั้นจึงทำการอัดเครื่องป้อนลงเต็มกำลังใน ระยะที่สอง ใช้เวลาอีกประมาณ 20 วินาที จะได้ ชิ้นงานที่ดีมีแนบสนิทและมีความสมบูรณ์

- เทคนิคการแก้ปัญหาการเกิดรอยคราบ ไหม้บริเวณแท่นพิมพ์ซึ่งเกิดจากความชื้นสะสมจาก ใบไม้ในขณะที่ทำการอัดขึ้นรูป เมื่อเกิดคราบสะสม หนาขึ้นทำให้ลดประสิทธิภาพการส่งความร้อนไป ยังผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ไม่สมบูรณ์ การ ใช้กระดาษไขรองแท่นพิมพ์ก่อนที่จะป้อนขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้กระดาษไขเป็นตัวกันไม่ให้ แม่พิมพ์สัมผัสกับใบไม้โดยตรง

ด้านรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์

การพัฒนา รูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ สรุปได้ ดังนี้

- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์

การเพิ่มวัตถุประสงค์การใช้งานนอกจาก เป็นภาชนะบรรจุอาหารอาจทำการประยุกต์โดยมี

วัตถุประสงค์อื่น เช่น การทำกระทง การประดิษฐ์ ดอกไม้พวงหรีด การวาดรูปบนผลิตภัณฑ์เพื่อเป็น ของประดับตกแต่ง เป็นต้น

การนำใบไม้ชนิดอื่นมาประกอบเป็น ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มลวดลายและสีสันที่หลากหลาย เช่น ใบเหียง และเปลือกข้าวโพด เป็นต้น

- ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

การเพิ่มคุณภาพการใช้งานผลิตภัณฑ์เพื่อ บรรจุอาหารให้สามารถรับน้ำหนักเพิ่มมากขึ้นหรือ ต้องการความคงทนในการใช้งานนานขึ้นโดยการ เพิ่มจำนวนชั้นใบตองดี

การใช้เทคนิคโดยการนำใบไม้ชนิดอื่นที่มี รอยตำหนิตามธรรมชาติน้อยมาประกอบกับ ผลิตภัณฑ์เพื่อลดการร้าวซึม และเพื่อจุดเด่น ผลิตภัณฑ์ เช่น ใบเหียง หรือเปลือกข้าวโพด ซึ่ง เป็นใบไม้ที่หาได้ในพื้นที่กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝก ใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

3. สรุปผลการร่วมกับชุมชนในการหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้

องค์ความรู้ที่ได้จากผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้กลุ่มฯ เพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด กลุ่มฯ สามารถนำองค์ความรู้ต่าง ๆ มาดำเนินการพัฒนาปรับปรุงระบบการจัดการ การผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่เหมาะสมตาม กระบวนการจัดการการผลิต ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านปัจจัย ผลผลิต (Output) ได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด ดังนี้

รูปแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้

ผลจากการประชุมกลุ่มฯ ได้ข้อสรุป ร่วมกันถึงแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ กลุ่มฯ โดยยังคงมุ่งเน้นวัตถุประสงค์การใช้งานเพื่อ

บรรจุอาหารเป็นหลัก แต่เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบ และคุณภาพ เพื่อให้ได้สินค้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการนำใบเหียงซึ่งเป็นใบไม้ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ มีเส้นใบที่รีวใบเรียงเป็นระเบียบ และสีสวยงามไม่มีรอยด่างตามธรรมชาติบนผิวใบมาใช้ประกอบในการขึ้นรูปร่วมกับใบตองตึง โดยการใช้ใบเหียงประกบเข้ากับใบตองตึงเป็นชั้นที่ 4 ชั้นบนสุด และไม่มีการตัดขอบใบ เน้นการใช้ความสวยงามของใบเหียงเป็นจุดขาย

ตลาดเป้าหมาย

ข้อจำกัดจากจำนวนเครื่องปั้นขึ้นรูป ส่งผลให้กลุ่มฯ ไม่สามารถขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับตลาดแมส ดังนั้นจึงมุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานราชการ ธุรกิจโรงแรม หรือร้านอาหารที่จะนำไปเป็นภาชนะใช้ในการจัดเลี้ยงในกรณีพิเศษ

อภิปรายผลการวิจัย

การนำใบตองตึงแห้งมาใช้ประโยชน์เพื่อลดปริมาณการสะสมบนพื้นป่าอันเป็นเชื้อเพลิงอย่างดีที่ก่อให้เกิดการลุกลามของไฟป่า สร้างความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สินให้แก่ชุมชน จึงเป็นความร่วมมือกันของกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้นำและกลุ่มฯ มีความสามัคคีและมุ่งมั่นที่จะดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภาชนะจากใบตองตึงแห้งในเชิงพาณิชย์เพื่อการมีส่วนร่วมในการป้องกันและลดปัญหาการเกิดไฟป่าตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งโครงการแม่แฝกโมเดล และการสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิก ปัจจุบันผู้บริโภคต่างหันมาให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ภาชนะจากใบไม้มากขึ้นเพื่อการลดขยะ และปัญหามลพิษจากขยะที่ย่อยสลายยาก ดังนั้นกลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ฯ จึงมุ่งการใช้ใบตองตึงและใบไม้ต่าง ๆ มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ภาชนะที่

สามารถย่อยสลายง่าย และไม่ก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ สมเกียรติ สุทธิยาพิวัฒน์ และ ธมยันตี ประยูรพันธ์ (2563) และ มลสุตา ลิ่วโรสง (2556) แต่อย่างไรก็ตามการผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ในเชิงพาณิชย์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นกลุ่มฯ จะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการและตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค ด้วยกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพตามมาตรฐานและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกในการใช้งาน มีรูปลักษณะที่ดึงดูดต่อการใช้งาน เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานสินค้า และพึงพอใจในการใช้งาน (สุสิทธิ์ เทพบุรี, ธัญญธิดา ศรีคา, นภัสสร แซ่ลิ้ม, ศุภชัย เหมือนโพธิ์, วศัญญา รัศมิทัต, 2562) แต่จากการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาขาดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์จากใบตองตึงแห้งส่งผลให้ผลผลิต (Output) ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้มีปัญหาด้านการป้องกันของผิวบรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่ไม่เรียบเนียนสนิทกันในแต่ละชั้น ปัญหาด้านการแตกหัก และรอยร้าว สอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ สุทธิยาพิวัฒน์ และ ธมยันตี ประยูรพันธ์ (2563) จากพบปัญหาในการขึ้นรูปในประเด็นปัญหารอยย่นของภาชนะบรรจุภัณฑ์รูปแบบถ้วย และผลจากการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตให้แก่กลุ่มแม่บ้านตำบลแม่แฝกใหม่ฯ ได้นำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่กระบวนการนำเข้าวัตถุดิบด้วยการให้ความสำคัญต่อกระบวนการเตรียมใบตองตึงก่อนเข้าสู่กระบวนการขึ้นรูป ได้แก่ การคัดกลุ่มใบตองตึงที่ไม่มีตำหนิเพื่อใช้สำหรับชั้นบนและล่าง ส่วนกลุ่มใบตองตึงที่มีตำหนิ

ไม่ค่อยสมบูรณ์ไว้สำหรับชั้นกลาง การลอกเส้นกลางใบที่มีความหนาและแข็งออกเพื่อให้การนำเข้ากระบวนการบีบขึ้นรูปให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ ที่สำคัญต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมตัวประสานแป้งข้าวเหนียวผสมน้ำเป็นตัวประสานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด อัตราส่วนผสมกับน้ำ 1 : 1 เนื่องจากความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับความสัดส่วนที่เหมาะสม และคุณภาพของตัวประสานผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มลสุตา ลิ่วโรสง (2556) ที่ทำการคิดค้นเกี่ยวกับการผลิตภาชนะจากแหล่งวัตถุดิบที่สามารถปลูกทดแทนใหม่ได้ โดยเป็นงานวิจัยเชิงทดลองหาสัดส่วนที่เหมาะสมของวัตถุดิบหลัก และใช้แป้งมันสำปะหลังเป็นตัวประสาน นอกจากนั้นยังต้องให้ความสำคัญกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของเครื่องอัดขึ้นรูป การปรับระดับความร้อนที่เหมาะสมกับใบไม้ที่ใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ การแก้ปัญหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบตองตึงมีปัญหาด้านการโป่งพองของผิวบรรจุภัณฑ์จากใบไม้ที่ไม่เรียบเนียนสนิทกันในแต่ละชั้น ปัญหาด้านการแตกหัก และรอยร้าว มีสาเหตุมาจากกระบวนการไล่ความชื้น ซึ่งจะต้องมีเทคนิคการไล่ความชื้นออกจากใบไม้ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยการไล่ความชื้นโดยการนำใบตองตึงเข้าสู่กระบวนการบีบอัดขึ้นรูปจะต้องดำเนินการสองช่วง โดยช่วงแรกจะยกแท่นอัดขึ้นรูปไม่เต็มกำลังพอให้มีช่องว่างเล็กน้อยเพื่อให้มีช่องระบายไอน้ำความชื้นจากใบ ใช้เวลาประมาณ 70 วินาที จากนั้นจึงทำการยกเครื่องบีบเต็มกำลังในระยะที่สอง ใช้เวลาอีกประมาณ 20 วินาที ซึ่งแนวทางการแก้ปัญหา สอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติศักดิ์ เมืองกลาง, ญัฐพงษ์ รักด่านกลา, ญัฐวุฒิ ดงกระโทก, ทักษ์ดนัย จันทินอก และธรรณธร ชิดการ (2564) และสมเกียรติ สุทธิยาพิพัฒน์ และธมยันตี ประยูรพันธ์

(2563) พบว่าการทำให้ระดับความชื้นเหมาะสมนั้นจะทำให้ชิ้นงานมีความเสถียร ไม่บิดงอหลังจากการขึ้นรูป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะกลุ่มฯ

1. กลุ่มฯ ควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีจุดเด่น โดยการทดลองนำใบไม้ ดอกไม้ และวัสดุธรรมชาติชนิดต่าง ๆ เช่น ใบเตย ดอกไม้ฝั่ เชือกปอ และอื่น ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่มาประกอบในการผลิตผลิตภัณฑ์ร่วมกับใบตองตึง โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพวัสดุใบไม้และวัสดุประกอบอื่น ๆ ให้มีความสมบูรณ์ก่อนที่จะนำเข้าสู่กระบวนการผลิตเพื่อขึ้นรูป และในขั้นตอนกระบวนการผลิตกลุ่มฯ ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการการไล่ความชื้นออกจากใบไม้ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับคุณภาพของน้ำแป้งซึ่งใช้เป็นตัวประสาน

2. กลุ่มฯ ควรสร้างความแตกต่างให้กับพื้นผิวผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ฯ โดยการจัดวางขอบใบไม้ไขว้กัน เพื่อใช้จุดเด่นจากเส้นขอบของใบไม้ในการสร้างลวดลายให้กับพื้นผิวผลิตภัณฑ์

3. กลุ่มฯ ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ หน่วยงานราชการ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น องค์กร และธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่ในการให้การสนับสนุนใช้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ตลอดจนการเข้ารับการพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านเครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคนิคในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนผลิต

ข้อเสนอแนะองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น

องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ควรให้การสนับสนุนโดยนำโครงการผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบตองตึงบรรจุเข้าอยู่ในแผนพัฒนาประจำปี เพื่อการจัดสรรงบประมาณในการช่วยเหลือสนับสนุน

พัฒนา และขยายกิจกรรมการผลิตและการตลาด
ในวงกว้างมากขึ้นศึกษา แนวทางการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ กลุ่มแม่บ้านตำบล
แม่แฝกใหม่โดยการใช้ใบไม้ที่มีจุดเด่นสวยงามใน
พื้นที่ เช่น ใบเหียง เข้ามาเป็นองค์ประกอบของ
ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มความสวยงามและความ
หลากหลายให้แก่ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ
เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์, ไซยเชิด ไซยนันท์,
นภมรินทร์ ศักดิ์สง่า และ มนัสพันธ์ รินแสงปิ่น,
(2564) ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จาก
ใบตองตึงแห้งมาใช้ใบตองตึงสด ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์
ที่มีความมีความแปลกใหม่ สวยงามโดดเด่น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ เมืองกลาง, ณัฐพงษ์ รักด่านกลา, ณัฐวุฒิ ดงกระโทก, ทักษณีย์ จันทินอก และธรรณธร ชิดการ.
(2564). เครื่องขึ้นรูปภาชนะจากวัสดุธรรมชาติ. *วารสารวิชาการ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม*. 6(2), 65-76.
- จรัญ ชุ่มเงิน. (2564). สร้างรายได้จากใบไม้ “แม่แฝกใหม่โมเดล”. <https://www.thethaipress.com/2021/39057> สืบค้น 21 พฤศจิกายน 2565.
- เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์, ไซยเชิด ไซยนันท์, นภมรินทร์ ศักดิ์สง่า และมนัสพันธ์ รินแสงปิ่น. (2564). การพัฒนา
เครื่องขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ใบตองตึงเพื่อสิ่งแวดล้อม (กรณีศึกษา: จังหวัดแม่ฮ่องสอน). *วารสารวิจัยราชภัฏ
เชียงใหม่*. 22(3), 240-252.
- ชุลีกร เทพบุรี, ธัญญ์ธิดา ศรีคา, นภัสสร แซ่ลิ่ม, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และวาทัญญู รัศมีทนต์, (2562). ปัจจัยที่ส่งผล
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย. *วารสารมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*. 3(1), 50-58.
- ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์ และคณะ. (2551). รายงานวิจัย เรื่อง การออกแบบและพัฒนารูปแบบ บรรจุภัณฑ์จาก
ผ้าไหมสุรินทร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- มลสุตา ลิ่วไธสง. (2556). การผลิตภาชนะย่อยสลายได้ทางชีวภาพจากกากกล้วย. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต)
สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สมเกียรติ สุทธิยาพิพัฒน์ และ ธมยันตี ประยูรพันธ์. (2563). การออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารจาก
กากหมากเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่นำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก. *วารสาร
มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*. 12(1), 120-131.

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความ
หลากหลายและมีจุดเด่น โดยการทดลองนำใบไม้
ดอกไม้ และวัสดุธรรมชาติชนิดต่าง ๆ เช่น ดอกไม้
ไผ่ เชือกปอ และอื่น ๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง
ให้กับพื้นผิวผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาความหลากหลายของ
รูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์มี
วัตถุประสงค์อื่นนอกจากใช้เป็นภาชนะบรรจุ
อาหาร เช่น สิ่งประดิษฐ์ของตกแต่งบ้าน และ
เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

Decision making process for using architectural services in housing design of Gen Y consumers

ณรงค์ชัย เลิศธรรมเกียรติ¹, สุรวี ศุนาลัย²

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต¹, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต²

Narongchai Lertthammakiat¹, Suravee Sunalai²

Dhurakij Pundit University¹, Dhurakij Pundit University²

E-mail: 65130204@dpu.ac.th¹, E-mail: suravee.sui@dpu.ac.th²

Received: February 28, 2024; Revised: December 13, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (2) ศึกษาผลกระทบของทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิกที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจดังกล่าว และ (3) วิเคราะห์ผลของส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิก การวิจัยใช้วิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริโภค Gen Y ที่มีสถานภาพ ขนาดครอบครัว อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับกระบวนการตัดสินใจที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (2) ทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิกในด้านความรู้ ความเข้าใจและพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจ และ (3) ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ได้แก่ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสะดวกสบาย และความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดและพัฒนาศักยภาพการให้บริการของสถาปนิกเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: การใช้บริการสถาปนิก การออกแบบที่อยู่อาศัย ทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิก ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิก

ABSTRACT

This research aimed to (1) compare the decision-making processes for utilizing architectural services in housing design among Gen Y consumers categorized by personal factors, (2) examine the influence of attitudes toward architectural professionals on decision-making processes, and (3) analyze the effects of the customer perspective marketing mix (7C's) on these processes. The study employed a quantitative approach, collecting data from 400 respondents and analyzing it using descriptive and inferential statistics, including t-tests, one-way ANOVA, and multiple linear regression. The findings revealed that (1) Gen Y consumers with varying marital statuses, family sizes, work experience, and monthly incomes exhibited significantly different decision-making levels; (2) attitudes toward architectural professionals, particularly in the domains of cognition and conation, positively influenced the decision-making process; and (3) customer perspective marketing mix elements, namely customer value, convenience, and completion, significantly impacted decision-making processes. These results provide actionable insights for developing marketing strategies and enhancing the quality of architectural services to better align with contemporary consumer needs.

KEYWORDS: Using architectural services, Housing design, Attitude towards architectural professionals, Marketing mix regarding the customers' perspective, Customer decision-making process

บทนำ

จากรายงานสรุปลสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยไตรมาส 1 ปี 2566 พบว่า แม้ว่าสถานะเศรษฐกิจของประเทศในไตรมาสต้น จะมีแนวโน้มการขยายตัวของ GDP เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยปัจจัยสำคัญเกิดจากการฟื้นตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว หลังจากการผ่านพ้นไปของวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ความสามารถในการผ่อนชำระในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคกลับลดลง เนื่องด้วยปัจจัยในหลากหลายด้าน เช่น การยกเลิกการผ่อนคลายมาตรการ LTV ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย ภาระหนี้ครัวเรือนที่มีอัตราสูง

ถึงร้อยละ 90 ของ GDP หรือการที่ภาวะดอกเบี้ยอยู่ในช่วงขาขึ้น (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2566)

จากเหตุข้างต้นส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคในการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของทำเลที่ตั้ง ประเภทของที่อยู่อาศัย พื้นที่ใช้สอย หรือแม้แต่ราคาของที่อยู่อาศัย ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคทั้งสิ้น จากรายงานการสำรวจ SCB EIC Real Estate Survey 2023 พบว่า ประเภทหรือรูปแบบที่อยู่อาศัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการมากที่สุด คือ บ้านเดี่ยวสร้างเอง โดยคิดเป็นร้อยละ 54 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และส่วนใหญ่มี

งบประมาณในการซื้อไม่เกิน 5 ล้านบาท (ศูนย์ Economic Intelligence, ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2566) จะเห็นว่ากำลังซื้อส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคเล็งเห็นว่าการสร้างบ้านเองจะช่วยควบคุมงบประมาณในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยได้

ด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มความต้องการที่จะสร้างบ้านเพื่ออยู่อาศัยเองเพิ่มมากขึ้นจากปัจจัยในหลายๆ ด้าน จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภค Gen Y มักมองหาบ้านที่ตอบโจทย์ด้านฟังก์ชันและความคุ้มค่า (บุษกร ภูแส, 2565) ซึ่งทำให้วิชาชีพสถาปนิกจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการออกแบบที่อยู่อาศัยที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ให้การบริการที่ถูกต้องตามหลักวิชาชีพและถูกต้องตามข้อกำหนดกฎหมายต่างๆ การให้ความสำคัญทางด้านวิชาชีพสถาปนิกในมุมมองของผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคควรตระหนักถึงเพื่อการออกแบบก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่ตอบโจทย์และตรงตามความต้องการให้ได้มากที่สุด ซึ่งการที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการสถาปนิกแห่งใดหรือสถาปนิกท่านใดในการทำหน้าที่ดังกล่าว ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ส่งผลต่อการรับรู้ ความเข้าใจในสินค้าและบริการ พฤติกรรม ตลอดจนส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสถาปนิกเพื่อออกแบบที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิก ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

3. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

ประโยชน์ที่ได้รับ

เป็นข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพและเป็นแนวทางในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปนิกให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นสถิติที่ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย (กมลชนก จำปาทอง และวรดี จงอัศญากุล, 2565) การซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยในหลายๆ ด้าน เช่น ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคล (จรรยาธิษั ขวัญแก้ว, 2558) กล่าวคือ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ ข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของแต่ละบุคคล โดยเป็นข้อมูลที่ใช้ในการกำหนดตลาดและกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจเชิงสถิติเพื่อวางแผนทางการทำการตลาดต่อไป

ทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติ หมายถึง สภาวะทางด้านจิตใจที่เกี่ยวกับความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด และจะถูกแสดงออกมาผ่านทางพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยความรู้สึกหรือการกระทำที่แสดงออกมาจะเป็นตัวกำหนดสภาวะแวดล้อม สถานการณ์ สิ่งของ หรือ

บุคคล ว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ให้ประโยชน์หรือให้โทษ เป็นสิ่งดีหรือไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบ ทศนคติ มี 3 องค์ประกอบ (Schiffman and Kanuk, 2000) ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (Cognition) ความรู้สึก (Affect) และ พฤติกรรม (Conation) แต่ละองค์ประกอบเชื่อมโยง และส่งผลกระทบต่อกัน หากผู้บริโภคมีการรับรู้ ความเข้าใจในสินค้าและบริการ ในด้านที่ดี จะมีแนวโน้มให้เกิดความรู้สึกชอบในสิ่งเหล่านั้น และนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการต่อไป กล่าวได้ว่า ปัจจัยทางด้านความรู้ ความเข้าใจส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริการ โดยสะท้อนผ่านการรับรู้ ความคุ้มค่าในบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดมุมมองของลูกค้า (7C's)

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) เป็นปัจจัยในการพิจารณาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (มนัสชนก อริยะเดช และบุษกรณ ธีเกียรติ์, 2563) จะทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงความคิดและความรู้สึกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นการกำหนดแนวทางการบริการการตลาด ให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ และ ประสบความสำเร็จได้ ประกอบด้วยมุมมอง 7 ด้าน

1) Customer Value (คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ) คือ คุณค่าและคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะใช้พิจารณา ในการเปรียบเทียบสิ่งที่จะได้รับกับเงินที่ต้องเสียไป เพื่อให้เกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด

2) Cost (ต้นทุน) คือ ค่าสินค้าหรือค่าบริการของผู้บริโภค ที่ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายเพื่อตอบสนองความคุ้มค่าและความต้องการ

3) Convenience (ความสะดวก) คือ การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคของธุรกิจนั้นๆ เช่น การติดต่อสอบถามข้อมูล การสร้างความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

4) Communication (การติดต่อสื่อสาร) คือ ธุรกิจจะต้องจัดหาและจัดทำช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค เพื่อการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้บริโภค

5) Caring (การดูแลเอาใจใส่) คือ การดูแลเอาใจใส่ผู้บริโภคของแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่กระบวนการแรกจนถึงกระบวนการสุดท้ายของการให้บริการ

6) Comfort (ความสบาย) คือ การสร้างความสบายและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

7) Completion (ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ) คือ ความคาดหวังของผู้บริโภคที่จะได้รับการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการอย่างมีคุณภาพ ครบถ้วน เป็นที่พึงพอใจและตรงตามความต้องการให้มากที่สุด

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler (2021) กล่าวถึงแนวโน้มของผู้บริโภคยุคใหม่ในการมองหาบริการที่ตอบสนองความคุ้มค่าและประสบการณ์ที่ดีที่สุด กระบวนการตัดสินใจซื้อจึงเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสภาวะจิตใจและการคาดการณ์ของผู้บริโภคในการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ โดยผ่านกระบวนการคัดกรองจากปัจจัยภายในและภายนอกของแต่ละบุคคล เพื่อให้ทุกการตัดสินใจเป็นการตัดสินใจซื้อที่ตรงตามวัตถุประสงค์ และตอบโต้ตามความต้องการของผู้บริโภค (ชัยณรงค์ พิพิธวีรพันธ์, 2559; ธีรเมธาพัฒน์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์, 2564) กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนตาม Kotler and Keller (2012) ได้แก่ การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior)

ด้วยเหตุที่การให้บริการของวิชาชีพสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย เป็นการให้บริการในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเฉพาะ และมีความถี่ในการใช้บริการไม่มาก ผู้วิจัยจึงศึกษากระบวนการ 3 ขั้นตอนแรก ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ส่วนขั้นตอนที่ 4) การตัดสินใจซื้อ และขั้นตอนที่ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคได้เข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อไปแล้ว ผู้วิจัยจึงประยุกต์และให้คำนิยาม 3 กระบวนการตัดสินใจใน 3 ขั้นตอนแรกดังกล่าว ดังนี้

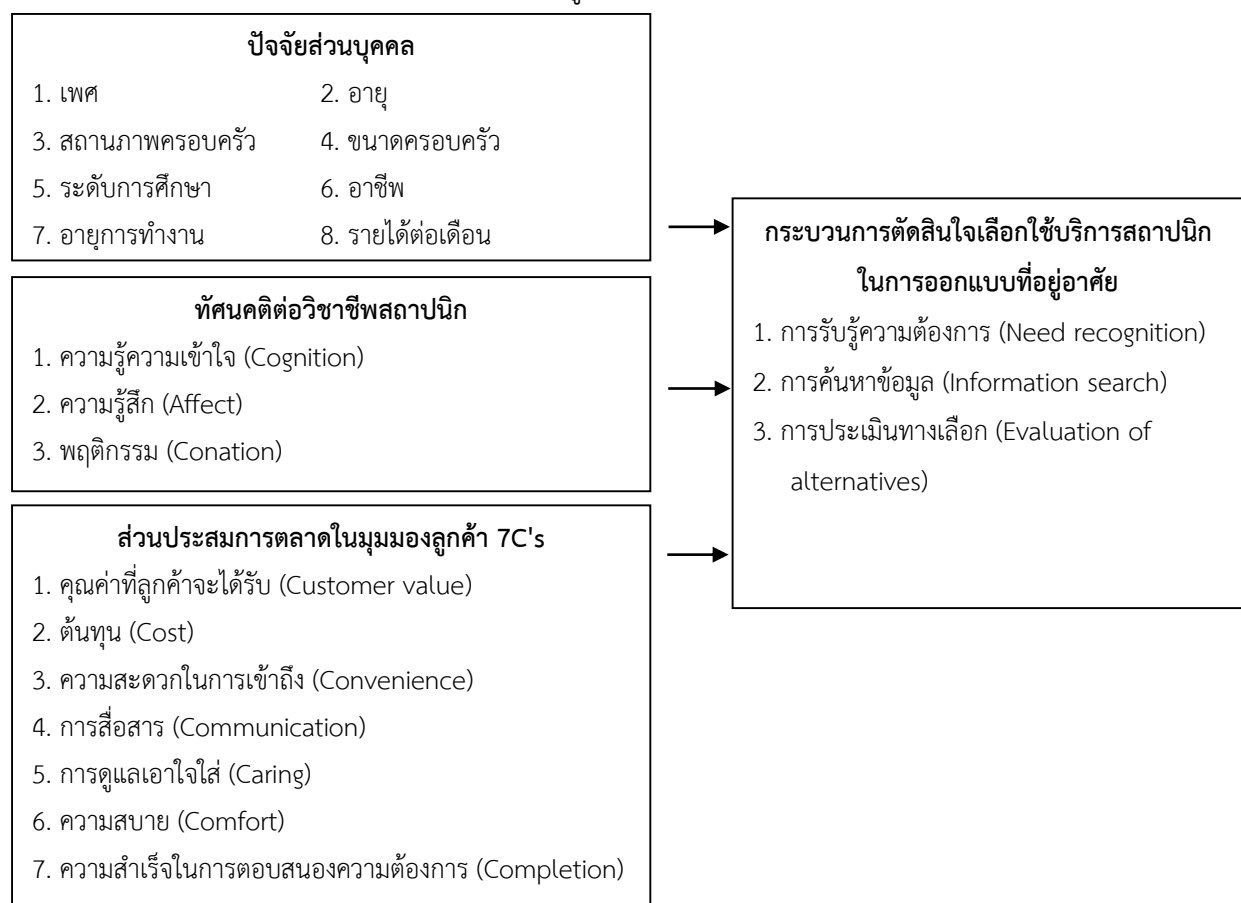
1) การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) ผู้บริโภคจะต้องรับรู้ถึงความต้องการ

ภายในของตนเอง โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อเป็นกรอบและแนวทางเพื่อทำการตัดสินใจ

2) การค้นหาข้อมูล (Information Research Recognition) ผู้บริโภคค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ จากแหล่งที่มาต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงได้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การรวบรวมข้อมูลที่ได้เพื่อประเมินตัวเลือกหรือทางเลือกต่างๆ โดยอาศัยปัจจัยประกอบการตัดสินใจในหลายๆ ด้าน

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัย ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภค Gen Y ที่เกิดในระหว่าง ค.ศ.1981-1996 (Kotler, 2021) หรือ พ.ศ.2524-2539 อายุ 27-42 ปี โดยคำนวณจากจำนวนประชากร Gen Y 15,368,745 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) เมื่อทราบขนาดของประชากร และเก็บแบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามออนไลน์ แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเกี่ยวกับผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุ Gen Y ไม่ได้ประกอบวิชาชีพสถาปนิก และไม่เคยใช้บริการสถาปนิก ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคล แบบ Check list 8 ข้อ ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิก เลือกตอบได้ 5 ระดับ 9 ข้อ ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) เลือกตอบได้ 5 ระดับ 28 ข้อ และส่วนที่ 5 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย เลือกตอบได้ 5 ระดับ 11 ข้อ เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ และมีค่า Cronbach's Alpha = 0.963

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบค่า t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 มีอายุ 33-37 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีขนาดครอบครัวอาศัย 2-3 คน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 มีอายุการทำงาน 11-15 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิก

ข้อมูลทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.14 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.34 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ พฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's)

ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.29 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 4.32 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีการให้ความสำคัญ

อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้าถึง มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ต้นทุน มีค่าเฉลี่ย 4.27 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และต่ำที่สุด คือ ความสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย

ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.21 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การรับรู้ความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.35 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีความคิดเห็นอยู่ใน

ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ การค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพครอบครัว ขนาดครอบครัว อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจโดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิก			
	การรับรู้ความต้องการ	การค้นหาข้อมูล	การประเมินทางเลือก	โดยรวม
เพศ	0.012*	0.521	0.258	0.177
อายุ	0.08	0.117	0.04*	0.48
สถานภาพครอบครัว	0.014*	0.036*	0.139	0.022*
ขนาดครอบครัว	0.002*	0.024*	0.038*	0.015*
ระดับการศึกษา	0.019*	0.513	0.005*	0.069
อาชีพ	0.004*	0.610	0.001*	0.059
อายุการทำงาน	0.002*	0.087	0.025*	0.005*
รายได้ต่อเดือน	0.000*	0.150	0.000*	0.000*

หมายเหตุ : ตัวเลขในตารางแสดงค่า p-value, *มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อวิชาชีพสถานปณิกมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อวิชาชีพสถานปณิกมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย

ของผู้บริโภค Gen Y พบว่า การทดสอบภาวะร่วมความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น (Multi Collinearity) ได้ค่า Tolerance มีค่าไม่เกิน 1.0 และค่า Variation Inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เกิน 10 (Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010) จึงไม่มีปัญหาภาวะเส้นตรงเชิงพหุ ดังนั้น สามารถใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multi Linear Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรผันของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y ได้ 16.1% ($R^2 = 0.161$) และเมื่อทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความเป็นไปได้ของการตั้งสมมติฐานที่สอดคล้องต่อวิชาชีพสถาปนิก มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย

ของผู้บริโภค Gen Y ได้ 16.1% โดยสามารถเรียงลำดับตัวแปรอิสระที่ส่งผลได้ดังนี้ องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม ($Beta = 0.234$) และองค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ ($Beta = 0.222$) ตามลำดับ ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ ($R = 0.401$) ค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับ ($Adj. R^2 = 0.159$) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำงาน ($S.E. = 0.330$) โดยตัวแปรที่ไม่ส่งผล ได้แก่ องค์ประกอบด้านทางความรู้สึก ($Beta = 0.055$) และสมการวิเคราะห์การถดถอย คือ $Y = 2.793 + 0.151(X_3) + 0.161(X_1)$

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิกมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

ทัศนคติต่อวิชาชีพสถาปนิก	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P	Collinearity Statistics	
	B	SE.	Beta			Tolerance	VIF
Constant	2.793	0.163		17.088	0.000*		
ความรู้ความเข้าใจ (X_1)	0.161	0.040	0.222	4.047	0.000*	0.694	1.441
ความรู้สึก (X_2)	0.037	0.037	0.055	0.989	0.323	0.667	1.500
พฤติกรรม (X_3)	0.151	0.033	0.234	4.533	0.000*	0.785	1.274

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานปณิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y พบว่า การ

ทดสอบภาวะร่วมความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น (Multi Collinearity) ได้ค่า Tolerance มีค่าไม่เกิน 1.0 และค่า Variation Inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เกิน 10 (Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010) จึงไม่มีปัญหาภาวะเส้นตรงเชิงพหุ ดังนั้นสามารถใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multi Linear Regression) ด้วยวิธี Enter โดยแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรผันของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y ได้ 47.3% ($R^2 = 0.473$) และเมื่อทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความเป็นไปได้ของการตั้งสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y ได้ 47.3% โดยสามารถ

เรียงลำดับตัวแปรอิสระที่ส่งผลได้ดังนี้ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ($B = 0.273$) ความสบาย ($Beta = 0.243$) และ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ($Beta = 0.218$) ตามลำดับ ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ ($R = 0.668$) ค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับ ($Adj. R^2 = 0.472$) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำงาน ($S.E. = 0.261$) โดยตัวแปรที่ไม่ส่งผลได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ ($Beta = 0.075$) ความสะดวกในการเข้าถึง ($Beta = 0.015$) การสื่อสาร ($Beta = 0.015$) และ ต้นทุน ($Beta = -0.007$) ตามลำดับ และสมการวิเคราะห์การถดถอย คือ $Y = 1.667 + 0.220(X_4) + 0.179(X_9) + 0.159(X_{10})$

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y

ส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า (7C's)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P	Collinearity Statistics	
	B	SE.	Beta			Tolerance	VIF
Constant	1.667	0.135		12.322	0.000*		
คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (X_4)	0.220	0.040	0.273	5.502	0.000*	0.501	1.995
ต้นทุน (X_5)	-0.005	0.041	-0.007	-0.127	0.899	0.394	2.539
ความสะดวกในการเข้าถึง (X_6)	0.010	0.045	0.015	0.230	0.818	0.289	3.455
การสื่อสาร (X_7)	0.010	0.046	0.015	0.226	0.821	0.312	3.207
การดูแลเอาใจใส่ (X_8)	0.054	0.051	0.075	1.066	0.287	0.248	4.034
ความสบาย (X_9)	0.179	0.041	0.243	4.379	0.000*	0.401	2.494
ความสำเร็จในการ ตอบสนองความต้องการ (X_{10})	0.159	0.048	0.218	3.317	0.001*	0.284	3.521

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาผู้บริโภครุ่น Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภครุ่น Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพครอบครัว ขนาดครอบครัว อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยส่วนบุคคล ทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้น จะมีปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่อาจเป็นหนึ่งในเงื่อนไขเข้ามาเกี่ยวข้องในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการ เช่น ในส่วนของสถานภาพครอบครัว และขนาดครอบครัว จะมีจำนวนสมาชิกของครอบครัวเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งจะใช้เวลาไม่น้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการออกความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัว ส่วนอายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน แสดงถึงความพร้อมที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์ (2564) ที่พบว่า สถานะสมรส และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความต้องการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียล ในจังหวัดพิษณุโลก แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรวดี กฤตรัชชานันต์, เจษฎา นกน้อย, และอรจันทร์ ศิริโชติ (2562) ที่พบว่า สถานภาพสมรส และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง แตกต่างกัน เนื่องมาจากสถานภาพสมรสจะบ่งบอกถึงความรักผิดชอบต่อหน้าที่ในครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่วน

รายได้จะบ่งบอกถึงความสามารถและกำลังในการซื้อสินค้า

2. ผลการศึกษาผู้บริโภครุ่น Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน

2.1) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภครุ่น Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ สามารถใช้ความชอบหรือความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการได้ ไม่มีปัจจัยภายนอกอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ โดยการให้บริการของสถานประกอบการ เป็นการให้บริการที่ไม่ได้เฉพาะเจาะจงในปัจจัยส่วนบุคคลข้างต้น หากแต่ถ้าผู้บริโภคมีความพร้อม สามารถติดต่อใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยได้ทั้งสิ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งฤทัย ทาเอื้อ (2563) ที่พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม

3. ผลการศึกษาทัศนคติต่อวิชาชีพสถานประกอบการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภครุ่น Gen Y พบว่า มีองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 2 ด้าน คือ พฤติกรรม และความรู้ความเข้าใจ ซึ่งอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

3.1) พฤติกรรม: แนวโน้มทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่น Gen Y ที่จะแสดงออกมาจะเป็นตัวชี้วัดเมื่อผู้บริโภครุ่น Gen Y ได้รับข้อมูลการให้บริการที่มากเพียงพอ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดถึงความตั้งใจใช้บริการประเภทนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิศารัตน์ จิรรุ่งแสงสถิต (2556) ที่พบว่า

องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของที่พักบนอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำส่งผลให้การจองที่พักบนอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องง่าย

3.2) ความรู้ความเข้าใจ: ผู้บริโภค Gen Y เป็นช่วงวัยที่เกิดมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคม พร้อมทั้งจะตั้งคำถาม และพยายามหาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้ๆ ให้ดีเสียก่อน (Francis and Hoefel, 2018) ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้าหรือการใช้บริการประเภทต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า เป็นที่พึงพอใจ และสมกับความคาดหวังให้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นการใช้บริการงานประเภทใด หากการให้บริการสามารถแสดงถึงกระบวนการทำงานได้อย่างชัดเจน ก็จะสามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วยส่งเสริมรูปแบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค Gen Y ได้อย่างตรงจุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรกานต์ สุคนธวิโรจน์ (2560) ที่พบว่าทัศนคติของกลุ่มคน Gen Y ด้านความรู้ความเข้าใจ ในด้านสถานที่ตั้งและปัจจัยแวดล้อมของโฮสเทล มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการห้องพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งงานวิจัยของอรรักษ์ดี ดำรงศิริ (2566) ที่พบว่า Gen Y ต้องมีข้อมูลการตัดสินใจที่ชัดเจนในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ในขณะที่ผลการศึกษาด้านความรู้สึก (Affect) ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y อาจเนื่องมาจากการใช้บริการสถานประกอบการเป็นการใช้บริการที่เกิดขึ้นไม่บ่อย จึงทำให้ผู้บริโภคยังไม่ตระหนักถึงการใช้บริการและการมีอยู่

ของวิชาชีพสถานประกอบการที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมรญา ขวัญแก้ว และพิรพงษ์ พุศิริ (2563) ที่พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอรกานต์ สุคนธวิโรจน์ (2560) ที่พบว่า ทัศนคติของกลุ่มคนเจนวายด้านอารมณ์ ความรู้สึก ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการห้องพักโฮสเทล เนื่องจากกลุ่มคนเจนวายที่เลือกเข้าพักที่โฮสเทล เพราะมีราคาที่ย่อมเยาและรู้สึกที่ความสะดวกสบายเมื่อเข้าพัก

4. ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y พบว่า มีส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y 3 ด้าน คือ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสบาย และ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ซึ่งอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

4.1) คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer value): ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Francis and Hoefel (2018) ที่ระบุว่า Gen Y มีแนวโน้มตัดสินใจโดยอิงจากคุณค่าที่ได้รับมากที่สุด ผู้บริโภค Gen Y เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว จึงสามารถคิด วิเคราะห์ และเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินชีวิตอย่างละเอียดรอบคอบ ผู้บริโภค Gen Y จึงให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งที่ตนจะได้รับ เมื่อได้ตัดสินใจเลือกกระทำบางสิ่งบางอย่าง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดสำหรับตนเองให้มากที่สุด หากผู้ให้บริการได้ให้ความสำคัญถึงผลลัพธ์จากการให้บริการที่ดี มีคุณภาพ ย่อมทำ

ให้ธุรกิจเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้ไม่ยาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรวิทย์ หินหมื่นไวย (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ที่พบว่า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับทางโรงแรมให้ความสำคัญกับงานบริการและภาพลักษณ์ที่ดีเหนือกว่าคู่แข่ง แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย แนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียล ในจังหวัดพิษณุโลก เพราะศักยภาพในการแข่งขันของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละโครงการ

4.2) ความสบาย (Comfort): เมื่อผู้บริโภค Gen Y เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วแล้ว (Kotler, 2021) สิ่งที่ส่งผลดีแก่ผู้บริโภคมาพร้อมกับเทคโนโลยี คือ ความสบาย การให้ความสบายแก่ผู้บริโภค Gen Y ในการติดต่อประสานงาน และการให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว มีความละเอียด ชัดเจน ถูกต้อง และครบถ้วน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรคำนึงถึงสำหรับงานด้านการให้บริการประเภทต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aye (2022) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความสบาย มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารในเมียนมา และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความสบาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย แนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียล ในจังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้ชีวิตได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น

4.3) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion): ผู้บริโภค Gen Y มักให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด (Francis and Hoefel, 2018) โดยทุกการบริการจะต้องมีมาตรฐาน มีความคุ้มค่า (พิมพ์กานต์ กันปันสืบ และพรรณนุช ชัยปิ่นชนะ, 2565) รวมทั้งมีกระบวนการจัดการที่ช่วยอำนวยความสะดวกด้านเอกสารการเงิน และกฎหมาย (นิรินธน์ สอดศรี, 2565) และได้รับผลงานที่ตอบโจทย์ความต้องการ เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ หรือการบอกต่อการใช้บริการแก่บุคคลรอบข้าง หรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความกว้างขวางและรวดเร็ว ถึงความประทับใจในการใช้บริการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย แนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุค มิลเลนเนียล ในจังหวัดพิษณุโลก โดยเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ที่มีความหลากหลาย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง ได้อย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับณัฐพงศ์ พงศ์สุวรรณ (2564) ที่พบว่า ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการเครือข่าย AIS แบบเติมเงิน

ในขณะที่ผลการศึกษาร่วมส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ในด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) การสื่อสาร (Communication) และ ต้นทุน (Cost) ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y อาจเนื่องมาจากการให้ความสำคัญของผู้บริโภคในด้านการดูแลเอาใจใส่

ความสะดวกในการเข้าถึง และการสื่อสาร เป็นรูปแบบหรือช่องทางการสื่อสารที่เป็นงานพื้นฐานสำหรับงานด้านการให้บริการที่ควรปฏิบัติเมื่อมีผู้มาใช้บริการ และผู้ใช้บริการคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีอยู่แล้ว ส่วนในเรื่องของต้นทุน จะมีข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ทางวิชาชีพที่ใช้สำหรับงานด้านการให้บริการซึ่งเป็นมาตรฐานทั่วไปอยู่แล้ว ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในด้านอื่นมากกว่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับอัสวีร์ แสงวัฒนานนท์ (2564) ที่พบว่า การดูแลเอาใจใส่ ความสะดวกในการเข้าถึง การสื่อสาร และต้นทุนมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียล ในจังหวัดพิษณุโลก กล่าวคือ อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีระดับราคาที่ค่อนข้างสูงต่อความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูล และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างนาน เพราะฉะนั้นข้อมูลต่างๆที่ผู้บริโภคต้องการ ทางผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมในการติดต่อประสานงาน ให้ข้อมูลที่มีความละเอียดและชัดเจน มีการสื่อสารที่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจที่ตรงกัน เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคในการเปรียบเทียบเก็บเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย สถานภาพ ครอบครัว ขนาดครอบครัว อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค Gen Y ที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการวิชาชีพจะต้องวางแผนและวางแผนแนวทางการปฏิบัติวิชาชีพ ถึงขั้นตอนและกระบวนการในการออกแบบที่อยู่อาศัยโดยให้ความสำคัญกับปัจจัย

ภายนอกอื่นๆของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพื่อให้การออกแบบที่อยู่อาศัยเป็นไปอย่างเหมาะสม ตรงตามความต้องการและตอบโจทย์ในเรื่องงบประมาณที่ผู้ว่าจ้างได้ตั้งเอาไว้ให้มากที่สุด

2. ทักษะติดต่อวิชาชีพสถาปนิก ด้านความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัย ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกควรเน้นการสร้าง ความเข้าใจในขั้นตอนการทำงาน และการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อสร้างความไว้วางใจ

2.1) ความรู้ความเข้าใจ: ด้วยเหตุที่วิชาชีพสถาปนิก เป็นวิชาชีพที่ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะมีความรู้สึกถึงความยากต่อการเข้าถึง และต้องใช้เวลาในการทำ ความเข้าใจถึงกระบวนการทำงานในแต่ละขั้นตอน เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้มีประสบการณ์หรือมีความถนัดในการใช้บริการวิชาชีพสถาปนิกอยู่เป็นประจำ ดังนั้นผู้ประกอบการวิชาชีพสถาปนิก จึงต้องเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพ รวมถึงความจำเป็นและการมีอยู่ของวิชาชีพสถาปนิก ให้ผู้บริโภคได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ผ่านการจัดนิทรรศการทางวิชาชีพ หรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นแหล่งรวบรวมและกระจายความรู้ที่รวดเร็วและกว้างขวางในสภาพสังคมปัจจุบัน

2.2) พฤติกรรม: เมื่อผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจถึงการมีอยู่ของวิชาชีพและกระบวนการทำงานของวิชาชีพเพิ่มมากขึ้นแล้ว ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นแนวทางและเป็นส่วนหนึ่งในการชี้นำให้ผู้บริโภคได้เปิดใจ ยอมรับ และเลือกที่จะใช้บริการวิชาชีพเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3. ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

Gen Y จึงควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เน้นคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสะดวกสบาย และความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3.1) คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ: ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกควรให้ความสำคัญแก่ผลลัพธ์หรือสิ่งที่คุณภาพ เป็นมาตรฐาน และถูกต้องตามหลักการทางวิชาชีพ โดยมีความพร้อมที่จะมอบประสบการณ์ที่ดี สร้างความพึงพอใจ และความประทับใจแก่ผู้บริโภครที่เป็นผู้ว่าจ้าง

3.2) ความสบาย: ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกจะต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติวิชาชีพ เพื่อให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสมแก่ผู้ว่าจ้าง เพื่อให้ผู้ว่าจ้างเกิดความสบายใจที่จะว่าจ้างสถาปนิก พร้อมทั้งให้ความไว้วางใจแก่สถาปนิกในการเป็นผู้ประสานงานในเรื่องต่างๆ ในช่วงระหว่างงานออกแบบและระหว่างงานก่อสร้าง ให้ผลงานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผู้ว่าจ้าง

3.3) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ: เป้าหมายของงานบริการ คือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด โดยผู้บริโภคจะมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป จึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกที่จะมอบการให้บริการที่ดี ตลอดกระบวนการของการให้บริการ เพื่อให้เกิดความสำเร็จแก่ผลงาน และตอบโจทยความต้องการของผู้ว่าจ้าง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกซึ่งเป็นข้อมูลที่อยู่ภายในความคิดของ

ผู้บริโภคเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเป็นรายบุคคล หรือรายกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาส่งเสริมและปรับปรุงให้เหมาะสมกับกระบวนการการปฏิบัติวิชาชีพสถาปนิก ให้เท่าทันกับความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ตามความเปลี่ยนแปลงไปของสังคมในยุคปัจจุบัน

2. ควรศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาปนิกในการออกแบบที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค เช่น ปัจจัยขั้นตอนและกระบวนการทำงานออกแบบของสถาปนิก ตั้งแต่เริ่มงานออกแบบ จนถึงส่งงานออกแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานของสถาปนิกอย่างแท้จริง

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำรวจเฉพาะกลุ่มประชากรเป้าหมายเพียงแค่ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุอยู่ใน Gen Y (27-42 ปี) การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป อาจขยายกลุ่มประชากรเป้าหมายไปยังผู้บริโภคในช่วงอายุกลุ่มอื่นๆ เพื่อให้ทราบความคิดเห็น และการให้ความสำคัญแก่วิชาชีพของผู้บริโภคในหลากหลายช่วงอายุมากขึ้น

4. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สำรวจเฉพาะกลุ่มประชากรเป้าหมายที่ไม่เคยใช้บริการสถาปนิกมาก่อนเท่านั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายที่เคยใช้บริการสถาปนิก เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์จากการใช้บริการสถาปนิกของผู้บริโภค และเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการสถาปนิกสำหรับเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของวิชาชีพสถาปนิกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก จำปาทอง และวราดี จงอัศญากุล. (2565). การศึกษาความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของ GEN Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Journal of Buddhist Education and Research*, 8(2), 142-152.
- กรวิทย์ หินหมื่นไวย. (2555). ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- จรรยาธิษั ขวัญแก้ว. (2558). ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮม 3 ชั้น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชัยณรงค์ พิพิธวีรนนท์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ณัฐพงศ์ พงศ์สุวรรณ. (2564). ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการเครือข่าย AIS แบบเติมเงิน. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธัช สหเมธาพัฒน์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร. การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564 มหาวิทยาลัยนเรศวร. วันที่ 1 เมษายน 2564.
- ธำรงค์ศักดิ์ ดำรงศิริ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม: กรณีศึกษาโครงการพลัม มิกซ์ แจ้งวัฒนะ. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 28(1), 59-66.
- นิรันดร์ สอดศรี. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท ในพื้นที่พุทธมณฑลสาย 5 จังหวัดนครปฐม. *วารสารการจัดการโชคคุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 1(1)
- นิศารัตน์ จิรรุ่งแสงสถิต. (2556). ทศนคติ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักบนอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุษกร ภู่อส. (2565). ส่องเจเนวาย ซื้อบ้านยุคใหม่! 'ซีเคียวริตี้-สเปซ-ฟังก์ชัน' มาแรง. ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ <https://www.reic.or.th/News/RealEstate/455372>
- เมธญา ขวัญแก้ว และพีรพงษ์ ฟูศิริ. (2563). การศึกษาทัศนคติและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563, มหาวิทยาลัยรังสิต.

- พิมพ์กานต์ กันปันสืบ และพรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. (2565) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินบรรจุขวดของผู้บริโภค Gen Y ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 28(2), 105-115.
- ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์, เจษฎา นกน้อย, และอรจันทร์ ศิริโชติ (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 11(3), 121-128.
- มนัสชนก อริยะเดช และบุษกรณ์ สี่เจ้ายะระ. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์วิทยาศาสตร์ของผู้บริโภคออนไลน์. *Journal of Modern Learning Development*, 5(5), 1-14.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566). *สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยทั่วประเทศไตรมาส 1 ปี 2566*. <https://www.reic.or.th/>
- ศูนย์ Economic Intelligence, ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (มีนาคม 2023). ข้อมูลการสำรวจ Residential Real Estate Survey: จักรวรรดิที่อยู่อาศัยตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคนี้.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565) สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. <https://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- หนึ่งฤทัย ทาเอื้อ. (2563) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้า GEN Y ประเภทเพื่ออยู่อาศัย (Real Demand) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์. (2564). *พฤติกรรม และส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า (7Cs) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุค Millennials ในจังหวัดพิษณุโลก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อรกานต์ สุนทรวิโรจน์. (2560). *ทัศนคติของกลุ่มคนเจนวายต่อความตั้งใจใช้บริการห้องพักรีสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Aye, P. N. (2022). *7CS Marketing mix, Customer satisfaction and customer engagement in Myanmar citizens bank*. (Master's Thesis) Yangon University of Economics.
- Francis, T. and Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies, McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Shiffman, L.G. & Kanuk, L. (2000). *Consumer Behavior*. (7th ed.). Prentice-Hall.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). Harper and Row.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เขตพื้นที่บางขุนนนท์

The Participation of people in disaster prevention and mitigation in Bang Khun Non Area

พงศ์พิรพิชญ์ วิวัฒน์วานิช¹ และ เฉลิมพร เย็นเยือก²

สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยรังสิต^{1,2}

Pongpeerapich Vivatthanawanich¹ and Chalernporn Yenyuak²

Institute of Public Administration and Public Policy, Rangsit University^{1,2}

E-mail: pimmz_26@hotmail.com¹

E-mail: chalernporn.y@rsu.ac.th²

Received: July 9, 2024; Revised: December 19, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (2) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมดังกล่าว และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตบางขุนนนท์ โดยมีเป้าหมายในการเสนอแนะแนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตบางขุนนนท์จำนวน 120 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การหาค่าจำนวนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานด้วยสมมติฐานสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจของประชาชนในการมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.400) และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในภาพรวมก็อยู่ในระดับสูงเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.636) โดยการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจร่วมกันมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, แรงจูงใจ

Abstract

The objectives of this study were to: (1) examine the level of motivation for community participation in disaster prevention and mitigation, (2) assess the level of community participation in disaster prevention and mitigation, and (3) analyze the correlation between motivation and community participation in disaster prevention and mitigation in Bang Khun Non District. The study aimed to provide recommendations for enhancing community involvement in disaster management. A quantitative research methodology was employed, with data collected from 120 residents of Bang Khun Non. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics through Pearson's correlation coefficient. The findings indicated that the overall motivation level for community participation was high (mean = 4.10, SD = 0.400). Similarly, the level of participation in disaster prevention and mitigation was also high (mean = 4.10, SD = 0.636), with the highest mean score observed for collaborative decision-making. The correlation analysis revealed a moderate to high relationship between motivation and community participation in disaster management, with a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Community participation, Disaster prevention and mitigation, Motivation

บทนำ

การบริหารจัดการทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน มีเป้าหมายสำคัญร่วมกันประการหนึ่งคือ ต้องการสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรหรือหน่วยงาน ที่จะส่งผลต่อความเข้มแข็งของประเทศ ซึ่งการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้นั้น กลไกการบริหารงานของทุกองค์กร ต้องมีสมรรถนะการจัดการที่เข้มแข็ง มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า มีความพยายามในการนำเทคโนโลยีสนับสนุนต่างๆ มาช่วยให้งานบรรลุเป้าหมายที่กำหนด แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าองค์กรจะมีทรัพยากรอื่นที่เข้มแข็งเพียงพออย่างไร ก็

ไม่เทียบเท่าความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ และยังระดับการมีส่วนร่วมเป็นไปอย่างเข้มแข็งมากขึ้นเท่าใด ก็จะส่งผลทำให้ระดับความสำเร็จที่เกิดขึ้นนั้น เกินกว่าเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้ กล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน (Participation) ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่ส่งผลให้การดำเนินโครงการต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม และได้รับการยอมรับจากประชาชนรวมถึงประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของโครงการนั้นด้วยซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เข้ามาร่วมคิดร่วมตัดสินใจแก้ไขปัญหาาร่วมกันพัฒนานั้นมีนักวิชาการให้นิยามความหมายของการมีส่วนร่วม (Putti, 1987) โดย

Cohen and Uphoff (1980) ได้เสนอแนวทางการบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่าจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการคือ การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ (Decision Making) ว่าจะทำอะไรและทำด้วยวิธีการอย่างไร การมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ (Implementation) โดยเป็นการต่อเนื่องจากมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินการต่างๆ แล้ว ในการดำเนินการนั้น สมาชิกมีการสนับสนุนทรัพยากรเพื่อให้สามารถดำเนินการที่เหมาะสมได้หรือไม่อย่างไร การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefit) อันเกิดจากการดำเนินโครงการพัฒนา และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลของการมีส่วนร่วมนั้นอย่างต่อเนื่อง (Evaluation) เพื่อเป็นการประเมินผลการดำเนินการร่วมกันว่าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่าหรือไม่ โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ด้วยการสนับสนุนและปฏิบัติด้วยดีจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ การให้การยอมรับจากสมาชิกทุกระดับ รวมถึงได้รับการสนับสนุนทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่ทำร่วมกันอย่างเหมาะสมเพียงพอ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ตามเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างมีคุณค่า และยังเป็นการสะท้อนถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์กรหรือในชุมชน (Davis, 1977) ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งและต่อเนื่อง จะแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในชุมชน อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจที่จะเกิดขึ้นจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตชุมชนประการหนึ่ง

(Dubrin,1981) ซึ่งแนวทางดังกล่าวถือได้ว่าเป็นปัจจัยเชิงสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งผลให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

การมีส่วนร่วมที่สำคัญคือ มุ่งเน้นให้มีการการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ต้องมีการตัดสินใจร่วมกัน และมีการระดมความคิดความรู้ ระดมพลังงานในการปฏิบัติร่วมกัน มีความไว้วางใจกัน เพื่อให้งานสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งแนวคิดการมีส่วนร่วมเป็นแนวทางสำคัญที่มีความพยายามขับเคลื่อนในทุกภาคส่วน ดังปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ในแนวทางสำคัญเพื่อให้ประเทศไทยได้พัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการพัฒนาอย่างสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านวัตถุกับการพัฒนาด้านจิตใจ เพื่อให้สังคมมีความสุข เป็นธรรม และมีโอกาสทัดเทียมกันเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความสุขให้ประชาชน มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาประเทศ ซึ่งการมีส่วนร่วมดังกล่าว จะมีหุ้นส่วนการพัฒนาใน 4 ภาคส่วนสำคัญคือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และ ภาคประชาสังคม ซึ่งเป็นประชาชนคนไทยจากภาคส่วนต่างๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของประเทศไทย และยังมีจุดลดความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นแบบแพร่กระจายไปในสังคมไทยอีกทางหนึ่งด้วย (วันฉัตร สุวรรณกิตติ, 2563)

ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นหลักการสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งของประเทศดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น แต่อย่างไรก็ตาม อรรถัย กักพล (2552) ได้เสนอว่า การมีส่วนร่วมของ

ประชาชนเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมและการเมือง ในอดีตการมีส่วนร่วมของประชาชนมักหมายถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองแต่ปัจจุบันสังคมให้ความสำคัญกับประชาธิปไตยทางตรงส่งผลให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีขอบเขตกว้างขึ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) ที่หน่วยงานภาครัฐได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์นโยบายกระบวนการบริหารและตัดสินใจของชุมชนเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวมอย่างแท้จริง ทั้งนี้ต้องอยู่บนพื้นฐานของการที่ประชาชนจะต้องมีอิสระทางความคิด โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีลักษณะการเข้าร่วมอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดไม่ใช่เป็นการจัดเวทีการมีส่วนร่วมครั้งเดียว นอกจากนี้ยังได้นักวิชาการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งยังมีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่างๆ อาทิ ปัญหาทางด้านสังคม เนื่องจากสังคมไทยยังเป็นที่ยังคงไม่ค่อยยอมรับฟังความคิดเห็นของคนที่มีความเห็นต่างสุดขั้ว หรือ ความเห็นของบุคคลที่มีตำแหน่งน้อยกว่า จึงอาจมุ่งเน้นความเห็น และแนวปฏิบัติของบุคคลเสียงส่วนใหญ่หรือผู้มีอำนาจ หน้าที่สูงกว่า จึงอาจทำให้ประชาชนไม่ค่อยเข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้นการที่บุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมจึงต้องมีความเห็นหรือแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับเสียงส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ยังมีประชาชนที่คิดว่าตนไม่ได้รับผลประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงหรือทางอ้อม จากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ จึงอาจแสดงออกโดยการละเลย เพิกเฉย จากเหตุดังกล่าว จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทำให้กระบวนการมีส่วนร่วมของสังคมไทยยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ ดังนั้น การมีส่วนร่วม

ของชุมชนจะเข้มแข็งได้ต้องมีสมาชิกทุกฝ่าย ทุกระดับ ที่มีคุณภาพ มีความรู้ ความคิด และความกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล และจริยธรรม ร่วมกับความรับผิดชอบ โปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล (จรรยาพรทอง-แสงอุทัย, 2559)

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงแรงจูงใจในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่บางขุนนนท์ อันเนื่องจากพบว่าสาธารณภัยยังคงมีแนวโน้มจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคมไทยจากสังคมชนบทไปสู่ สังคมเมืองอย่างรวดเร็ว ประชาชนมีโอกาสดำรงชีวิตในพื้นที่เสี่ยงภัยมากขึ้นส่งผลให้เกิดผลกระทบจากสาธารณภัยในระดับที่รุนแรงเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภัยที่เกิดจากธรรมชาติ อาทิ วาตภัย อุทกภัย แล้ง ภัยหนาว รวมถึงภัยที่เกิดจากการกระทำของบุคคล เช่น อัคคีภัย อุบัติภัย การรั่วไหลของสารเคมีอันตราย หากประชาชนต้องการที่จะลดผลกระทบ และสร้างคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนของตน ซึ่งถือเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดย หน่วยงานต่างๆ ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ซึ่งมีหน้าที่ในการช่วยเหลือและบรรเทาสาธารณภัย จึงต้องเตรียมพร้อมต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 ได้กำหนดยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งในการขับเคลื่อนภารกิจด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยคือ การส่งเสริมความร่วมมือในการจัดการสาธารณภัย โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างองค์ความรู้

ความตระหนักในความปลอดภัย เพื่อพัฒนาศักยภาพ สังคม ท้องถิ่น และยังสอดคล้องกับหลักการป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัยในระดับสากลอีกด้วย จากที่มา และความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงระดับแรงจูงใจและระดับการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และ ศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- 2) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจ : ความหมาย และ ความสำคัญ

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึงสิ่งที่ชักจูงใจ มีอิทธิพลและกระตุ้นให้เกิดการแสดงพฤติกรรม เพื่อให้ไปถึงซึ่งจุดหมายที่ต้องการ อย่างไรก็ตามยังมีผู้ให้นิยามและความหมายเรื่องแรงจูงใจจำนวนมาก อาทิ สมยศ นาวิการ (2554) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานมาก เพราะผู้บริหารจะต้องทำงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยอาศัยบุคคลอื่น คนเป็นทรัพยากรที่มีชีวิต จิตใจ แรงจูงใจจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อ การปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ จึงถือได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อ

ผู้บริหารเสมอ โดย แรงจูงใจสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือแรงจูงใจทางด้านร่างกาย และแรงจูงใจทางสังคม แรงจูงใจทางด้านร่างกายเป็นความต้องการทางด้านชีววิทยาของร่างกายด้านต่าง ๆ ส่วนแรงจูงใจทางสังคมเป็นความต้องการที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นเพื่อ การได้เป็นส่วนหนึ่งของ สังคมโดยต้องการชื่อเสียง ความสำเร็จในชีวิต นอกจากนี้แรงจูงใจยังแบ่งตาม เหตุผลของการ แสดงออกของพฤติกรรมได้อีก โดย แบ่งเป็นแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ซึ่ง แรงจูงใจ ภายในปลูกฝังได้ยากกว่าและมีคุณค่า มากกว่าแรงจูงใจภายนอก เนื่องจากแรงจูงใจภายใน สามารถ ทำให้พนักงานสามารถประสบความสำเร็จในงานได้สูงกว่าแต่ก็เป็นการยากที่จะสร้างให้พนักงาน ปฏิบัติงานเกิดความรัก หักศนคติที่ดีต่องานที่ตนเองทำ อยู่ ตามทฤษฎี 2 ปัจจัย (Two factor motivation) โดย Herzberg (1990) ที่ได้เสนอว่า ปัจจัยจูงใจจะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองที่แตกต่างหรือนอกเหนือเกินกว่าที่ คาดหวังจะทำให้บุคคลนั้น มีความรู้สึกพึงพอใจต่อการ ดำเนินการนั้น ๆ โดยได้จำแนกเป็น 2 กลุ่มคือ

1) ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors) เป็น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเพื่อจูงใจให้ คนชอบ และรักงานที่ปฏิบัติเป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะสามารถสนองความต้องการภายในบุคคลได้แก่ 1.1) ความสำเร็จในการทำงาน หมายถึงการที่บุคคล ทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบ ความสำเร็จอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รู้จักป้องกันปัญหาที่จะ เกิดขึ้น เมื่องานสำเร็จจึงรู้สึกพึงพอใจและปลาบปลื้ม ในความสำเร็จของงานนั้นๆ 1.2) การได้รับการยอมรับ

นับถือ หมายถึงการได้รับการยอมรับนับถือจากหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน เช่น การยกย่องชมเชย แสดงความยินดีการให้กำลังใจหรือ การ แสดงออกให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ 1.3) ลักษณะของงานที่ปฏิบัติหมายถึง งานที่อาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทำหาย น่าสนใจต้องลงมือทำหรือเป็นงานที่สามารถกระทำ ได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพัง 1.4) ความรับผิดชอบ หมายถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้ รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบหรือตัดสินใจ โดยไม่มีการตรวจหรือควบคุม อย่างใกล้ชิด 1.5) ความก้าวหน้า หมายถึงได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น การมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม

2) ปัจจัยห้า (Hygiene Factors) หรือปัจจัยอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะห้าให้ แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลาถ้าไม่มีปัจจัยนี้จะทำให้บุคคลในองค์กรเกิดความ ไม่ชอบในงานขึ้นมา ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย 2.1) เงินเดือนหรือการเลื่อนขั้นเงินเดือนหรือสิ่งตอบแทนที่เกิดขึ้นนั้นเป็นที่พอใจสอดคล้องกับความคาดหวังของบุคคล 2.2) โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต นอกจากจะหมายถึงการที่บุคคล ได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับ ความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพด้วย

การมีส่วนร่วม

Cohen & Uphoff (1981) ได้จำแนกชนิดของการมีส่วนร่วมเอาไว้ 4 ประเภทได้แก่

1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ (Decision Making) ในกระบวนการตัดสินใจนั้น ประการแรกที่สุดที่จะต้องกระทำคือ การกำหนด

ความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นเลือกนโยบายและประชากรที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจนี้เป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่องที่ต้องดำเนินไปเรื่อยๆ ตั้งแต่การตัดสินใจช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจช่วงดำเนินการวางแผนและการตัดสินใจช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

2) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ (Implementation) ใน ส่วน ที่ เป็นองค์ประกอบของการดำเนินโครงการนั้น จะได้มาจากคำถามที่ว่า ใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้าง และจะทำประโยชน์ด้วยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากรการบริหารงานและงบประมาณ และการขอความช่วยเหลือ

3) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ อันเกิดจากโครงการนั้นๆ (Benefits) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นั้น นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังต้องพิจารณาการกระจายผลประโยชน์ทางบวก และผลที่เกิดขึ้นทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลในสังคมด้วย

4) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ (Evaluation) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลนั้น สิ่งที่สำคัญที่ต้องสังเกต คือ ความคิดเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) และความคาดหวัง (Expectations) ซึ่งมีอิทธิพลสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่างๆ ได้

การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (2566) ได้เสนอความหมายของสาธารณภัย (Disaster) ว่า

หมายถึง อคติภัย วาตภัย อุทกภัย ภัยแล้ง รวมถึงภัยอื่นๆ อันมีผลกระทบต่อสาธารณชน ทั้งที่เกิดจากภัยธรรมชาติ มีผู้ทำให้เกิดขึ้นอันก่อให้เกิดอันตราย หรือความเสียหายต่อชีวิต และทรัพย์สินของประชาชนหรือของรัฐ จากความหมายดังกล่าวข้างต้น จะพบว่าสาธารณภัยเกิดขึ้นได้กับทั้งในระดับบุคคล รวมถึงระดับองค์การทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทุกภาคส่วน ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันก่อนที่สาธารณภัยต่างๆ จะเกิดขึ้น รวมถึงเมื่อเกิดขึ้นแล้วนั้น จะมีวิธีการบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นให้ลดลงให้ได้มากที่สุด และรวดเร็วที่สุด การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นวิธีการที่สำคัญที่สุดในการดำเนินการดังกล่าวให้ลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ ในเบื้องต้น หน่วยงานภาครัฐได้มีความพยายามในการดำเนินการด้วยการจัดตั้งศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อปฏิบัติการ ประสานการปฏิบัติการให้การสนับสนุนและให้การสงเคราะห์เบื้องต้นแก่ผู้ประสบภัย หรือผู้ได้รับความเสียหาย ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชนในพื้นที่ให้ร่วมกันปฏิบัติการในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชนเพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการให้มากที่สุด อันจะเป็นการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่ได้อย่างมีคุณค่า

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปแนวคิดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมสำหรับประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ว่า เมื่อบุคคลมีความคาดหวังหรือความต้องการขั้นพื้นฐานในระดับที่คิดว่าตนเองควรจะได้รับ รวมถึงเมื่อบุคคลระเบียบวิธีวิจัย

คาดหวังในสิ่งที่ต้องการว่าจะต้องได้รับนั้น ถือเป็นปัจจัยเหตุของแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลนั้นเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ได้สิ่งที่ตนเองต้องการและเมื่อบุคคลได้เข้ามามีส่วนร่วมแล้วนั้น ในการดำเนินการตามกระบวนการมีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรมนั้น มีแนวปฏิบัติอย่างไร เพื่อสนับสนุนเสริมสร้างคุณภาพการมีส่วนร่วมให้เป็นไปอย่างเข้มแข็ง และยั่งยืน ขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น อันจะทำให้เกิดคุณภาพชีวิตของประชาชนและชุมชนที่ดีอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ

ขอบเขตการวิจัย

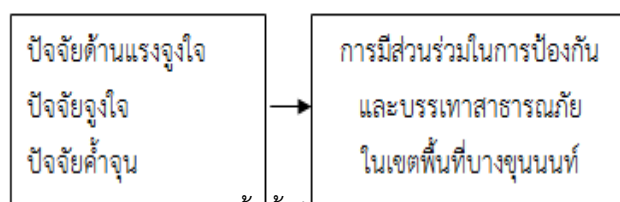
ขอบเขตด้านประชากร : มุ่งศึกษาจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บางขุนนนท์ สำนักงานเขตบางกอกน้อย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : ศึกษาเฉพาะด้านแรงจูงใจ ด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ตามแนวคิดของ Herzberg (1990) และด้านการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1981 อ้างถึงในสมบัติ นามบุรี, 2562)

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านแรงจูงใจของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในพื้นที่บางขุนนนท์

กรอบแนวคิดการศึกษา



การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก

ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่บางขุนนนท์ จำนวน 10,340 คน (สำนักงานเขตบางกอกน้อย, 2566) ใช้วิธีการคำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ G*power กำหนดระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 จากการคำนวณตามโปรแกรม ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 111 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บเพิ่มเติมอีกจำนวน 9 คน รวมเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบตามสะดวกจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 120 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความน่าจะเป็นแบบง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของประชาชน และ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยผู้วิจัยได้ทำ

ตารางที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 120 คน

คุณลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	82	68.09
	หญิง	38	31.91
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	4	3.55
	25 - 45	77	63.83
	มากกว่า 45 ปี	39	32.62
สถานภาพ	โสด	48	39.72
	สมรส	71	58.87
	ม่าย / หย่าร้าง	2	1.42
การศึกษา	น้อยกว่าปริญญาตรี	29	24.11
	ปริญญาตรี	62	51.77
	สูงกว่าปริญญาตรี	29	24.11

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 82 คน (ร้อยละ 50.4) มีอายุระหว่าง 25-45 ปี จำนวน

การแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่บางขุนนนท์ จำนวน 30 คน แล้วนำมาค่าตอบที่ได้มาวิเคราะห์ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α = coefficient) ของ Cronbach (1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.88 ซึ่งเป็นระดับที่มีความเชื่อมั่นสูง จึงได้นำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้วยสถิติอนุमानสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

77 คน (ร้อยละ 63.83) มีสถานภาพสมรส จำนวน 71 คน (ร้อยละ 58.87) มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 62 คน (ร้อยละ 51.77)

ผลการศึกษาความคิดเห็นระดับแรงจูงใจและระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของประชาชนในเขตบางขุนนนท์ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ระดับแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตบางขุนนนท์

ระดับแรงจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านความสำเร็จในงาน	4.06	0.399	มาก	4
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	4.11	0.396	มาก	2
ด้านความชื่นชอบในการมีส่วนร่วม	4.10	0.401	มาก	3
ด้านความรับผิดชอบในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน	4.15	0.405	มาก	1
ภาพรวม	4.10	0.400	มาก	

ผลสรุปการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่บางขุนนนท์ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.400) เมื่อพิจารณาตามรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยจูงใจในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านความรับผิดชอบต่อชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.15 ค่า

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.405) รองลงมาคือ ด้านปัจจัยจูงใจในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยด้านการได้รับความยอมรับนับถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.396) และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้าน ปัจจัยจูงใจในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านความสำเร็จในการเข้าร่วมกิจกรรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.399)

ตารางที่ 3 สรุปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่บางขุนนนท์

	ปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล	อันดับ
1	ปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านความสัมพันธ์	4.05	0.387	มาก	3
2	ปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านกฎ ระเบียบ นโยบาย	4.14	0.422	มาก	1
3	ปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านความมั่นคง ปลอดภัย	4.10	0.410	มาก	2
	เฉลี่ยรวม	4.08	0.594	มาก	

ผลสรุปการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่บางขุนนนท์ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.594) เมื่อพิจารณาตามรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านกฎ ระเบียบ นโยบาย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.422) รองลงมาคือ ด้านปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านความมั่นคง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.410) และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้าน ปัจจัยค้ำจุนในการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านความสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.387)

ตารางที่ 4 สรุปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่บางขุนนนท์

	การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	อันดับ
1	การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วมตัดสินใจ	4.13	0.418	มาก	1
2	การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วมดำเนินงาน	4.11	0.832	มาก	2
3	การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วมรับผลประโยชน์	4.10	0.692	มาก	3
4	การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วมติดตามประเมินผล	4.06	0.603	มาก	4
	เฉลี่ยรวม	4.10	0.636	มาก	

ผลสรุปการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่บางขุนนนท์ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.636) เมื่อพิจารณาตามรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วมตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.418) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วมดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.832) และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการร่วม

ติดตามประเมินผล (ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.603)

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจ กับการมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่บางขุนนนท์ พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกันในทุกด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง โดย ปัจจัยด้านความรู้ด้านการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตบางขุนนนท์ มีระดับความสัมพันธ์สูงสุด ($r = .703$) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันปัจจัยแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่บางขุนนนท์

แรงจูงใจ	r
ปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จ	.683
ปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	.659
ปัจจัยจูงใจด้านการเข้าร่วมกิจกรรม	.669
ปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบ	.643
ปัจจัยด้านความรู้ด้านการมีความสัมพันธ์	.703
ปัจจัยด้านนโยบาย กฎ ระเบียบ	.690
ปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัย	.669

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าระดับแรงจูงใจด้านความรับผิดชอบต่อในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนอยู่ในระดับสูงกว่าด้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.15) กล่าวได้ว่าประชาชนในพื้นที่บางขุนนนท์ มีความตระหนักและผูกพันต่อพื้นที่อาศัยของตน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นหรือเสริมแรงเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้

เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งปัจจัยการมีส่วนร่วมด้านการร่วมตัดสินใจมีระดับสูงกว่าด้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.13) นั่นคือ ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความตระหนักถึงสภาพแวดล้อมในพื้นที่ของตนได้ดี ทำให้สามารถร่วมตัดสินใจดำเนินการต่างๆ เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้อย่าง

เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างมีคุณค่า

ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่างปัจจัยจูงใจในทุกด้าน ได้แก่ด้านความสำเร็จในการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ด้านการได้รับการยอมรับนับถือในการมีส่วนร่วม ด้านความชื่นชอบในการมีส่วนร่วม และ ด้านความรับผิดชอบในการเข้ามามีส่วนร่วม กับ การมีส่วนร่วมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่บางขุนนนท์ พบว่ามีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูงในทุกด้าน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) อยู่ระหว่าง 0.683 – 0.703 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า บุคคลจะมีความรู้สึกต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เมื่อรู้สึกว่าได้ได้รับการยอมรับ และ ได้รู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม ได้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดแรงจูงใจ โดย Herzberg (1990) ที่ได้เสนอว่า ความต้องการของคนในองค์กรหรือในสังคม หรือ การจูงใจจากการทำงานว่า ความพอใจในงานที่ทำ และความไม่พอใจในงานที่ทำไม่ได้มาจากปัจจัย กลุ่มเดียวกัน แต่มีสาเหตุมาจากปัจจัย 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) กับปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ การที่ประชาชนในชุมชนมีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่บางขุนนนท์นั้น อาจเกิดจากการปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้วยความให้เกียรติ ให้การยอมรับนับถือ ให้ความสำคัญกับผู้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อประโยชน์ของชุมชน ของส่วนรวมเป็นสำคัญ จึงส่งผลให้เกิด

ความสำเร็จในการดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งทำให้ประชาชนผู้เข้ามามีส่วนร่วมได้เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในงานที่เกิดขึ้น อีกทั้ง หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในการเข้ามามีส่วนร่วมนั้น มีความสอดคล้องกับความรู้ ความสามารถของบุคคล จึงทำให้สามารถใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญนั้นให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง เกิดการยอมรับหรือเห็นด้วยกับความสำเร็จ ได้รับการชมเชย ยกย่อง ชื่นชม เชื่อถือไว้วางใจในผลงานหรือการดำเนินงานจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ อันเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความพึงพอใจในงานให้เกิดขึ้น และยังช่วยให้บุคคลรักและชอบงานที่ปฏิบัติอยู่ และทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาพบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของติกขเวทย์ ก้อนแก้ว (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการเป็นตัวแทนหน่วยงานเพื่อขับเคลื่อนค่านิยม EP SPIRIT ของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ผลกับการมีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสำเร็จในการทำงานด้านลักษณะงานที่ชื่นชอบ และการได้รับการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการเป็นตัวแทนขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนค่านิยมขององค์กร โดยความสำเร็จในการทำงานเกิดจากพนักงานแต่ละคนสามารถที่จะรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายได้ บรรลุเป้าหมายจากการทำหน้าที่ที่รับผิดชอบถือเป็นภาระทำหน้าที่เพิ่มเติมนอกเหนือไป จากหน้าที่หลัก ดังนั้น ปัจจัยดังกล่าวนี้จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร

อันเนื่องจากหากสมาชิกในองค์กรสามารถบริหารจัดการงานประจำหลักของตนได้ประสบความสำเร็จอันจะทำให้เกิดความท้าทายต่อการปฏิบัติงานในงานอื่นๆ ร่วมด้วย และปัจจัยด้านลักษณะงานที่ชื่นชอบ กล่าวคือ พนักงานมีความปรารถนาที่จะได้ทำงานใหม่ ๆ และพบเจอเพื่อนร่วมงานใหม่ ๆ และพึงพอใจที่ได้ทำงานที่ท้าทายความสามารถและจงใจให้อยากปฏิบัติ รวมถึงชื่นชอบในงานที่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของคนที่เข้ามาทำงานที่ตนชื่นชอบ เข้าร่วมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับเรื่องของค่านิยมในองค์กรทั้งในงานและนอกงาน ด้วยเหตุนี้ คนที่จะทำงานเพื่อชุมชน หรือสังคมจะต้องพบปะผู้คนที่มีความหลากหลาย และทำงานร่วมกับคนจำนวนมาก และ จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับการสื่อสาร ข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ กล่าวได้ว่า หากประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบในเขตบางขุนนนท์ ได้รับมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบในชุมชน ที่มีลักษณะงานที่มีความท้าทาย มีความน่าสนใจ อีกทั้งได้รับการยอมรับนับถือ สะท้อนออกมาในเรื่องของการรู้สึกภูมิใจของการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือชุมชนนั้น อีกทั้งการได้รับเลือกหรืออาสาสมัครเข้ามาทำงานเพื่อส่วนร่วม จะสะท้อนให้เห็นถึงความภูมิใจของแต่ละบุคคล รวมถึงยังได้รับการยอมรับนับถือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอีกด้วย ดังนั้น จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรศึกษาถึงปัจจัยจุดใจเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อชุมชนเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่หรือในชุมชน ได้มีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีกับการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อชุมชน สังคมในพื้นที่ ผ่านกิจกรรมต่างๆ และยังเป็นการสร้างความรัก สามัคคี ระหว่างประชาชนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

2) ผู้บริหาร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องอันจะทำให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนได้เพิ่มมากขึ้นอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง

3) ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมแนวคิดการมีส่วนร่วมให้กับประชาชนในพื้นที่ได้รับรู้ถึง แนวคิด ขั้นตอน แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้กับประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆจากประชาชนผู้รับบริการ นำเอาผลตอบรับที่ได้มาปรับปรุงการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาประเด็นเพิ่มเติมในส่วนของรูปแบบการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการงานด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และ นำตัวอย่างกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) เพื่อนำมาเปรียบเทียบการดำเนินกิจกรรมของแต่ละหน่วยงาน และยังเป็นการ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้กรณีศึกษาระหว่างกันเพิ่มมากขึ้น
อันจะทำให้เกิดการประยุกต์องค์ความรู้ เพื่อนำไปใช้ให้
เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานด้าน

การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยต่อหน่วยงานอื่น
และผู้สนใจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2566). พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ.2550.

<https://www.disaster.go.th/about/background>

จรูญ หยุทอง-แสงอุทัย. (2559). อุปสรรคและปัญหาของการมีส่วนร่วมในสังคมไทย.

<https://mgronline.com/south/detail/9590000114671>

ติกขเวทย์ ก้อนแก้ว. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการเป็นตัวแทนหน่วยงานเพื่อ
ขับเคลื่อน ค่านิยม EP SPIRIT ของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
(Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยมหิดล.

ถวิลดิษฐ์กุล. (2548). การมีส่วนร่วมแนวคิดทฤษฎีและกระบวนการ. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

ปกรณ์ ศิริประกอบ. (2560). 3 พาราไดม์ทางรัฐประศาสนศาสตร์ แนวคิด ทฤษฎี และการนำไปปฏิบัติจริง. พิมพ์
ครั้งที่ 6, โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันฉัตร สุวรรณกิตติ. (2563). ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12
และการปฏิรูปประเทศ. <https://planning.tu.ac.th/uploads/planning/pdf/plan/plan20.pdf>

สมบัติ นามบุรี. (2562). ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารวิจัยวิชาการ, 2(1), 183-197.

สมยศ นาวิการ. (2554). ทฤษฎีองค์การ. บรรณกิจ 1991.

อรทัย กิกผล. (2552). คู่มือคู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น. จรัญสนิทวงศ์การพิมพ์.

Arnold, H.J., & D.C. Feldman. (1986). *Organizational Behavior*. Singapore: McGraw-Hill Inc.

Cohen, J. & Uphoff, D. (1980). *Participation's in Rural development seeking Clarity Through
Specficity*. World Development, 8 (3), 213-218.

Cohen, J. & Uphoff, D. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for
Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center
for international Studies*. Cornell University Press.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.

Davis, L. E. (1977). Enhancing the Quality of Working Life: Developments in the United States.
International Labour Review, 116(1), 53-65.

Dubrin, A.T. (1981). *Human Relation : A Job Oriented Approach*. RestonPublishing.

- Fornaroff, A. (1980). *Community Involvement in Health System for Primary Health Care*. World Health Organization.
- Hackman, R.J., & Suttle, L.J. (1977). *Improving Life at Work: Behavioral Science Approach to Organizational Change*. Santa Monica, Goodyear Publishing
- Herzberg, F. (1990). *The Motivation to Work*. 2nd ed. John Wiley and Sons.
- Huse, E. F. & Cummings, T.G. (1985). *Organization Development and Change*. West Publishing.
- Mondy, R.W., & R.M. Noe. (1996). *Human Resource Management*. Prentice-Hall Inc.
- Putti, J. M. (1987). *Management: A Functional Approach*. McGraw-Hill.
- Schermerhorn, J.R., Hunt, J.G. & Osborn, R.N. (1991). *Managing. Organizational Behavior* (4 th ed.). John Willey and Sons.
- Swansburg, R. C. (1996). *Management and Leadership for nurse Managers*. Jones and Bartick.

อรณิชา สวัสดิชัย¹, อรรยา สิงห์สงป²

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ^{1,2}

Onnicha Sawaddichai¹, Aunya Singsangob²

School of Law, Bangkok University^{1,2}

E-mail: onnicha.s@bu.ac.th¹, E-mail: aunya.s@bu.ac.th²

Received: March 4, 2024; Revised: December 20, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ วิเคราะห์ปัญหาและข้อควรพิจารณาในการกำหนดนโยบาย รวมถึงนำเสนอแนวทางการปรับปรุงเพื่อเสริมสร้างความชัดเจนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอน งานวิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคณาจารย์ผู้มีประสบการณ์ด้านการผลิตสื่อการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยพบว่านโยบายลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งขาดความชัดเจนในด้านขอบเขตผลงาน สิทธิของสถาบันฯ และการแบ่งปันผลประโยชน์ ส่งผลต่อการสร้างแรงจูงใจและความร่วมมือในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน ตลอดจนทำให้เกิดความเสี่ยงต่อข้อพิพาทเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ทั้งนี้งานวิจัยเสนอให้สถาบันอุดมศึกษาทบทวนและปรับปรุงนโยบายลิขสิทธิ์ให้มีขอบเขตและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ครอบคลุมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสม และเป็นธรรม เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับบริบทของยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: สื่อการเรียนการสอน ลิขสิทธิ์ การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

ABSTRACT

This study aims to examine copyright policies in higher education institutions in Thailand and abroad, analyze challenges and considerations in policy formulation, and propose recommendations for improving clarity and efficiency in managing instructional material copyrights. The research employs document analysis and in-depth interviews with experienced faculty members involved in instructional material development. The findings reveal that many institutions' copyright policies lack clarity regarding the scope of work, institutional rights, and benefit-sharing mechanisms. This ambiguity affects motivation and collaboration in instructional material development and increases the risk of copyright disputes. The study recommends that

higher education institutions review and revise their copyright policies to establish clear guidelines and practices, including fair and equitable benefit-sharing arrangements. Such measures will promote the creation and enhancement of high-quality instructional materials that align with the demands of the digital age.

KEYWORDS: Instructional Materials, Copyright, Intellectual Property Management

บทนำ

สื่อการเรียนการสอนไม่ว่าจะเป็นตำรา หนังสือเรียน เอกสารประกอบการสอน สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ไฟล์ ออดิโอ ดิจิทัล (Podcast) ภาพถ่าย กิจกรรม วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งที่ มีบทบาทสำคัญอย่างมากในกระบวนการจัดการเรียน การสอน ในฐานะเป็นสื่อกลางที่ช่วยให้เกิดการ สื่อสารหรือถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และเจตคติ จาก ผู้สอนหรือแหล่งความรู้ไปยังผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียน เกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ในการผลิตและออกแบบสื่อการเรียน การสอนที่มีประสิทธิภาพด้วยตนเองนั้น ผู้สอนจะต้องใช้ ความวิริยะอุตสาหะ พยายามทำความเข้าใจ ความสามารถเฉพาะตัว และประสบการณ์ส่วนตนลง ในงาน รวมถึงต้องเลือกใช้วิธีการที่หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะผู้เรียน สอดคล้องกับ การเรียนรู้ มีความถูกต้องตามวิชาการ เพื่อก่อให้เกิด องค์ความรู้ที่ถูกต้อง ทันสมัย เหมาะสมกับการ นำไปใช้ ซึ่งสื่อการเรียนการสอนที่มีคุณภาพสามารถ กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ เกิดการรับรู้และ เรียนรู้ได้อย่างถูกต้องชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ ส่งผลต่อความนิยม เชื่อถือและความเชื่อมั่นในตัว ผู้สอน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคปัจจุบัน ที่ได้มีการ นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนอย่าง แพร่หลาย สถาบันการศึกษาทั่วโลกได้พัฒนาการเรียน การสอนแบบออนไลน์ (E-Learning) ขึ้นเป็น

จำนวนมาก ทำให้เกิดแพลตฟอร์ม(Online Learning Platform) ในการเรียนการสอนแบบออนไลน์รูปแบบ ต่าง ๆ ขึ้นอย่างมากมาย ซึ่งเป็นการเปิดช่องทาง นำเสนอสื่อการเรียนรู้อุปกรณ์ใหม่ ๆ ทำให้ผู้เรียน สามารถเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนผ่านอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ได้อย่างสะดวก และขยายกลุ่ม ผู้เรียนได้อย่างไร้ขอบเขต ซึ่งนักสร้างสรรค์และ นักวิชาการต่างๆ จึงได้สร้างสรรค์สื่อการเรียน การสอนของตน เพื่อนำเข้าสู่แพลตฟอร์มการเรียนรู้ทั้งใน รูปแบบของการแบ่งปันแบบไม่มีค่าใช้จ่ายและมี ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียน กระทั่งแพลตฟอร์มการ เรียนรู้หลายแห่ง กลายเป็นแหล่งที่สร้างรายได้ สร้าง มูลค่าเพิ่ม และชื่อเสียงให้กับผู้ที่สามารถสร้างสรรค์ สื่อการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ น่าสนใจ และ ตรง ตามความต้องการของผู้เรียนได้อีกทางหนึ่ง และสืบ เนื่องจากการที่สื่อการเรียนการสอนสามารถ ก่อให้เกิดผลประโยชน์รายได้และการสร้างมูลค่าทาง เศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องได้จากหลากหลายช่องทางนี้ จึงอาจก่อให้เกิดประเด็นคำถามต่างๆ เกี่ยวข้องกับ การพิจารณาความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียน การสอน ในกรณีที่สื่อการเรียนการสอนนั้น สร้างสรรค์ขึ้นโดยคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาซึ่ง กระทำการสอนตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย จึง จำเป็นต้องมีการกำหนดว่าใครควรเป็นเจ้าของ ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์ขึ้น ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์ เพื่อป้องกันข้อพิพาทที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

สำหรับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนนั้น ลิขสิทธิ์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ซึ่งกฎหมายให้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว ที่จะทำการใด ๆ แก่ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การทุ่มเทสติปัญญา ความรู้ความสามารถ ความอุตสาหะ ฝีมือแรงงานในการสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดผลงานตามประเภทที่กฎหมายกำหนด เช่น งานวรรณกรรม โปรแกรมคอมพิวเตอร์ งานศิลปกรรม โสตทัศน์ สิ่งบันทึกเสียง เป็นต้น ซึ่งจากองค์ประกอบดังกล่าวนี้ สื่อการเรียนการสอนที่มีการริเริ่มสร้างสรรค์ขึ้น จากความวิริยะอุตสาหะ กำลังความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถเฉพาะตัว และประสบการณ์ส่วนตัวของผู้สอน ไม่ว่าจะเป็นตำราหนังสือเรียน เอกสารประกอบการสอน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไฟล์ดิจิทัล ภาพถ่าย ฯลฯ ที่เข้าข่ายประเภทงานที่กฎหมายลิขสิทธิ์กำหนด ย่อมเป็นงานที่ได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ ซึ่งผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์จะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว เช่น สิทธิในการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน โอนหรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ได้ ตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งโดยหลักของการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์แล้ว ผู้สร้างสรรค์ (Author หรือ Creator) ที่ได้ริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานขึ้นจากความวิริยะอุตสาหะ กำลังความรู้ เฉพาะตัวย่อมเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในผลงานนั้น อย่างไรก็ตาม กฎหมายลิขสิทธิ์ยังได้กำหนดให้ผู้อื่นซึ่งแม้ไม่ใช่ผู้สร้างสรรค์ด้วยตนเอง แต่หากเป็นผู้ที่ลงทุนสั่งการอันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มีการสร้างสรรค์ผลงานขึ้นโดยตรง ก็สามารถเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ในงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากคำสั่งหรือการจ้างนั้นได้ เว้นแต่มีการตกลงไว้เป็นอย่างอื่น

ในการนี้ การพิจารณาพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 พบว่า กรณีสถาบันอุดมศึกษา

ของรัฐ สถาบันฯในฐานะหน่วยงานของรัฐสามารถเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่คณาจารย์สร้างสรรค์ขึ้นจากการจ้าง หรือตามคำสั่งหรือในความควบคุมของสถาบันฯ โดยผลของมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ส่วนในกรณีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เนื่องจากไม่มีกฎหมายกำหนดไว้เป็นการเฉพาะ บุคลากรของสถาบัน อุดมศึกษาเอกชนหากได้สร้างสรรค์งานขึ้นด้วยตนเองตามเงื่อนไขของกฎหมายย่อมได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตาม การสำรวจระเบียบข้อบังคับ หลักเกณฑ์ในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ และสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่ามีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่อาจต่างจากที่กฎหมายกำหนด และยังพบประเด็นที่ยังไม่มีความชัดเจนหลายประการ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติตามนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษา

งานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสมในการความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์สื่อการเรียนการสอนของคณาจารย์ ในสถาบันอุดมศึกษา โดยการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแนวทางปฏิบัติของสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำเสนอให้เห็นถึงมุมมอง จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งการหาแนวทางและข้อควรพิจารณาที่สามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงนโยบายที่เหมาะสมสำหรับสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด และหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ในงานสร้างสรรค์ที่เกิดโดยคำสั่งหรือการจ้างงาน

2. เพื่อศึกษารูปแบบการกำหนดนโยบาย ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนของ สถาบัน อุดมศึกษาทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและข้อควร พิจารณาในการกำหนดความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ใน สื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ของ สถาบันอุดมศึกษา

4. เพื่อแสวงหาหลักพิจารณาที่เหมาะสมใน การกำหนดความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียน การสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ของสถาบันอุดม ศึกษา

สมมติฐาน

นโยบายทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบัน อุดมศึกษาในประเทศไทยหลายแห่ง กำหนดให้ สถาบันฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานสร้างสรรค์ ของคณาจารย์ เมื่อผลงานได้ทำขึ้นภายในขอบเขต หน้าที่ความรับผิดชอบ หรือโดยการจ้าง หรือในความ ควบคุมของสถาบันฯ เว้นแต่จะมีข้อตกลงเป็นอย่าง อื่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลงานสร้างสรรค์สื่อการเรียน การสอนของคณาจารย์อย่างกว้างขวาง และก่อให้เกิด ปัญหาการปรับใช้ในทางปฏิบัติ จึงควรมีการทบทวน และปรับปรุงนโยบายให้มีขอบเขตที่ชัดเจน เพื่อให้ สถาบันอุดมศึกษาและคณาจารย์ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์และ สามารถแสวงหาประโยชน์จากงานสร้างสรรค์สื่อการเรียน การสอนภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบและเข้าใจความเป็นมา แนวคิด และหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดผู้เป็นเจ้าของ ลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์ที่เกิดโดยคำสั่งหรือการจ้าง งาน

2. ได้ทราบถึงแนวทางการกำหนดความเป็น เจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนของสถาบัน อุดมศึกษาต่างๆ

3. ได้ทราบถึงประเด็นปัญหา ผลกระทบ และข้อควรพิจารณาในการกำหนดความเป็นเจ้าของ ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดย คณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา

4. ได้มาซึ่งบทสรุปและข้อเสนอแนะ แนวทางที่เหมาะสมในการกำหนดความเป็นเจ้าของ ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดย คณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งอาจนำไปใช้เพื่อ ทบทวนและปรับปรุงนโยบายในการกำหนดความเป็น เจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนได้ต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

1. ประเด็นความสำคัญของการเรียน การสอน พบว่าสื่อการเรียนการสอนเป็นสิ่งที่มีความ ทายอย่างมากในการสอน เพราะเป็นสื่อกลางที่ช่วยให้เกิด การสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้เรียนเป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ (ประเสริฐ ลิ่นฤๅษี, 2556) เป็น เครื่องมือที่ช่วยผู้สอนในการจัดการเรียนรู้ให้กับ ผู้เรียน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และตรง ตามวัตถุประสงค์ โดยสื่อการเรียนการสอนเป็นได้ทั้ง แบบรูปธรรม เช่น หนังสือ ภาพถ่าย และสื่อการเรียน การสอนที่เป็นแบบนามธรรม เช่น คำพูด วิธีสอน (คณวัฒน์ พรสุริยโรจน์, 2559, 10-13) สื่อการเรียน การสอนล้วนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในตัวเอง เนื่องจาก พื้นฐานของการเรียนการสอนที่แท้จริงขึ้นอยู่กับสื่อที่ นำมาใช้เพื่อปรับปรุงการเรียนการสอนให้เป็น ประสิทธิภาพที่มีคุณค่าแก่ความทรงจำของผู้เรียน ช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพ การเรียนรู้ที่ดี ใน สถาบันการศึกษาทุกระดับ (วรรณพงษ์ ศิริเจียรนัย, 2545) ซึ่งการพิจารณาคูณค่าของสื่อการเรียน การสอน นอกจากการพิจารณาคูณค่าที่เกิดขึ้นต่อผู้เรียน สื่อการเรียนการสอนยังเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งแก่ ผู้สอน ไม่ว่าจะเป็นการช่วยส่งเสริมบรรยากาศการ สอนของผู้สอนให้มีความน่าสนใจ ช่วยสร้างความ

มั่นใจให้แก่ผู้สอนในการลำดับเนื้อหาการสอน สื่อการเรียนการสอนที่ได้รับความสนใจจะกระตุ้นให้ผู้สอนมีความตื่นตัวที่จะพัฒนาสื่อการเรียนการสอนของตนให้ดียิ่งขึ้น (จุลลดา จุลเสวก, 2560)

2. ประเด็นความเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในสื่อการเรียนการสอน พบว่าสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยนักวิชาการได้รับความสนใจและทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมกับการพัฒนาการเรียนการสอนแบบออนไลน์ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นการสร้างโอกาสและรายได้ให้กับผู้ผลิตและออกแบบสื่อการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางไกล (Littlejohn, 2003) โดยสื่อการเรียนการสอนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของสินทรัพย์ทางวิชาการ (Magrassi, 2008) สินทรัพย์ทางวิชาการ คือ สิ่งที่สามารถแปลงเป็นผลประโยชน์ทาง สังคม หรือตัวเงินได้ มูลค่าของสินทรัพย์ทางวิชาการเกิดจากการรับรู้และการนำสินทรัพย์ทางวิชาการไป ประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่ากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถือเป็นทรัพย์สินอันมีค่าที่ต้องได้รับการปกป้องและบริหารจัดการ (Mehrpooyan & Razavi, 2014) ในกรณีนี้ องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization :WIPO) จึงเห็นว่าบทบาทหลักของสถาบันอุดมศึกษาในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ การสนับสนุนให้มีการสร้างผลงานทางวิชาการอย่างอิสระ การกำหนดนโยบายความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาที่เหมาะสม การให้ความคุ้มครองวิธีการและรูปแบบการเรียนการสอนและการถ่ายทอดความรู้ การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ และการให้ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าทางการเงินแก่สถาบัน (WIPO, 2019) ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดความเป็น

เจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันการศึกษา ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย นโยบายภาครัฐ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของสถาบัน (วรราชพร อารยะพันธ์ ลำปาง แม่นมาตย์ มาลี กาบมาลา และกิตติชัย ไตรรัตน์ศิริชัย, 2558) สถานะของผู้สร้างสรรค์ เงินทุนและทรัพยากรที่ใช้ในการสร้างสรรค์ (วิศณุ ทรัพย์สมพล อุษณีย์ ยศยิ่งยวด และมงคล แก้วมหา, 2550)

3. ประเด็นความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนของต่างประเทศ พบว่า สถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศ ต่างกำหนดนโยบายลิขสิทธิ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ไว้และอาจมีแนวปฏิบัติเรื่องการดำเนินการในหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับว่าขณะนั้นสถาบันให้ความสนใจกับเรื่องใดเป็นพิเศษ เช่น สื่อการเรียนการสอนออนไลน์ หรือสื่อการเรียนการสอนที่นำเสนอผ่านแพลตฟอร์มของสถาบันจะได้รับความสนใจมากกว่าสื่อการเรียนการสอนในชั้นเรียน อย่างไรก็ดี คณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามักจะไม่สบายใจกับประเด็นการกำหนดสิทธิความเป็นเจ้าของใน สื่อการเรียนการสอนที่ไม่ชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลต่อการควบคุมสื่อการเรียนการสอนที่มีการสร้างสรรค์ขึ้นในระหว่างการทำงาน (Mehrpooyan & Razavi, 2014)

4. ประเด็นความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนของประเทศไทย พบการให้ความเห็นโดย สมหมาย จันทรเรือง ได้ให้ความเห็นในกรณีของตำราและเอกสารประกอบการสอนว่า ตำราและเอกสารประกอบการสอนเป็นวรรณกรรม ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 4 และเป็นงานที่มีลิขสิทธิ์ตามมาตรา 6 ส่วนจะเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ใดนั้น ต้องพิจารณาจากองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ผู้ใดเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ด้วยตนเอง

(Originality) ผู้ใดใช้ความรู้ ความอุตสาหะ ฝีมือ และ แรงงานของตนเอง ในการสร้างสรรค์งานที่มีลิขสิทธิ์ ตามกฎหมาย จากองค์ประกอบสองประการนี้เมื่อ อาจารย์เป็นผู้ทำหรือก่อให้เกิดตำราและเอกสาร ประกอบการสอน ด้วยความคิดริเริ่ม ได้ใช้ความรู้ ฝีมือและแรงงานของตนเองโดยมหาวิทยาลัยเป็น เพียงผู้จัดพิมพ์ อาจารย์ผู้แต่งจึงเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ กรณี มีประเด็นว่ามหาวิทยาลัยของรัฐจะเป็นเจ้าของ ลิขสิทธิ์ในฐานะหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 14 ของ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ได้หรือไม่ จะต้องมีการอ้าง ไม่ว่าจะเป็นการอ้างแรงงานหรืออ้างทำของให้ สร้างสรรค์งานนั้นอย่างชัดเจน ส่วนสถาบันอุดม ศึกษาเอกชนไม่อยู่ในบังคับ มาตรา 14 แต่อยู่ใน บังคับของมาตรา 9 กล่าวคือบุคลากรของสถาบัน อุดมศึกษาเอกชนเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เว้นแต่มีการทำ เป็นหนังสือตกลงให้ลิขสิทธิ์เป็นของสถาบันอุดม ศึกษาเอกชน (สมหมาย จันทรเรือง, 2554)

ทั้งนี้ นโยบายทรัพย์สินทางปัญญาของ สถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในปัจจุบัน มักกำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ในงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์ เมื่อผลงานได้ทำขึ้น ภายในขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ หรือโดยการ อ้าง หรือโดยสัญญาในความควบคุมของสถาบัน รวมถึงกรณีเมื่อผลงานเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากร และเวลาทำงานของสถาบัน เว้นแต่จะมีการตกลง เป็นอย่างอื่น ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาถึง แนวคิด และหลักเกณฑ์ภายใต้นโยบายดังกล่าว รวมถึงปัญหาและข้อควรพิจารณาในการกำหนด ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่ สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การ คี ก ข าวี จั ย ท าง เอก ส าร (Documentary Research) ได้แก่ ตัวบทกฎหมาย

คำอธิบาย บทความ เอกสารทางวิชาการ นโยบายใน การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของ สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศ ไทยและต่างประเทศ โดยมีการจำกัดขอบเขตของ การศึกษา กล่าวคือ ในการศึกษา นโยบายในการ บริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดม ศึกษาต่างประเทศนั้น จำกัดการศึกษาจากแหล่ง ข้อมูลที่มีการเปิดเผยเป็นการทั่วไปใน 2 ประเทศ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร จำนวน รวม 15 แห่ง ในส่วนนโยบายการบริหารจัดการ ทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาใน ประเทศไทย จำกัดการศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่มีการ เปิดเผย โดยแบ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 8 แห่ง สถาบันอุดม ศึกษาเอกชน 4 แห่ง ทั้งนี้ ในส่วนของ เนื้อหา จำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะประเด็นการ กำหนดความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการ สอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ เท่านั้น

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยวิธีการ สัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ สัมภาษณ์แบบเจาะจง(Purposive Sampling) จาก คณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ซึ่ง มีประสบการณ์ในการสอนและมีผลงานการผลิตสื่อ การเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 6 ท่าน ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ ปลายเปิดที่มีการกำหนดแนวคำถามแบบเปิดกว้าง มุ่งเน้นการรวบรวมความคิดเห็น ประสบการณ์ และ ข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์อย่างละเอียด ซึ่งมิ มีการตรวจสอบประเด็นคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้าน กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ประกอบการ เปรียบเทียบคำถามกับกรอบแนวคิดและวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าคำถาม มีความครอบคลุม ประเด็นที่ต้องการศึกษา และสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้

จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และสรุปข้อมูล เชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อตอบคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ของ งานวิจัย

ผลการวิจัย

1. นโยบายความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อ การเรียนการสอนของสถาบันอุดมศึกษา ทั้งใน ประเทศ และต่างประเทศ

1.1 การสำรวจนโยบายทรัพย์สินทางปัญญา ของสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศที่เลือกศึกษา จำนวน 15 สถาบัน พบว่า

(ก) 8 ใน 15 ของสถาบันที่เลือกศึกษา (คิด เป็นร้อยละ 53 ของสถาบันที่เลือกศึกษา) กำหนด นโยบายของสถาบันฯ โดยให้ลิขสิทธิ์ในผลงานทาง วิชาการและสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดย คณาจารย์ภายในขอบเขตทางการที่จ้าง (Within the Scope of Employment) รวมถึงการสร้างสรรค์โดย ใช้ทุนของสถาบันฯ หรือใช้ทรัพยากรของสถาบันฯ อย่างมีนัยสำคัญ เป็นของสถาบันฯ

ในขณะที่ 7 ใน 15 ของสถาบันที่เลือก ศึกษา(คิดเป็นร้อยละ 47 ของสถาบันที่เลือกศึกษา) กำหนดหลักการให้ลิขสิทธิ์ในผลงานทางวิชาการและ สื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์เป็น ของคณาจารย์ และมีการกำหนดข้อยกเว้นเฉพาะ ผลงานสร้างสรรค์ภายในขอบเขตทางการที่จ้างในบาง ประเภท ซึ่งสถาบันฯเห็นว่าเป็นผลงานที่เกิดจากการ มอบหมายเป็นพิเศษ หรือมีความเป็นจำเป็นต่อการ ดำเนินงานของสถาบันฯ เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันฯ พร้อมกำหนดถึงมาตรการโอนลิขสิทธิ์ไว้อย่างชัดเจน

(ข) สถาบันฯ ที่เลือกศึกษาทั้ง 15 สถาบัน (คิดเป็นร้อยละ 100) มีการกำหนดอย่างชัดเจน ถึง ลักษณะผลงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์ ที่จะถือเป็น ผลงานทางวิชาการและสื่อการเรียนการสอน ซึ่ง

ครอบคลุมทั้งคำบรรยายในชั้นเรียน หนังสือ บทความ เอกสารการสอน รวมถึงแผนการสอน รายวิชา (Course Syllabus)

(ค) สถาบันฯที่เลือกศึกษาทั้ง 15 สถาบัน (คิดเป็นร้อยละ 100) มีการกำหนดข้อสงวนสิทธิ์ใน การที่สถาบันจะสามารถใช้ผลงานทางวิชาการและสื่อ การเรียนการสอนที่เป็นลิขสิทธิ์ของคณาจารย์ เพื่อ ดำเนินการตามพันธกิจการจัดการเรียนการสอนของ สถาบันฯ ไว้อย่างชัดเจน นอกเหนือจากการใช้สิทธิ ตามที่กฎหมายให้อำนาจ

อย่างไรก็ดี พบว่า แม้จะมีการกำหนด นโยบายความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการ สอนไว้อย่างชัดเจนแล้ว ในประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักรก็ยังคงมีข้อพิพาทเกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอน รวมถึงผลงาน วิชาการอื่นระหว่างคณาจารย์และสถาบันฯขึ้นสู่การ พิจารณาของศาลเป็นจำนวนมาก (Laughlin, 2000) ส่งผลให้ขณะนี้สมาคมอาจารย์มหาวิทยาลัยแห่ง อ เม ริ ก า (The American Association of University Professors: AAUP) อยู่ระหว่างร่าง แลงการณ์เพื่อสนับสนุนว่าคณาจารย์ควรเป็น เจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่พวกเขา พัฒนาขึ้นทั้งหมด

1.2 การสำรวจนโยบายด้านทรัพย์สินทาง ปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 10 สถาบัน (สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 8 แห่ง สถาบันอุดมศึกษาเอกชน 4 แห่ง) พบว่า

(ก) ในส่วนสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เลือก ศึกษา พบว่า สถาบันฯ ส่วนใหญ่ (7 ใน 8 ของ สถาบันฯ ที่เลือกศึกษา หรือคิดเป็นร้อยละ 88) กำหนดนโยบาย โดยให้ลิขสิทธิ์ในผลงานที่ สร้างสรรค์ขึ้นโดยการจ้างตามคำสั่ง หรือในความ ควบคุมของสถาบันฯ รวมถึงการสร้างสรรค์โดยใช้ทุน

ของสถาบันฯ หรือใช้ทรัพยากรของสถาบันฯ อย่างมีนัยสำคัญ เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันฯ

ในการนี้ พบว่า สถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เลือกศึกษาจำนวน 1 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 12 ของสถาบันฯ รัฐ ที่เลือกศึกษา) กำหนดหลักการที่แตกต่างจากมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์และนโยบายของสถาบัน อุดมศึกษาอื่นของรัฐ โดยกำหนดให้งานอันมีลิขสิทธิ์เป็นของคณาจารย์ หรือบุคลากรที่ได้สร้างสรรค์งานขึ้น และกำหนดข้อยกเว้นให้เฉพาะผลงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการมอบหมายจากสถาบันฯ เท่านั้น ที่จะถือเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบัน

อย่างไรก็ดี ไม่พบว่ามีข้อกำหนดอย่างชัดเจน ถึงลักษณะผลงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์ ที่จะถือเป็นผลงานทางวิชาการและสื่อการเรียนการสอน ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เลือกศึกษา

(ข) ในส่วนสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนที่เลือกศึกษา พบว่า สถาบันฯ ส่วนใหญ่ (3 ใน 4 ของสถาบันฯ ที่เลือกศึกษา หรือคิดเป็นร้อยละ 75) กำหนดนโยบายให้ลิขสิทธิ์ในผลงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นโดยการจ้าง ตามคำสั่ง หรือในความควบคุมของสถาบันฯ รวมถึงการสร้างสรรค์โดยใช้ทุนของสถาบันฯ หรือใช้ทรัพยากรของสถาบันฯ อย่างมีนัยสำคัญ เป็นของสถาบันฯ อย่างไรก็ตาม พบว่า ในจำนวนนี้มีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 1 แห่ง ได้กำหนดขอบเขตไว้เป็นการเฉพาะว่า ลิขสิทธิ์ของสถาบันฯ เหนือผลงานที่คณาจารย์ ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้นในหน้าที่รับผิดชอบ การจ้าง ตามคำสั่ง หรือในความควบคุมของสถาบันฯ ดังกล่าวนั้น ไม่ครอบคลุมถึงเอกสารคำสอน และเอกสารประกอบการสอน

นอกจากนี้ พบว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่เลือกศึกษา จำนวน 1 ใน 4 แห่ง (หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของสถาบันฯ เอกชนที่เลือกศึกษา) กำหนดนโยบายที่แตกต่างนโยบายของสถาบันอุดมศึกษาอื่น

โดยกำหนดให้ลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์ของบุคลากร เป็นของบุคลากรผู้สร้างสรรค์ เว้นแต่มีการตกลงเป็นอย่างอื่น ทั้งนี้ โดยมีข้อสงวนสิทธิ์ให้สถาบันฯ สามารถนำงานลิขสิทธิ์ของบุคลากรออกเผยแพร่ตามความจำเป็นได้ เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการเรียนการสอนและการบริการวิชาการ

จะเห็นได้ว่านโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ที่เลือกศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่อยู่ภายใต้หลักการให้สถาบันฯ มีลิขสิทธิ์ในผลงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้น เมื่องานนั้นอยู่ในการจ้าง หรือตามคำสั่ง หรือในความควบคุมของสถาบันฯ และมีเพียงส่วนน้อยมากที่มีการกำหนดแยกงานสร้างสรรค์ประเภทสื่อการเรียนการสอนและผลงานทางวิชาการออกจากงานสร้างสรรค์อื่น ซึ่งแตกต่างกับนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศ

2. ที่มาและวัตถุประสงค์ในการกำหนดนโยบายความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา

2.1 จากการพิจารณานโยบายทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศที่เลือกศึกษา พบว่าปัจจัยที่สถาบันอุดมศึกษานำมาใช้กำหนดความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ ได้แก่

(ก) สถานะของผู้สร้างสรรค์ โดยการพิจารณาว่า หากการสร้างสรรค์ผลงานเกิดจากผู้ปฏิบัติงานภายในขอบเขตทางการที่จ้าง หรือตามภาระหน้าที่ในสัญญาจ้าง ผู้ปฏิบัติงานย่อมมีหน้าที่ในการสร้างสรรค์ผลงานตามสัญญาจ้างและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเป็นค่าจ้างแล้ว ลิขสิทธิ์ในผลงานนั้นจึงควรตกเป็นของนายจ้าง (หรือสถาบันฯ) ซึ่งเป็นการกำหนดที่สอดคล้องกับหลัก Work Made

for Hire ในกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทย สหรัฐอเมริกา และหลักงานสร้างสรรค์ในทางการที่จ้างย่อมเป็นลิขสิทธิ์ของนายจ้าง ในกฎหมายลิขสิทธิ์ของสหราชอาณาจักร

(ข) เงินทุนและทรัพยากรในการสร้างสรรค์ โดยการพิจารณาว่า หากการสร้างสรรค์ผลงานเกิดจากการลงทุนของนายจ้าง (หรือสถาบันฯ) หรือมีการใช้ทรัพยากร เครื่องมือ วัสดุ สาธารณูปโภคที่เป็นของนายจ้างในการสร้างสรรค์ซึ่งนายจ้างเป็นผู้รับภาระเป็นสำคัญ ลิขสิทธิ์ในผลงานนั้นควรจะตกเป็นของนายจ้าง

(3) หลักเสรีภาพทางวิชาการ (Academic Freedom) เป็นข้อเท็จจริงที่ได้รับการยอมรับโดยสถาบันการศึกษาและรัฐบาล โดยพิจารณาว่า คณาจารย์ควรมีเสรีภาพในการสอน ความมีอิสระในการสร้างสรรค์วิธีการเรียนการสอน โดยปราศจากข้อจำกัดทางกฎหมาย หรือระเบียบของสถาบันฯ ที่ไม่มีเหตุผลรองรับเพียงพอ คณาจารย์มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อเสรีภาพในการสอนของตนเองเป็นการส่วนตัว ซึ่งไม่ใช่การกระทำในฐานะตัวแทนสถาบันฯ ลิขสิทธิ์ในผลงานวิชาการหรือสื่อการเรียนการสอนจึงควรจะเป็นของคณาจารย์

(4) หลักกรรมสิทธิ (Moral Rights) โดยพิจารณาว่า ในผลงานวิชาการหรือสื่อการเรียนการสอนนั้น มีเกียรติภูมิของคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์ผลงานอยู่ คณาจารย์ผู้สร้างสรรค์ผลงานจึงควรมีสิทธิในการแสดงตนเป็นผู้สร้างสรรค์ และสามารถโต้แย้งคัดค้านไม่ให้สถาบันฯ ทำการแก้ไขดัดแปลงผลงานให้แตกต่างไปจากเจตจำนงค์ของตน จนอาจเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ ลิขสิทธิ์ในผลงานวิชาการหรือสื่อการเรียนการสอนจึงควรจะเป็นของคณาจารย์

2.2 จากการพิจารณานโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ที่เลือกศึกษา พบว่าปัจจัยที่สถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ นำมาใช้กำหนดความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานสร้างสรรค์ต่างๆ ได้แก่

(ก) หลักเกณฑ์ของกฎหมาย แบ่งออกเป็น 2 กรณี กล่าวคือ กรณีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สถาบันฯในฐานะหน่วยงานของรัฐจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากการจ้าง หรือตามคำสั่งหรือในความควบคุมตามมาตรา 14 ของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ส่วนในกรณีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน งานที่บุคลากรสร้างสรรค์ขึ้นในฐานะลูกจ้าง ถ้ามีข้อตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น ลิขสิทธิ์ในผลงานเป็นของผู้สร้างสรรค์ แต่สถาบันฯในฐานะนายจ้าง มีสิทธินำงานนั้นออกเผยแพร่ได้ ตามวัตถุประสงค์ในการจัดการเรียนการสอนหรือการให้บริการทางวิชาการ ตามความในมาตรา 9 ของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

(ข) สถานะของผู้สร้างสรรค์ ในกรณีของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนส่วนใหญ่ที่เลือกศึกษาจะมีการตกลงแตกต่างไปจากที่มาตรา 9 ของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์กำหนด โดยกำหนดนโยบายให้การสร้างสรรค์ผลงานของคณาจารย์ภายในขอบเขตทางการที่จ้าง หรือตามภาระหน้าที่ในสัญญาจ้าง ลิขสิทธิ์ในผลงานนั้นเป็นของสถาบันฯ พร้อมกำหนดให้มีกระบวนการโอนลิขสิทธิ์ตามที่กฎหมายกำหนด

(ค) เงินทุนและทรัพยากร (บางสถาบันฯ กำหนดรวมถึงการใช้ข้อมูลรายงาน หรือองค์ความรู้ของสถาบันฯ) ในการสร้างสรรค์ โดยการพิจารณาว่า หากการสร้างสรรค์ผลงานเกิดจากการลงทุนของสถาบันฯ หรือมีการใช้ทรัพยากรที่เป็นของสถาบันฯ ในการสร้างสรรค์เป็นสำคัญ ซึ่งหากปราศจากเงินทุน

และทรัพยากรดังกล่าว ผลงานสร้างสรรค์อาจไม่ได้เกิดขึ้น สถาบันฯจึงเป็นผู้มีภาระ และลิขสิทธิ์ในผลงานนั้นควรตกเป็นของสถาบันฯ

ทั้งนี้ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่ได้กำหนดแยกลิขสิทธิ์ในผลงานทางวิชาการ และผลงานสร้างสรรค์เพื่อการเรียนการสอน ออกจากงานลิขสิทธิ์ประเภทอื่น และไม่ได้นำไปปัจจัยในด้านเสรีภาพในทางวิชาการและหลักธรรมสิทธิมาใช้ประกอบการจัดทำนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาดังเช่นนโยบายของสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศ

3. การสัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข้อมูล ซึ่งเป็นคณาจารย์จากสถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เพื่อการเรียนการสอน พบความเห็นที่เป็นประโยชน์และอาจนำมาใช้ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา ดังนี้

3.1 ความเห็นต่อกรณีการกำหนดนโยบายให้ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนเป็นของสถาบันอุดมศึกษา

(ก) ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า การกำหนดให้สื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์ขึ้นในขอบเขตทางที่จ้าง ภายใต้สัญญาจ้าง โดยการมอบหมาย หรือการสร้างสรรค์ภายใต้การควบคุมของสถาบันอุดมศึกษา เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษา เป็นสิ่งที่มีสมเหตุสมผล แต่ทั้งนี้ ควรต้องมีความชัดเจนในเรื่องของขอบเขตประเภทผลงาน โดยคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วย

(ข) การกำหนดให้ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนทุกประเภทในขอบเขตทางที่จ้างเป็นของสถาบัน อุดมศึกษา อาจส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงานของคณาจารย์ และอาจมี

อุปสรรคต่อคณาจารย์ในการที่จะต่อยอดจากผลงานลิขสิทธิ์ดังกล่าว

(ค) เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาไม่ใช่ผู้สร้างสรรค์ผลงานเพื่อการเรียนการสอน จึงอาจไม่มีความเข้าใจในผลงานดังกล่าวเทียบเท่ากับคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์ ส่งผลให้โดยตัวของสถาบันอุดมศึกษา แม้จะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ก็อาจไม่สามารถทำการแก้ไขดัดแปลง ต่อยอดผลงานเพื่อการเรียนการสอนดังกล่าวได้เท่ากับผู้สร้างสรรค์

(ง) การกำหนดความชัดเจนว่าสื่อการเรียนการสอนประเภทใดเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษา เช่น สื่อการเรียนการสอนที่มีการมอบหมายให้จัดทำเป็นการเฉพาะ สื่อการเรียนการสอนที่มีการให้ทุนหรือสนับสนุนโดยทรัพยากรของสถาบันฯ ในการสร้างสรรค์ขึ้นเป็นสำคัญ ฯลฯ พร้อมกำหนดถึงการตอบแทนที่สมเหตุสมผล หากมีการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ จะก่อให้เกิดผลดีมากกว่าทั้งในด้านความร่วมมือจากคณาจารย์ การบริหารจัดการ และการสร้างแรงจูงใจให้กับคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์

3.2 ความเห็นต่อกรณีการกำหนดนโยบายให้ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนเป็นของคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์

(ก) ในกรณีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า สืบเนื่องจากบทบัญญัติของกฎหมายลิขสิทธิ์ หากไม่มีการตกลงเป็นอย่างอื่น ลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์เพื่อการเรียนการสอนย่อมเป็นของคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์ตามกฎหมาย ซึ่งส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาในฐานะนายจ้างจะมีเพียงสิทธิในการนำงานนั้นออกเผยแพร่เพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดการเรียนการสอน และการให้บริการวิชาการของสถาบันฯ และการกระทำใดๆ นอกเหนือจากการเผยแพร่ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากคณาจารย์ อาจเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในงานของคณาจารย์ ส่งผลให้

สถาบันอุดมศึกษาอาจไม่สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อการเรียนการสอนซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญของสถาบันฯได้ตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงาน ดังนั้น การกำหนดนโยบายหรือทำความเข้าใจใดๆ เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอน จึงเป็นเรื่องที่สถาบันอุดมศึกษาและคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์พึงกำหนดความชัดเจนเป็นสำคัญ

(ข) ในฐานะของคณาจารย์ผู้สร้างสรรค์เห็นว่า ข้อดีของการกำหนดให้ลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนเป็นของสถาบันอุดมศึกษา อาจจะอยู่ที่ความสามารถของสถาบันอุดมศึกษาในฐานะที่สามารถใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ พัฒนาต่อยอดสื่อการเรียนการสอน และเพิ่มคุณค่าของสื่อการเรียนการสอน เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการสร้างสรรคพัฒนาการศึกษา และนวัตกรรม ได้มากกว่า คณาจารย์รายบุคคล อย่างไรก็ตาม เห็นว่าเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการซึ่งสามารถกำหนดเป็นนโยบายร่วมกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและผู้สร้างสรรค์ผลงาน นอกเหนือจากประเด็นความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

สรุปผลการวิจัย

1. สื่อการเรียนการสอน เป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในกระบวนการจัดการเรียนการสอน ทั้งต่อคณาจารย์ผู้สอน และสถาบันอุดมศึกษา โดยสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งที่เป็นรายได้และการสร้างมูลค่าในทางอื่น ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาอันมีค่าที่ต้องได้รับการปกป้องและบริหารจัดการอย่างเหมาะสม

2. สถาบันอุดมศึกษาทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศที่เลือกศึกษา ต่างกำหนดนโยบายลิขสิทธิ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อการเรียนการสอนที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ไว้ โดยอาจมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สถาบันฯ นำมาใช้ในการพิจารณา

เช่น การสร้างสรรค์ผลงานตามภาระรับผิดชอบในสัญญาจ้าง การใช้ทรัพยากรของสถาบันฯ อย่างไรก็ตาม การกำหนดสิทธิความเป็นเจ้าของในสื่อการเรียนการสอนที่ไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจส่งผลต่อการปฏิบัติ

3. แม้จะยังไม่พบพบประเด็นปัญหาในทางปฏิบัติหรือข้อพิพาทที่ชัดเจนในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ก็ดี สืบเนื่องจากกรณีการเพิ่มขึ้นของสื่อการเรียนการสอนออนไลน์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมากมาย การกำหนดความชัดเจนในนโยบายความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนจึงเป็นเรื่องสำคัญ เกี่ยวโยงกับทั้งเสรีภาพทางวิชาการ และความสามารถในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งยังคงต้องการการกำหนดขอบเขตนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่มีความชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย

จากสมมติฐานที่ว่า นโยบายทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยหลายแห่ง กำหนดให้สถาบันฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์ เมื่อผลงานได้ทำขึ้นภายในขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ หรือโดยการจ้าง หรือในความควบคุมของสถาบันฯ เว้นแต่จะมีข้อตกลงเป็นอย่างอื่น ส่งผลครอบคลุมผลงานสร้างสรรค์สื่อการเรียนการสอนของคณาจารย์อย่างกว้างขวาง และก่อให้เกิดปัญหาการปรับใช้ในทางปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการวิจัยทั้งทางเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล ที่ชี้ให้เห็นว่านโยบายลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่อยู่ภายใต้หลักการให้สถาบันฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่คณาจารย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น เมื่องานนั้นอยู่ในขอบเขตการจ้าง หรือตามคำสั่ง หรือในความควบคุมของสถาบันฯ และมีเพียงส่วนน้อยมากที่มีการกำหนดแยกงานสร้างสรรค์ประเภทสื่อการเรียนการสอนและผลงานทางวิชาการ

ออกจากการสร้างสรรค์อื่นอย่างชัดเจน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติทั้งในด้านแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงาน ข้อจำกัดในการแก้ไขดัดแปลงต่อยอดผลงาน รวมถึงการให้ความร่วมมือในการบริหารจัดการ ซึ่งแตกต่างจากการกำหนดนโยบายลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอนของสถาบันฯต่างประเทศที่มีความชัดเจนและก่อให้เกิดความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่กำหนดนโยบายลิขสิทธิ์โดยคำนึงถึงปัจจัยทางกฎหมายและการจ้างงานเป็นหลัก โดยไม่ได้นำปัจจัยในด้านเสรีภาพในทางวิชาการและหลักกรรมสิทธิมาใช้ประกอบการจัดทำนโยบาย ดังเช่นนโยบายลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศ

ผลการวิจัยนี้สนับสนุนข้อเสนอของ WIPO ที่ว่าบทบาทหลักของสถาบันอุดมศึกษาในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ การสนับสนุนให้มีการสร้างผลงานทางวิชาการอย่างอิสระ การกำหนดนโยบายความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเหมาะสม การให้ความคุ้มครองวิธีการและรูปแบบการเรียนการสอนและการถ่ายทอดความรู้ การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ (WIPO, 2019)

ข้อเสนอแนะ

เอกสารอ้างอิง

- คณวัฒน์ พรสุริยโรจน์. (2559). สื่อการสอนกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(9), 10–13.
- จุลลดา จุลเสวก. (2560). แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 11(1), 1–20.
- เชาวเลิศ เลิศขโลฬาร และกอบกุล สรรพกิจจำนง. (2543). *เทคโนโลยีการศึกษาระดับอุดมศึกษา*. สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย.

1. พิจารณาบทบาทของเจตนารมณ์ในการกำหนดนโยบายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของแต่ละสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะในประเด็นความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสื่อการเรียนการสอน เพื่อทราบว่ามีสถาบันฯ มุ่งให้ความสำคัญกับการคุ้มครอง บริหารจัดการ หรือรักษาผลประโยชน์ในด้านใด โดยคำนึงถึงความสามารถในการดำเนินการตามนโยบายที่แท้จริงประกอบด้วย

2. กรณีสื่อการเรียนการสอน ที่จะกำหนดเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันอุดมศึกษา อาจพิจารณากำหนดขอบเขตที่ชัดเจน เช่น เป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีการลงทุนจัดทำโดยสถาบันฯ เป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีการมอบหมายเป็นกรณีพิเศษให้จัดทำขึ้น หรือเป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีการเผยแพร่ใน Platform ของสถาบันฯ และควรมีการกำหนดให้ชัดเจนถึงการจัดสรรผลประโยชน์ที่เหมาะสม หากก่อให้เกิดรายได้จากสื่อการเรียนการสอนนั้น ซึ่งจะก่อให้เกิดความเป็นธรรมและสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์งานให้กับคณาจารย์ได้มากยิ่งขึ้น

3. พิจารณากำหนดขอบเขตสิทธิของสถาบันฯ ให้ชัดเจนในการใช้ประโยชน์จากงานสร้างสรรค์สื่อการเรียนการสอนของคณาจารย์เพื่อครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการจ้าง และการจัดการเรียนการสอน

- ประเสริฐ ลิ่นฤๅษี. (2556). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้สื่อวิดีโอช่วยสอน. Retrieved from http://online.lannapoly.ac.th/Research/FileUpload/20150204_144655
- สมหมาย จันทรเรือง. (2554). ลิขสิทธิ์ในงานวิชาการ. *วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 17(1), 179–193.
- วรรณพงษ์ ศิริเจียรนัย. (2545). *การศึกษาความจำเป็นและความต้องการนวัตกรรมสื่อการเรียนการสอน ในการปฏิรูปการศึกษาของครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณพร อารยะพันธ์, ลำปาง แม่นมัตย์, มาลี กาบมาลา, & กิตติชัย ไตรรัตนศิริชัย. (2558). สภาพปัจจุบันและปัญหาการจัดการความรู้และสารสนเทศด้านทรัพย์สินทางปัญญาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *KKU Research Journal (Graduate Studies)*, 15(2), 21–30.
- วิศณุ ทรัพย์สมพล, นักวิจัย, อุษณีย์ ยศยิ่งยวด, นักวิจัย และ มงคล แก้วมหา, นักวิจัย (2550). *นโยบายการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
- Burrell, R. (2003). Book review: Universities and intellectual property: Ownership and exploitation. *Federal Law Review*, 31(2), 409–413. <https://doi.org/10.1177/0067205x0303100206>
- Goodyear, P. (2001). Effective networked learning in higher education: Notes and guideline. *Networked Learning in Higher Education Project (JCAL T)*, 3(Deliverable 9), 1–167. Retrieved from <http://csalt.lancs.ac.uk/jisc/>
- Lach, S., & Schankerman, M. (2008). Incentives and invention in universities. *RAND Journal of Economics*, 39(2), 403–433. <https://doi.org/10.1111/j.0741-6261.2008.00020>
- Laughlin, G. K. (2000). Who owns the copyright to faculty-created websites? The work-for-hire doctrine's applicability to internet resources created for distance learning and traditional classroom courses. *Boston College Law Review*, 41(3), 549–584.
- Littlejohn, A. (2003). *Reusing online resources: A sustainable approach to e-learning*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203465677>
- Magrassi, P. (2008). A taxonomy of intellectual capital. Research Note COM-17-1985. Gartner.
- Mehrpouyan, A., & Razavi, G. K. (2014). Legal issues of intellectual property rights and licensing for e-learning content in the United Kingdom. *E-Learning and Digital Media*, 11(3), 272–277. <https://doi.org/10.2304/elea.2014.11.3.272>
- World Intellectual Property Organization. (2019). *WIPO intellectual property policy template for universities and research institutions* (Version January 29, 2019). Geneva, Switzerland: Author. Retrieved from <https://www.wipo.int/>

ผลกระทบของ Netflix ที่มีต่อวงการภาพยนตร์ไทย

The Impact of Netflix upon Thai Film Industry

เจตน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว¹, บรรจง โกศลวัฒน์², ปัทมวดี จารุวรรณ³, สุชาติ โอทัยวิเทศ⁴,
ไกรสร วงศ์อนันต์ศักดิ์⁵

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต^{1,2,3,4,5}

Jatesak Sangsingkeo¹, Banchong Kolsalwat², Patamavadee Charuworn³,
Suchart Otaivites⁴ and Krisorn Wonganansak⁵

Kasem Bundit University^{1,2,3,4,5}

Email: jatesaks@gmail.com¹, Email: kosalwat_b@yahoo.com²,

Email: pam_charuworn@yahoo.com³, Email: act267@yahoo.com⁵

Received: September 19, 2024; Revised: December 19, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของ Netflix ที่มีต่อวงการภาพยนตร์ไทยในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านวิชาชีพและวิชาการ รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มการปรับตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในอนาคต งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มวิชาชีพภาพยนตร์ นักวิชาการ นักศึกษาวิชาภาพยนตร์ และผู้ชมทั่วไป รวม 34 คน ผลการวิจัยพบว่า Netflix ส่งผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนและพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ส่งผลให้เนื้อหาภาพยนตร์มีความหลากหลายและคุณภาพสูงขึ้น นอกจากนี้ Netflix ยังทำให้ผู้ชมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหา ซึ่งช่วยกระตุ้นการสร้างสรรคภาพยนตร์รูปแบบใหม่ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันจากแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์ที่ต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป งานวิจัยนี้เสนอให้สถาบันการศึกษาปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมสตรีมมิ่ง และแนะนำให้บริษัทภาพยนตร์พัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อแข่งขันในตลาดดิจิทัลและส่งเสริมคุณภาพของเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมในปัจจุบัน

คำสำคัญ: Netflix Streaming บริษัทหรือสตูดิโอใหญ่ กลุ่มวิชาชีพภาพยนตร์ กลุ่มวิชาการภาพยนตร์

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of Netflix on the Thai film industry across professional and academic dimensions, as well as to analyze the industry's adaptation trends in response to streaming platforms. The research employs qualitative methods, including in-depth interviews with purposively selected participants comprising film professionals, academics, film students, and general audiences, totaling 34 respondents. The findings reveal that Netflix has had a positive influence on the Thai film industry by increasing access to funding and enhancing production standards to meet international levels. This development has resulted in more diverse and high-quality content. Additionally, Netflix empowers audiences to play a more significant role in shaping content trends, encouraging the creation of innovative films. However, competition from streaming platforms has challenged traditional film companies and cinemas, requiring them to adapt to shifting consumer behaviors. The study recommends that educational institutions revise curricula to align with the streaming industry's demands and suggests that film companies adopt strategic approaches to compete in the digital market while enhancing content quality to meet contemporary audience expectations.

Key words: Netflix, Streaming, film production companies or big studios, film professionals, film academics.

บทนำ

ในปัจจุบัน เป็นที่ทราบกันดีถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) ที่เกิดขึ้น ทั่วไป โดยเฉพาะทางด้านการสื่อสารซึ่งทำให้เกิดนวัตกรรมของสื่อใหม่ (New Media) ที่ส่งผลกระทบเป็น ความเปลี่ยนแปลงที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เป็นผลกระทบที่มีต่อวัฏจักรหรือวิถีชีวิต ของสื่อ (Life Circle) ในการสื่อสารทุกแขนง ตั้งแต่สื่อสิ่งพิมพ์ ทุกชนิดที่ได้รับผลกระทบก่อน จนถึงสื่อโทรทัศน์ ที่เปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัล และวิทยุกระจายเสียงที่กำลังจะเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัล (สำหรับประเทศไทย) โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์ กำลังได้รับ

ผลกระทบซึ่งดูเหมือนจะเป็นเชิงลบ จากระบบ Video Streaming ซึ่งทำให้ผู้ชมสามารถรับชมวิดีโอที่ถูกส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมายังอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต จนถึงสมาร์ททีวีได้โดยไม่ต้อง download ทำให้สามารถเลือกรับชมภาพยนตร์ที่ต้องการ ได้อย่างไม่จำกัดสถานที่และเวลาจนมีคำกล่าวว่า “คนไม่จำเป็นต้องดูหนังในโรง” ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดได้แก่ YouTube Facebook Line โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Netflix

สำหรับ Netflix เป็นบริษัทสัญชาติอเมริกัน ที่ให้บริการสตรีมมิ่งวิดีโอออนไลน์อย่างถูกกฎหมาย ถูกลิขสิทธิ์ เป็นรายใหญ่ของโลก และจากปี 2010 ที่เริ่มการให้บริการการชมสตรีมมิ่ง

วิดีโอ ภาพยนตร์ และ ซีรีส์ออนไลน์ ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมชมที่เรียกว่า Bingeable หรือ การดูซีรีส์รวดเดียวจบในคืนเดียวหรือ สองคืน ต่อมาในปี 2013 Netflix ก็เข้าสู่อุตสาหกรรมผู้ผลิตสื่อภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ คือ การสร้างภาพยนตร์เอง (Original Content) โดยการทุ่มทุนอย่างมหาศาล และมีคุณภาพมีชื่อเข้าชิงใน 10 ใน 24 อันดับของออสการ์ในปี 2019

สำหรับในวงการภาพยนตร์ไทย ปรากฏการณ์ Netflix เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมชมภาพยนตร์ของ ผู้คนที่เกิดขึ้นและเป็นอยู่นี้อย่อมมีผลกระทบในวงกว้างที่ไม่เคยเป็นมาก่อนและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งในด้านของ ผู้ผลิตภาพยนตร์ ทั้งรายเล็กรายใหญ่ การจัดจำหน่ายและโรงภาพยนตร์ ผู้ชมภาพยนตร์ รวมถึงในระบบการศึกษาด้านวิชาการภาพยนตร์ ในเมื่อเป็นเช่นนั้น สิ่งที่เราควรทำหรือต้องทำ ก็คือ การติดตามศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ผลกระทบของ Netflix ที่มีต่อวงการภาพยนตร์ไทย เพื่อให้ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านลบ และด้านบวก เพื่อที่จะก้าวให้ทัน และค้นหาวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของวงการสื่อภาพยนตร์ไทยในทุกมิติ และสามารถอยู่ร่วมไปในการเปลี่ยนแปลงที่พลิกฟ้าพลิกแผ่นดินนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจ และวิเคราะห์ผลกระทบของ Netflix ที่มีต่อวงการภาพยนตร์ไทย ทั้งด้านวิชาชีพและ วิชาการในปัจจุบัน
2. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม/ทิศทางในการปรับตัวของวงการภาพยนตร์ไทย ทั้งด้านวิชาชีพและ วิชาการ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต จากผลกระทบของ Netflix

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาผลกระทบที่เกิดจาก Netflix ต่อวงการภาพยนตร์ไทย ตั้งแต่ แหล่งทุน ค่าหรือ บริษัท องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการผลิตภาพยนตร์ อาทิ เทคโนโลยีในการถ่ายทำ บุคลากร ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทำหรือประจำกองถ่ายจนถึงผู้แสดง ฯลฯ

2. ศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อวงวิชาการภาพยนตร์ ที่เกิดจาก Netflix อาทิ หลักสูตร ผู้สอน ผู้เรียน และประสิทธิผล ความคาดหวัง และความเป็นจริงด้านอาชีพหลังจบการศึกษา

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก Netflix ต่อวงการภาพยนตร์ในด้านวิชาชีพ กับผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก Netflix ต่อวงวิชาการภาพยนตร์

4. ศึกษาแนวโน้ม/ทิศทาง ในการปรับตัวของ วงการภาพยนตร์ไทยในด้านวิชาชีพ เช่น การปรับตัว ของแหล่งทุน หรือค่าย/บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย โรงภาพยนตร์ ตลอดจน องค์ประกอบและบุคลากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการผลิตภาพยนตร์ และการปรับตัวของวงวิชาการภาพยนตร์ในเรื่องหลักสูตร ระบบการเรียนการสอน ตลอดจนผู้สอนและผู้เรียน

5. ทั้งนี้ การศึกษาใน ข้อ 1 - 4 ข้างต้นจะเน้นที่ ช่วงเวลาที่ Netflix เข้ามาเปิดตัวในประเทศไทย อย่างเป็นทางการ ซึ่งจะเป็นยุคที่ Netflix ให้บริการ Online Streaming อย่างเต็มตัว (เมษายน 2560) และ ยุคที่เข้าสู่การลงทุนสร้างภาพยนตร์เอง หรือ Netflix Original Content (พฤศจิกายน 2561)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่วิถีใหม่ที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (New Normal) ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทั้งในด้านของวิชาชีพและวิชาการ

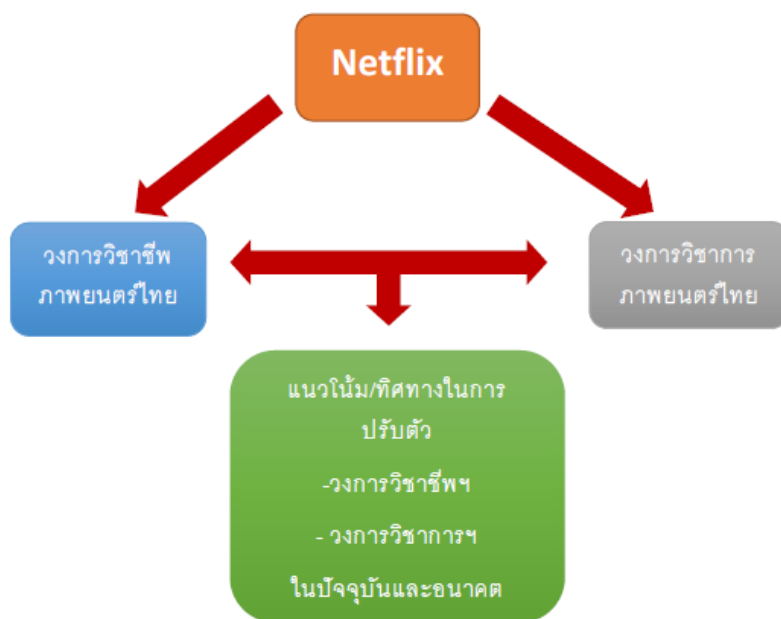
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการเรียน การสอนวิชาการภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล และเพิ่มพูนองค์ความรู้ทางวิชาการภาพยนตร์โดยรวม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากแนวคิดและงานวิจัย ดังกล่าวข้างต้น ใช้ในการอธิบาย (explication) ความเชื่อมโยงของปรากฏการณ์ Netflix ว่าเป็นระบบสตรึมมิ่งที่

เป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology/Disruption) ที่แผ่ขยายไปทั่วโลก และเข้ามามีบทบาทต่อวงการภาพยนตร์ไทยในด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดการปรับตัวในวงการวิชาชีพ ตั้งแต่ ด้านผู้สร้าง กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การปรับตัวทางวงการวิชาในเรื่องหลักสูตร การเรียน การสอน และด้านผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์

โดยกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างการสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จะดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รายบุคคล กับ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ในสายวิชาชีพ จำนวน 12 คน

วิชาการ จำนวน 5 คน ผู้เรียนวิชาการภาพยนตร์ จำนวน 7 คน และผู้ชมทั่วไป จำนวน 10 คน เพื่อดำเนินการตามขอบเขตการวิจัยข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 4 โดยใช้คำถามซึ่งผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แล้ว มีแนวคำถามดังต่อไปนี้

แนวคำถามสำหรับกลุ่มวิชาชีพฯ

1. ท่านคิดว่าปรากฏการณ์Netflix ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงกับวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในมิติต่อไปนี้ อย่างไรบ้าง

- ด้านการผลิตภาพยนตร์
- ด้านการตลาด/การจัดจำหน่าย

2. ท่านคิดว่าแนวคิด Open Business

Ecosystem หรือ Co-creating Model ของ Netflix กับวงการภาพยนตร์ไทย มีข้อดีข้อเสีย อย่างไร ถือเป็นการพัฒนางานวงการภาพยนตร์ไทย หรือไม่อย่างไร

3. แนวทางหรือ แนวโน้มในการทำ Co-creating กับ Netflix ในปัจจุบันและอนาคตน่าจะเป็น อย่างไร โดยเฉพาะในประเด็น

- Content ที่ควรจะเป็นไปได้
- วิธีการทำงานร่วมกัน

4. โดยภาพรวม ท่านคิดว่า Netflix ทำให้วงการ ภาพยนตร์ไทย ถึงจุดเปลี่ยนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ หรือไม่ และควรมีการปรับตัวอย่างไร ในด้านใดบ้าง

แนวคำถามสำหรับกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อ ภาพยนตร์

1. ถึง 4. ใช้คำถามเดียวกันกับคำถามของกลุ่ม วิชาชีพฯ

5. ในกระแสการเปลี่ยนแปลงจาก ปรากฏการณ์ Netflix นี้ ท่านคิดว่าควรมีการ ปรับเปลี่ยนอย่างไรในประเด็นต่อไปนี้

- หลักสูตร/เนื้อหาวิชา
- วิธีการเรียน/สอน

แนวคำถามสำหรับนักวิชาการด้านอื่น ๆ

1. ท่านรู้จัก Netflix อย่างไรบ้าง

2. ท่านเคย ชม Netflix หรือไม่ ถ้าเคย ท่านมัก ชมโดยผ่านช่องทางใดบ้าง เพราะเหตุใด

3. ถ้าท่านเคยชม Netflix เนื้อหาประเภทใดที่ ท่านมักรับชม เพราะเหตุใด

4. ท่านคิดว่า Netflix เป็นปรากฏการณ์ที่มี ผลกระทบอย่างไรบ้าง ต่อวิถีชีวิตของสังคมไทย

แนวคำถามสำหรับกลุ่มนักศึกษาฯ

- ใช้คำถามเดียวกันกับ กลุ่มวิชาชีพฯ ใน ข้อ 1., 2., และ 4.

- และ ข้อ 5. ของกลุ่มวิชาการ

- ท่านคิดว่า ความเปลี่ยนแปลงในวงการ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปรากฏการณ์เช่น Netflix นี้ จะมีผลอย่างไรต่อความคาดหวังใน วิชาชีพของท่านเมื่อจบการศึกษาไปแล้ว

แนวคำถามสำหรับกลุ่มผู้ชมฯ

1.ท่านรู้จัก Netflix อย่างไรบ้าง

2.ท่านชม Netflix บ่อยเพียงใด

- ชมผ่านช่องทาง (platform) ใดเป็นประจำ

- สถานที่ และเวลา ที่ท่านมักชม เป็น ประจำ คืออะไร

3. Content ที่ท่านชมเป็นประจำ คือ อะไรบ้าง ระหว่าง

- ภาพยนตร์
- ซีรีส์
- สารคดี
- วาไรตี้โชว์ (เช่น Glow)

4. ในความเห็นของท่าน เมื่อเปรียบเทียบ การชมภาพยนตร์ทางโรงภาพยนตร์กับชมทาง Netflixตามที่ตอบในข้อ 2. มีความแตกต่างใน ประเด็นต่อไปนี้อย่างไร

- การได้อารมณ์ความรู้สึก
- ความหลากหลายของเนื้อหา
- ความสะดวก
- ความเป็นส่วนตัว

- ค่าใช้จ่าย

2. วิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ที่เกี่ยวข้องตามขอบเขตการวิจัยข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 4

ผลการวิจัย

ผลกระทบของ Netflix ที่มีต่อวงการภาพยนตร์ไทยต่อไปนี้เป็นความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของ กลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักวิชาชีพ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ทั่วไป ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มนักวิชาชีพ

1. ผลกระทบด้านผู้สร้างภาพยนตร์

1.1 แหล่งทุน/โอกาสในการสร้างงาน

เป็นการส่งเสริมระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้มีโอกาสในการสร้าง งานมากขึ้น โดยที่ไม่ถูกควบคุมจากระบบภาพยนตร์ในการกำหนดเนื้อหา เป็นการลดความเสี่ยงในการประเมินว่าภาพยนตร์จะมีโอกาสได้ฉายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้สร้างรุ่นใหม่ที่ไม่ต้องพึ่งบริษัทหรือสตูดิโอใหญ่ ซึ่งเป็นเจ้าของทุน และมักเป็นผู้กำหนดเนื้อหา อย่างไรก็ตามก็ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถด้วย

1.2 โรงภาพยนตร์

โรงภาพยนตร์ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย จะได้รับผลกระทบในเชิงลบ เนื่องจากจำนวนคนดูภาพยนตร์ในโรงลดลง เพราะมีการเปลี่ยนพฤติกรรมชมโดยดูจากแพลตฟอร์มหรือ Netflix มากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวก

กว่าในหลายด้าน อาทิ การเดินทาง สถานที่ เวลา ฯลฯ ซึ่งสามารถกำหนดได้เอง ทั้งนี้ ยังเป็นการลดบทบาทของโรงภาพยนตร์ในการกำหนดเนื้อหาตามตลาดสายหนังดั้งเดิมอีกด้วย

2. ผลกระทบด้านกระบวนการผลิต

ข้อดี ก็คือ Netflix นำเอาระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐานสากลมาใช้ในการบวนการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งมีผลดีต่อบุคลากรในกองการผลิต ที่มีระบบการทำงานตามแบบแผนการบริหารงาน แบบต่างประเทศ เช่น ฮอลลีวูด มีเวลาเข้า - ออกงานที่แน่นอน มีระบบการจ่ายเงินที่ชัดเจน ทั้งการ ทำงานในเวลางาน และนอกเวลางาน (โอที) ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของพนักงาน ในกองผลิต ซึ่งสะท้อนไปยังคุณภาพของภาพยนตร์

นอกจากนี้ ในการผลิตงานที่เป็น Co-creating Model อย่างเช่น การร่วมกันผลิต Original Content นั้น Netflix มีการใช้ระบบ AI ซึ่งเป็นระบบข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการวิจัยผู้ชมในการกำหนดทิศทางเนื้อหาของภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการกำหนดลักษณะเนื้อหาที่ผู้ชมต้องการเพื่อประกัน รายได้ของภาพยนตร์ แต่อาจขัดแย้งด้วยความแตกต่างทางวัฒนธรรมหรือความเคยชิน เพราะ ผู้สร้างไทยเน้นในเรื่องศิลปะภาพยนตร์ ซึ่งจำเป็นต้องหาวิธีปรับเข้าหากัน

3. ผลกระทบด้านการจัดจำหน่าย มีข้อพิจารณา

1. Netflix ใช้ข้อมูลสถิติที่ได้จากการวิจัยผู้ชมดังกล่าวข้างต้นในการพิจารณาว่าภาพยนตร์แนวไหน ๆ จะทำรายได้เพียงใด โดยคิดจากจำนวนนาที่ที่ผู้ชมยังชมต่อเนื่องไม่มีการหยุด หรือข้ามเนื้อหา ซึ่งเป็นการประกันรายได้ของภาพยนตร์

และเป็นเกณฑ์ในการซื้อ ภาพยนตร์เข้าแพลตฟอร์ม

2. เรื่องเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ จะต้องพิจารณาว่า ถ้าเป็นการสร้างภาพยนตร์โดยไม่ได้อยู่ใน Co-creating Model แล้วต้องการเอาไปขายให้ Netflix เพื่อต้องการให้มีที่ฉายทางแพลตฟอร์ม โดยไม่ร่อเข้าโรงภาพยนตร์ ในกรณีเช่นนี้ จะต้องพิจารณาในการเจรจาตกลงแบ่งสรรรายได้ให้เหมาะสมทั้งสองฝ่าย มองให้แง่ดี คือ เป็นการประกันรายได้ (play safe) หรือเอาตัวรอดให้วงการอุตสาหกรรม สำหรับผู้สร้างที่ไม่ต้องต่อรองกับโรงภาพยนตร์

4. ผลกระทบด้านผู้ชม มีผลใน 2 ด้าน คือ

1. ผู้ชมมีทางเลือกมากขึ้นในการชมภาพยนตร์เนื้อหาหลากหลายโดยไม่ต้องรอให้ออกจากโรงภาพยนตร์ก่อน และมีความสะดวกในการชม ทั้งสถานที่ และเวลาที่สามารถกำหนดพฤติกรรมชมเองได้

2. สำหรับในเรื่องสุนทรียะหรือ อรรถรส ในด้านอารมณ์ความรู้สึกในการชม สำหรับคนที่เป็นคอหนัง อาจพิจารณาเป็นเรื่อง ๆ ไปเพื่อดูในโรงภาพยนตร์ กล่าวได้ว่า ผู้ชมมีอำนาจในการต่อรองในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมากขึ้น

ความคิดเห็นของกลุ่มนักวิชาการ

1. ผลกระทบด้านผู้สร้างภาพยนตร์

1.1. แหล่งทุน/โอกาสในการสร้างงาน สตูดิโอหรือบริษัทเล็ก หรือ ผู้สร้างรุ่นใหม่ มีโอกาสในการสร้างมากขึ้น เพราะสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้มากขึ้น แต่ทั้งนี้อาจต้องสร้างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดกฎเกณฑ์ของ Netflix ซึ่งอาจไม่มีอิสระในการเล่าเรื่องที่ตนเองต้องการได้เต็มที่

1.2. โรงภาพยนตร์ ถูกแย่งรายได้อย่างแน่นอนเพราะผู้ชมลดลง เนื่องจากมีทางเลือกชมทางแพลตฟอร์ม ซึ่งมีข้อได้เปรียบหลายประการ อาทิ การเดินทาง สถานที่ เวลา ฯลฯ

2. ผลกระทบด้านกระบวนการผลิต

Netflix ใช้ ระบบ การผลิต ที่เป็น มาตรฐานสากล ในการบริหารจัดการทั้งในเรื่อง เงิน คน เวลาการทำงาน อุปกรณ์การถ่ายทำ ฯลฯ ซึ่งมีข้อดีต่อบุคลากรในกองการผลิตที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ งบประมาณในการผลิตก็เพิ่มมากขึ้นด้วย ในด้านการผลิตร่วมกันตาม Co-creating Model ที่เป็น Original Content นั้น ถึงแม้จะมีลักษณะที่เป็น เนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นหรือภูมิภาค (local content) แต่แก่นเรื่อง (theme) จะเป็น ลักษณะสากลที่คนทั่วโลกเข้าถึงได้ (universal resonance) ตามแนวทาง “think local for global”

ส่วนในเรื่อง การประเมินความนิยมของผู้ชมจากข้อมูลทางสถิติ โดยให้ความสำคัญกับช่วงเวลาที่ผู้ชมอยู่นั่งจอ โดยไม่ปิดหรือข้ามการชม (skip) เพื่อใช้ในการปรับการสร้างเนื้อหา นั้น อาจทำให้ธรรมชาติ การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ถูกครอบงำโดยข้อมูลตัวเลข ทำให้ไม่พัฒนาความคิดในการสร้างสรรค์ นอกจากนี้โดยทั่วไปแล้ว Netflix และ สตริมมิ่งอื่น ๆ มักไม่ได้มีเป้าหมายในการพัฒนาผู้สร้างรุ่นใหม่ขึ้นมา แต่ต้องการจ้างคนที่มีความสามารถและซื้อตัวเข้ามาทำงาน ซึ่งในแง่มนานี้ อาจทำให้เป็นข้อเสียต่อระบบนิเวศ(ecosystem) ของระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพราะ นักศึกษาด้านภาพยนตร์ที่จบใหม่จะเติบโตในระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้ยาก

3. ผลกระทบด้านการจัดจำหน่าย

เป็นการช่วยขยายตลาดหรือพื้นที่ของภาพยนตร์ไทยไปสู่ต่างประเทศและเป็นช่องทางที่เสมือนการรับประกันให้ผู้ผลิตมั่นใจได้ว่าภาพยนตร์ที่สร้างมีโอกาสขาย

4. ผลกระทบด้านผู้ชม

ในขณะที่ Netflix เหมาะสมกับภาพยนตร์บางประเภทที่รับชมออนไลน์ได้ที่บ้านเท่านั้น ไม่ใช่ประเภทที่ได้อารมณ์ความรู้สึกในการชม ซึ่งพื้นที่ในโรงภาพยนตร์จะตอบโจทย์ได้ดีกว่า ดังนั้นปรากฏว่าในกรณีดังกล่าว ทำให้คนกลับมาดูภาพยนตร์ในโรงมากขึ้น โดยเฉพาะภาพยนตร์ที่เป็นกระแสผู้ชมก็พร้อมจะจ่ายเงินเข้าไปชม จึงอาจกล่าวได้ว่า ในปรากฏการณ์ Netflix อำนาจในการต่อรองกลับไปอยู่ที่ผู้ชมมากขึ้น ที่ดูเหมือนเป็นการบังคับทางอ้อมให้ผู้สร้างต่อสู้กันด้วยเนื้อหา (content) ซึ่งเนื้อหาที่หลากหลายแตกต่างจากชนบทเดิม ๆ ที่เคยสร้างในวงการภาพยนตร์ไทย จะประสบความสำเร็จมากขึ้นเช่น เรื่อง “หลานม่า” เป็นต้น

5. ผลกระทบด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน

ในเรื่องเนื้อหาหลักสูตรภาพยนตร์ ยังควรยึดตามพื้นฐานเดิมที่เป็นอยู่ในเรื่องความเป็นศิลปะของ ภาพยนตร์ และเพิ่มเนื้อหาด้าน Streaming เป็นการเสริม เข้าไป เพื่อให้ผู้เรียนนำไปปรับใช้ได้ โดยการ เพิ่มการใช้ความสำคัญกับเทคโนโลยี ด้านสื่อที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อ ภาพยนตร์ และวิถี การผลิตภาพยนตร์ที่ขยายไปสู่ทีวี โดยสอดแทรกเข้าไปในเนื้อหาวิชาต่าง ๆ ของ ภาพยนตร์ศึกษา (Film Study) ส่วนในเรื่องวิธีการเรียนการสอน ก็เช่นเดียวกัน แก่นหลักยังเป็น ภาพยนตร์เน้นศิลปะ และขยายไปสู่การสอนในเรื่องทีวีนอกจากนี้ควร

ให้ความสำคัญเรื่องการเขียน “บท” (screenplay) ที่เน้นความคิด (idea) เป็นหลักในการสร้างบท ไม่ใช่เน้นรูปแบบ(form) เพียงอย่างเดียว

ความคิดเห็นของกลุ่มนักศึกษาภาพยนตร์

1. ผลกระทบด้านผู้สร้างภาพยนตร์

1.1. แหล่งทุน/โอกาสในการสร้างงาน เป็นโอกาสในการสร้างงาน โดยเฉพาะเมื่อมี Open Business Ecosystem หรือ Co - creating Model ซึ่งต้องพิจารณาคุณภาพของการผลิตงาน ทั้งในการสร้างภาพยนตร์ ร่วมกัน รวมถึงการจัดจำหน่าย เป็นการขยายตลาดที่แต่เดิมจำกัดอยู่ที่เจ้าของทุนในวงการ ภาพยนตร์ไทย จนไปถึงตลาดโลก ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ ๆ ที่มองไปถึงผู้ชมในต่างประเทศ โดย ขยายเนื้อหาความเป็นไทย (local content)

1.2. โรงภาพยนตร์ ได้รับผลกระทบ เนื่องจากผู้ชมเปลี่ยนพฤติกรรมการชมตามความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อ คือระบบสตรีมมิ่ง ซึ่งสามารถกำหนดการชมตามความสะดวกได้ ทั้งด้านสถานที่ เวลา และเครื่องมือในการชม

2. ผลกระทบด้านกระบวนการผลิต

มีการนำมาตรฐานสากลในระบบการผลิตมาใช้ ในการบริหารจัดการกองถ่าย เป็นการช่วยยกระดับคุณภาพการทำงาน โดยเฉพาะคุณภาพชีวิตบุคลากรทั้งในเรื่องระบบการจ้างงานการทำงานและการพักผ่อนที่เพียงพอ ทำให้เกิดการพัฒนางานในวงการภาพยนตร์ไทย โดยมีการอบรมคนเขียนบทผู้กำกับ เพื่อการเสนองาน (pitch) กับ Netflix โดยใช้ระบบฮอลลีวูดในการพัฒนา Co-creating Model ร่วมกันจะมีความแตกต่างในระบบ ความคิดในการทำงาน โดยการพัฒนาบทภาพยนตร์ของ Netflix จะใช้ข้อมูลทางสถิติ ที่มาจากการวิจัยผู้ชม ซึ่งเน้นตัวเลขของช่วงเวลาในการ

ชมต่อเนื่อง เพราะต้องการให้ภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ สามารถดึงดูดผู้ชมอยู่หน้าจอตลอดเวลา โดยไม่ข้ามเนื้อหา (skip) ในขณะที่ฝ่ายผู้สร้างไทย จะพัฒนาบทภาพยนตร์ด้วย โครงสร้างแบบสามองก์ (Three Acts Structure) ซึ่งจะมี beat sheet ในแต่ละองก์ เพราะฉะนั้น จึงเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายในการปรับวิธีการทำงานเข้าหากัน

3. ผลกระทบด้านการจัดจำหน่าย

ทำให้เมื่อสร้างภาพยนตร์เสร็จ ก็สามารถขายให้ Netflix ได้เลย เพียงแต่ภาพยนตร์ต้องมีมาตรฐานตามที่กำหนด เป็นการผลักดันให้ภาพยนตร์ไทยต้องมีการปรับตัวในเรื่องคุณภาพในกรณีที่เป็นภาพยนตร์ไทย ที่เคยฉายในโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีการส่งเสริมการขายมาก่อนแล้ว Netflix ก็พร้อมจะซื้อเลย เพราะเป็นประกัน ว่ามีคนดูแน่นอนสำหรับในเรื่องการตลาด จะเป็นการใช้แนวทางการตลาดเชิงรุกในสื่อออนไลน์

4. ผลกระทบด้านผู้ชม

เป็นการเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ที่ไม่ต้องอาศัยโรงภาพยนตร์ เพราะชมออนไลน์ โดยกำหนดสถานที่ เวลา ที่ต้องการได้ตามสะดวกในด้านเนื้อหาภาพยนตร์ที่ได้ความหลากหลาย Netflix เป็น เสมือนผู้คัด กรองคุณภาพของภาพยนตร์ที่อยู่ในแพลตฟอร์มให้กับผู้ชม

5. ผลกระทบด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน

ในด้านเนื้อหาหลักสูตร โดยรวมมีพื้นฐานของเนื้อหาเพียงพอแล้ว แต่ต้องการให้เพิ่มเนื้อหาด้านการคิด“บท” สำหรับซีรีส์ เพราะในปัจจุบันซีรีส์ขายง่ายกว่าภาพยนตร์เรื่องยาว และมีตลาดรองรับ คือ Netflix นอกจากนี้ในเรื่องการตลาด

ซีรีส์จะสามารถโฆษณาสินค้าในลักษณะ tie-in ได้ง่ายกว่า

ในด้านวิธีการเรียนการสอน ควรแยกความสนใจ ในเรื่องภาพยนตร์กับซีรีส์ให้ชัดเจนสอนให้รู้จักวิธีการคัดเลือกโปรเจกของ Netflix วิธีการเสนองานกับ Netflix และสตรีมมิ่ง อื่น ๆ มีการศึกษาดูงานหรือ ฝึกงานกับ Netflix โดยตรง และออนไลน์ให้นักศึกษาทาสารนิพนธ์เป็นซีรีส์ประมาณ 3 ตอนจบได้ โดยควรหาผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตซีรีส์มาสอนด้วย

6. ความคาดหวังเกี่ยวกับ Netflix

คาดหวังจะได้ทุนจาก Netflix เพราะเป็นความภาคภูมิใจในสายอาชีพต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากภาพยนตร์ ที่ผ่านกระบวนการผลิตกับ Netflix จะยกระดับจนได้รับการยอมรับจากต่างประเทศทั่วโลก

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ทั่วไป

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ทั่วไป จะเป็นความเห็น เกี่ยวกับการรับชมสื่อทั่ว ๆ ไป มิได้เฉพาะเจาะจงในเรื่องกระบวนการสื่อสารของสื่อภาพยนตร์ที่ประกอบไปด้วย ผู้สร้างภาพยนตร์ กระบวนการผลิตภาพยนตร์ การจัดจำหน่าย และโรงภาพยนตร์ ดังความคิดเห็นของกลุ่มวิชาชีพ กลุ่มวิชาการ และกลุ่มนักศึกษาภาพยนตร์ที่ได้กล่าวไปแล้ว ผู้ชมภาพยนตร์ทั่วไปมีความคิดเห็นต่อ Netflix ดังต่อไปนี้

1. ความรู้จัก Netflix รู้จักที่มาของ Netflix ว่ามาจากร้านให้เช่าวิดีโอ และทีวีสีมาก่อน พอมาถึงยุคอินเทอร์เน็ต เริ่มขยายตัวจึงได้เป็นการเช่าออนไลน์ และต่อมาเป็นผู้ให้บริการสตรีมมิ่งรายใหญ่ที่สุดใน สหรัฐอเมริกา และขยายไปทั่วโลกตามการขยายตัวของระบบอินเทอร์เน็ตจนถึง

ปัจจุบัน ซึ่ง เป็นแพลตฟอร์มสำหรับที่มีภาพยนตร์ให้ชมมากมายหลากหลายเนื้อหา โดยการสมัครเป็นสมาชิก

ส่วนใหญ่ ผู้ชมจะรู้จัก Netflix ผ่านการโฆษณาทางสื่อสังคม (social media) เช่น Facebook, SMS เป็นต้น นอกจากนี้ เป็นการรู้จักผ่านเพื่อน และคนในครอบครัว ซึ่งมักจะเป็นสมาชิกอยู่แล้ว และชักชวนให้ร่วมสมัครเป็นสมาชิก

2. ความถี่ในการรับชม ส่วนใหญ่จะชมแทบทุกวัน โดยช่องทางที่ใช้ประจำได้แก่ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์ และ โทรศัพท์มือถือ สถานที่ที่มักชมประจำ คือ ที่บ้าน เวลาส่วนใหญ่จะเป็นกลางคืน ตั้งแต่ 20.00 น. ขึ้นไป

3. เนื้อหาที่รับชมเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะชมซีรีส์มากที่สุด รองลงไปคือ ภาพยนตร์ สารคดี และวาไรตี้

4. ข้อเปรียบเทียบผลที่ได้รับในการรับชมระหว่างชมทาง Netflix กับชมในโรงภาพยนตร์

- ในเรื่องอารมณ์ความรู้สึก: ส่วนใหญ่ระบุว่า โรงภาพยนตร์ได้มากกว่า

- ความหลากหลายของเนื้อหา: ความเห็นส่วนใหญ่อยู่ที่ Netflix

- ความสะดวก: ความเห็นส่วนใหญ่อยู่ที่ Netflix เช่นเดียวกัน เพราะสามารถกำหนดสถานที่ เวลาในการรับชมเองได้ และตัดปัญหาการเดินทางออกไป เพราะสามารถชมที่บ้านได้

- ความเป็นส่วนตัว: ส่วนใหญ่ระบุ Netflix อีกเช่นกัน เพราะในการชมที่บ้าน นอกจากเป็นส่วนตัว ไม่ใช่ที่สาธารณะดังเช่นโรงภาพยนตร์แล้ว ยังสามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นไปพร้อมกันได้ อย่างเช่น รับประทานอาหารกับครอบครัว เป็นต้น

- ค่าใช้จ่าย: สำหรับในประเด็น ไม่มีความเห็นที่ชัดเจนไปในทางใดทางหนึ่ง เพราะถ้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ถึงแม้ค่าใช้จ่ายจะสูงกว่า แต่ถ้าไม่ได้ชมบ่อยโดยเฉพาะบางเรื่อง ที่ต้องการได้รับบรรยากาศจริง ๆ ค่าใช้จ่ายก็ไม่สูง และถือว่าคุ้มค่า ในขณะที่ การเป็นสมาชิกต้องจ่ายรายเดือน เหนือรวมโดยรวมกับเรื่องที่ไม่แน่ใจว่าจะชอบ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พอจะกล่าวได้ว่า ในภาพรวม ปรากฏการณ์ Netflix ที่เกิดขึ้นในวงการภาพยนตร์ไทย นั้น มีผลกระทบในทางดีมากกว่าไม่ดี โดยเฉพาะในประเด็นของการมีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนมากขึ้นของผู้สร้างรุ่นใหม่ ที่อาจพึ่งพาทุนในการผลิตจากบริษัทหรือสตูดิโอใหญ่น้อยลง และในประเด็นของกระบวนการผลิตที่ Netflix นำเอากระบวนการผลิตที่เป็นมาตรฐานสากลมาใช้ ซึ่งมีผลให้การผลิตภาพยนตร์หรือระบบกองถ่ายทำ มีการบริหารงานที่เป็นมาตรฐาน ทั้งในเรื่องการเงิน การเข้าออกงานที่เป็นเวลาชัดเจนตายตัว ทำให้บุคลากรกองถ่ายมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่งผลไปถึงคุณภาพของภาพยนตร์ที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ทั้งนี้ จะทำให้เกิดการปรับตัวของหลายฝ่ายในระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

หากมองในภาพรวมของปรากฏการณ์ Netflix อาจกล่าวได้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ Digital Disruption ซึ่งเกิดขึ้นทั่วโลก ก่อนที่ Netflix จะเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกฟ้าคว่ำแผ่นดินต่อระบบนิเวศต่าง ๆ โดยเฉพาะระบบการสื่อสาร อาทิ การใช้สมาร์ทโฟน ในการติดต่อสื่อสาร การใช้กล้องดิจิทัลแทนกล้องฟิล์ม ทั้งกล้องถ่ายภาพนิ่ง

และภาพเคลื่อนไหว อย่างเช่น วีดีโอ ไปจนถึง ภาพยนตร์ การทำให้วงจรชีวิตของสื่อสิ่งพิมพ์ หยุดชะงัก หรือ ต้องหยุดบทบาทหน้าที่ในสังคม หรือต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (อินโฟเควสท์, 2563)

ดังนั้น เมื่อมองที่ภาพยนตร์ (Movies) ซึ่งเป็นสื่อมวลชน (Mass Media) ที่มีชีวิตที่เก่าแก่ รongลงมาจากวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร ในระบบสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ที่มีหน้าที่ในการนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตขึ้นมาตามธรรมชาติของตนเอง นำเสนอต่อผู้รับสารมวลชน (Mass Audience) คือ การผลิตภาพยนตร์เพื่อให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม อันเป็นระบบอุตสาหกรรมสื่อที่เก่าแก่และมีขอบเขตกว้างขวางทั่ว โลก เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูด เป็นต้น ซึ่งในระบบนิเวศของภาพยนตร์ ก็จะ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญที่ต้องทำงานร่วมกัน คือ ฝ่ายผู้สร้างภาพยนตร์ ได้แก่ ผู้สร้าง ผู้กำกับ (Producer, Director) เป็นต้น มีหน้าที่ในการผลิตเนื้อหา (Content) อาทิ ภาพยนตร์บันเทิงแนวต่าง ๆ ซึ่งจะนำเสนอในโรงภาพยนตร์ (Theatre) ให้ผู้ชม ทั้ง 3 ฝ่ายนี้ ถือเป็นระบบนิเวศของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

เมื่อมีปรากฏการณ์ Netflix เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่า เป็นตัวแปรที่แทรกเข้ามาในระบบสื่อสารมวลชน ของภาพยนตร์ดังกล่าวข้างต้น โดยในระยะแรกเป็นการแทรกกระหว่างผู้สร้าง กับ โรงภาพยนตร์ โดยนำเสนอเนื้อหาที่ได้จากผู้ผลิต และระยะต่อมา เป็นการทำหน้าที่ผู้ผลิตเนื้อหาเอง (Original Content) โดยร่วมมือกับผู้ผลิตเดิม (พิสิฐ, 2566) โดยรวมกล่าวได้ว่า Netflix เข้ามาแทรกในระบบสื่อสารมวลชนของภาพยนตร์ ใน 2 ขั้นตอน คือ จากผู้ผลิตไปยังโรงภาพยนตร์ และจากโรง

ภาพยนตร์ไปยัง ผู้ชม โดยอาศัยความได้เปรียบจากคุณสมบัติของระบบเทคโนโลยีดิจิทัล จนทำให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวก และด้านลบ ดังกล่าวในผลการวิจัย

แต่สิ่งที่น่าสังเกตในปรากฏการณ์นี้ก็คือ ความเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งเป็นธรรมชาติของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกยุคสมัย และในแต่ละการเปลี่ยนแปลง จากสถานะหนึ่ง ไปสู่อีกสถานะหนึ่ง นั้น ซึ่งที่เกิดขึ้นได้แก่ผลกระทบ ทั้งเชิงบวก และลบ ต่อองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง สิ่งที่เกิดตามมา คือ การปรับตัวหรือสถานะ เพื่อให้สามารถดำรงสภาพอยู่ในระบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงได้ และสิ่งที่เกิดขึ้นในการปรับตัวมักจะเกิดเป็นผลที่ตามมา (consequences) คือ มีฝ่ายที่ได้ประโยชน์ และฝ่ายที่เสียประโยชน์ หรืออย่างน้อยก็เป็นฝ่ายที่ไม่ได้ไม่เสียคือเสมอตัว

จากประเด็นในเรื่องการปรับตัวที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ที่จะต้องเกิดขึ้นในความ เปลี่ยนแปลง เมื่อนำมาพิจารณาถึง ปรากฏการณ์ Netflix ที่เกิดขึ้นในวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย นั้น อาจกล่าวได้ว่าการปรับตัวที่เกิดขึ้นนั้น ฝ่ายที่เสียประโยชน์ น่าจะเป็น โรงภาพยนตร์ ที่อาจจะต้องหาวิธีในการปรับตัวให้เสียประโยชน์ น้อยที่สุด ส่วนฝ่ายผู้สร้างเดิมอาจจะต้องปรับตัวในการผลิตเนื้อหาที่แตกต่างไปจาก เดิมเพราะมีคู่แข่งที่สร้างความต้องการเนื้อหาแนวใหม่ที่หลากหลายและเข้าถึงตลาดผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไปในทางต้องการคุณภาพ ส่วนฝ่ายผู้สร้างรุ่นใหม่ น่าจะเป็นฝ่ายที่ได้ ประโยชน์มากกว่า เพราะไม่ต้องพึ่งพาแหล่งทุนเดิม และมีการประกันการขายผลผลิต และที่น่าสนใจก็คือ ผู้ชม กลับเป็นฝ่ายที่ได้ประโยชน์มากที่สุดในการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัว พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ จากแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง ซึ่งจากการเข้าถึง เนื้อหาที่หลากหลายที่ไม่ต้องรอทางโรงภาพยนตร์ น่าจะทำให้

เป็นประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับชมเนื้อหาที่ไม่ซ้ำแนว ภาพยนตร์ไทยแบบเดิมที่ถูกกำหนดโดยโรง ภาพยนตร์ และ แหล่งทุนเดิมที่สนใจในเรื่องรายได้ มากกว่าคุณภาพ ในประเด็นนี้อาจกล่าวได้ว่า เกิด จากการที่ Netflix ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง “วัฒนธรรมภาพยนตร์” จากเดิมในเรื่อง “พื้นที่ฉาย” ที่โรงภาพยนตร์เคยครอบครองอยู่ (ปฏิพัทธ์, 2560) มาอยู่ที่แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งจนกระทบไปถึง องค์ประกอบด้านการสร้างภาพยนตร์ไทยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการปฏิบัติ ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยทั้ง รุ่นเก่า และรุ่นใหม่ ควรปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต ภาพยนตร์ (film production process) โดยใช้ ระบบการผลิตที่เป็นมาตรฐานสากลในการดำเนิน กระบวนการผลิต ในขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production phase) ในเรื่องการวิเคราะห์ผู้ชม การ

จัดหาบทภาพยนตร์ และขั้นตอนการผลิต (production phase) โดยเฉพาะการบริหารจัดการ กองถ่าย ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการบริหารบุคลากร ทีมงาน และเวลาทำงาน ตลอดจนการเงินเพื่อให้ ได้มาซึ่งผลผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ

2. ด้านการวิจัย ควรมีการศึกษาวิจัยผู้ชม ภาพยนตร์ไทยทุกภูมิภาคทั่วประเทศ อย่างรอบด้าน ทั้งทางกว้าง และลึก ด้วยระเบียบวิธีการวิจัยแบบ ผสม (Mixed Methods) โดยศึกษา ทั้งช่องทางการ รับชม ทางระบบสื่อมวลชนปกติ คือ โรงภาพยนตร์ และระบบสตรีมมิ่ง (streaming) ทุกแพลตฟอร์ม (platform) และทุกเนื้อหา (contents) ที่มีการ นำเสนอ เพื่อจะได้เข้าใจถึงวัฒนธรรมในการเปิดรับ ภาพยนตร์ (film exposure) ของสังคมไทย ซึ่งกำลัง เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันที่ผู้ชมเริ่มมีบทบาทในการ กำหนดทิศทางของเนื้อหามากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนภรณ์ ฌายีเนตร. (2561). *แนวโน้มการชมภาพยนตร์ในสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปฏิพัทธ์ สถาพร. (2560). *โรงภาพยนตร์กับวัฒนธรรมภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ พ.ศ. 2500-2520*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาศักดิ์ แสงเนียม. (2552). *รู้จักกับสตรีมมิ่งมีเดีย ?*. <https://www.gotoknow.org/posts/264140>:
- พิสิฐ จิตสุวรรณ. (2566). *การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ไทยที่เป็น Netflix Originals ในระดับ Local content*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- พิรญาณ์ อาชวจิรดา. (2564). *กระบวนการผลิตและกลวิธีสร้างสรรค์ ‘อริจินัลซีรีส์’: กรณีศึกษา บราโว่ สตูดิโอ บริษัทจีเอ็มเอ็ม สตูดิโอส์ อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด*. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/digital/api/DownloadDigitalFile/download/186525.
- พีระพงศ์ วีระวุฒิ. (2562). *พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชัน Netflix ของผู้ใช้งาน Netflix ในประเทศไทย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สรวิชัย ทองศรีคำ. (2563). *ประสบการณ์ความบันเทิงของภาพยนตร์สตรีมมิ่งและการปรับตัวของธุรกิจ ภาพยนตร์ในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

- อินโฟเควสท์. (2563). ภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2563. <https://www.dataxet.co/media-landscape/2020-th/ott-tv>.
- Bloomberg. (2020). *Netflix's Reed Hastings Conquered Hollywood with a PowerPoint Presentation* <https://assets.bwbx.io/images/users/iqjWHBFdfxIU/iXKE44Ugkifs/v1/-1-1.jpg>.
- Boom Praniti. (2563). สรุปประวัติ NETFLIX ฉบับสมบูรณ์จากร้านเช่าวิดีโอ สู่ธุรกิจสตรีมมิ่งมูลค่า 6 ล้านล้าน. <https://www.billionway.co/netflix-history-complete-edition/>.
- WP. (2019). วิเคราะห์เจาะลึก! โมเดลธุรกิจ “Netflix” ทำชิงวงการ Hollywood-สะท้อนเวทีฮอลลีวูดและอุตสาหกรรมโลก. <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/netflix-business-model/>.
- WP. (2019). “Think Local for Global” กลยุทธ์ “Netflix” เพิ่มคอนเทนต์ท้องถิ่นจากทั่วโลก เร่งสปีดทั้ง ห่วงคู่แ่วง. <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/netflix-think-local-for-global-strategy/>.

ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปางส่งผล ต่อเงินออมหลังเกษียณ

Financial planning factors of accounting professionals in Lampang Province affect retirement savings

ดารณี ใจวงศ์¹, ปฐมชัย กรเลิศ², กรรณิการ์ จันทรอินทร์³

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง¹, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่²,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่³

Daranee Jaiwong¹, Pathomchai Kornlert², Kannika Janin³

Rajamangala University of Technology Lanna Lampang¹, Rajamangala University of Technology
Lanna Chiang Mai², Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Mai³

Email: Daranee221133@gmail.com¹, Email: kornlert_5@hotmail.com²

Email: kannika_405@rmutl.ac.th³

Received: June 24, 2024; Revised: November 22, 2024; Accepted: December 13, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปาง โดยมีเป้าหมายเฉพาะเพื่อ (1) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการวางแผนทางการเงินกับระดับเงินออมหลังเกษียณ (2) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการวางแผนทางการเงินระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน และ (3) ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินสำหรับเงินออมหลังเกษียณ การวิจัยนี้ใช้วิธีการเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง 230 คนที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปาง คิดเป็นร้อยละ 48.63 ของประชากรทั้งหมด ข้อมูลถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และการทดสอบสมมติฐานด้วย T-test และ ANOVA ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริหารจัดการทางการเงินและพฤติกรรมการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อเงินออมหลังเกษียณ ($p < 0.01$) ในขณะที่ปัจจัยด้านการวางแผนการออมมีผลในระดับปานกลาง ($p < 0.05$) ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้ระบุว่า หน่วยงานรัฐควรจัดทำโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการเงินและการบริหารความเสี่ยง รวมถึงการส่งเสริมการออมในระยะยาวเพื่อเพิ่มความมั่นคงทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีหลังเกษียณ

คำสำคัญ: การวางแผนทางการเงิน ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เงินออมหลังเกษียณ

ABSTRACT

This research aims to investigate the financial planning factors affecting retirement savings among accounting professionals in Lampang Province. The specific objectives are to (1) analyze the relationship between financial planning factors and retirement savings, (2) compare perceptions of financial planning factors among groups with different demographic characteristics, and (3) identify key financial planning factors influencing retirement savings. A quantitative approach was employed, using online questionnaires distributed to 230 accounting professionals, representing 48.63% of the population. Data were analyzed using descriptive statistics, T-tests, and ANOVA to test hypotheses. The findings indicate that financial management behavior and risk management behavior significantly influence retirement savings ($p < 0.01$), whereas savings planning behavior has a moderate impact ($p < 0.05$). The study recommends that government agencies implement educational programs to promote financial planning and risk management, as well as long-term savings strategies, to enhance the financial security of accounting professionals after retirement.

KEYWORDS: Financial planning, Accounting professional, Retirement savings.

บทนำ

ในปัจจุบันนี้จำนวนผู้สูงอายุเริ่มมีจำนวนมากขึ้น โดยคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2567 ประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปหรืออยู่ในวัยเกษียณจะเพิ่มจำนวนเป็น 13 ล้านคน โดยจังหวัดลำปางมีผู้สูงอายุเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 29.03 จากประชากรไทยในจังหวัดลำปาง (จากสถิติผู้สูงอายุเดือนกันยายน 2567) ซึ่งหากผู้สูงอายุเหล่านี้มีเงินบำนาญหรือมีสวัสดิการเพียงพอรองรับชีวิตหลังเกษียณอายุได้ก็คงไม่เกิดปัญหาเท่าใดนัก หากเป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระที่ไม่ขึ้นตรงต่อหน่วยงานใดๆ ต้องวางแผนการทำงานของตนเองให้ดีเพื่อให้มีความมั่นคงทางการเงิน การเกษียณอายุเป็นการเข้าสู่กลุ่มผู้สูงอายุ หลังเกษียณอายุหลายคนก็ไม่อยากอยู่เฉย การเก็บออมเงินไว้ใช้เมื่อคราวแก่ชรา ด้วยการฝากเงินกับกองทุนต่าง ๆ หรือการเก็บออมเงินไว้เองก็คงทำได้ยาก

เนื่องจากประชากรโดยส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระ ฉะนั้นการประกอบอาชีพก็เป็นการต่อยอดให้เกิดรายได้อีกทางหนึ่ง แต่ควรศึกษาให้ดีและไม่ควรลงทุนกับการประกอบอาชีพที่เสี่ยงมาก ๆ เพราะมีสิทธิขาดทุนสูง ได้กำไรนิดหน่อยแต่ต้องไม่ขาดทุน เพื่อลดความเสี่ยงและปัญหาการดำรงชีพของผู้เกษียณ ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเป็นอีกกลุ่มหนึ่งในการประกอบอาชีพอิสระต้องวางแผนเรื่องรายได้ให้ดี ๆ เพราะรายได้จากงานอิสระอย่างเดียว บางครั้งไม่แน่นอน หรือบางครั้งปริมาณงานมากน้อยไม่เท่ากัน ซึ่งเงินที่ได้รับอาจช้าบ้าง และที่สำคัญเห็นได้ว่าเมื่อผู้ประกอบวิชาชีพอิสระอายุมากขึ้นหรือเข้าสู่ช่วงผู้สูงอายุแล้ว ทำให้หางานทำได้ยากขึ้น จากที่กล่าวมาพบปัญหาการใช้จ่ายโดยไม่วางแผนทางการเงินทำให้ไม่มีเงินออมสำหรับยามฉุกเฉิน จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการเงินอย่างรอบคอบ เพื่อเก็บเงินออมสำหรับอนาคตรวมทั้งมีเงินสำรองไว้ใช้เพื่อยาม

เจ็บป่วยในอนาคต เพื่อลดความเสี่ยงในการสูญเสียเงินออมหลังเกษียณ

อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาโดยพิจารณาจากปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปางส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในการวางแผนทางการเงินกับเงินออมหลังเกษียณ และปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณทำให้รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินและเงินออมหลังเกษียณที่ต่างกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยในการวางแผนทางการเงินกับเงินออมหลังเกษียณ
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน และเงินออมหลังเกษียณ

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์ต่อเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี สมการที่ใช้ในการวิจัย

$$r = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sqrt{\sum (x_i^2 - n\bar{x}^2)} \sqrt{\sum (y_i^2 - n\bar{y}^2)}}$$

ค่า r ระดับของความสัมพันธ์

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่าง

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ยของตัวแปร x

$\bar{y}$ แทน ค่าเฉลี่ยของตัวแปร y

$$Y = \beta_{1 \times 1} + \beta_{2 \times 2} + \beta_{3 \times 3} + \beta_{4 \times 4} + \beta_{5 \times 5}$$

เมื่อ Y แทน ค่าพยากรณ์ของตัวแปรตาม

α แทน ค่าคงที่

X แทน ตัวแปรอิสระรายด้าน

β แทน ค่าความชันของเส้น

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปาง จำนวน 473 คน (ส่วนส่งเสริมพัฒนาวิชาชีพบัญชี กองกำกับบัญชีธุรกิจ, 2567) โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Taro Yamane ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 230 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะทำการศึกษาปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมการออม ลักษณะเฉพาะของบุคคล อิทธิพลทางการเงินในการออม พฤติกรรมการบริหารจัดการเงินและพฤติกรรมการบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้มีช่วงเวลาของการดำเนินการ ตั้งแต่เดือน มีนาคม ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2567

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน การศึกษาในครั้งนี้ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมการออม ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล ด้านอิทธิพลทางการเงินในการออม ด้านพฤติกรรมการบริหารจัดการทางการเงิน และด้านพฤติกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งในแต่ละตัวแปรจะทำการศึกษาเกี่ยวกับ คำนียามความหมายของตัวแปร ความสำคัญ ประโยชน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (เพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทย์, 2551) ได้ให้ความหมายของคำว่า การวางแผนทางการเงิน หมายถึง การกำหนดค่าใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ ให้

สอดคล้องกับโครงการและแผนงานที่จัดทำขึ้น และระบุถึงแหล่งที่มาของเงินและการใช้จ่ายเงินใน กิจกรรมต่างๆ ของโครงการและแผนงานการใช้จ่าย (กฤตภาส เลิศสงคราม, 2555) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรมการออม หมายถึง จำนวนเงินที่เก็บสะสมไว้สำหรับการออม รูปแบบการออมเงินในผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ และ จุดมุ่งหมายของการออมเหล่านี้รวมเป็นพฤติกรรมการออม ความสำคัญและประโยชน์ของการวางแผนทางการเงิน ทำให้ทราบถึงสถานะทางการเงินอย่างแท้จริงและการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการออมซึ่งสามารถช่วยวางแผนในการใช้ชีวิตในอนาคตได้ ทำให้มีอิสรภาพทางการเงินรู้จักการวางแผนการใช้จ่าย และการออม

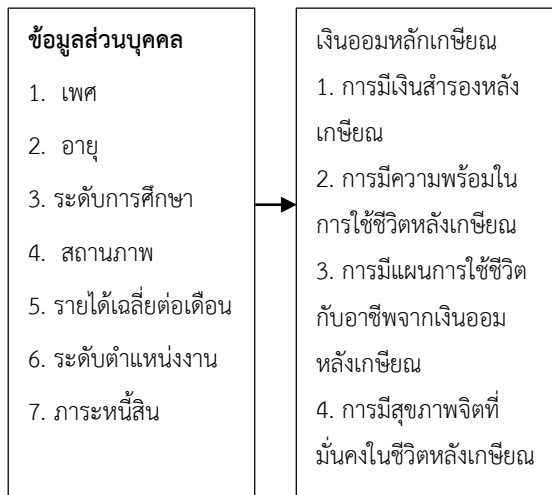
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณ (ประพันธ์ เสวตนันท์ และไพศาล เล็กอุทัย, 2544) ได้ให้ความหมายของคำว่า เงินออม หมายถึง รายได้ที่ได้เก็บออมไว้โดยมิได้นำไปใช้จ่ายในรอบระยะเวลาเดียวกัน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2556) ได้ให้ความหมายของคำว่า เงินออม หมายถึง ส่วนหนึ่งของรายได้ปัจจุบันที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค หากแต่เก็บไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้จ่ายต่าง ๆ ในอนาคต (เต็มศิริ ศิริสมบัติ, 2549) ได้ให้ความหมายของคำว่า การเกษียณอายุราชการ หมายถึงการออกจากตำแหน่งทางสังคมหรือหน้าที่การงานตามอายุ เป็นการพิจารณาความมีอายุตามกฎหมาย ซึ่งกำหนดตามปฏิทิน และมีความแตกต่างกันไปแต่ละประเทศ (กรมสุขภาพจิตกระทรวงสาธารณสุข, 2559) ได้ให้ความหมายของคำว่า การเกษียณอายุราชการ หมายถึง ข้าราชการที่อายุ 60 ปีบริบูรณ์ พ้นจากราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ 60 ปีบริบูรณ์ โดยถือ

ว่าเดือนกันยายนของทุกปีเป็นเดือนสุดท้ายของระบบงบประมาณประจำปี ความสำคัญและประโยชน์ของเงินออมหลังเกษียณ ทำให้เกิดความอุ่นใจ เนื่องจากมีเงินสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉินส่งผลให้ชีวิตมีความมั่นคง สามารถดูแลตัวเองได้ หากเงินออมมีมากพอยังสามารถใช้สำหรับซื้อของที่ต้องการ ท่องเที่ยว หรือลงทุนในอาชีพใหม่เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมหลังเกษียณ

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้ค้นพบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามบริบทของงานวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 หัวเรื่อง ได้แก่ 1) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยเรื่อง การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด (ทศน์ชัย แพงบุตติ, 2562) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด เพื่อศึกษาการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด มีความรู้ความเข้าใจการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยเรื่อง ชีวิตภายหลังเกษียณ: ประสบการณ์ชีวิตผู้สูงอายุในประเทศไทย (พรพรรณ วรสีหะ, 2561) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้สูงอายุหลังเกษียณอายุ ผลการศึกษา หลักสำคัญของประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุหลังเกษียณอายุงานประกอบด้วย 1. ฝันถึงความสุขหลังเกษียณ 2. ความเป็นจริงหลังเกษียณ และ 3. การเตรียมตัว

ก่อนเกษียณ งานวิจัยประเด็นนี้ช่วยให้พยาบาล และทีมสุขภาพเข้าใจการเป็นผู้สูงอายุหลังเกษียณ และนำมาวางแผนในการดูแลผู้สูงอายุในประเทศ ให้อยู่อย่างมีความสุขต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการทำวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปาง จำนวน 473 คน (ส่วนส่งเสริมพัฒนาวิชาชีพบัญชี กองกำกับบัญชีธุรกิจ) ผลตอบรับจากการสำรวจจำนวน 230 ชุด คิดเป็นร้อยละ 48.63 ของประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ 230 คน ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Taro Yamane (1976) โดยกลุ่มตัวอย่างนี้จะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% สามารถหาจำนวนตัวอย่างของการวิจัยได้ ดังนี้

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

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

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

$$\text{แทนค่าในสมการ } n = \frac{473}{1 + 473(0.05)^2} = 216.72 \text{ หรือประมาณ } 217 \text{ คน}$$

ดังนั้น จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 217 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากแบบสอบถาม ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามเพื่อไว้จำนวนหนึ่ง รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บแบบสอบถามทั้งนี้ได้รับแบบสอบถามตอบกลับจากกลุ่มตัวอย่างที่ยินยอมให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม จำนวน 230 ชุด คิดเป็นร้อยละ 48.63 ของประชากร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับตำแหน่งงาน และภาระหนี้สิน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมการออม ลักษณะเฉพาะของบุคคล อิทธิพลทางการวางแผนในการออม พฤติกรรมการบริหารจัดการทางการเงิน และพฤติกรรมการบริหารทางความเสี่ยง ซึ่งเป็นการตั้งคำถามให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความสำคัญที่ตรงกับตนเองมากที่สุด การวัดระดับความสำคัญตามแบบมาตราลิเคิร์ท (Likert Scale) และใช้มาตราวัดอันตรภาค (Interval Scale) 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด ระดับความสำคัญมาก ระดับความสำคัญปานกลาง ระดับความสำคัญน้อย และระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ซึ่งประกอบไปด้วย การมีเงินสำรองหลังเกษียณ ความพร้อมในการใช้ชีวิตหลังเกษียณ การมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ และสุขภาพจิตที่มั่นคงในชีวิตหลังเกษียณ ซึ่งเป็นการตั้งคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความสำคัญที่ตรงกับตนเองมากที่สุด การวัดระดับความสำคัญตามแบบมาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) และใช้มาตราวัดอันตรภาค (Interval Scale) 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด ระดับความสำคัญมาก ระดับความสำคัญปานกลาง ระดับความสำคัญน้อย และระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปลายเปิด (Open-Ended Question) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ อุปสรรคหรือข้อขัดข้องต่าง ๆ ในสิ่งที่พบเจอเพื่อที่ผู้ศึกษาจะได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในโอกาสต่อไป

การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการในการสร้างเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องและนำมาเป็นกรอบของการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎี หนังสือ เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของนักวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการทำงาน เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัยต่อไป

2. ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำ

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยวิจารณ์ให้ข้อเสนอแนะและนำไปปรับปรุงแก้ไข

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ แล้วจึงนำไปประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแสดงผลการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถามที่อยู่ในรูปแบบของออนไลน์ ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากตัวแปร คือ ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตจังหวัดลำปางที่ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดจากหนังสือเอกสารทางวิชาการ งานศึกษาบทความวิชาการ บทความวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต ผลการหาค่าสถิติวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบาย บรรยายข้อมูลที่เป็นตัวเลข ลักษณะส่วนบุคคล และค่าร้อยละ (Percentage : %) วิเคราะห์ความคิดเห็นลำดับความสำคัญของปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้วยการกำหนดเกณฑ์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค เพื่อแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยไว้ 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ถึงระดับความสำคัญมากที่สุด (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2555) และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยสถิติ F-Test วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการ

สรุปรวบรวมไว้ในรูปแบบตารางแสดงผลและการ

บรรยายสรุปผลในรูปแบบพรรณนาโวหาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการข้อความ	รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	53	23
	หญิง	177	77
อายุ (ปี)	20 - 30	91	39.6
	31 - 40	87	37.8
	41 - 50	45	19.6
	51 ปี ขึ้นไป	7	3
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	7
	ปริญญาตรี	156	67.8
	ปริญญาโท	54	23.5
	ปริญญาเอก	4	1.7
สถานภาพ	โสด	118	51.3
	สมรส	92	40
	หย่าร้าง	20	8.7
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	7
	ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท	77	33.5
	ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท	86	37.4
	ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท	37	16.1
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	14	6.1
ตำแหน่งงาน	หัวหน้าแผนกบัญชี	40	17.4
	พนักงานบัญชี	114	49.6
	พนักงานการเงิน	76	33
ภาระหนี้สิน	บัตรเครดิต	44	19.1
	เงินกู้	74	32.2
	หนี้สินอื่นๆ	43	18.7
	ไม่มีหนี้สิน	69	30

จากตารางที่ 1 พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77.00 อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.60 มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.80 สถานภาพโสด คิด

เป็นร้อยละ 51.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.40 มีตำแหน่งงานเป็นพนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 49.60 มีภาระหนี้สินเป็นเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 32.20

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน

ปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
1. พฤติกรรมการออม	3.53	.836	มาก
2. ลักษณะเฉพาะของบุคคล	3.60	.816	มาก
3. อิทธิพลทางการเงินในการออม	3.64	.829	มาก
4. พฤติกรรมการบริหารจัดการทางการเงิน	3.64	.808	มาก
5. พฤติกรรมการบริหารความเสี่ยง	3.64	.819	มาก
รวม	3.61	.777	มาก

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อันดับ 1 คือ ด้านอิทธิพลทางการเงินในการออม ด้านพฤติกรรมการบริหารจัดการทางการเงินด้านพฤติกรรม

การบริหารความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.64$) อันดับ 2 คือ ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล ($\bar{x} = 3.60$) และด้านพฤติกรรมการออม ($\bar{x} = 3.53$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีด้านพฤติกรรมการออม

พฤติกรรมการออม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
1. การออมเงินเป็นประจำทุกๆ เดือน	3.53	.947	มาก
2. ความเข้มงวดในการจัดสรรเงินออม	3.51	1.064	มาก
3. การให้ความสำคัญกับรูปแบบของการออม	3.50	.943	มาก
4. การวางแผนการออมเงินรูปแบบอื่นๆ เพื่อเพิ่มเงินออมในอนาคต	3.58	.939	มาก
รวม	3.53	.836	มาก

จากตารางที่ 3 โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 ด้านการวางแผนการออมเงินรูปแบบอื่นๆ เพื่อเพิ่มเงินออมในอนาคตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.58$) อันดับ คือ ด้านการออมเงินเป็นประจำทุกๆ

เดือน ($\bar{x} = 3.53$) ด้านความเข้มงวดในการจัดสรรเงินออม ($\bar{x} = 3.51$) และด้านการให้ความสำคัญกับรูปแบบของการออม ($\bar{x} = 3.50$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีด้านอิทธิพลทางการเงินในการออม

อิทธิพลทางการเงินในการออม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการวางแผนในการออม	3.53	.890	มาก
2. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน	3.63	1.001	มาก
3. แรงจูงใจในการวางแผนทางการเงิน	3.70	.968	มาก
4. บุคคลมีอิทธิพลต่อการวางแผน	3.70	.977	มาก
รวม	3.64	.829	มาก

จากตารางที่ 4 โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 คือ ด้านแรงจูงใจในการวางแผนทางการเงิน ด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการวางแผนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=3.70$) อันดับ 2 คือ ด้านความรู้

ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน ($\bar{x}=3.63$) และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการวางแผนในการออม ($\bar{x}=3.53$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณ

เงินออมหลังเกษียณ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{y}$	S.D	แปลผล
1. มีเงินออมสำรองหลังเกษียณ	3.56	.827	มาก
2. มีความพร้อมในการใช้ชีวิตหลังเกษียณ	3.67	.835	มาก
3. มีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ	3.60	.832	มาก
4. มีสุขภาพจิตที่มั่นคงในชีวิตหลังเกษียณ	3.75	.839	มาก
รวม	3.65	.785	มาก

จากตารางที่ 5 โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{y}=3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 คือด้านมีสุขภาพจิตที่มั่นคงในชีวิตหลังเกษียณมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{y}=3.75$) อันดับ 2 คือด้านมีความพร้อมในการใช้ชีวิตหลังเกษียณ

($\bar{y}=3.67$) ด้านมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ ($\bar{y}=3.60$) และด้านมีเงินออมสำรองหลังเกษียณ ($\bar{y}=3.56$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน	เพศ				T-test	Sig
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D		
1. พฤติกรรมการออม	3.61	.797	3.50	.848	.806	.421
2. ลักษณะเฉพาะของบุคคล	3.70	.763	3.57	.831	1.022	.308
3. อิทธิพลทางการเงินในการออม	3.75	.706	3.61	.861	1.169	.245
4. พฤติกรรมการบริหารจัดการทางการเงิน	3.79	.760	3.60	.818	1.511	.132
5. พฤติกรรมการบริหารความเสี่ยง	3.82	.799	3.59	.820	1.746	.082
รวม	3.74	.729	3.58	.788	1.32	.188

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จำแนกตามเพศของประชากรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความคิดเห็นเงินออมหลังเกษียณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ระดับความคิดเห็น	
		Mean Difference	Sig
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.101	.632
	ปริญญาโท	-.421	.067
	ปริญญาเอก	-.636	.166
ปริญญาตรี	ปริญญาโท	-.320*	.015
	ปริญญาเอก	-.535	.200
ปริญญาโท	ปริญญาเอก	-.215	.614

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 , *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษา การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ จำแนกตามระดับการศึกษาของประชากรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ 0.05

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ		ระดับความคิดเห็น	
		Mean Difference	Sig
20 – 30 ปี	31 - 40 ปี	-.127	.293
	41 - 50 ปี	-.438**	.003
	51 ปี ขึ้นไป	-.433	.171
31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	-.311*	.037
	51 ปี ขึ้นไป	-.306	.334
41 - 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	.005	.987

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 , *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล จำแนกตามอายุ ของประชากรที่ตอบแบบสอบถามต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีด้านลักษณะเฉพาะของบุคคลเมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุของประชากรที่ตอบ

แบบสอบถามอายุระหว่าง 20-30 ปี กับอายุระหว่าง 41-50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอายุระหว่าง 31-40 ปีกับอายุระหว่าง 41-50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน		ระดับความคิดเห็น	
		Mean Difference	Sig
หัวหน้าแผนกบัญชี	พนักงานบัญชี	.386*	.011
	พนักงานการเงิน	.353*	.029
พนักงานบัญชี	พนักงานการเงิน	-.033	.788

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 , *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ จำแนกตาม ตำแหน่งงาน ของประชากรที่ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน ความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณของผู้

ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการมีแผนการใช้ชีวิตกับอาชีพจากเงินออมหลังเกษียณ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ตำแหน่งหัวหน้าแผนกบัญชีกับตำแหน่งพนักงานบัญชี และตำแหน่งหัวหน้าแผนกบัญชีกับตำแหน่งพนักงานการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านการวางแผนทางการเงิน จำแนกตามอายุ

อายุ		ระดับความคิดเห็น	
		Mean Difference	Sig
20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	-.142	.216
	41 – 50 ปี	-.457**	.001
	51 ปี ขึ้นไป	-.278	.355
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	-.316*	.026
	51 ปี ขึ้นไป	-.136	.651
41 – 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	.180	.563

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า อายุของประชากรที่ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20 - 30 ปีกับอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการวางแผนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอายุระหว่าง 31 – 40 ปีกับอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีด้านการวางแผนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลและอภิปรายผล

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการวางแผนทางการเงินกับเงินออมหลังเกษียณความสัมพันธ์โดยรวมในระดับมาก และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน ด้านอิทธิพลทางการเงินในการออมมีความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมการบริหารความเสี่ยง ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล ด้านพฤติกรรมการออมและด้านพฤติกรรมการบริหารจัดการทาง

การเงิน โดยความสัมพันธ์กับเงินออมหลังเกษียณสอดคล้องกับงานวิจัยของคณิตดา นัยนามาศ (2562) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริหารการเงินส่วนบุคคล ของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริหารการเงินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริหารการเงินส่วนบุคคลและปรารภณา หลีกภัย (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง พบว่า ด้านพฤติกรรมการออม และด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการออม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกับเงินออมหลังเกษียณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้านของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สินที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัชนา ช่วยรอดหมด (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การวางแผนการเงินเพื่อความมั่นคงในชีวิตวัยสูงอายุของเกษตรกรชาวสวน

ยางพารา พบว่า เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการวางแผนการเงินในภาพรวมแตกต่างกัน และเกษตรกรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแผนการเงินเพื่อวัยสูงอายุในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้านของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มี อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรวิพรรณ อุตรินทร์ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจออมเงินและลงทุนของบุคลากร ในมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษารายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจในการออมแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ ปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน ด้านพฤติกรรมกรรมการบริหารความเสี่ยงด้านพฤติกรรมกรรมการและด้านอิทธิพลทางการเงินในการออม ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยในการวางแผนทางการเงิน ด้านพฤติกรรมกรรมการบริหารจัดการทางการเงิน ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตภาส เลิศสงคราม (2555) ได้ศึกษา พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานเป็นการศึกษาจุดมุ่งหมายเกี่ยวกับจำนวนเงินออม รูปแบบการออมจุดมุ่งหมายในการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินของพนักงานบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยจะเป็นการวิเคราะห์จุดมุ่งหมายของการออมกลุ่มตัวอย่างว่ามีการวางแผนด้านค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมอย่างไรและสร้างแรงกระตุ้นในการออมให้เพิ่มขึ้น

บทสรุป

เมื่อคณะผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตจังหวัดลำปางที่ส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณเปรียบเทียบและทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์ต่อเงินออมหลังเกษียณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นด้านอิทธิพลทางการเงินในการออม ด้านพฤติกรรมกรรมการบริหารจัดการทางการเงิน ด้านพฤติกรรมกรรมการบริหารความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมีสุขภาพจิตที่มั่นคงในชีวิตหลังเกษียณมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในจังหวัดลำปางส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่งผลต่อเงินออมหลังเกษียณ โดยรวมมีความสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของประชากรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของประชากรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน เห็นว่าการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนตำแหน่งงานของ

ประชากรที่ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยในการวางแผนทางการเงินไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยประเด็นการวางแผนทางการเงินของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เงินออมหลังเกษียณทำให้เกิดความสนใจ เนื่องจากมีเงินสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉินส่งผลให้ชีวิตมีความมั่นคง สามารถดูแลตัวเองได้ หากเงินออมมีมากพอสามารถนำเงินไปซื้อ

ของที่ตนอยากได้ หรืออาจจะใช้เงินออมไปท่องเที่ยวในที่ที่ตนอยากไปเพื่อสร้างความสุขของชีวิตหลังเกษียณสามารถนำเงินออมไปลงทุนกับอาชีพใหม่ที่สนใจเพื่อให้เกิดรายได้หลังเกษียณ

2. คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า หน่วยงานรัฐบาล เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สรรพากร ควรมีนโยบายส่งเสริมการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการออมเงินหลังเกษียณเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

เอกสารอ้างอิง

- กฤตภาส เลิศสงคราม. (2555). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัท อสังหาริมทรัพย์. (สารนิพนธ์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐ เลิศมงคล. (2560). 4 ปัญหาที่ทำให้เงินเกษียณไม่เพียงพอ. <https://www.finnomena.com/natlertmongkol/provident-fund-management/>.
- เต็มศิริ ศิริสมบัติ. (2549). การเตรียมการด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ แพงบุตดี. (2562). รายงานผลการวิจัย เรื่อง การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานธนาคารทหารไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2555). การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัตินิเทศเชิงจิตวิทยา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประพันธ์ เศวตนันท์ และไพศาล เล็กอุทัย. (2544). รายงานผลการวิจัย เรื่องหลักเศรษฐศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยรัตน์ กฤษณามระ พัทธราลัย ชัยปาริ เมธินี วณิกกุล รัฐชัย ศีลาเจริญ และนาถฤดี ศุภกิจจารักษ์. (2554). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการออมของผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 33(3), 93 - 120.
- พรพรรณ วรสีหะ. (2561). รายงานผลการวิจัย เรื่อง ชีวิตภายหลังเกษียณ: ประสบการณ์ชีวิตผู้สูงอายุในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทยา. (2551). การเงินส่วนบุคคล. สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด.
- รวีพรรณ อุดรินทร์. (2562). รายงานผลการวิจัย เรื่อง การตัดสินใจออมเงินและลงทุนของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

วรรณา ชุมพลรักษ์. (2561). รายงานผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออมเงินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เข้าร่วม โครงการส่งเสริมการออมกับกองทุนการออมแห่งชาติ. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2553). ชุดวิชาที่ 1 พื้นฐานการวางแผนการเงิน. [https://www.set.or.th/th/education-research/education/setbook/text book/setbook/50-book](https://www.set.or.th/th/education-research/education/setbook/text%20book/setbook/50-book).

การศึกษาวงจรคุณภาพที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) ของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

The Impact of the Quality Cycle on Open Data Integrity and Transparency Assessment (OIT) in Schools of Network Group 45, Nong Chok District Office, Bangkok

ทวิทย์ บัวทอง¹, อามัน อับดุลซาลาม²

วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ¹, โรงเรียนลำบุหรีพวง สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร²

Thawit Buathong¹, Aman Abdulsaram²

Lampang Vocational College, Institute of vocational Education: Northern Region¹,
Lambureepoung school, Nong Chok District office, Bangkok²

E-mail:Thawit2517@lampangvc.ac.th¹, E-mail: munk2524@gmail.com²

Received: October 9, 2024; Revised: December 18, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวงจรคุณภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะและวงจรคุณภาพที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ ของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรต้นคือวงจรคุณภาพ (PDCA) และตัวแปรตามการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากร รวมจำนวน 173 คน ของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Linear Regression) ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.05 โดยมีผลการศึกษาดังนี้ จากการทดสอบพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของวงจรคุณภาพและการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะมีค่าความสัมพันธ์กันสูง และเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอย พบว่าองค์ประกอบวงจรคุณภาพทุกด้านส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยสามารถสร้างสมการประมาณค่าจากคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$OIT = 1.107 + 0.349_{plan} + 0.235_{Do} + 0.200_{Check} + 0.112_{Act} + 0.081, R^2 = 0.955$$

คำสำคัญ: วงจรคุณภาพ (PDCA), การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT)

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the quality cycle (PDCA) and its effect on the open data integrity and transparency assessment (OIT) of schools within the 45-network group under the Nong Chok District Office, Bangkok. The independent variable in the study was the PDCA, while the dependent variable was the OIT. This quantitative research utilized a questionnaire as the data collection tool, employing probability sampling for the initial selection and purposive sampling for further data collection. The study population consisted of school administrators, teachers, and academic staff, totaling 173 individuals from the 45-network group. The statistical methods used in the study included frequency, percentage, mean, standard deviation, correlation analysis, and regression analysis, with significance levels set at 0.01 and 0.05.

The results indicated a high correlation coefficient between the PDCA elements and the OIT, demonstrating a significant positive relationship consistent with findings from related studies. Furthermore, the regression analysis revealed that all aspects of the PDCA elements significantly influenced the OIT. The following equation, derived from raw scores, was developed to represent the relationship:

$$\text{OIT} = 1.107 + 0.349_{\text{plan}} + 0.235_{\text{Do}} + 0.200_{\text{Check}} + 0.112_{\text{Act}} + 0.081, R^2 = 0.955$$

KEYWORDS: Quality Cycle (PDCA), Open Data Integrity and Transparency Assessment (OIT)

บทนำ

สถานศึกษาเป็นองค์กรรากฐานที่สำคัญของระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ส่งผลต่อการพัฒนาการในทุกด้านของผู้เรียน การบริหารสถานศึกษาเป็นภารกิจหลักของผู้บริหารที่จะต้องกำหนดแบบแผนวิธีและขั้นตอนในการปฏิบัติอย่างเป็นระบบ เพราะถ้าระบบการบริหารไม่ดีก็จะมีผลกระทบกระเทือนต่อส่วนอื่น ๆ ของหน่วยงาน นักบริหารที่ดีต้องรู้จักเลือกวิธีการบริหารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะให้งานนั้นบรรลุจุดหมายที่วางไว้ ในการบริหารสถานศึกษาผู้บริหารจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของแนวคิด ทฤษฎีและหลักการบริหารเพื่อสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานด้านการบริหารได้อย่างเหมาะสม นำทางการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความรู้ความเข้าใจความสามารถและ

ทักษะพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ไปพร้อมกันทีมงาน เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาขีดความสามารถหรือนำการพัฒนาใหม่ๆ มาสู่การบริหารจัดการสถานศึกษาซึ่งเป็นการพัฒนาไปพร้อมกันทั้งผู้นำ ผู้ตาม รวมทั้งทีมงานสามารถร่วมมือกันในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วรชัย วิญญูปรโคตรและคณะ, 2564)

ผู้บริหารสถานศึกษา ต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดแบบดั้งเดิมที่ล้าสมัย ไม่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงมาประยุกต์ใช้ เพื่อการบริหารจัดการก้าวให้ทันต่อยุคสมัย ซึ่งมีการผันผวนในด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยีและระบบดิจิทัล ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีการพัฒนาตนเองสม่ำเสมอ มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เข้าใจเข้าถึงในเทคโนโลยีเป็นอย่างดีพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรม สามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาก้าวไปสู่สังคมโลกในอนาคตได้อย่างมี

ประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลผู้บริหารควรเลือกแนวคิดและทฤษฎีมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมการทำงานของตน โดยการบริหารงานด้วยวงจรคุณภาพ (PDCA) จะนำไปสู่การปรับปรุงงานและการควบคุมอย่างเป็นระบบ โดยมีการวางแผน นำแผนที่วางไว้มานำปฏิบัติ มีการตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ และหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ จะต้องทำการทบทวนแผนการโดยเริ่มต้นใหม่ทำตามวงจรคุณภาพซ้ำอีกเมื่อวงจรคุณภาพหมุนซ้ำไปเรื่อย ๆ จะทำให้เกิดการปรับปรุงงานและทำให้งานนั้น มีระดับผลลัพธ์สูงขึ้นเรื่อย ๆ วงจรบริหารงานคุณภาพ (PDCA) มักนิยมใช้ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน ซึ่งสามารถใช้การดำเนินได้เป็นอย่างดี ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ วางแผน (Plan) ปฏิบัติ (Do) ตรวจสอบ (Check) และปรับปรุง (Act) เอ็ดวาร์ด เดมมิง (1950) โดยเป็นกระบวนการที่ใช้ปรับปรุงการทำงานขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาและเกิดการพัฒนายอย่างต่อเนื่อง PDCA สามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรทุกประเภท ธุรกิจทุกรูปแบบ แม้กระทั่งชีวิตประจำวัน ประยุกต์ใช้ได้หลายแง่มุม เช่น การวางแผนพัฒนาความรู้ การพัฒนาทักษะทางเทคนิค ไปจนถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ประโยชน์ของ PDCA คือสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีกว่า, เกิดการปรับปรุงพัฒนายอย่างต่อเนื่อง, ทำให้ตัดสินใจง่ายขึ้น และลดความเสี่ยงในการจัดการ อย่างไรก็ตาม PDCA ไม่เหมาะกับโครงการที่ต้องการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพราะต้องใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ ฉะนั้นถ้าเป็นโครงการสั้น ๆ เครื่องมืออื่นอาจตอบสนองได้ดีกว่าในการบริหารงาน (กวีศุภณัฐ ภิรมยากรม, 2567)

ทั้งนี้ในปัจจุบันการทุจริตเป็นปัญหาสำคัญที่คอยกัดกร่อนความมั่นคงและการพัฒนาประเทศชาติมาเป็นเวลาช้านาน เนื่องจากปัญหาดังกล่าวได้สร้าง

ความเสียหายให้กับประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล ในขณะเดียวกันก็เป็นตัวชี้วัดถึงศักยภาพของประเทศนั้น ๆ อีกด้วย สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช) ซึ่งมีหน้าที่ในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตโดยตรง ได้เล็งเห็นความสำคัญในการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม จึงได้มีมติกำหนดยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ได้จัดทำแบบการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้หน่วยงานที่มีการประเมินและแนวทางในการพัฒนาและยกระดับหน่วยงานในด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งได้กำหนดให้การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการป้องกันการทุจริตเชิงรุก เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐซึ่งถือเป็นกลไกหนึ่งในกระบวนการทุจริตนั้นได้มีการดำเนินการอย่างโปร่งใส และเกิดการป้องกันประเด็นเสี่ยงหรือช่องทางที่อาจจะก่อให้เกิดการทุจริต และสามารถยับยั้งการทุจริตที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเท่าทันสถานการณ์ ซึ่งเมื่อหน่วยงานภาครัฐทั่วประเทศมีการป้องกันการทุจริตเชิงรุกก็จะทำให้การทุจริตในภาพรวมของประเทศลดลงในที่สุด

การพัฒนาประเทศโดยมีกลไกการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2565 - 2570) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างองค์กรภายในประเทศให้มีความชัดเจนและสามารถตรวจสอบ ได้จากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นหลักประกันได้ว่าหน่วยงานทุกแห่งจะเดินหน้าไปสู่ความเป็นสากลในทุกมิติ หน่วยงานของ

รัฐหลายภาคส่วนมีการนำหลักธรรมาภิบาลมาปรับใช้ในการบริหารงาน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560: 6, 11) หลักการบริหารจัดการที่ดีนั้นควรยึดหลักการบริหาร โดยใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารเป็นหลักการปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

จากดัชนีการรับรู้การทุจริตของประเทศไทยที่ถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 96 จาก 180 ประเทศทั่วโลกในปี พ.ศ. 2560 โดยเป้าหมายการพัฒนาในระยะ 20 ปี กำหนดให้ประเทศไทยมีอันดับค่าคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริตในปี พ.ศ. 2580 อยู่ในอันดับ 1 ใน 20 ของโลก (สำนักงานคณะกรรมการปราบปรามทุจริตแห่งชาติ, 2566) การแก้ไขปัญหาการทุจริตจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกำหนดแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างบูรณาการเพื่อให้ภาครัฐมีความ โปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ ผ่านการพัฒนาคนและการพัฒนาระบบเพื่อป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกระบวนการและกลไกที่เกี่ยวข้องในการปราบปรามการทุจริต (พระราช กิจจานุเบกษา, 2562)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่า มีความจำเป็นและเห็นด้วยอย่างยิ่งที่จะต้องทำการประเมินตามแนวทางวงจรคุณภาพ (PDCA) ที่สามารถใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน นำมาประยุกต์ใช้ในการเปิดเผยนโยบายการบริหารงานของโรงเรียนในสังกัดเพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบคุณธรรมและความโปร่งใสในสำนักการศึกษา สำนักงานเขต โรงเรียนและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนในด้านการบริหารจัดการที่มีระบบคุณธรรมและความโปร่งใสยิ่งขึ้น ปรากฏจากการทุจริต สอดคล้องกับวาระของกระทรวงมหาดไทยใสสะอาดและนโยบาย ในการ

ป้องกัน และปราบปรามการทุจริตของกระทรวงมหาดไทยอีกด้วย

การประเมินการดำเนินงานความโปร่งใสในการดำเนินงานของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ได้ใช้กรอบแนวคิดการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) ของสำนักงานสำนักงานคณะกรรมการปราบปรามทุจริตแห่งชาติ 2564 ซึ่งเป็นการประยุกต์แนวคิดของการประเมินคุณธรรมการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ Integrity Assessment ขององค์การต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ คือ องค์การต่อต้านการทุจริตและ สิท อี พ ล เมี อ ง (Anti-Corruption and Civil Commission: ACRC) จากสาธารณรัฐเกาหลี บูรณาการเข้ากับดัชนีวัดความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐของสำนักงาน ป.ป.ช. โดยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และสังเคราะห์เป็นดัชนีหลัก ที่สำคัญและจำเป็นในการประเมิน โดยจำแนกดัชนีเป็นตัวชี้วัด ตัวชี้วัดย่อย ประเด็นในการสำรวจ และแปลงไปสู่คำถามที่ใช้ในการสอบถามความคิดเห็นหรือรวบรวมจากข้อมูลเอกสาร/หลักฐานของหน่วยงานที่เข้ารับการประเมิน

ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการปราบปรามทุจริตแห่งชาติ โดยศูนย์ประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ มีหน้าที่ประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ มีมาตรการ กลไก และการวางระบบการป้องกันการทุจริตและการเสริมสร้างคุณธรรมและความโปร่งใสในหน่วยงาน มุ่งแสดงถึงการเปิดเผยข้อมูลกรอบแนวทางการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Open

Data Integrity and Transparency Assessment: OIT) สำหรับการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการประเมินระดับการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะของหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ในตัวชี้วัดการเปิดเผยข้อมูล และการป้องกันการทุจริต สำหรับการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

ดังนั้นจึงสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างวงจรคุณภาพ (PDCA) กับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) ได้ว่า มีความเชื่อมโยงกันในเรื่องของการบริหารจัดการและการปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงาน ดังนี้ 1. การวางแผนกำหนดแนวทางและนโยบายในการเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจนตามหลักธรรมาภิบาล 2. การปฏิบัติ นำแผนการเปิดเผยข้อมูลไปปฏิบัติจริง ผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้ง่ายและโปร่งใส 3. การตรวจสอบโดยการประเมินผลการเปิดเผยข้อมูลว่าครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นปัจจุบันหรือไม่ 4. การปรับปรุงการเปิดเผยข้อมูลให้ดียิ่งขึ้นตามข้อเสนอแนะและข้อบกพร่องที่พบ จึงเห็นได้ว่าการใช้ PDCA อาจเป็นเครื่องมือในการช่วยยกระดับคุณภาพ OIT ให้มีประสิทธิภาพและโปร่งใสต่อสาธารณะได้เป็นอย่างดีจากเหตุผลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารสถานศึกษาโดยใช้ PDCA อาจมีความสัมพันธ์และการส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ ของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร โดยมีนโยบายหรือกิจกรรมในการเปิดเผยข้อมูลในการดำเนินงานของ OIT จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการบริหารงาน 2. ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง 3. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 4. ด้านการป้องกันการทุจริต 5. ด้านการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใส ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษาและ

บุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการและส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวงจรคุณภาพกับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทั้ง 5 ด้านของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาการบริหารวงจรคุณภาพสามารถส่งผลกระทบต่อ การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทั้ง 5 ด้านของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการศึกษา

1. วงจรคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทั้ง 5 ด้านของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

2. วงจรคุณภาพส่งผลกระทบต่อ การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทั้ง 5 ด้านของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎี

หลักการของวงจรคุณภาพงาน (PDCA) ตามแนวคิดของเดมมิง ปัจจุบันจัดเป็นกระบวนการสากลและถือเป็นเครื่องมือการบริหารที่จัดเป็นแกนร่วมของการบริหารที่หลากหลายบนพื้นฐานเดียวกัน นักการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้กล่าวถึง PDCA ไว้ดังนี้

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2560) กล่าวถึง PDCA เป็นกิจกรรมที่จะนำไปสู่การปรับปรุงงานและการควบคุมอย่างเป็นระบบอันประกอบด้วย การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุง

แก้ไข กล่าวคือ จะเริ่มจากการวางแผน การนำแผนที่วางไว้มาปฏิบัติ การตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ และหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ จะต้องทำการทบทวนแผนการโดยเริ่มต้นใหม่อีกครั้งหนึ่งและทำตามวงจรคุณภาพซ้ำอีก เมื่อวงจรคุณภาพหมุนซ้ำไปเรื่อย ๆ จะทำให้เกิดการปรับปรุงงานและทำให้ระดับผลลัพธ์สูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น การกระทำตามวงจรคุณภาพจึงเท่ากับการสร้างคุณภาพที่น่าเชื่อถือมากขึ้น โดยจุดเริ่มต้นของวงจรคุณภาพอยู่ที่การพยายามตอบคำถามให้ได้ว่าทำอะไรจึงจะดีขึ้น

สมศักดิ์ สินธุระเวช (2560) กล่าวถึงจุดหมายที่แท้ของ PDCA ว่าเป็นกิจกรรมพื้นฐานในการบริหารคุณภาพนั้นมีใช้เพียงแค่การปรับแก้ผลลัพธ์ ที่เบี่ยงเบนออกไปจากเกณฑ์มาตรฐานให้กลับมาอยู่ในเกณฑ์ที่ต้องการเท่านั้น แต่เพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงในแต่ละรอบของ PDCA อย่างต่อเนื่องเป็นระบบและมีการวางแผน PDCA ที่หมุนได้สูงขึ้นเรื่อย ๆ

ความสำคัญของวงจรคุณภาพ (PDCA)

แนวคิด PDCA วอลท์เตอร์ ชิวฮาร์ต เป็นผู้พัฒนาขึ้นเป็นคนแรกใน ปี ค.ศ.1939 และเอ็ดวาร์ด เดมมิง เป็นผู้นำมาเผยแพร่ในประเทศญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1950 จนเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ทำให้นิยมเรียกวงจรนี้ในอีกชื่อหนึ่งว่า "วงจรเดมมิง" (Deming Cycle) นอกจากนี้ โนริอะคิ คะโน ยังได้กล่าวถึงวงจรคุณภาพของเดมมิงว่าเป็นวงจรแห่งการบริหาร ส่วนอิตาชิ คูเม กล่าวว่า จุดมุ่งหมายที่แท้จริงของวงจรคุณภาพของเดมมิง ซึ่งเป็นกิจกรรมพื้นฐานในการบริหารคุณภาพนั้นมีใช้เพียงแค่ปรับแก้ผลลัพธ์ที่เบี่ยงเบนออกจากเกณฑ์มาตรฐานให้กลับมาอยู่ในเกณฑ์ที่ต้องการเท่านั้นแต่เพื่อให้เกิดการปรับปรุงด้วยการป้องกันมิให้เกิดผลเสียซ้ำซ้อน เร็วรั้งพร้อมกับการยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้นในแต่ละรอบของ PDCA อย่างต่อเนื่องเป็นระบบและมีการวางแผน

PDCA มิใช่เป็นแค่วงแหวนที่แบนราบหากแต่เป็นขดลวดที่หมุนได้สูงขึ้นเรื่อย ๆ การบริหารงานด้วยวงจรควบคุมคุณภาพ ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า กลยุทธ์ในการบริหารที่ดีที่สุด คือการมุ่งเน้นคุณภาพและในปัจจุบันคุณภาพเป็นเรื่องของความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ความหมายของคุณภาพจึงมุ่งให้ลูกค้าพึงพอใจหรือตรงตามความต้องการของลูกค้า ทางการศึกษา ลูกค้าหมายถึงผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กรมวิชาการ, 2561) ดังนั้น วงจรเดมมิง คือขั้นตอนการพัฒนางาน พัฒนาหน่วยงาน พัฒนางองค์กร โดยมีการพัฒนาทักษะของบุคลากรควบคู่กันไป เริ่มจากการวางแผนกำหนดเป้าหมายแล้วนำแผนงานไปปฏิบัติ ทำการตรวจสอบผลการปฏิบัติว่าบรรลุเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ถ้ายังไม่บรรลุเป้าหมายก็ทำการแก้ไข/ปรับปรุงวิธีการปฏิบัติ หรือทบทวนเป้าหมายแต่ถ้าบรรลุเป้าหมายแล้ว ก็สามารถปรับปรุงค่าเป้าหมายที่ท้าทายมากยิ่งขึ้นต่อไป

ขั้นตอนการบริหารวงจรควบคุมคุณภาพ

เอ็ดวาร์ด เดมมิง (1950, อ้างอิงใน ชนินทร์ แสงแก้ว, 2546 สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566) จาก ได้เสนอขั้นตอนการบริหารงานคุณภาพ "วงจรเดมมิง" (Deming Cycle) ไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การจัดทำและการวางแผน (Plan)

1.1 ทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนแล้วกำหนดหัวข้อควบคุม (Control Item) ซึ่งตามปกติได้แก่ Q-C-D-S-M-E (Quality, Cost, Delivery, Safety, Morale, Environment)

1.2 กำหนดค่าเป้าหมายที่ต้องการบรรลุให้แก่หัวข้อควบคุมแต่ละข้อ

1.3 กำหนดวิธีดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย

2. การปฏิบัติตามแผน (Do)

2.1 หาความรู้เกี่ยวกับวิธีดำเนินการนั้นด้วย
วิธีการฝึกอบรมหรือศึกษาด้วยตนเอง

2.2 ดำเนินการตามวิธีการที่กำหนด

2.3 เก็บรวบรวมบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องและ
ผลลัพธ์ของหัวข้อควบคุม

3. การตรวจสอบ ติดตามและประเมินผล (Check)

3.1 ตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตาม
วิธีการทำงานมาตรฐานหรือไม่

3.2 ตรวจสอบว่าค่าที่วัดได้ อยู่ในเกณฑ์
มาตรฐานหรือไม่

3.3 ตรวจสอบได้ตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่

4. กำหนดมาตรฐานแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะที่ทำให้
ไม่เป็นไปตามแผน (Act)

4.1 ถ้าการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามวิธีการ
ทำงานมาตรฐาน ก็หามาตรการแก้ไข

4.2 ถ้าผลลัพธ์ที่ได้ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังก็
ค้นหาสาเหตุและแก้ไขที่ต้นตอเพื่อมิให้เกิดปัญหาซ้ำ

4.3 ปรับปรุงระบบการทำงานและเอกสาร
วิธีการทำงานมาตรฐาน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า

1. การวางแผนจะช่วยพัฒนาความคิดต่าง ๆ
เพื่อนำไปสู่รูปแบบที่เป็นจริงขึ้นมาในรายละเอียด
ให้พร้อมในการเริ่มต้นลงมือปฏิบัติ

2. การปฏิบัติ ประกอบด้วยการทำงาน 3
ระยะ คือ 1) การวางแผนกำหนดการโดยแยกแยะ
กิจกรรมต่างๆ กำหนดเวลาที่คาดว่าจะต้องใช้ในกิจกรรม
แต่ละอย่าง การจัดสรรทรัพยากรต่างๆ 2) การจัดการ
แบบเมทริกซ์ ความสามารถดึงเอาผู้เชี่ยวชาญ หลาย
แขนงจากแหล่งต่างๆ มาได้ 3) การพัฒนาขีด
ความสามารถในการทำงานของผู้ร่วมงาน

3. การตรวจสอบ ทำให้รับรู้สภาพการณ์ของ
งานที่เป็นอยู่เปรียบเทียบกับสิ่งที่วางไว้

4. การแก้ไข้ปัญหา ผลของการตรวจสอบหาก
พบว่าเกิดข้อบกพร่องขึ้น ทำให้งานที่ได้ไม่ตรงตาม
เป้าหมายหรือผลงานไม่ได้มาตรฐานให้ปฏิบัติการแก้ไข
ปัญหาตามลักษณะปัญหาที่ค้นพบ

หลักคุณธรรมและความโปร่งใส

คุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงาน
ของหน่วยงานภาครัฐ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้หน่วยงาน
ได้มีการตรวจสอบ สอบทานตนเอง มีการปรับปรุงการ
ดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลในส่วนที่ซ่ง
ขาดตกบกพร่อง มีการพัฒนาระบบงานให้เกิดความ
โปร่งใส มีการปรับปรุงการบริหารงานและการ
ปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม ทั้งต่อบุคลากรในหน่วยงาน
และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานได้เป็นอย่างดี
คุณธรรมและความโปร่งใสที่ใช้ในการบริหารงานเป็น
การสร้างเปิดเผย เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วน
เสียทั้งจากภายในและภายนอกหน่วยงานสามารถ
เข้าถึงข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ มีการสื่อสาร การแสดง
ความรับผิดชอบ พร้อมรับการตรวจสอบ รวมทั้งมี
กระบวนการในการติดตามและประเมินผลที่ ได้รับการ
ยอมรับว่าเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ผ่านช่องทางเว็บไซต์
ผู้ศึกษาได้ศึกษาหลักคุณธรรมและความโปร่งใส ดังนี้

กิตติศักดิ์ สมอเชียว (2559) ได้ให้ความหมาย
ของคุณธรรมไว้ว่า คุณธรรม หมายถึง สภาพนึกคิด
ในทางที่ดีงาม เชื่อในความบริสุทธิ์ ยุติธรรม มีความ
จริงใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่นความประพฤติอันดีงาม
เหล่านี้จะถูกบ่มเพาะและกล่อมเกลามาเป็นเวลานาน
ยาวนานทำให้เกิดเป็นความเคยชินที่อยู่ในจิตใต้สำนึก
ของผู้ปฏิบัติ ทำให้เป็นบุคคลที่มีความประพฤติชอบ
ด้วยกาย วาจา และใจเป็นที่สบายใจต่อผู้พบเห็น

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการ
ส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้ให้ความหมาย
ของคุณธรรมไว้ว่า คุณธรรม หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่ามี
ประโยชน์ เป็นความดีงาม เป็นมโนธรรม เป็นเครื่อง

ประทับใจ ให้เกิดความชั่ว กลัวบาป ใฝ่ความดี เป็นเครื่องกระตุ้นผลักดันให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบ เกิดจิตสำนึกที่ดี มีความสงบเย็นภายใน เป็นสิ่งที่ต้องปลูกฝังโดยเฉพาะเพื่อให้เกิดขึ้นและเหมาะสมกับความต้องการของสังคมไทย

พงษ์พิพัฒน์ นารินทร์ (2563) ได้ให้ความหมายของความโปร่งใสไว้ว่า ความโปร่งใสมุ่งถึง กระบวนการเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน ได้เมื่อมีข้อสงสัย และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร อันไม่ต้องห้ามตามกฎหมายได้อย่างเสรี โดยประชาชนสามารถรู้ทุกขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมหรือกระบวนการต่าง ๆ และสามารถตรวจสอบได้

กิตติภูมิ สมศรี (2560) ได้ให้ความหมายของความโปร่งใสไว้ว่า ความโปร่งใส หมายถึง การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันระหว่างผู้บริหารและบุคลากร การปรับปรุงกลไกการทำงานของทุกฝ่ายให้มีความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างตรงไปตรงมา อีกทั้งมีกระบวนการตรวจสอบที่ถูกต้องและชัดเจน

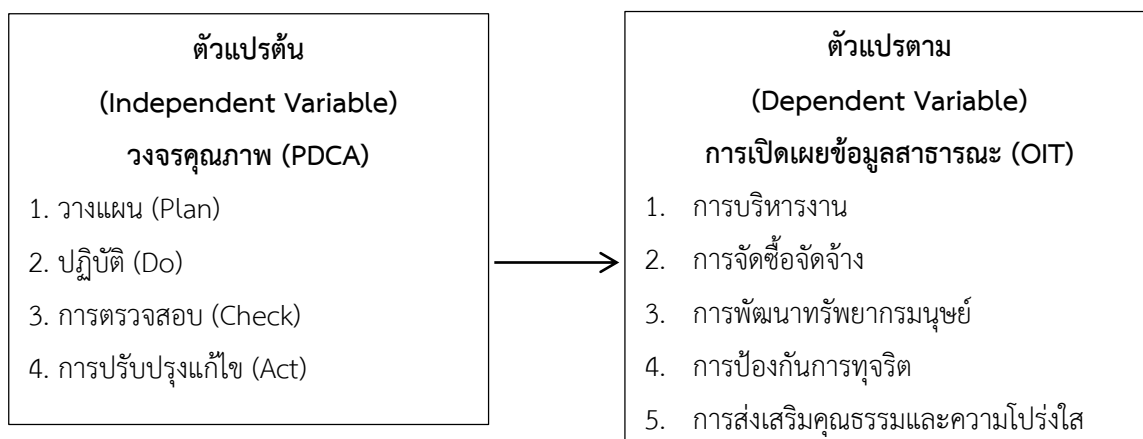
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าบุคคลที่ทำคุณงามความดีที่เป็นประโยชน์ให้แก่คนอื่น สังคม ประเทศชาติ บุคคลนั้นชื่อว่า ผู้มีคุณธรรม หรือคนดี คุณธรรม คือ สภาพคุณงามความดีที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติของบุคคล เป็นสิ่งมีคุณค่ายิ่ง ส่งเสริมให้บุคคลที่ปฏิบัติอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข กระบวนการทำงานที่ต้องมีการเปิดเผย และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ

การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment : ITA) ตามคู่มือการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ด้านการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (Open Data Integrity and Transparency Assessment : OIT) สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด ประจําปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ได้กำหนดกรอบแนวความคิดการประเมิน ดังนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. 2564ก: 1 - 3) การประเมินคุณธรรมและความ โปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA) ได้เริ่มดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน เป็นการประเมินการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันบนเว็บไซต์ของหน่วยงาน ที่เปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ของหน่วยงานให้สาธารณชนได้รับทราบใน 5 ประเด็น คือ

1) ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐาน ข่าวประชาสัมพันธ์ 2) การบริหารงาน ได้แก่ แผนดำเนินการปฏิบัติงานและการให้บริการ 3) การบริหารเงินงบประมาณ ได้แก่ แผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี และการจัดซื้อจัดจ้างหรือการจัดหาพัสดุ 4) การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล ได้แก่ นโยบายและหลักเกณฑ์การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล และ 5) การส่งเสริมความโปร่งใสในหน่วยงาน ได้แก่ การจัดการเรื่องร้องเรียนการทุจริตและประพฤติมิชอบ และการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการศึกษาวงจรกิจคุณภาพที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของโรงเรียน
กลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุขสันต์ สุขสงคราม (2564) ได้ศึกษาแนวคิดการบริหารแบบวงจรกิจคุณภาพ (PDCA) กับการบริหารแบบพระพุทธศาสนา พบว่ากระบวนการบริหารงานคุณภาพของเดิม (PDCA) ได้สอดคล้องกับหลักคำสอนเกี่ยวกับการบริหารเรื่อง อิทธิบาท 4 การวางแผนโดยมีวัตถุประสงค์ การปฏิบัติงานมีความเข้าใจ และทำตามแผนงานที่วางไว้ ลงมือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง การตรวจสอบมีการติดตามผลและความก้าวหน้าของงานเก็บสถิติเพื่อเป็นข้อมูลในการประเมิน และเปรียบเทียบกับแผนงานที่วางไว้ และการดำเนินการนำผลของการปฏิบัติงาน พร้อมข้อมูลทางสถิติ มาประเมินผลการปฏิบัติงาน

วิชชุดา วิจิตรวงศ์ (2561) ผลการวิจัยพบว่าระดับการปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษาโดยใช้วงจรกิจคุณภาพเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของนักเรียนโรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์ กรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 1. ด้านการวางแผน 2. ด้านการปฏิบัติ 3. ด้านการติดตามประเมินผล 4. ด้านการปรับปรุงแก้ไข

คณศ เทพสุวรรณ (2564) การพัฒนาการบริหารโรงเรียนด้วยวงจรกิจคุณภาพเดิม (PDCA) และการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในโรงเรียนเทศบาลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน ทำให้ได้การบริหารโรงเรียนด้วยวงจรกิจคุณภาพเดิม (PDCA) พบว่า คุณภาพการบริหารโรงเรียนด้วย PDCA โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่าด้านการบริหารบุคคล และด้านการบริหารวิชาการด้านการบริหารงานทั่วไป และด้านการบริหารงบประมาณ

อุเทน บัวแสง และ ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวิสุ (2565) ได้ศึกษากรอบการประเมินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยพบว่า การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะในประเทศไทยในปัจจุบัน สำหรับประเทศไทยถึงแม้จะมีการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะอยู่ในระดับที่สูงมีตัวชี้วัดที่ครอบคลุมทุกกระบวนการทำงาน แต่การเข้าถึงข้อมูลสาธารณะของประชาชน และการสนับสนุนจากรัฐบาลในการนำข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ กลับอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าที่ควรจะเป็นจึงทำให้ข้อมูลสาธารณะที่หน่วยงานภาครัฐนำมา

เผยแพร่สู่สาธารณะนั้นไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร และเป็นประโยชน์เป็นเพียงแค่การรายงานเท่านั้น ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญกับข้อมูลการดำเนินงานของภาครัฐเท่าที่ควร จึงทำให้ไม่มีความเข้าใจกระบวนการทำงานในระบบราชการได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างวงจรคุณภาพกับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทั้ง 5 ด้านของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

2. ทราบถึงวงจรคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อ การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทั้ง 5 ด้านของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร คณะครู เจ้าหน้าที่และบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนในกลุ่มเครือข่ายที่ 45 ของสำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 173 คน ประกอบด้วย 1. โรงเรียนลำบุหรีพวง จำนวน 15 คน 2. โรงเรียนสุเหร่าคลองสิบเอ็ดจำนวน 17 คน 3. โรงเรียนสุเหร่าสนามกลางลำจำนวน 16 คน และ 4. โรงเรียนหนองจอกพิทยานุสรณ์ 5 คน จำนวน 125 คน รวม 173 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยทุกหน่วยประชากรได้รับการถูกเลือก (Census) โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากจำนวนรายชื่อของผู้บริหาร คณะครู และบุคลากรทาง

การศึกษาทั้งหมดของโรงเรียนในกลุ่มเครือข่ายที่ 45 ของสำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร จำนวน 173 คน เพื่อความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ และมีจำนวนเกิน 150 คน ซึ่งเพียงพอต่อการประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว (Anderson & Gambling, 1988)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นแบบเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเต็มใจในการให้ข้อมูลของแบบสอบถาม และมีความเข้าใจในแบบสอบถามอย่างครบถ้วน โดยประกอบด้วย 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมในวงจรคุณภาพ (PDCA) ลักษณะเรียงลำดับของค่าคะแนนแบบ Likert Scale 5 อันดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) ลักษณะเรียงลำดับของค่าคะแนนแบบ Likert Scale 5 อันดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของวงจรคุณภาพและการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด

การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity)

พร้อมทั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้านเนื้อหา IOC (Index of item objective congruence) ได้ค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

และมีการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ เป็นเก็บจากกลุ่มที่มีคล้ายคลึงกับตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 ราย โดยวิธีของ Cronbach' Alpha มีค่าเท่ากับ 0.89

สามารถยอมรับได้ตามเกณฑ์ในระดับดี (Sekaran & Bougie, 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการศึกษา สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เกณฑ์ความค่าเฉลี่ยของ บุญชม ศรีสะอาด (2543) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) และสัมประสิทธิ์ถดถอย (Linear Regression)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมีค่าเฉลี่ย 40.50 อายุต่ำสุด 25 ปี และอายุสูงสุดคือ 59 ปี อายุงานมากที่สุด คือ 1 – 10 ปี ระดับการศึกษาโดยมากอยู่ในระดับปริญญาตรี ประเภทบุคลากรเป็นครูผู้สอนมากที่สุด ส่วนใหญ่สังกัดโรงเรียนหนองจอกพิทยาสรรค์ ทั้งนี้รายได้อยู่ระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท

2. ผลการมีส่วนร่วมในวงจรคุณภาพ (PDCA)

การมีส่วนร่วมในการวางแผนมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางแก้ไข ปัญหาในการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการปฏิบัติงาน เพื่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ

การมีส่วนร่วมในการตรวจสอบมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการตรวจสอบความสอดคล้องและความถูกต้องการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะในหน่วยงาน

การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและแก้ไขมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงาน

3. ผลการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ

ด้านการบริหารงานมากที่สุด คือ หน่วยงานได้มีการรายงานการกำกับติดตามการดำเนินงาน และการใช้งบประมาณประจำปีรอบ 6 เดือน หน่วยงานได้มีการจัดทำคู่มือหรือมาตรฐานการให้บริการด้านการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ

ด้านการจัดซื้อจัดจ้างมากที่สุด คือ หน่วยงานได้มีการใช้แผนการจัดซื้อจัดจ้างหรือแผนการจัดหาพัสดุ หน่วยงานได้สรุปผลการจัดซื้อ จัดจ้างหรือจัดหาพัสดุเป็นรายเดือน

ด้านการพัฒนาบริหารทรัพยากรมนุษย์มากที่สุด คือ หน่วยงานได้เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริหารทรัพยากรมนุษย์ หน่วยงานได้ทำการกำหนดนโยบายหรือแผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ด้านการป้องกันการทุจริตมากที่สุด คือ รายงานการกำกับติดตามการดำเนินการป้องกันการทุจริตประจำปีรอบ 6 เดือน หน่วยงานได้ดำเนินการเพื่อจัดการความเสี่ยงการทุจริตและประพฤติมิชอบ

ด้านการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะมาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใสมากที่สุด คือ หน่วยงานมีมาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใภายในหน่วยงาน หน่วยงานได้จัดให้มีการขับเคลื่อนจริยธรรม และหน่วยงานจัดให้มีการประเมินจริยธรรมเจ้าหน้าที่ของรัฐ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

-	วางแผน	ปฏิบัติ	ตรวจสอบ	แก้ไข	การจัดการ	จัดซื้อ	บุคลากร	การทุจริต	โปร่งใส
วางแผน	1	0.79**	0.84**	0.67**	0.80**	0.94**	0.84**	0.55**	0.84**
ปฏิบัติ	0.79**	1	0.72**	0.62**	0.69**	0.77**	0.52**	0.47**	0.80**
ตรวจสอบ	0.84**	0.72**	1	0.84**	0.93**	0.87**	0.60**	0.80**	0.60**
แก้ไข	0.67**	0.62**	0.84**	1	0.89**	0.79**	0.84**	0.76**	0.45*
การจัดการ	0.80**	0.69**	0.93**	0.89**	1	0.87**	0.73**	0.87**	0.57*
จัดซื้อ	0.94**	0.77**	0.84**	0.79**	0.87**	1	0.82**	0.61**	0.82*
บุคลากร	0.84**	0.52**	0.60**	0.84**	0.73**	0.82**	1	0.82**	0.75**
การทุจริต	0.55**	0.47**	0.80**	0.76**	0.87**	0.61**	0.82**	1	0.87**
โปร่งใส	0.84**	0.80**	0.60**	0.45**	0.57**	0.82**	0.75**	0.247**	1

** ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ในวงจรคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ระหว่าง 0.55 – 0.94 มีความสัมพันธ์กันสูง

และมีทิศทางบวกทั้งหมด ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมในวงจรคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ โดยหากให้มีส่วนร่วมในวงจรคุณภาพมากขึ้น จะทำให้การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะสูงขึ้นด้วย

2. การทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression)

Model	Unstandardized		standardized		t	Sig
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 Constant	1.107	0.081			13.633	0.000**
การวางแผน	0.349	0.026	0.472		13.208	0.000**
การปฏิบัติงาน	0.112	0.020	0.154		5.619	0.000**
การตรวจสอบ	0.235	0.042	0.241		5.573	0.000**
การแก้ไขปัญหา	0.200	0.031	0.201		6.387	0.000**

ตัวแปรตาม การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ

* ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

R = 0.977 R Square = 0.955 Adjusted R Square 0.954 Std. Error = 0.653

จากตารางการทดสอบสมมติฐานที่ 2 วงจรคุณภาพส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ พบว่า ตัวแปรวงจรคุณภาพสามารถอธิบายตัวแปรการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ ได้ร้อยละ 95 ซึ่งสามารถอธิบายได้สูงมาก ทั้งนี้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์

ถดถอย (Coefficients) พบว่าวงจรคุณภาพในด้าน การวางแผน การปฏิบัติงาน การตรวจสอบ และการแก้ไขปัญหา ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ โดยมีค่านัยสำคัญ (Sig) อยู่ที่ 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ดังนั้นจากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า วงจรคุณภาพด้านการวางแผน การปฏิบัติงาน การตรวจสอบ และการแก้ไขปัญหาส่งผลต่อการ

เปิดเผยข้อมูลสาธารณะเป็นอย่างมาก โดยสามารถสร้างสมการจากการพยากรณ์ การประมาณค่าจากคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\text{การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ(OIT)} = 1.107 + 0.349 \text{ วางแผน} + 0.235 \text{ การตรวจสอบ} + 0.200 \text{ การแก้ไขปัญหา} + 0.112 \text{ การปฏิบัติงาน} + 0.081$$

จากการทดสอบสมมติฐานทางการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 ตามที่ตั้งสมมติฐานไว้

สรุปและอภิปราย

1) วงจรคุณภาพ (PDCA) และการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของโรงเรียน (OIT) มีความสัมพันธ์กันสูง และมีทิศทางบวก ดังนั้นแล้วผู้บริหารสถานศึกษาจึงควรให้ผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษามีส่วนร่วมในวงจรคุณภาพมากที่สุด เพราะจักส่งผลทำให้การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของสถานศึกษาสูงขึ้นตาม

2) การมีส่วนร่วมในวงจรคุณภาพด้านการวางแผน (Plan) การปฏิบัติงาน (Do) การตรวจสอบ (Check) และการแก้ไขปัญหา (Act) ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของโรงเรียนอย่างมาก

ดังนั้นควรใช้กระบวนการ PDCA ดังนี้

1. ด้านการวางแผน (Plan) ควรให้ผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรทางการศึกษาได้เข้าร่วมประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ ได้แสดงความคิดเห็นในการวางแผนการดำเนินงานต่างๆ ตามตัวบ่งชี้การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ ให้มีส่วนร่วมในการประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อกำหนดวิธีการ/แนวทางเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ

2. ด้านการปฏิบัติการ (Do) ควรให้ผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรทางการศึกษาได้มีส่วนร่วมในการจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน เพื่อเป็นเอกสารสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของ

หน่วยงาน ได้มีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการปฏิบัติงาน การจัดส่งข้อมูลรายงานผลการปฏิบัติงาน การจัดทำรายงานผลการประเมินตนเอง และการปฏิบัติงานด้านการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะทางการศึกษาของหน่วยงาน

3. ด้านการตรวจสอบ (Check) ควรให้ผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรทางการศึกษา ได้มีส่วนร่วมในการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะตามตัวบ่งชี้ที่ร่วมรับผิดชอบ การตรวจสอบความสอดคล้องและความถูกต้อง การตรวจสอบความถูกต้องของการปฏิบัติงาน การประชุมและการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ และการวิเคราะห์และรายงานปัญหาที่พบจากการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

4. ด้านการทบทวนแก้ไขปัญหา (Act) ควรให้ผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรทางการศึกษาได้มีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงาน ได้นำผลจากการประเมินตนเองมาปรับปรุงพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานของตนเอง ได้นำผลการประเมินตนเองมาปรับปรุงเป้าหมายตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน ได้นำผลการประเมินตนเองมาเป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงาน และการนำผลการประเมินตนเองมากำหนดทิศทางและนโยบายด้านการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของหน่วยงาน

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าวงจรคุณภาพ อาจสามารถนำมาใช้กับการดำเนินงานการเปิดเผยข้อมูล

สาธารณะได้อย่างดียิ่ง เช่นเดียวกันกับการสร้างประสิทธิภาพขององค์กรในด้านต่าง ๆ ตามทฤษฎีของ วอลท์เตอร์ ชิวฮาร์ต (1939), เอ็ดเวิร์ด เดมมิง (1950), และสมคักดี สินธุระเวชญ์ (2560, หน้า 188 - 190)

โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับสอดคล้องกับ วิชชุดา วิจิตรวงศ์ (2561) ในการศึกษา ระดับการปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษาโดยใช้วงจรคุณภาพเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของนักเรียนโรงเรียน พระพุทธคอนแวนต์ กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับคณะ เทพสุวรรณ (2564) การพัฒนาการบริหารโรงเรียนด้วยวงจรคุณภาพ เดมมิง (PDCA) และการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในโรงเรียนเทศบาลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูนด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรทำการศึกษาวงจรคุณภาพและการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะในกลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในสังกัดอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น เพื่อศึกษาความแตกต่างของผลการศึกษา

2. ผู้วิจัยควรทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External) เพิ่มเติม เช่น

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการ. (2561). *วงจรควบคุมคุณภาพ กลยุทธ์ในการบริหาร*. สืบค้นจาก <https://www.doa.go.th/th>
- กวีศุภณัฐ ภิรมวยากรณ์. (2567). *การปฏิบัติงานตามแนวทาง PDCA: แนวทางสู่ความสำเร็จของงาน*. <https://medium.com/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์เชิงซ้อน* (พิมพ์ครั้งที่ 14). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติภูมิ สมศรี. (2560). *แนวทางการบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดอุทัยธานี* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

คณะกรรมการบริหารสถานศึกษา ผู้ระดมทรัพยากรทางการศึกษา สังคมชุมชนโดยรอบ สถานประกอบการ ผู้ปกครองของนักศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. ผู้วิจัยควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่นนอกเหนือจากวงจรคุณภาพเป็นตัวแปรอิสระ เช่น การบริหารงานแบบ POLC, การบริหารงานราชการ แบบ POSCORB, หรือการบริหารงานแบบ POCC กับความสัมพันธ์หรือการส่งผลกระทบต่อ การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ เพื่อนำมาปรับใช้ในการบริหารงาน

4. ผู้วิจัยควรทำการศึกษาในกลุ่มโรงเรียนหรือสถานศึกษาในสังกัดประเภทอื่น เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบ เช่น สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา วิทยาลัยชุมชน โรงเรียนในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

5. ผู้วิจัยควรนำการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะเป็นตัวแปรต้น เพื่อศึกษาความสัมพันธ์หรือการส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามประเภทอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารสถานศึกษา, ความพึงพอใจในการรับบริการ, ความไว้วางใจของผู้รับบริการ เป็นต้น

- กิตติศักดิ์ สมอเชียว. (2559). ศึกษาคุณธรรมจริยธรรมของนักเรียน โรงเรียนบ้านเขาคันทรังอำเภอสรีราชา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 3 (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (คณะกรรมการ ป.ป.ช.). (2560). ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564). <https://dl.parliament.go.th>
- คณะศุภพร. (2564). การพัฒนาการบริหารโรงเรียนด้วยวงจรคุณภาพเดมมิง (PDCA) และการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในโรงเรียนเทศบาลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน. สืบค้นจาก <https://krustation.com/>
- ชนินทร์ แสงแก้ว. (2546). การบริหารงานตามมาตรฐานโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2541 ด้วยวัฏจักรคุณภาพของเดมมิงในโรงเรียนสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- โนริอะคิ คะโน. (2562). PDCA: ความหมาย ประโยชน์ และตัวอย่างใช้ 4 ขั้นตอนเพื่อพัฒนาองค์กรอย่าง <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/what-is-pdca-210610/>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุวิริยาสัน. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2565 - 2570). (2565). หน้า 1 เล่ม 139 ง ตอน พิเศษ 258. ราชกิจจานุเบกษา, 1 พฤศจิกายน 2565.
- พงษ์พิพัฒน์ นารินทร์. (2563). ปัจจัยการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 23. วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ, 8(32), กรกฎาคม - กันยายน.
- พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546. (2546). หน้า 1 เล่ม 120 ตอน 100 ก. ราชกิจจานุเบกษา, 9 ตุลาคม 2546.
- พระราชกฤษฎีกา. (2562). ความผิดฐานยกยอก (หน้า 352-356). สืบค้นจาก <https://thaienglaw.com/> ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2550. (2561). หน้า 1 เล่ม 135 ตอน พิเศษ 256 ง. ราชกิจจานุเบกษา, 24 ตุลาคม 2561.
- วรชัย วิภูอุปโคตร และคณะ. (2564). คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาต่อการบริหารงานอย่างมืออาชีพ ในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน. วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 9(2), พฤษภาคม - สิงหาคม.
- ว อ ล์ ท เต อ ร์ ชี ว ฮ า ร์ ท . (2560). วง จ ร เ ต ม ม ี ง PDCA (Deming Cycle 1939). <https://www.cimcothailand.com/>
- วิษุตา วิจิตรวงศ์. (2562). การบริหารสถานศึกษาโดยใช้วงจรคุณภาพเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของนักเรียน โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์ กรุงเทพมหานคร. วารสารบัณฑิตศึกษา มจร. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 4(2), กรกฎาคม - ธันวาคม.
- วิฑูรย์ สิมะโชติ. (2563). คุณภาพในความอยู่รอด. สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/news/624849>

- สมศักดิ์ สินธุระเวชญ์. (2560). *มุ่งสู่คุณภาพการศึกษา*. วัฒนาพานิช.
- สุขสันต์ สุขสงคราม. (2564). *รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนการกุศลของวัดในพระพุทธศาสนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แผนกสามัญศึกษา* (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2564). <https://www.nacc.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2566). <https://www.nacc.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). สืบค้นจาก <https://nesdc.go.th>
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2564). สืบค้นจาก <https://ops.moe.go.th>
- อุเทน บัวแสง และศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ. (2022). *กรอบการประเมินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย*. *Journal of Modern Learning Development*, 7(5), มิถุนายน.
- เอ็ดวาร์ด เดมมิง. (ไม่มีปี). *แนวคิดของ วิลเลียม เอ็ดเวิร์ด เดมมิง (William Edward Deming) ค.ศ. 1950*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/454811>.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.
- Hitoshi Kume. (2562). *Practical PDCA แก้ปัญหาและปรับปรุงเพื่อความสำเร็จ*. ซีโนดีไซน์.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.

การยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยต่อการพัฒนาเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

Guidelines for enhancing the role of Thai Universities to driving cities towards sustainable learning cities

วรชัย วิภูอุปโภคตร

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Vorachai Viphoouparakhot

Faculty of Education, Bangkokthonburi University

E-mail: Vorachai.vin@bkkthon.ac.th

Received: November 30, 2024; Revised:, December 22, 2024; Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์บทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะผู้ประกอบการในการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน และ (2) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมที่เป็นตัวกลางระหว่างบทบาทของมหาวิทยาลัยและการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน การวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับกลางและสูงจากมหาวิทยาลัยรัฐ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมผ่านแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) นอกจากนี้ ยังใช้โปรแกรม AMOS ในการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) และทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลวิจัยที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการศึกษาพบว่า บทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยตรงต่อการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และการมีส่วนร่วมดังกล่าวมีอิทธิพลโดยตรงต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน โมเดลวิจัยที่ใช้มีความเหมาะสมสูงโดยมีค่าดัชนี Goodness-of-Fit อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ ทั้งนี้ บทบาทมหาวิทยาลัยในฐานะผู้ประกอบการสามารถส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม งานวิจัยเสนอแนะให้มหาวิทยาลัยพัฒนาแนวทางการเสริมสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตในเมือง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัยไทย, สร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน, การพัฒนาเมือง, เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

ABSTRACT

This study aimed to (1) analyze the role of entrepreneurial universities in promoting multi-sectorial participation for the development of sustainable learning cities and (2) investigate the causal relationships influencing participation as a mediator between the role of universities and the development of sustainable learning cities. The research employed a multi-stage sampling method to select 450 respondents who were mid- and senior-level administrators from Thai public universities. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics, inferential statistics, factor analysis, and path analysis. Structural Equation Modeling (SEM) was conducted via AMOS software to assess model fit, with hypotheses tested at a 95% confidence level. The findings revealed that the role of entrepreneurial universities had a direct positive influence on multi-sectorial participation, which in turn significantly impacted the development of sustainable learning cities. The analytical model demonstrated high goodness-of-fit indices, confirming its suitability. Furthermore, the role of entrepreneurial universities was found to exert both direct and indirect positive effects on sustainable learning city development. The study recommends that universities enhance innovation ecosystems, foster stakeholder engagement, and promote lifelong learning initiatives to drive the sustainable transformation of cities into learning cities.

KEYWORDS: Enhancing the role Thai universities, Participation of stakeholders, Driving cities, Sustainable Learning City

บทนำ

การพัฒนาประเทศและการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (ทุนมนุษย์) โดยเฉพาะในประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของคนในอนาคตผ่านระบบการศึกษา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพและศักยภาพของประชากรให้ตอบสนองความต้องการของประเทศในอนาคต ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยกำลังเผชิญกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสำคัญ เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัย และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การขับเคลื่อน

การพัฒนาจึงต้องเสริมสร้างความเข้มแข็งของคนและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ดังนั้น ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ และการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงระดับโลก เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร และสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายสร้างสมดุลและความยั่งยืนทั้งในมิติทรัพยากรมนุษย์ เมือง ระบบเศรษฐกิจ และสังคม โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเพื่อผลิตพลเมืองที่มีความรู้ ทักษะและความสามารถสอดคล้องกับความต้องการของประเทศ(สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ, 2565) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ และ นวัตกรรม ได้กำหนดนโยบายให้มหาวิทยาลัยเป็น ศูนย์กลางการเรียนรู้และนวัตกรรม สนับสนุนการ พัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561–2580) และแผนการศึกษาแห่งชาติ (2560–2579) โดยมุ่งสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชนในท้องถิ่น รวมถึงยกระดับบทบาท มหาวิทยาลัยในการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อ แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมสังคมและเมือง พร้อมร่วม พัฒนาคนทุกกลุ่มในเมืองให้ตอบสนองความต้องการ ของเศรษฐกิจยุคใหม่และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561)

เมืองแห่งการเรียนรู้ หรือ Learning City เป็นเมืองที่มีแผนและนโยบายในการส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพของมนุษย์อย่างยั่งยืน เมืองที่มีการใช้ ทรัพยากรจากทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อ สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้สำหรับประชาชนทุกคน และทุกระดับโดยมีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้มีการเรียนรู้อย่างมี คุณภาพ การส่งเสริมด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ ตลอดชีวิต (Longworth, 1996) ผ่านการร่วมมือจาก หลายภาคส่วน (Kearns (2012) ซึ่งเมืองเป็นศูนย์กลาง ของการพัฒนาที่รวบรวมช่องทางในการเรียนรู้ที่มีความ หลากหลายพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับประชาชนด้วยการ จัดสรรทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมศักยภาพการ เรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน (Facer & Buchczyk, 2019) แนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้สู่การพัฒนา ประเทศสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของ United Nation (2024). ในเป้าหมายข้อที่ 11 เมือง และถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน (Sustainable cities and Communities) ขับเคลื่อนหลักโดยการศึกษาที่มี คุณภาพ (Quality Education) ของเป้าหมายข้อที่ 4 ที่มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อความเท่าเทียมและการเรียนรู้

ตลอดชีวิต ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับปรุง ระบบการศึกษาให้ครอบคลุมมากกว่าการศึกษาใน ระบบ โดยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านการ กระจายอำนาจให้กับพื้นที่ ยกตัวอย่างความสำเร็จใน ระดับนานาชาติ เช่น เครือข่ายเมืองแห่งการเรียนรู้ (UNESCO Global Network of Learning Cities) ที่ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานท้องถิ่นในการ สร้างโอกาสการเรียนรู้ในชุมชน โดยแนวคิดนี้เกิดจาก ความจำเป็นที่ประชากรส่วนใหญ่ของโลกอาศัยอยู่ใน เขตเมือง และมีความต้องการเฉพาะที่แตกต่างกัน เมืองจึงต้องเป็นศูนย์กลางในการสร้างการศึกษาและ การเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะพื้นที่ UNESCO (2024) ได้เล็งเห็นว่าท้องถิ่นเป็นผู้มีส่วน เกี่ยวข้องสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาและได้ จัดตั้งสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตของยูเนสโก (UNESCO Institute for Lifelong Learning: UIL) จึง ได้จัดตั้งเครือข่ายระดับโลกด้านเมืองแห่งการเรียนรู้ ของยูเนสโก (The UNESCO Global Network of Learning Cities: GNLC) เพื่อช่วยรัฐบาลท้องถิ่น พัฒนากลยุทธ์ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในทุก ภาคส่วนที่เป็นรูปธรรมในการสร้างเมืองแห่งการ เรียนรู้สำหรับประชาชนทุกคนและทุกระดับโดยมี คุณลักษณะที่สำคัญ 6 ประการ คือ (1) ส่งเสริมการ เรียนรู้ตั้งแต่พื้นฐานจนถึงอุดมศึกษา (2) ส่งเสริมการ เรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน (3) ส่งเสริมการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน (4) ส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย (5) ส่งเสริมคุณภาพและความ เป็นเลิศในการเรียนรู้ และ (6) สนับสนุนวัฒนธรรม การเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็ง

สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์และสุชินี อัตถากร (2567) เมืองมีบทบาทสำคัญ และควรแสดงบทบาท นำในการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning : LLL) ผ่านการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วน

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 หน้า 139

เสีย (Stakeholders) ทุกกลุ่ม อาทิเช่น หน่วยงานราชการ หน่วยงานธุรกิจ สถาบันการศึกษา องค์กรภาคประชาชน องค์กรภาคประชาสังคม ฯลฯ หากเมืองสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยให้ผู้คนหรือพลเมืองสามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้กับกิจกรรมสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงและสร้างเส้นทางการเรียนรู้ กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต จะส่งผลให้เมืองๆ นั้น กลายเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ (Learning City) การสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายเมืองแห่งการเรียนรู้จึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้ และเปิดโอกาสให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดีต่อกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงใหม่ การจัดการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยไม่ได้จำกัดเพียงการสอนหรือวิจัย แต่ยังต้องตอบสนองต่อชุมชนและการพัฒนาที่ยั่งยืน ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและทุกภาคส่วนมีความสำคัญต่อการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ (Chong Peng & Hongwei Xu, 2024) มหาวิทยาลัยต้องไม่เพียงผลิตบัณฑิตเพื่อสนองความต้องการของตลาดแรงงาน แต่ยังต้องกระตุ้นนวัตกรรมและสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในเมืองผ่านผู้ประกอบการ สร้างงาน และยกระดับคุณภาพชีวิต (Cai & Ahmad, 2023) บทบาทมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการ (Entrepreneurial University) คือการส่งมอบผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านการสอน การวิจัย การพาณิชย์ความรู้ และการเสริมพลังชุมชน (Abreu & Grinevich, 2024) รวมถึงการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมร่วมกับทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาที่ยั่งยืน (Apostol, 2022) การศึกษาเรื่องนี้สำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ลดความเหลื่อมล้ำ

ทางการศึกษา เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

การยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยต่อการพัฒนาเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนด้วยบทบาทมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการสู่เมืองแห่งการเรียนรู้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์และสร้างความยั่งยืนของประเทศไทย แนวทางนี้เน้นการสร้างเครือข่ายวิชาการ การวางแผนกลยุทธ์ และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาทรัพยากรในพื้นที่ ส่งเสริมการเรียนรู้ และเสริมพลังชุมชน ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยไทยในการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน โดยผลการวิจัยจะช่วยกำหนดแนวทางพัฒนากลยุทธ์และการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อบทบาทของการเป็นมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการ การมีส่วนร่วมของภาคส่วน และการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนมหาวิทยาลัยไทย

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมกันที่เป็นตัวกลางระหว่างตัวแปรบทบาทการยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

สมมติฐาน

1. ทุกภาคส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อบทบาทของมหาวิทยาลัยไทยในฐานะมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

2. บทบาทของการเป็นมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการมุ่งสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน

3. บทบาทสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน มีมหาวิทยาลัยไทยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของมหาวิทยาลัยไทยกับการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. แนวทางในการยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยไทยในการเป็นมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการต่อการสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน

2. การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและทุกภาคส่วนในการพัฒนาเมือง มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ เข้มแข็งและยั่งยืน

3. สนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ในการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดในการวิจัยแนวคิดการพัฒนา มหาวิทยาลัย ซึ่งการพัฒนามหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมในระดับภูมิภาคและระดับชาติ งานวิจัยจำนวนมากได้กล่าวถึงการมหาวิทยาลัยสามารถส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในหลากหลายมิติ ทั้งในด้านการส่งเสริมระบบนิเวศนวัตกรรม การพัฒนาผู้ประกอบการ และการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสถาบันวิชาการกับภาคส่วนต่างๆ ในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาเมือง ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ บทบาทของมหาวิทยาลัย การมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย และการสนับสนุนแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บทบาทของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการพัฒนาเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางของการสร้างความรู้และนวัตกรรมที่มีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจและสังคมสมัยใหม่ การศึกษาโดย Apostol, S. (2022) ชี้ให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในยุโรปผ่านการสนับสนุนด้านนวัตกรรมและความรู้ แม้บางพื้นที่เผชิญความท้าทาย เช่น การลดลงของภาคอุตสาหกรรม แต่การเรียนรู้ตลอดชีวิตยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นในประเทศกำลังพัฒนา มหาวิทยาลัยที่เน้นการวิจัยต่อยอดสู่การประกอบการจึงช่วยสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม เช่น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ เสริมสร้างเศรษฐกิจระดับภูมิภาคและการพัฒนาเมืองให้เติบโตอย่างยั่งยืน บทบาทมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการประกอบด้วย 7 ด้าน

(1) การนำองค์กรและการกำกับมหาวิทยาลัย: ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์ชัดเจน พร้อมบริหารจัดการด้วยความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในองค์กร (Bryman, 2011; Dill, 2005)

(2) ความสามารถขององค์กร: การพัฒนาบุคลากร ระบบการจัดการ และหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของมหาวิทยาลัย (Pfeffer & Salancik, 2003; Senge, 1990)

(3) ด้านการจัดการเรียน การสอนและการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อเมืองแห่งการเรียนรู้: หลักสูตรต้องผสมผสานทฤษฎีและปฏิบัติ เน้นทักษะผู้ประกอบการ เช่น การคิดเชิงสร้างสรรค์ และการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาโครงการร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ (Fayolle & Gailly, 2008; Gibb, 2002)

(4) การเตรียมความพร้อมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ: มหาวิทยาลัยควรจัดหาแหล่งทุน การให้คำปรึกษา และทรัพยากร พร้อมสร้างพื้นที่

แลกเปลี่ยนประสบการณ์และการทดลองทำธุรกิจจริง (Kirby, 2006; Pittaway & Cope, 2007)

(5) ความสัมพันธ์กับภาคส่วนภายนอกเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้: การร่วมมือกับชุมชน ธุรกิจ และหน่วยงานวิจัยช่วยให้มหาวิทยาลัยพัฒนาความรู้ และสนับสนุนการวิจัยร่วม เพื่อขับเคลื่อนเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Perkmann et al., 2013)

(6) ความเป็นนานาชาติ: สร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ หลักสูตรนานาชาติ และการรับนักศึกษาต่างชาติ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและศักยภาพของนักศึกษาในระดับสากล (Altbach & Knight, 2007; De Wit, 2011)

(7) การวัดผลกระทบ: การประเมินผลลัพธ์ เช่น จำนวนธุรกิจที่ก่อตั้ง รายได้ และการจ้างงานใหม่ ช่วยมหาวิทยาลัยปรับปรุงกลยุทธ์การสนับสนุนผู้ประกอบการและสร้างผลกระทบที่ยั่งยืนต่อเศรษฐกิจและสังคม (Audretsch et al., 2006; Wright et al., 2007).

2. บทบาทสร้างการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย บทบาทของมหาวิทยาลัยไม่จำกัดเฉพาะการศึกษาและวิจัย แต่มหาวิทยาลัยยังเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงระดับภูมิภาค งานวิจัยโดย Li et al. (2022) ระบุว่าการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยในอุตสาหกรรมระดับภูมิภาคช่วยเร่งการพัฒนาวิทยาศาสตร์และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เศรษฐกิจภูมิภาคเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ แม้จะมีความท้าทาย เช่น การสร้างกิจกรรมผู้ประกอบการ แต่การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

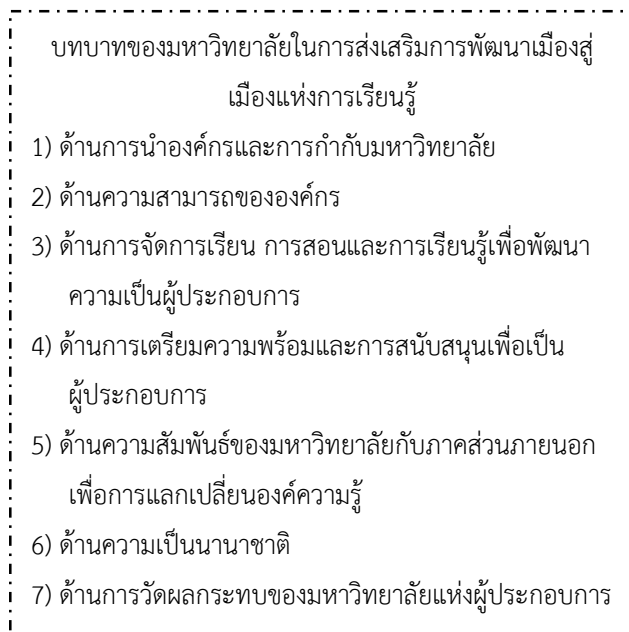
มหาวิทยาลัยยังมีบทบาทสำคัญในการสร้าง "ทุนมนุษย์" ซึ่ง Marozau et al. (2021) ระบุว่าเป็นตัวทำนายนำสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจในทุกๆ ระดับ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยปัจจัย

ประสิทธิภาพ หรือความสามารถนวัตกรรมแบบจำลอง Quadruple Helix ซึ่งเชื่อมโยงมหาวิทยาลัย รัฐบาล อุตสาหกรรม และประชาสังคม ถูก Polishchuk et al. (2021) ชี้ว่าเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาระบบนวัตกรรมระดับภูมิภาคและเสริมสร้างความยั่งยืนผ่านการวิจัย การพัฒนา และการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น

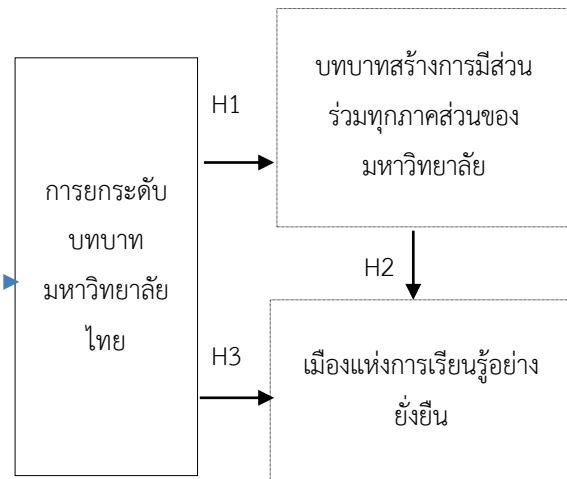
3. เมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิด "เมืองแห่งการเรียนรู้" (Learning Cities) ได้รับการส่งเสริมผ่านความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย กับภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการสร้างโครงสร้างสนับสนุนเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการเติบโตของภูมิภาค ตัวอย่างจากการศึกษา เอลิมชัย บุญยะสิทธิ์ และคณะ (2565) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ (Lifelong Learning City) เป็นโครงการระดับภูมิภาคที่มุ่งประกันสิทธิของประชาชนในการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสังคมและการพัฒนาเศรษฐกิจ ตัวอย่างในจีนโดย Peng & Xu (2024) พบว่ามหาวิทยาลัยช่วยเพิ่มนวัตกรรมและกิจกรรมผู้ประกอบการในเมือง รวมถึงการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในเมืองโดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีมหาวิทยาลัยคุณภาพสูง

การพัฒนาศูนย์กลางการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยส่งผลต่อการสร้างเมืองที่มีศักยภาพแข่งขันในระดับโลก งานศึกษาในประเทศสมาชิกใหม่ของสหภาพยุโรปโดย Saha et al. (2020) ชี้ว่ามหาวิทยาลัยส่งเสริมเศรษฐกิจภูมิภาคผ่านการสนับสนุนการค้นพบทางนวัตกรรมและสร้างโอกาสทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยเป็นหัวใจในการพัฒนาภูมิภาคทั้งในแง่การผลิตบัณฑิต การสร้างองค์ความรู้ และการพัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรม ความร่วมมือระดับภูมิภาค และเมืองแห่งการเรียนรู้ งานวิจัยชี้ว่า

มหาวิทยาลัยที่มีบทบาทเชิงรุกด้านการวิจัย การพัฒนา และการสร้างทุนมนุษย์ ช่วยสร้างผลกระทบ
กรอบแนวคิดวิจัย



เชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน การศึกษานี้ใช้กรอบแนวคิดดังต่อไปนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้จากมหาวิทยาลัยรัฐ 5 กลุ่มมหาวิทยาลัยตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แบ่งผู้บริหารเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารระดับกลาง และระดับสูง จากมหาวิทยาลัยรัฐจำนวน 450 คน อ้างอิงการเก็บข้อมูลจากการใช้กลุ่มตัวอย่างจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 10-20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษาโดยครั้งนี้ทำการใช้ตัวแปรทั้งหมด 45 ตัวเมื่อทำการเก็บข้อมูล จะได้จาก $10 \times 45 = 450$ ชุดแบบสอบถามซึ่งการเก็บครั้งนี้ได้กลุ่มตัวอย่าง 450 ชุด (Hair, et.al. 2012) โดยเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถามสร้างจากบททวนวรรณกรรม และกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้อง

ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้ค่า IOC=0.850 และ ทำการสำรวจข้อมูลเพื่อทดสอบแบบสอบถาม (Try out) 30 ชุด ได้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) = 0.901 มีความเชื่อมั่นที่ควรมีค่ามากกว่า 0.7 ตามเกณฑ์กำหนด (Nunnally & Bernstein, 1994)

เครื่องมือ

แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) และวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (Path analysis) และประมวลผลโดยใช้สถิติ Z-test เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ข้อมูลทั่วไปด้วยค่าทางสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรและประมวลผลโดยใช้สถิติ Z-test เพื่อพิสูจน์สมมติฐานด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และเพื่อทดสอบความสอดคล้องกลไกของโมเดลการวิจัย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานดังนี้ $P\text{-Value} > 0.05$, $GFI < 0.9$, $AGFI < 0.9$, $CFI < 0.9$, $RMR < 0.1$ และ $RMSEA < 0.1$, $Chi\ Square/df < 3$

สรุปผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารมหาวิทยาลัยต่อบทบาทของการเป็นมหาวิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนมหาวิทยาลัยไทยพบว่า บทบาทที่สำคัญที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านการนำองค์กรและการกำกับมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.382$) รองลงมาเป็นบทบาทการวัดผลกระทบของมหาวิทยาลัยเชิงประกอบการ ($\bar{X} = 4.340$) และด้านการจัดการเรียน การสอนและการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็น ($\bar{X} = 4.188$) และความคิดเห็นของผู้บริหารด้านการมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในภูมิภาคในการสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตสามารถขยายผลให้ครอบคลุมกลุ่มประชากรที่ด้อยโอกาส ($\bar{X} = 4.144$) รองลงมาบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในภูมิภาคมีความสำคัญและมีการสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพมาก ($\bar{X} = 4.142$) และ มีการกระจาย

อำนาจให้กับหน่วยงานในระดับภูมิภาคส่งผลต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ และมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคใดที่ควรได้รับการแก้ไข ($\bar{X} = 4.100$) ส่วนการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้มีความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่มหาวิทยาลัยสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านการวิจัย การเรียนการสอน และการให้บริการวิชาการแก่สังคม ($\bar{X} = 4.262$) รองลงมาการจัดการองค์ความรู้และทรัพยากรของมหาวิทยาลัยสามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาในเมืองและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ($\bar{X} = 4.258$) และบทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะศูนย์กลางการเรียนรู้ควรได้รับการพัฒนาอย่างไรเพื่อเชื่อมโยงชุมชนท้องถิ่นกับการศึกษาในระบบและนอกระบบ ($\bar{X} = 4.244$)

2. ผลลัพธ์ความสัมพันธ์ของโมเดลการวัด โดยแสดงค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite reliability) ที่มีค่าเกิน 0.70 ซึ่งมีความสอดคล้องกับมาตรวัด (Fornell & Larcker, 1981) ค่าของ Cronbach's alpha พบว่ามีค่าเกิน 0.70 และข้อกำหนดด้านความเที่ยงตรง (Validity test) และค่าการถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่ได้มาตรฐานทั้งหมดมีค่าเกิน 0.70 และมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งยืนยันความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Hair et al., 2012) ตารางที่ 1 แสดงค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ซึ่งมีค่าเกิน 0.50 ตรงตามข้อกำหนดของความเที่ยงตรงแบบบรรจบกัน (Fornell & Larcker, 1981) ตารางที่ 1 แสดงค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรและค่า AVE ที่ยกกำลังสองในแนวทแยง ซึ่งค่าทั้งหมดมีค่าเกินกว่าค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของความเที่ยงตรงแบบแยกแยะ (Fornell & Larcker, 1981) ดังที่ระบุความสอดคล้องของโมเดลการวัดของ Hair et al., (2012) & Kline, (1998)

ตารางที่ 1 ความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง (Reliability and Convergent Validity)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	$\bar{x}$	Factor Loading	Cronbach's α	CR	AVE
บทบาท (ROLE)	ด้านการนำองค์กรและการกำกับมหาวิทยาลัย (Lead)	4.382	.747	.878	0.926	0.788
	ด้านความสามารถขององค์กร (Abi)	4.078	.870	.876		
	ด้านการจัดการเรียน การสอนและการเรียนรู้เพื่อพัฒนา	4.188	.911	.877		
	ความเป็นผู้ประกอบการ (Lean)					
	ด้านการเตรียมความพร้อมและการสนับสนุนเพื่อเป็น	4.147	.837	.879		
	ผู้ประกอบการ (Pre)					
	ด้านความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับภาคส่วนภายนอกเพื่อ	4.152	.878	.878		
	การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (Rel)					
	ด้านความเป็นนานาชาติ (Int)	4.161	.748	.881		
การมีส่วนร่วม (Part)	ด้านการวัดผลกระทบของมหาวิทยาลัยเชิงประกอบการ	4.340	.522	.872	0.959	0.829
	(Eva)					
	บทบาทของภาคส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา	4.142	.819	.873		
	ของเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ (Part1)					
	สร้างการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคส่วนอื่นร่วม	4.144	.910	.872		
	สร้างความเสมอภาคการศึกษาทุกคนในเมือง (Part2)					
	การกระจายอำนาจให้กับหน่วยงานในระดับภูมิภาคส่งผลต่อ	4.100	.856	.870		
	การพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ และร่วมแก้ไขข้อจำกัด					
	อุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนาเมือง (Part3)					
เมืองแห่งการเรียนรู้ (LC)	ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชนเมืองเพื่อสนับสนุน	3.989	.742	.875	0.962	0.846
	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) (Part4)					
	มหาวิทยาลัยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในเมืองแห่งการ	4.262	.796	.875		
	เรียนรู้ผ่านกรวิจัย การเรียนการสอน และบริการวิชาการ					
	(LC1)					
	บทบาทมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เชื่อมโยงเมือง	4.244	.814	.874		
	กับการศึกษาในระบบและนอกระบบ (LC2)					
	การจัดการองค์ความรู้และทรัพยากรของมหาวิทยาลัยเพื่อ	4.258	.865	.872		
	ตอบโจทย์การพัฒนาเมืองและยกระดับคุณภาพชีวิตของคน					
	(LC3)					
	บทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะใหม่ที่ตอบสนอง	4.142	.908	.872		
	ต่อความต้องการของตลาดแรงงาน (LC4)					

Notes: All standardized factor loadings are significant at 95%confidence level; AVE=average variance extracted; CR= composite reliability.

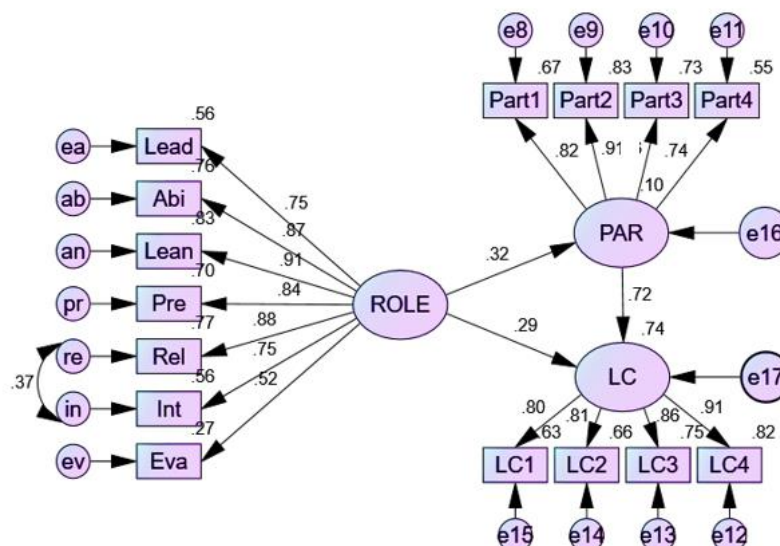
การวิเคราะห์สมการโครงสร้างซึ่งมีการทดสอบสมมติฐาน สามารถอธิบายแยกเป็นรายข้อสมมติฐาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing-Indirect Effects)

Path			Estimate	S.E.	p	Hypotheses	Result
PAR	<---	ROLE	0.32	0.024	***	H1	ยอมรับ
LC	<---	PAR	0.72	0.027	***	H2	ยอมรับ
LC	<---	ROLE	0.29	0.044	***	H3	ยอมรับ

$\chi^2/df=2,165$; CFI=901; NFI=986; GFI=1.000; AGFI=1.000; RMSEA=0.013; RMR=0.012

Note: *** Values significant at 99.9% confident level



ภาพ 2 ความสัมพันธ์เชิงประจักษ์

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานในส่วนนี้เป็นการสรุปตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย โดยการทดสอบสมมติฐานใช้มาตรฐานของการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

เป็นเกณฑ์ความเชื่อมั่นมาตรฐานหลัก มีผลการศึกษาดังนี้

การประมาณค่าของเส้นทางแต่ละเส้นแสดงถึงระดับอิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยตัวแปร ROLE มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ LC ผ่านตัวแปร PAR

การวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความเหมาะสมของโมเดล (Goodness-of-Fit Indices)

ตารางที่ 3 สรุปผลค่าดัชนีความเหมาะสมของโมเดลแสดงความสอดคล้องระหว่างข้อมูลจริงและโมเดลที่คาดการณ์

ดัชนีวัดความเหมาะสม (Fit Index)	ค่า (Value)	เกณฑ์ที่ยอมรับ (Threshold)	ผลลัพธ์ (Result)
Chi-square/df	2.165	< 3.0	ผ่านเกณฑ์
CFI	0.901	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
NFI	0.986	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
GFI	1.000	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
AGFI	1.000	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.013	≤ 0.05	ดีมาก (โมเดลเหมาะสมสูง)
RMR	0.012	≤ 0.05	ดีมาก (โมเดลเหมาะสมสูง)

การสรุปผลเชิงสถิติผลการทดสอบ พบว่า สมมติฐาน H1: บทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยประกอบการ (ROLE) มีอิทธิพลโดยตรงต่อการสร้างการมีส่วนร่วม (PAR) (Estimate = 0.32, $p < 0.001$) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ สมมติฐาน H2: การสร้างการมีส่วนร่วม (PAR) มีอิทธิพลโดยตรงต่อเมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) (Estimate = 0.72, $p < 0.001$) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ และ สมมติฐาน H3: บทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยประกอบการ (ROLE) มีอิทธิพลโดยตรงต่อเมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) (Estimate = 0.29, $p < 0.001$) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ และโมเดลที่ใช้วิเคราะห์นี้มีความเหมาะสมสูง (Goodness-of-Fit Indices) โดยค่าดัชนีทุกตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ ผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรบทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยประกอบการ และการสร้างการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีนัยสำคัญต่อเมืองแห่งการเรียนรู้ โดยโมเดลที่ใช้วิเคราะห์นี้มีความเหมาะสมสูง ทั้งนี้การวิเคราะห์เชิงสถิติสนับสนุนความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรที่กำหนดไว้ในโมเดลได้อย่างชัดเจน

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติในงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของมหาวิทยาลัยในฐานะกลไกการพัฒนาที่สามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในด้านเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ โดยการทดสอบสมมติฐานชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุใน 3 มิติหลัก ได้แก่ บทบาทของมหาวิทยาลัย (ROLE) การสร้างการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย (PAR) และ แนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. บทบาทของมหาวิทยาลัย (ROLE) ในฐานะมหาวิทยาลัยประกอบการ (entrepreneurial university) มีความสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรมและการเติบโตของเศรษฐกิจระดับภูมิภาค ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน H1 พบว่า บทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยประกอบการ (ROLE) มีอิทธิพลโดยตรงต่อการสร้างการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย (PAR) โดยมีค่า Estimate = 0.32 และ $p < 0.001$ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Apostol, S. (2022) ที่ระบุว่ามหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางการสร้างความรู้และ

นวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนแนวคิด "การเรียนรู้ตลอดชีวิต" ซึ่งส่งผลให้ประชากรมีศักยภาพสูงขึ้นในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในภูมิภาคนั้น ๆ นอกจากนี้ งานวิจัยยังระบุว่า มหาวิทยาลัยที่มีบทบาทเชิงรุกในการพัฒนาภูมิภาคสามารถกระตุ้นการสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและนวัตกรรม เช่น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (incubators) และอุทยานวิทยาศาสตร์ (science parks) การพัฒนาผู้ประกอบการด้วยวิธีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชน และกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิต เช่น การอบรมอาชีพ และสุขภาพเพื่อสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจในระยะยาว เฉลิมชัย บุญยะสิทธิ์ และคณะ (2565) ชี้ให้เห็นว่าการมีมหาวิทยาลัยในพื้นที่มีศักยภาพทางการพัฒนาสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการยกระดับการพัฒนาเมืองในพื้นที่ผ่านการเชื่อมโยงองค์ความรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2. การมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย (PAR) ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน H2 พบว่า การสร้างการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย (PAR) มีอิทธิพลโดยตรงต่อแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) โดยมีค่า Estimate = 0.72 และ $p < 0.001$ ซึ่งแสดงถึงความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลลัพธ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยในการสร้างการมีส่วนร่วมในความเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในพื้นที่เมือง เช่น ภาคชุมชน ภาคอุตสาหกรรมและหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2022) ระบุว่า การสร้างการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยในกิจกรรมการพัฒนาภูมิภาค เช่น การสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจ เศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาผู้ประกอบการ และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ช่วยเร่งการเติบโตของเศรษฐกิจในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมนี้ยังส่งเสริมการลงทุนมนุษย์) เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศระยะ

ยาว ทั้งนี้ แบบจำลองความร่วมมือ Quadruple Helix ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัย รัฐบาล อุตสาหกรรม และประชาสังคม ได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมให้เมืองอย่างยั่งยืน

3. เมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) สมมติฐาน H3 พบว่า บทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยประกอบการ (ROLE) มีอิทธิพลโดยตรงต่อแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) โดยมีค่า Estimate = 0.29 และ $p < 0.001$ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลลัพธ์นี้สนับสนุนแนวคิดของ Peng & Xu (2024) ที่ระบุว่ามหาวิทยาลัยเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ (learning cities) ผ่านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น อุทยานวิทยาศาสตร์ ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ศูนย์พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน และสถานประกอบการ ตัวอย่างในประเทศจีนแสดงให้เห็นว่าเมืองที่มีมหาวิทยาลัยชั้นนำมีแนวโน้มที่จะมีนวัตกรรมและกิจกรรมผู้ประกอบการที่สูงกว่า ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saha et al. (2020) ได้เน้นถึงความสำคัญของมหาวิทยาลัยในการสนับสนุนระบบนิเวศนวัตกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจในเมืองต่าง ๆ นอกจากนี้ แนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ยังได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษาภาคส่วนต่าง ๆ ในเมือง

ผลการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของมหาวิทยาลัยในฐานะกลไกหลักในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม โดยบทบาทการเป็นมหาวิทยาลัยประกอบการ (ROLE) และการสร้างการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัย (PAR) มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อแนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) งานวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่ามหาวิทยาลัยไม่เพียงแต่เป็นมหาวิทยาลัย แต่ยังเป็นศูนย์กลางการ

เปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่ช่วยสนับสนุนระบบนิเวศนวัตกรรม การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และการเชื่อมโยงกับเมืองแห่งการเรียนรู้ในระดับภูมิภาคและระดับประเทศอย่างยั่งยืน ดังนั้น เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนเป็นหัวใจสำคัญ จาก

ผลการวิจัยนี้จึงมาจากบทบาทสำคัญของมหาวิทยาลัยในการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนของเมือง ในการขับเคลื่อนทำงานเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน ดังแผนภาพที่ 2



ภาพ 2 บทบาทมหาวิทยาลัยในการยกระดับการสร้างการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. มหาวิทยาลัยในการสร้างบทบาทในฐานะมหาวิทยาลัยแห่งผู้ประกอบการ(entrepreneurial university) โดยเฉพาะในด้านการสนับสนุนระบบนิเวศนวัตกรรมและพัฒนาผู้ประกอบการ ได้แก่

(1) การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการวิจัยและนวัตกรรม สร้างหรือพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เศรษฐกิจชุมชนเพื่อพัฒนาธุรกิจ

(2) การพัฒนาผู้ประกอบการยกตัวอย่างการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชนและกิจกรรมพัฒนา

ทักษะชีวิต เช่น การอบรมอาชีพและสุขภาพเพื่อสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นต้น

(3) พัฒนาพื้นที่นวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการสร้างสรรคนวัตกรรมและผู้ประกอบการในเขตเมืองเพื่อสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้

(4) การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่เน้นการเรียนรู้สำหรับคนในทุกช่วงวัย เพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาตนเองส่งผลต่อการพัฒนาเมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนได้

(5) การสร้างพันธมิตรกับทุกภาคส่วนต่าง
ในการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาเมืองได้อย่างรวดเร็ว
เกิดการแบ่งปันองค์ความรู้และทรัพยากร

2. การมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยสร้างการมี
ส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนในเมืองเพื่อร่วมพัฒนาเมือง
สู่เมืองแห่งการเรียนรู้เกิดการส่งเสริมการพัฒนา
เศรษฐกิจและทุนมนุษย์ ได้แก่

(1) การสร้างความร่วมมือระดับภูมิภาค
(Regional Collaboration) ส่งเสริมความร่วมมือกับ
ชุมชนท้องถิ่น ภาคอุตสาหกรรมและหน่วยงาน
ภาครัฐเพื่อพัฒนากิจกรรมตอบสนองความต้องการ
ในพื้นที่

(2) การเป็นศูนย์กลางการเปลี่ยนแปลงเชิง
บวกที่ส่งเสริมระบบนิเวศนวัตกรรม

(3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน
ท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้
ผ่านโครงการพัฒนาการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่าง
ยั่งยืนในระดับเมือง ภูมิภาคและประเทศ

(4) การพัฒนากิจกรรมเชิงผู้ประกอบการ
(Entrepreneurial Activities) สนับสนุนให้นักศึกษา
และชุมชนสามารถพัฒนาทักษะแก่ผู้ประกอบการ
ผ่านการฝึกอบรม การให้คำปรึกษา และการจัดหา
แหล่งทุนเพื่อส่งผลต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้
ร่วมกันในมิติต่างๆ

(5) การสร้างเครือข่ายเชิงระบบ (Systemic
Networking) เชื่อมโยงมหาวิทยาลัยกับภาคส่วนต่าง
ๆ ในลักษณะแบบจำลอง Quadruple Helix ในการ
พัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ซึ่งรวมถึงมหาวิทยาลัย
รัฐบาล ภาคอุตสาหกรรม และประชาสังคม

3. เมืองแห่งการเรียนรู้ (LC) มหาวิทยาลัยมี
บทบาทสำคัญในความพร้อมทางวิชาการในการ
สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมที่ช่วยพัฒนา
เมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ ได้แก่

(1) การพัฒนาศูนย์กลางการเรียนรู้
(Learning Hubs) สร้างศูนย์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยง
ชุมชนและสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

(2) การสนับสนุนระบบนิเวศนวัตกรรม
(Innovation Ecosystem) สนับสนุนการพัฒนา
โครงสร้างพื้นฐาน เช่น อุทยานวิทยาศาสตร์และศูนย์
พัฒนานวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ
แข่งขันของเมือง

(3) การจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้
และนวัตกรรม: ส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น
การแข่งขันด้านนวัตกรรม การฝึกอบรม
ผู้ประกอบการ และการจัดสัมมนาเพื่อเสริมสร้างการ
เรียนรู้ร่วมกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งถัดไปควรมีการศึกษาวิจัยการ
ประเมินผลลัพธ์ระยะยาวของบทบาทมหาวิทยาลัย
ในฐานะผู้สนับสนุนระบบนิเวศนวัตกรรม เพื่อการ
พัฒนาเมือง แม้จะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน แต่
ยังขาดการศึกษาเชิงลึกถึงผลกระทบระยะยาวต่อการ
พัฒนาเมือง

2. ควรศึกษาวิจัยด้านการวัดผลกระทบของ
กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตต่อเมืองแห่ง
การเรียนรู้มีช่องว่างในการประเมินผลเชิงปริมาณที่
มหาวิทยาลัยสนับสนุนให้กับเมืองเพื่อเป็นแนวทางใน
พัฒนาบทบาทของมหาวิทยาลัยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย
การยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยในการพัฒนา
เมืองสู่เมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน ซึ่งนำ
วัตถุประสงค์ด้านการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่
มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมที่เป็นตัวกลางระหว่าง
ตัวแปรบทบาทการยกระดับบทบาทมหาวิทยาลัย
ไทยต่อการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนเพื่อ

นำมาเป็นแนวทางในการยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยไทยในการร่วมสร้างและพัฒนาเมืองของประเทศสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ตามเป้าหมายของ SDGs ข้อ 11 ของ United Nation โดยได้รับเงินทุน

วิจัยสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประจำปี 2567 ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณแหล่งทุนสนับสนุนมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณและคณะ (2565). ความเหลื่อมล้ำทางสังคมของไทย ในมิติด้านการศึกษา เศรษฐกิจ และสาธารณสุข. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 25(2). 240-261.
- สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์และสุธินี อัครถาวร (2567). เมืองแห่งการเรียนรู้ : แนวคิดการพัฒนาและสร้างความรู้เพื่อการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 11(1). 851-864.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Apostol, S. (2022). Universities in Today's World-between the Potential Regional Growth and Market Economy Absorption. *Management & Marketing*. 17(s1), 449-470
- Altbach, P. G., & Knight, J. (2007). The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities. *Journal of Studies in International Education*, 11(3-4), 290-305.
- Abreu, M. & Grinevich, V. (2024). The Entrepreneurial University: Strategies, Processes, and Competing Goals. *The Journal of Technology Transfer*. 49.1991-2034. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s10961-024-10085-7>
- Audretsch, D. B., et.al. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.
- Bryman, A. (2011). *Leadership in organizations*. Sage.
- Cai, Y., & Ahmad, I. (2023). From an Entrepreneurial University to a Sustainable Entrepreneurial University: Conceptualization and Evidence in the Contexts of European University Reforms. *Higher Education Policy*. 36, 20–52.
- Chong Peng & Hongwei Xu. (2024). Universities and Cities: The Impact of Higher Education on Urban Innovation, Entrepreneurship, and Economic Growth. *Asian Economic Papers*, 23(2), 33–56
- De Wit, H. (2011). *Trends, Issues, and Challenges in Internationalization of Higher Education*. Centre for Applied Research on Economics and Management.
- Dill, D. D. (2005). The Public Good, the Market, and Quality Assurance: a Conceptual Framework for Higher Education Policy. *Higher Education*, 49(1-2), 71-91.

- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The Dynamics of Innovation: From National Systems and Mode 2 to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From Craft to Science: Teaching Models and Learning Processes in Entrepreneurship Education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593.
- Facer, K., & Buchczyk, M. (2019). Towards a Research Agenda for the Actually Existing Learning City. *Oxford Review of Education*, 45(2), 151-167.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gibb, A. A. (2002). In Pursuit of a New Enterprise and Entrepreneurship Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things, and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233-269.
- Hair, J. F., et.al.(2012). *Multivariate data analysis* (7th Ed.). Pearson.
- Kearns, P (2012). *EcCoWell: Living and Learning in Sustainable Opportunity cities*, Retrieved from <http://pie.pascalobservatory.org>.
- Kirby, D. A. (2006). Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice. *The Journal of Technology Transfer*, 31(5), 599-603.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Guilford Press.
- Li, X., et.al. (2022). University-Industry Cooperation and Regional Economic Convergence: The Role of Human Capital. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(2), 456-478.
- Longworth, N (1999). *Making Lifelong Learning work: Learning cities for a Learning century*, Sterling, VA: Stylus Publishing.
- Marozau, R., et.al. (2021). Impacts of universities in different stages of economic development: a cross-country analysis. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(1), 1-21.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd Ed.). McGraw-Hill.
- Peng, C., & Xu, H. (2024). Universities and Cities: The Impact of Higher Education on Urban Innovation, Entrepreneurship, and economic growth. *Asian Economic Papers*, 23(2), 33-56.
- Perkmann, M., et.al. (2013). Academic engagement and commercialization: A review of the literature on university-industry relations. *Research Policy*, 42(2), 423-442.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Stanford University Press.
- Polishchuk, Y., et.al. (2021). University Impact on Regional Development in the Context of Smart Specialization. *Education of Economists and Managers*, 59(1), 59-83.

- Saha, N., et.al. (2020). Entrepreneurial Universities and Regional Innovation Systems: a Strategic role in Innovation-driven Economic growth. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 12–24.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.
- UNESCO (2024). *UNESCO Global Network of Learning Cities*. Retrieved from <https://www.uil.unesco.org/en/learning-cities>.
- United Nation (2024). THE 17 GOALS - Sustainable Development Goals. Retrieved from <https://sdgs.un.org/goals>
- Wright, M., et.al. (2007). *Academic entrepreneurship in Europe*. Edward Elgar Publishing.

ขอเชิญส่งบทความ (Call for Paper)

คณะกรรมการจัดทำวารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีความยินดีที่จะรับผลงานทางวิชาการเพื่อนำเสนอและเผยแพร่ในวารสารวิชาการ โดยเปิดรับบทความสาขามนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์ ในสาขาต่อไปนี้

1. สาขานิเทศศาสตร์
2. สาขาวิชาการโรงแรมและท่องเที่ยว
3. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
4. สาขาวิชาบัญชี
5. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
6. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์
7. สาขาวิชานิติศาสตร์
8. สาขาวิชารัฐประศาสตร์/สังคมศาสตร์
9. สาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประเภทของผลงานทางวิชาการ

1. บทความวิจัย หมายถึง เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) เอกสารอ้างอิง
2. บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เป็นความรู้ใหม่ กล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยจากแหล่งข้อมูล สรุป เช่น หนังสือวารสารวิชาการ ฐานข้อมูล Online ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

องค์ประกอบบทความ

บทความวิจัย (Research Article)

1. ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้พิมพ์ พร้อมทั้งตำแหน่งทางวิชาการและสังกัด
3. บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษไม่เกิน 15 บรรทัด หรือ 250 คำ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ รูปแบบการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ช่วงเวลาทำวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัยและสรุปผลการวิจัย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ
4. เนื้อหาของบทความประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้
 - 4.1 ความสำคัญของปัญหาการวิจัย
 - 4.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
 - 4.3 ขอบเขตการวิจัย
 - 4.4 สมมติฐานการวิจัย

4.5 การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

4.6 วิธีดำเนินการวิจัย (ระบุวิธีการเก็บข้อมูล ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ปี พ.ศ. ที่ทำการวิจัย วิธีวิเคราะห์ข้อมูล)

4.7 ผลการวิจัยโดยอาจมีรูปภาพ ตารางและแผนภูมิประกอบเท่าที่จำเป็น

4.8 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

(ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะสำหรับปฏิบัติ และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป)

4.9 เอกสารอ้างอิง ต้องอ้างอิงในระบบ APA ตลอดเรื่อง

4.10 บทความที่สรุปมาจาก วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ ให้ใส่ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมตำแหน่งวิชาการ และสังกัด หลังชื่อผู้นิพนธ์ รายงานการวิจัย หรือบทความวิชาการที่ปฏิบัติตามคำแนะนำ จะได้รับพิจารณาดำเนินการโดยทันที

บทความวิชาการ (Academic Article)

บทความวิชาการเป็นการนำเสนอเรื่องทางวิชาการที่อยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไปในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ ที่อยู่ผู้นิพนธ์ ผู้นิพนธ์สำหรับติดต่อ (Corresponding author) และบทสรุป (Conclusion) เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อ พร้อมระบุความสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ
2. เนื้อหาของบทความ ประกอบด้วย
 - 2.1 บทนำ (Introduction) เพื่อกล่าวถึงความน่าสนใจของเรื่องที่น่าสนใจ
 - 2.2 เนื้อหาเป็นการแสดงรายละเอียดของเรื่องที่เขียนในแต่ละประเด็น
 - 2.3 บทสรุป (Conclusion) ของเรื่องที่เขียนเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ
 - 2.4 ข้อเสนอแนะจากผู้นิพนธ์เกี่ยวกับเรื่องที่เขียนในประเด็นที่น่าสนใจ

ทั้งนี้ ผู้นิพนธ์ควรตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทความที่น่าสนใจอย่างละเอียด บทความวิชาการต้องนำเสนอพัฒนาการของเรื่องที่น่าสนใจ ข้อมูลที่น่าสนใจจะต้องนำเสนอในวงกว้าง โดยให้ผู้อ่านในต่างสาขาทั้งอาจารย์และนักศึกษา สามารถเข้าใจได้

กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน โดยบทความจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของวารสาร และผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (double-blind peer review)

รายละเอียดวิธีการเขียนบทความ

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษ A4 (รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษและเอกสารอ้างอิง)

2. การตั้งค่าน้ำกระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. ตัวอักษรให้ใช้ TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.2 ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point ตัวหนา
 - 3.3 สถานที่ทำงาน และ E-mail address ของผู้เขียน ขนาด 15 point ตัวธรรมดา
 - 3.4 หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.5 รายละเอียด/เนื้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย
4. ตาราง ให้วางตารางใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา พิมพ์ลำดับของตารางและชื่อตารางเหนือตาราง และพิมพ์ที่มาของตารางใต้ตาราง
5. ภาพประกอบ ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา พิมพ์ลำดับของภาพและชื่อภาพ และพิมพ์ที่มาของภาพไว้ใต้ภาพ
6. เนื้อเรื่องแบ่งออกเป็น 2 คอลัมน์/ ตาราง และภาพประกอบให้แทรกในเนื้อเรื่อง โดยจัดเป็น 1 คอลัมน์
7. ส่วนประกอบหลักในหัวข้อประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย

บทความวิจัย	บทความวิชาการ
- ชื่อเรื่องภาษาไทย และภาษาอังกฤษ - ข้อมูลผู้เขียน (ชื่อ-นามสกุล/สังกัด/E-mail) - บทคัดย่อ/ABSTRACT - คำสำคัญ/KEYWORDS - บทนำ - วัตถุประสงค์ - สมมติฐาน (ถ้ามี) - ประโยชน์ที่ได้รับ - วิธีดำเนินการวิจัย (ประชากรตัวอย่าง/เครื่องมือ/การวิเคราะห์ข้อมูล) - สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล - ข้อเสนอแนะ - กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) - เอกสารอ้างอิง	- ชื่อเรื่องภาษาไทย และภาษาอังกฤษ - ข้อมูลผู้เขียน (ชื่อ-นามสกุล/สังกัด/E-mail) - บทคัดย่อ/ABSTRACT - คำสำคัญ/KEYWORDS - บทนำ - บทสรุป - ข้อเสนอแนะ - เอกสารอ้างอิง

8. การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนามปี (author-date in-text citation) โดยจะจัดวางไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น

9. ให้รวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนได้ใช้อ้างอิงในเนื้อหา รวมถึงข้อมูลในตาราง และภาพประกอบ จัดเรียงรายการตามลำดับอักษร กรณีภาษาไทย เรียงตามอักษรชื่อผู้แต่ง กรณีภาษาอังกฤษ เรียงตามอักษรนามสกุลผู้แต่ง โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association)

รูปแบบ (Template) การเขียนบทความ

ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ธรรมดา ชิดซ้าย

ชื่อ-นามสกุล¹ , ชื่อ-นามสกุล² (ขนาด 16 point ตัวหนา)

สถานที่ทำงาน¹ , สถานที่ทำงาน² (ของผู้เขียน ขนาด 15 point ธรรมดา)

Firstname Lastname¹ , Firstname Lastname² (ขนาด 16 point ตัวหนา)

Affiliation¹ , Affiliation² (ของผู้เขียน ขนาด 15 point ธรรมดา)

E-mail:¹ (ของผู้เขียนคนที่1 ขนาด 15 point ธรรมดา)

บทคัดย่อ ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย

บทความวิจัยและบทความวิชาการมีรูปแบบเดียวกัน และจะต้องเขียนตามข้อกำหนดการเตรียมบทความข้างล่างนี้ เพื่อความชัดเจนของบทความ ส่วนแรกของบทความคือบทคัดย่อ ความยาวหนึ่งย่อหน้า ความยาวของบทคัดย่อควรอยู่ระหว่าง 200 ถึง 300 คำ และไม่ควรมีการอ้างถึงเอกสารอ้างอิง ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย

คำสำคัญ: โปรดระบุคำสำคัญ ไม่เกิน 5 คำ ไม่ต้องมีเครื่องหมายคั่นระหว่างคำ ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย

ABSTRACT ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย

The first section of the manuscript is to be a short single paragraph abstract outlining the aims, scope, methods, results and conclusion of the paper. Authors should aim for an abstract length of between 200 and 300 words. Abstract should not refer to the references.

KEYWORDS: โปรดระบุ KEYWORDS ไม่เกิน 5 คำ เป็นภาษาอังกฤษ ตัวธรรมดา อักษรแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “,” ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย

หมายเหตุ ดาวโหลดแบบฟอร์มที่หน้าเว็บไซต์

1. รายละเอียดทั่วไป

กำหนดให้บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า ของกระดาษ A4 (รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และเอกสารอ้างอิง) โดยให้ตั้งค่าน้ำหนักกระดาษ ขอบบน 1 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว

2. การเขียนตาราง

ให้วางตารางใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของตาราง (ตัวหนา) และชื่อตาราง (ตัวธรรมดา) เหนือตารางและชิดซ้าย เช่น “ตารางที่ 1 ...” และระบุแหล่ง “ที่มา: ...” ไว้ใต้ตาราง พร้อมคำอธิบายเพิ่มเติมในเนื้อหาใต้ตาราง เช่น “ดังตารางที่ 1”

ตารางที่ 1 ขนาดและลักษณะของตัวอักษรที่ใช้ในการพิมพ์บทความ

รายการ	ขนาดตัวอักษร (point)	ลักษณะตัวอักษร
ชื่อบทความ	20	ตัวหนา ชิดซ้าย
ชื่อผู้เขียน	16	ตัวหนา ชิดซ้าย
สถานที่ติดต่อผู้เขียน/Email	15	ธรรมดา ชิดซ้าย
หัวข้อเรื่อง	16	ตัวหนา ชิดซ้าย
เนื้อเรื่อง/เนื้อความทั่วไป	16	ตัวธรรมดา ชิดซ้าย

ที่มา: ...ระบุที่มาของตาราง....

3. ภาพประกอบ

ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของภาพ (ตัวหนา) และพิมพ์ชื่อภาพ (ตัวธรรมดา) “ภาพที่ 1” และระบุแหล่ง “ที่มา: ...” ไว้ใต้ภาพ พร้อมคำอธิบายเพิ่มเติมในเนื้อหาใต้ภาพ เช่น “ดังภาพที่ 1”



ภาพที่ 1 โลโก้สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (สสอท.)

ที่มา: สสอท. (2561)

4. การอ้างอิงในเนื้อหา

การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้วิธีการอ้างอิงในเนื้อหาแบบนามปี (author-date in-text citation) โดยจะจัดวางไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น

4.1 ผู้เขียนมีคนเดียวหรือ 2 คน

กรณีภาษาไทย ใช้ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น ฤทธิรงค์ จุฑาพถุมิตร และ อันธิดา สวัสดิ์ศรี (2556) หรือ (ฤทธิรงค์ จุฑาพถุมิตร และ อันธิดา สวัสดิ์ศรี, 2556)

กรณีภาษาอังกฤษ ใช้นามสกุลทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Holder and Matter (2008) หรือ (Holder & Matter, 2008)

4.2 ผู้เขียนมี 3 ถึง 5 คน

กรณีภาษาไทย - ครั้งแรก ใช้ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น ชินวัฒน์ ศาสนนันท์, สัญญา สัญญาวิวัฒน์, และ โกมล ไพศาล (2556) หรือ (ชินวัฒน์ ศาสนนันท์, สัญญา สัญญาวิวัฒน์, และ โกมล ไพศาล, 2556)

- ครั้งต่อไป ใช้ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งคนแรกตามด้วย “และคณะ” ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และคณะ (2556) หรือ (ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และคณะ, 2556)

กรณีภาษาอังกฤษ - ครั้งแรก ใช้นามสกุลทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Martin-Consuegra, Molina, and Esteban (2007) หรือ (Martin-Consuegra, Molina, & Esteban, 2007)

- ครั้งต่อไป ใช้นามสกุลคนแรกตามด้วย “et al.” ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Martin-Consuegra et al. (2007) หรือ (Martin-Consuegra et al., 2007)

4.3 ผู้เขียนมีตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป

กรณีภาษาไทย ใช้ชื่อ-นามสกุลคนแรก ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น มารยาท โยทองยศ และคณะ (2560)

กรณีภาษาอังกฤษ ใช้นามสกุลคนแรกตามด้วย “et al.” ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Harris et al. (2001) หรือ (Harris et al., 2001)

4.4 การอ้างอิงจาก 2 แหล่ง

กรณีภาษาไทย เรียงรายการเอกสารตามตัวอักษรและค้นเอกสารออกด้วยเครื่องหมาย (;) เช่น (ชินวัฒน์ ศาสนนันท์, สัญญา สัญญาวิวัฒน์, และ โกมล ไพศาล, 2556; มารยาท โยทองยศ และคณะ 2560) หรือ (Harris et al., 2001; Martin-Consuegra, Molina, & Esteban, 2007)

5. เอกสารอ้างอิง

ให้รวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนได้ใช้อ้างอิงในเนื้อหา รวมถึงข้อมูลในตาราง และภาพประกอบ จัดเรียงรายการตามลำดับอักษร กรณีภาษาไทย เรียงตามอักษรชื่อผู้แต่ง กรณีภาษาอังกฤษ เรียงตามอักษรนามสกุลผู้แต่ง โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association) ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิงมีดังนี้

5.1 หนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อเรื่อง (ฉบับพิมพ์). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง: ประมว สตะเวทิน. 2546. หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

5.2 บทในหนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อเรื่อง (ฉบับพิมพ์, หน้าปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง: เสรี ลีลาภัย. 2542. เศรษฐกิจชาตินิยมในประเทศกำลังพัฒนาและสถานการณ์ในประเทศไทย. ใน ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (บรรณาธิการ), 1999 จุดเปลี่ยนแห่งยุคสมัย (น. 90-141). กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

5.3 บทความในวารสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่): เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ตัวอย่าง: ฤทธิรงค์ จุฑาพถุมิตร, และ อันธิกา สวัสดิ์ศรี. 2556. การจัดการน้ำท่วมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนรายได้น้อย. วารสารนักบริหาร, 33(4): 72-85.

5.4 วิทยานิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับวิทยานิพนธ์หรือปริญญาโทหรือปริญญาเอกมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง: เบญจรัช เวชวิรัช. 2541. การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก และนำเข้าของสถาบันการเงินไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

5.5 แหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อเรื่อง. สืบค้นเมื่อวันที่ เดือน ปี, จากแหล่งที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต.

ตัวอย่าง: Holder, B. J., & Matter, G. 2008. The innovative organization. Retrieved December 11, 2016, from <http://www.geocities.com/CollegePark/Library/1048/innova.html>

5.6 เอกสารการประชุมวิชาการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ. ใน การประชุมวิชาการเรื่อง..... (หน้าปรากฏ). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง: จีระเดช มโนสร้อย, สุดา เสาวคนธ์, และ อภิญญา มโนสร้อย. 2543. หน่วยงาน ในการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง เทคโนโลยีชีวภาพเกษตรกรรมครั้งที่ 2 เรื่องการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อการแพทย์แผนไทย (น. 42-50). เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัตถุชีวเภสัชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
(ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ข้อมูลผู้สมัคร

☐ ประเภทบุคคล

ชื่อ-สกุล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ ประเภทหน่วยงาน

หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ขอสมัครเป็นสมาชิก วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
(ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
สมัครสมาชิกปี พ.ศ. 2562 ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 400 บาท (จำนวน 2 ฉบับ)
หมายเหตุ เริ่มเปิดรับสมัครสมาชิกปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นไป

สถานที่จัดส่ง

ชื่อ-สกุล.....
หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

อาจารย์เบญจมาศ อธิปัญญากุล สำนักสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
โทรศัพท์ 02-407-3888 ต่อ 2819, 2818, 2817 โทรสาร 02-407-3817

สำหรับเจ้าหน้าที่วารสาร

ใบเสร็จเล่มที่..... เลขที่..... วันที่รับค่า.....