



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

**วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**

2025

ISSN : 3056-9753 (online)

ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 มกราคม : มิถุนายน

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

ISSN: 3056-9753 (ออนไลน์)

ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2568

Vol. 31 No. 1 January – June 2025

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 ชารีรักษ์

กองบรรณาธิการ

ดร.เสนีย์ สุวรรณดี	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ดร.ถนอมวงศ์ ล้ายอดมรรคผล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรณราย ทรัพย์ประภา	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ ไชยโส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์สวัสดิกุล	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	วิทยาลัยเซนต์อีฐ์บางกอก
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 สุขวารีย์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	รองประธาน
3. รศ.ดร.ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	กรรมการ
4. ผศ.ดร.อัจฉราพร โชติพิภุภักษ์	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.ธีรนิดา บัณฑิตวรรณ	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรรมการ
10. ผศ.ดร.ปกรณ ล้อมโยธิน	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	กรรมการ
11. ผศ.พ.ต.ท.หญิง ดร.รังสิยา วงศ์อุปปา	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	กรรมการ
12. ดร.พรทิพย์ กวินสุพร	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	กรรมการ
13. ผศ.ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	มหาวิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก	กรรมการ
14. ดร.โจนาธาน รัต 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.วีระพันธ์ ดั่งทองสุข	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	กรรมการ
19. ผศ.ดร.เรวดี ศักดิ์ดุลยธรรม	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	กรรมการ
20. ผศ.ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	กรรมการ
21. ดร.จตุรวัชร มณีแสง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	กรรมการ
22. อาจารย์กมลวรรณ บุญสัมปทา	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น	กรรมการ
23. ดร.ณัฐฉาน 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 ลือบุญเวชชัย	วิทยาลัยเซนต์หลุยส์	กรรมการ
28. ผศ.ยุวรัตน์ ฐิตินรินทร์กุล	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	กรรมการ
29. ผศ.ดร.ปวีร์ ศิริรักษ์	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์	กรรมการ
30. ผศ.อรรถพล อาษาเอื้อ	วิทยาลัยทองสุข	กรรมการ

31. อาจารย์อัญชลี แพรกปาน	วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้	กรรมการ
32. อาจารย์รุ่งศิริ สระบัว	วิทยาลัยสันตพล	กรรมการ
33. ดร.จิรนนท์ กมลสินธุ์	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา	กรรมการ
34. ดร.พิมล จงวรรณนท์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย	กรรมการ
35. อาจารย์ชานนท์ ชื่นจิตร	มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น	กรรมการ
36. อาจารย์พรจักรี พิริยะกุล	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการและเลขานุการ
37. อาจารย์พัชรินทร์ สินธิพงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
38. นางสาวจุฑารัตน์ วุฒิ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

Reviewers

ศาสตราจารย์ ดร.พฤทธิ	ศิริบรรณพิทักษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.บุญเรียง	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	ชัยสำเร็จ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณราย	ทรัพย์ะประภา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์	ทองเลิศ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรา	เอื้อวงศ์	มหาวิทยาลัยสยาม
ดร.ธนอมวงศ์	ล้ำอดมรรคผล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.วันเกษม	สัตยานุชิต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ดร.ผุสดี	พลสารัมย์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.ศรีสมร	พุ่มสะอาด	มหาวิทยาลัยรังสิต

บทบรรณาธิการ

Editor's Note

Dear All,

University transformation is not unexpected because higher education institutions are constantly evolving to adapt to societal and technological changes.

The Editor's Note of the APHEIT Journal of December issue 2024 shared with you about the Modern University in the nineteenth century based on the little book prepared by Margaret Clapp, published by Cornell University Press in 1950. In the 19th century, universities underwent significant transformations influenced by political, economic, cultural, and scientific changes. 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 (Greek, Latin, philosophy, and theology), with limited attention to the practical or scientific discipline.

In the 20th century, universities continued to evolve, responding to dramatic social, political, economic, and technological changes, the debates between preserving traditional liberal arts education and emphasizing professional, technical, or scientific fields. Computers, the internet, and online learning platforms began to transform education delivery by the late 20th century. By the end of the 20th century, universities had solidified their roles as dynamic institutions integral to scientific progress, societal development, and cultural transformation. They became both mirrors and drivers of the complexities of the modern world.

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

Universities in the AI Era

The coming of artificial intelligence has disrupted traditional paradigms, requiring universities to adapt swiftly. In the AI Era, universities assume dynamic roles that reflect the noticeable influence of AI on every aspect of human life. The expectation of university roles include:

- AI-driven education and research: Universities are now at the forefront of developing AI technologies, exploring machine learning, neural networks, and data science. Programs increasingly integrate AI literacy as a fundamental skill alongside traditional disciplines.
- Ethical and societal leadership: As AI raises questions around bias, privacy, and autonomy, universities serve as ethical stewards, guiding the development of regulations and frameworks for responsible AI use.

- Workforce readiness for AI: Institutions tailor curricula to prepare students for careers in AI-related fields, emphasizing adaptability and lifelong learning to meet rapid technological changes.

- Interdisciplinary innovation: AI's impact spans healthcare, agriculture, finance, and the arts. Universities foster interdisciplinary collaboration, bridging gaps between fields to address complex societal challenges.

- Global AI cooperation: Universities act as hubs for international collaboration, ensuring that AI advancements benefit all regions equitably rather than deepening divides.

Universities in the AI Era reflect an evolution toward dynamic adaptability and innovation. The shift emphasizes speed, ethics, and interdisciplinarity, driven by the transformative power of AI. University significance in the AI Era lies in their ability to anticipate and address the profound implications of a technology-driven world. By blending traditional strengths with forward-looking strategies, universities shall continue to solidify their place as invaluable institutions in an ever-changing world.

I do hope you still find the teaching profession in higher education institutions rewarding and challenging.

APHEIT journal is a platform for Share and Learn. We value your contributions.

Wish you all the best,

Manit Boonprasert, Ed.D

The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand

Under the Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn

June, 2025

สารบัญ

CONTENTS

วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

Journal of Social science and humanities Association of Private Higher Education

Institutions of Thailand

ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2568

บทความวิจัย

แรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภท T-POP ในเขต
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Motivations of Generation Z participants influencing their decision to attend T-POP concerts in
Bangkok Metropolitan region

พัทธ์มน คำอนุเอก กรัณย์ วรวิทย์วรรณ และมณฑาทิพย์ หงษ์ยตระกูล.....01-12

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขต
กรุงเทพมหานคร

Customer management influencing purchase decisions of home appliances in modern retail businesses in
Bangkok Metropolitan Region

พัทธ์นันท์ ตั้งวรรณวิทย์ ปรัชญา ถนอมเวช และสุริมาศ นาครอด.....13-26

รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
Standard development model for sustainable agricultural product processing of Community
Enterprise Group, Prachuap Khiri Khan Province

จิระวดี บัวชุม นิตยา สีนเฮว และชจรศักดิ์ เจ้ากรมทอง.....27-40

การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ และส่วนผสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

Product quality perception, service quality, and marketing mix affecting the decision to purchase
specialized medical equipment for medical personnel in Eastern Economic Corridor

ยศกฤต เกิดสุข และชนกฤต วงศ์มหาเศรษฐ์.....41-58

สารบัญ

CONTENTS

วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

Journal of Social science and humanities Association of Private Higher Education

Institutions of Thailand

ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2568

ยุทธศาสตร์การพัฒนางองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของกองพลทหารราบที่ 11

Strategies for developing the organization into a high-performance organization of the 11th Infantry Division

ป๋องรัฐ แยมงามเรียบ นิตยา ลินเฮวี่ และขจรศักดิ์ เจ้ากรมทอง.....59-69

แนวทางการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิง ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Guidelines for developing the Ping Riverside Flea Market of Fa Ham Sub district, Mueang District, Chiang Mai Province

พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ เอนก ชิตเกษร และวัลภา วงศ์จันทร์.....70-83

เกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางกายนักเรียนนายร้อยตำรวจ

The physical fitness testing norms of Royal Police Cadets

สัญญา รัตน์ไพวงศ์ และธัญลักษณ์ หงษ์โต.....84-99

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
กาฬสินธุ์

Transformation leadership of school administrators in Somdet School Network under the Secondary Educational Service Area Office Kalasin

พงษ์พัฒน์ กุลวงศ์ และวรชัย วิภูอุปโภคตร.....100-110

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1

Personnel management of school administrators at Udomthammakhon School Group under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1

ศักดิ์อนันต์ วงศ์ศรีเฝือก และวรชัย วิภูอุปโภคตร.....111-122

แรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภท T-POP ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Motivations of Generation Z participants influencing their decision to attend T-POP concerts in Bangkok metropolitan region

พัทธมน คำบุญเอก¹, กรัณย์ วรวิทย์วรรณ², มณฑาทิพย์ หงษ์ตระกูล³

คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย^{1,2,3}

Pattamon Kumnuanek¹, Karun Worrawitwan² Monthatip Nguitragoon³

School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce^{1,2,3}

E-mail: pattamon_kum@utcc.ac.th¹, E-mail: karun_wor@utcc.ac.th²,

E-mail: Monthatip.ngu@utcc.ac.th³

Received: September 27, 2024; Revised: March 19, 2025; Accepted: May 2, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภท T-POP ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z อายุระหว่าง 18-27 ปี เป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP อย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ได้แก่ แรงจูงใจด้านการประสบการณ์ความแปลกใหม่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.82) รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (\bar{X} = 4.80) แรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ (\bar{X} = 4.76) ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจด้านสุนทรีย์ภาพและแรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภท T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ การตัดสินใจ คอนเสิร์ต กลุ่มเจนเอเรชันซี ทีป๊อป

ABSTRACT

This study aimed to investigate the motivations of Generation Z participants that influenced their decision to attend T-POP concerts in the Bangkok Metropolitan Region. It was a quantitative research, with a sample group of Generation Z participants, aged 18-27 years who have attended at least one T-POP concert. The research instrument was a questionnaire, with a sample size of 400 individuals. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The

results revealed that the motivations of Generation Z participants that influenced their decision to attend T-POP concerts included the motivation for novelty experiences ($\bar{x}= 4.82$), followed by social interaction motivation ($\bar{x}= 4.80$), and aesthetic motivation ($\bar{x}= 4.76$). Hypothesis testing also found that aesthetic motivation and motivation for exhibiting uninhibited behaviors significantly influenced Generation Z's decision to attend T-POP concerts in the Bangkok Metropolitan Region at a statistical significant level of 0.05.

KEYWORDS: Motivations, Decision, Concert, Generation Z, T-POP

บทนำ

การจัดงานคอนเสิร์ตมีความหลากหลายมากขึ้นทั้งรูปแบบและสถานที่จัดงาน แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่การชมคอนเสิร์ตยังคงเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย ซึ่งด้วยความที่เทคโนโลยีในปัจจุบันมีการพัฒนาที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต การจำหน่ายบัตรเข้าชม และด้านความสามารถในการเข้าถึงเพลงของผู้บริโภคผ่านทางโซเชียลมีเดียต่างๆ จึงทำให้การจัดคอนเสิร์ตมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต (สุพศิน รัตนภราดร, 2562)

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาวงการเพลงไทยเริ่มกลับมาเป็นกระแสอีกครั้ง เริ่มต้นด้วยเพลงใหม่ ค่ายเพลง และศิลปินหน้าใหม่ที่ออกผลงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้วงการเพลงไทยมีมูลค่าการเติบโตกว่า 1.5 พันล้านบาท (Lertprakorn & Funk, 2022) และจากข้อมูลสถิติ ปี พ.ศ. 2565 ยังพบว่า ในประเทศไทยมีการจัดงานคอนเสิร์ตและงานแสดงทั้งหมด 210 งาน แบ่งเป็นประเภทศิลปิน ได้แก่ ศิลปินไทย จัดคอนเสิร์ต 120 งาน ศิลปินเกาหลีจัดคอนเสิร์ต 51 งาน ศิลปินตะวันตกจัดคอนเสิร์ต 28 งาน และศิลปินจีนรวมถึงศิลปินนานาชาติจัดคอนเสิร์ต 11 งาน โดย

การแสดงแบ่งเป็น 3 รูปแบบ 1) งานคอนเสิร์ต (Concert) 118 งาน 2) งานเทศกาลดนตรี (Festival) 49 งาน และ 3) งานแฟนมีตติ้ง (Fan Meeting) 43 งาน (ธมน ผดุงไทย, 2565) นอกจากนี้อุตสาหกรรมคอนเสิร์ตมีการเติบโตของมูลค่าทางเศรษฐกิจไปในทิศทางเชิงบวก จากข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจ พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 มีการจัดตั้งธุรกิจด้านคอนเสิร์ตและกิจกรรมบันเทิง รวมทั้งสิ้น 1,138 ราย เติบโตสูงขึ้นร้อยละ 45 เมื่อเทียบกับปี 2565 สะท้อนให้เห็นว่า การเติบโตของมูลค่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566)

ปัจจุบันคอนเสิร์ตของศิลปินไทยที่ได้รับความนิยม และเป็นที่ยึดตามองเป็นอย่างมากทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เป็นแนวเพลงในรูปแบบของ T-POP เนื่องจากมีการนำเสนอเพลงที่มีความหลากหลายทั้งด้านการร้องเพลง ด้านดนตรี และการแร็ป ที่ได้รับอิทธิพลจากการผสมผสานของวัฒนธรรมในประเทศไทยและต่างประเทศเข้าด้วยกัน จึงทำให้มีการจัดทัวร์คอนเสิร์ต ทั้งในประเทศไทย ทวีปเอเชีย และระดับโลก (Saladtook & Banterng, 2023) ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อแนวเพลงไทย T-POP พบว่า บนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างตึ๊กต็อก (TikTok)

แพลตฟอร์มที่เปิดกว้างให้ใช้เพลงได้หลากหลาย จนมีการติดแฮชแท็ก #T-POP เด็บโตถึง 3 เท่า สะท้อนการเปิดกว้างรับฟังเพลงไทยมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีแพลตฟอร์มผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น YouTube Spotify Apple Music JOOX รวมถึงความนิยมแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น ล้วนทำให้เพลงไทย T-POP เป็นที่รับรู้ในวงกว้างมากขึ้น โดยการเจาะกลุ่มตลาดเพลง T-POP ในประเทศไทย เพื่อขยายฐานแฟนคลับให้กว้างขวางขึ้นเรื่อย ๆ จากข้อมูลทางสถิติพบว่า ฐานแฟนคลับของกลุ่มศิลปิน T-POP เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มีสัดส่วนมากที่สุด 56% ตามด้วยกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีสัดส่วน 31% และกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป มีสัดส่วน 13% จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคหลักของแนวเพลงไทย T-POP เป็นกลุ่มผู้บริโภค Generation Z ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2555 ปัจจุบันอายุระหว่าง 12-27 ปี ในประเทศไทยมีประชากรกลุ่ม Generation Z มากกว่า 13 ล้านคน ถือเป็นกำลังซื้อหลักของประเทศไทยในอนาคต (Dimock, 2019; สาวิตรี รินวงษ์, 2566) อีกทั้งประชากรในกลุ่ม Generation Z ยังมีพฤติกรรมที่มีความเต็มใจในการตัดสินใจซื้อบัตรคอนเสิร์ตได้รวดเร็วกว่ากลุ่ม Generation อื่น ๆ (เอกณัฐ อยู่คงศักดิ์, 2567)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าในอนาคต กลุ่ม Generation Z จะกลายเป็นประชากรที่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้บริโภคหลักของประเทศไทย ขณะเดียวกัน คอนเสิร์ต T-POP กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีกลุ่ม Generation Z เป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมหลัก ดังนั้น การทำความเข้าใจแรงจูงใจของกลุ่มนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อดึงดูดให้พวกเขาเข้าร่วมคอนเสิร์ตมากขึ้น และส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมคอนเสิร์ต T-POP ในระยะยาว

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมคอนเสิร์ตของกลุ่ม Generation Z จะช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถวางแผนการตลาดและการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนพัฒนาประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ผู้เข้าร่วมได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงมีความสำคัญต่ออนาคตของอุตสาหกรรมจัดการคอนเสิร์ตในประเทศไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน

แรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Crompton & McKay, 1997) เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว การเข้าร่วมกิจกรรม หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ โดยมีกรอบแนวคิดแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) หมายถึง ปัจจัยภายในที่กระตุ้นให้คนตัดสินใจที่จะเดินทางหรือเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ความต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน ความต้องการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ หรือความต้องการผ่อนคลาย

คล้าย 2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดความสนใจหรือทำให้คนต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือเดินทางไปยังสถานที่เฉพาะ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง กิจกรรมที่น่าสนใจ หรือข้อเสนอพิเศษ แนวคิดปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push-Pull Factors) มีความสอดคล้องกับการศึกษาการเกี่ยวกับแนวคิดแรงจูงใจในการเข้าร่วมคอนเสิร์ตเพลงยอดนิยมของ (Kulczynski, Baxter, & Young, 2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมคอนเสิร์ตเพลงยอดนิยม เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคในการเข้าชมคอนเสิร์ต และนำมาออกแบบเครื่องมือวัดแรงจูงใจในการเข้าชมคอนเสิร์ต Concert Attendance Motivation Scale (CAMS) ที่ถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ประกอบไปด้วย 10 แรงจูงใจ ดังนี้ 1. การระลึกถึงความหลัง (Nostalgia) การชวนให้นึกถึงช่วงเวลาแห่งความสุขและความทรงจำในอดีตที่ได้รับชมคอนเสิร์ตของศิลปินที่ชื่นชอบ 2. ความสุนทรีย์ภาพ (Aesthetics) มีความชื่นชมเชิงศิลปะทางด้านดนตรีและทักษะทางเทคนิคแสง สี เสียงต่าง ๆ ภายในงานคอนเสิร์ตของศิลปินที่ชื่นชอบ 3. การหลีกหนี (Escape) เพื่อหลีกหนีจากสถานการณ์การดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การเรียน การทำงาน เป็นต้น 4. ความน่าดึงดูดทางกายภาพของศิลปิน (Attractiveness of the artist) คือ ความดึงดูดใจทางกายของศิลปิน เช่น รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ บุคลิกภาพภายนอกที่มองเห็นได้ 5. การได้รับการยกย่อง (Status enhancement) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการโอ้อวดเป็นการยกระดับสถานะของการเป็นแฟนคลับที่เพิ่มมากขึ้น 6. ความสามารถทางกายภาพของศิลปิน (Skill of the artist) หมายถึง ทักษะความสามารถในการแสดงออกด้านกายภาพของศิลปิน เช่น การเต้นที่แข็งแรง ความพร้อมเพียง และการแสดงที่ยอดเยี่ยม 7. การมี

ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) การพูดคุยเรื่องราวของศิลปินที่ชื่นชอบระหว่างบุคคลที่มีความชื่นชอบศิลปินคนเดียวกันทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันทางสังคมเกิดขึ้น ทำให้บุคคลเหล่านั้นรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับที่มีความสนใจในสิ่งที่มีความคล้ายคลึงกัน 8. การได้รับประสบการณ์ความแปลกใหม่ (Novelty) ได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน เช่น ได้ฟังเพลงที่ยังไม่มีการเผยแพร่ในคอนเสิร์ตเท่านั้น 9. ความคลั่งไคล้ศิลปิน (Hero worship) การได้ใกล้ชิดติดพันกับการสนับสนุนศิลปิน ซึ่งหากได้สัมผัสศิลปิน อาจส่งผลถึงอารมณ์ความรู้สึกจนร้องไห้ด้วยความดีใจ 10. การแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ (Uninhibited behavior) คือ พฤติกรรมที่แสดงความรู้สึกของตนอย่างเปิดเผย และประพฤติตนตามที่ต้องการโดยไม่ต้องกังวลว่าผู้อื่นจะคิดอย่างไร เช่น การร้อง การเต้นแบบปลดปล่อยพลังออกมาอย่างเต็มที่ (Kulczynski et al., 2016) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดแรงจูงใจในการเข้าร่วมคอนเสิร์ตเพลงยอดนิยม (Concert Attendance Motivation Scale: CAMS) เพื่อช่วยให้เข้าใจแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเข้าชมคอนเสิร์ตเพลงยอดนิยม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญนำไปสู่การวางแผนการดำเนินงานในการจัดการแสดงคอนเสิร์ตและทำการตลาดให้มีความเหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller, 2016) ได้อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้อย่างครอบคลุม 5 ขั้นตอน (Five Stage Model of Consumer Buying) โดยขั้นตอนต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกับการตัดสินใจเข้าร่วมคอนเสิร์ต ดังนี้ 1. การรับรู้ความต้องการ (Problem

or Need Recognition) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจง เช่น ความต้องการที่จะเข้าร่วมคอนเสิร์ตเพื่อสนุกสนานและผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน ซึ่งความต้องการนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการพิจารณาว่าการเข้าร่วมคอนเสิร์ตสามารถตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นได้หรือไม่

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ต เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับศิลปิน สถานที่จัดงาน ราคา และรีวิวจากผู้เข้าร่วมงานที่ผ่านมา เพื่อประเมินว่าการเข้าร่วมคอนเสิร์ตครั้งนี้จะคุ้มค่ากับความต้องการที่เกิดขึ้นหรือไม่ ข้อมูลที่ค้นหาอาจมาจากความทรงจำส่วนตัวหรือการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก เช่น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย

3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของทางเลือกที่มีอยู่ เช่น การพิจารณาว่าจะเข้าร่วมคอนเสิร์ตนี้หรือเลือกเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการในลักษณะเดียวกัน โดยพิจารณาคูณลักษณะต่าง ๆ ของคอนเสิร์ต เช่น ศิลปินที่แสดง, บรรยากาศ, ราคา, และความสะดวกในการเข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผ่านการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ผู้บริโภคจะเข้าสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในบริบทของการเข้าร่วมคอนเสิร์ต ขั้นตอนนี้หมายถึงการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชม โดยพฤติกรรมการตัดสินใจนี้จะอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยภายนอก เช่น โปรโมชัน หรือแรงกดดันทางสังคม และปัจจัยภายใน เช่น ความชื่นชอบส่วนตัวต่อศิลปินที่มาแสดง

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Post Purchase Evaluation) หลังจากการ

เข้าร่วมคอนเสิร์ต ผู้บริโภคจะประเมินว่าประสบการณ์ที่ได้รับนั้นสอดคล้องกับความคาดหวังหรือไม่ หากคอนเสิร์ตสามารถสร้างความพึงพอใจได้ ผู้บริโภคอาจเกิดความภักดีต่อศิลปินหรือแบรนด์ของผู้จัดงาน และมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมคอนเสิร์ตครั้งต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละรายอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หากมีความสำคัญสูง ผู้บริโภคมักจะใช้เวลาและผ่านทุกขั้นตอนอย่างละเอียด

3. คอนเสิร์ตที่ป๊อป (T-POP) หมายถึง การแสดงดนตรีแนวเพลงป๊อปที่มีต้นกำเนิดจากประเทศไทย คำย่อของ T-POP มาจากคำว่า Thai Pop เน้นการสร้างสรรคเพลงที่มีจังหวะและสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและสากล และแนวคิดของ T-POP เกิดจากกระแสการเติบโตของวงการดนตรีป๊อปในเอเชีย โดยเฉพาะจากประเทศเกาหลีใต้ (K-POP) ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในระดับโลก แนวคิดของ T-POP จึงได้รับแรงบันดาลใจจาก K-POP ในการสร้างการจัดการที่มีระบบระเบียบชัดเจน การฝึกฝนอย่างมืออาชีพ และการใช้เทคโนโลยีในทุกด้าน เพื่อเพิ่มความสามารถในการโปรโมทศิลปินและเพลงในระดับสากล ซึ่งศิลปิน T-POP มี 3 ประเภท ได้แก่

1. ศิลปินประเภทวงหญิง (Girl Groups) เช่น 4EVE PiXXiE VIIS PRETZELLE MXFRUIT เป็นต้น

2. ศิลปินประเภทวงชาย (Boy Bands) เช่น BUS PROXIE ATLAS LAZI TRINITY เป็นต้น และ

3. ศิลปินเดี่ยว (Solo Artists) เช่น มิลลิ อังค์ วรินทร์ นนท์ ธนนท์ พีพี กฤษฏ์ บิวกิ้ง กุญแจ เป็นต้น

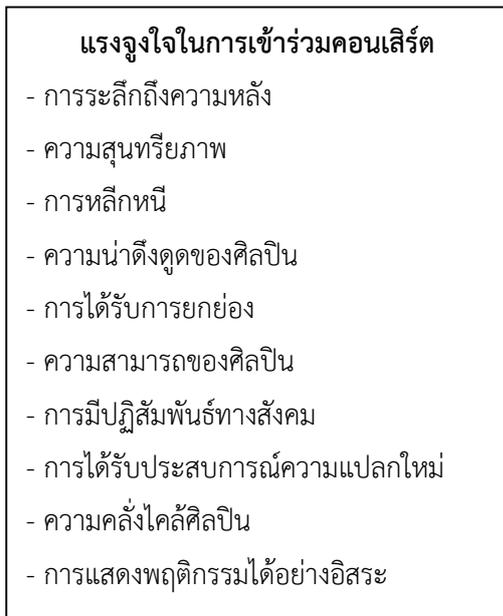
กระแสความนิยมของ T-POP ในประเทศไทย เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จุดเริ่มต้นมาจากวง BNK48 ที่ได้รับสร้าง

ชื่อเสียงจากเพลงคุกก็เลี้ยงหาย ที่สร้างปรากฏการณ์ให้วงการเพลงไทย มีฐานแฟนคลับจำนวนมากที่คอยสนับสนุน จากนั้น ก็ตามมาด้วยศิลปิน 4EVE PiXXie PRETZELLE และอีกหลายวงในเวลาต่อมา ซึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้แนวเพลง T-POP ประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย 1. ความสามารถพิเศษของศิลปิน 2. คุณภาพของงานส่วนโปรดักชัน และ 3. การฝึกเทรนนิ่ง การรักษาวินัยในการฝึกซ้อม (จิรันธนิ น กมลเลิศ, 2567) จะเห็นได้ว่าคอนเสิร์ต

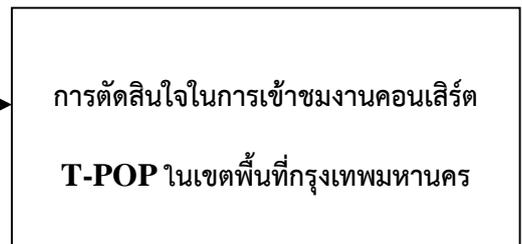
T-POP มีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โดย T-POP มีโอกาสในการขยายตลาดสู่ต่างประเทศและเพิ่มฐานแฟนคลับในหลายประเทศ หากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง สิ่งนี้จะเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้ T-POP เติบโตและพัฒนาไปในทิศทางที่ดีมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z อายุระหว่าง 18-27 ปี ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เข้าร่วมสามารถให้ความยินยอมด้วยตนเองอย่างมีข้อมูลครบถ้วน เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่

ทราบจำนวนของขนาดประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการคำนวณ Cochran (1963) ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลทั้งหมด 400 คน ด้วยวิธีการได้เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่เคยเข้าร่วมงานงานคอนเสิร์ต T-POP ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยขั้นแรกจะเป็นการใช้คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม และรายละเอียดในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจในการเข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับแรงจูงใจในการเข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยในแบบสอบถามจะใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยวิธีตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) จากการนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยมีความสอดคล้องเท่ากับ .96 จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน และนำไปคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาผลการทดสอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยตั้งคำถามคัดกรองกลุ่มเป้าหมายและเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z อายุระหว่าง 18-27 ปี ที่เคยเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-

POP อย่างน้อย 1 ครั้ง ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการเก็บระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2567 ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2567 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้เก็บรวบรวมจากเอกสาร หนังสือ บทความ งานวิจัยและเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 356 คน ช่วงอายุ 18-20 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 346 คน คิดเป็น ร้อยละ 86.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 265 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.3

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP จำนวน 2-3 ครั้ง/ปี ศิลปินที่ชื่นชอบเป็นวงบอยแบนด์ติดตามข่าวสารการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต T-POP จากช่องทางโซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter) ช่วงราคาบัตรคอนเสิร์ต T-POP ที่ยอมจ่าย 1,001-2,000 บาท มีการเดินทาง

ด้วยรถโดยสารสาธารณะ (รถประจำทาง, รถไฟฟ้า, รถตู้, รถทัวร์) มักจะเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP กับเพื่อน และจะตัดสินใจเข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP เมื่อเพื่อนและคนสนิทชวนไป

การวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.66) โดยพิจารณาแต่ละด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านการประสบการณ์ความแปลกใหม่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (\bar{X} = 4.82) รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (\bar{X} = 4.80) แรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ (\bar{X} = 4.76) แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง (\bar{X} = 4.74) แรงจูงใจด้านความน่าดึงดูดของศิลปิน (\bar{X} = 4.73) แรงจูงใจด้านการระลึกถึงความหลัง (\bar{X} = 4.72) แรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ (\bar{X} = 4.54) แรงจูงใจด้านความสามารถของศิลปิน (\bar{X} = 4.54) แรงจูงใจด้านความคลั่งไคล้ศิลปิน (\bar{X} = 4.53) และแรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยง (\bar{X} = 4.46) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ หรือนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า F มีค่าเท่ากับ 2.430 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.008 แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP โดยรวม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p -value < 0.05) ซึ่งหมายความว่า แรงจูงใจด้านการระลึกความหลัง แรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ แรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยงนี้ แรงจูงใจด้านความน่าดึงดูดของศิลปิน แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง แรงจูงใจด้านความสามารถของศิลปิน แรงจูงใจด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม แรงจูงใจด้านประสบการณ์ความแปลกใหม่ แรงจูงใจด้านความคลั่งไคล้ศิลปิน และแรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระกับการตัดสินใจเข้าร่วมงาน
คอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.775	10	.078	2.430	.008 ^b
Residual	12.412	389	.032		
Total	13.188	399			

a. *Dependent Variable: การตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP*

b. *Predictors: (Constant) ด้านการระลึกความหลัง ด้านความสุนทรีย์ภาพ ด้านการหลีกเลี่ยง ด้านความน่าดึงดูดของศิลปิน ด้านการได้รับการยกย่อง ด้านความสามารถของศิลปิน ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้านประสบการณ์ความแปลกใหม่ ด้านความคลั่งไคล้ศิลปิน ด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ*

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณระหว่างตัวแปรแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence interval for B	
	B	Std. Error				Beta	Lower Bound
1. (Constant)	3.681	.307		11.972	<.001	3.076	4.285
ด้านการระลึกความหลัง	.034	.028	.061	1.223	.222	-.021	.089
ด้านความสุนทรีย์ภาพ	.094	.044	.143	2.150	.032*	.008	.181
ด้านการหลีกเลี่ยง	.019	.023	.044	.803	.422	-.027	.065
ด้านความน่าดึงดูดของศิลปิน	.059	.034	.108	1.729	.085	-.008	.125
ด้านการได้รับการยกย่อง	-.010	.034	-.018	-.301	.763	-.077	.056
ด้านความสามารถของศิลปิน	-.030	.022	-.081	-1.354	.176	-.074	.014
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	-.015	.034	-.025	-.454	.650	-.082	.051
ด้านประสบการณ์ความแปลกใหม่	-.003	.055	-.004	-.056	.956	-.112	.106
ด้านความคลั่งไคล้ศิลปิน	.013	.024	.034	.541	.589	-.034	.060
ด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ	.050	.023	.136	2.190	.029*	.005	.094

a. *Dependent Variable: การตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP*

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ พบว่าอิทธิพลของแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตแต่ละด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของ

ผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีแรงจูงใจเพียง 2 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัด

กรุงเทพมหานคร แรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ ซึ่งมีค่า $B = 0.094$ และ $Sig. = 0.032$ และแรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ มีค่า $B = 0.050$ และ $Sig. = 0.029$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ และแรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนแรงจูงใจด้านการระลึกความหลัง แรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยง แรงจูงใจด้านความน่าดึงดูดของศิลปิน แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง แรงจูงใจด้านความสามารถของศิลปิน แรงจูงใจด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม แรงจูงใจด้านการได้รับประสบการณ์ความแปลกใหม่ แรงจูงใจด้านความคลั่งไคล้ศิลปิน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 แสดงว่า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

จากการศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภทที่ป๊อป (T-POP) ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรม การตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภทที่ป๊อป (T-POP) ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครพบว่า จะตัดสินใจเข้าร่วมคอนเสิร์ตเมื่อเพื่อนและคนสนิทชวนไป จะเห็น

ได้ว่า พฤติกรรมในกลุ่ม Generation Z การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับเพื่อนเป็นสิ่งสำคัญ การเข้าร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อน ทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน เกิดการยอมรับจากกลุ่ม สอดคล้อง สุพศิน รัตนภราดร (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตของ Generation Y ในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า บุคคลที่นิยมไปชมคอนเสิร์ตและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบัตรคือ เพื่อน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตประเภทที่ป๊อป (T-POP) พบว่า แรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Generation Z ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกฉัตร อยู่คงศักดิ์ (2567) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบัตรคอนเสิร์ตในประเทศไทยพบว่า แรงจูงใจด้านสุนทรีย์ภาพมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบัตรคอนเสิร์ตในประเทศไทย โดยผู้บริโภคจะคำนึงถึงความเพลิดเพลินที่มีอยู่ในคอนเสิร์ต งานการผลิต (Production) การจัดแสดงบนเวที ศิลปะการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต และ สอดคล้องกับงานวิจัย ชาศริต รถทอง (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรี EDM โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสุนทรีย์ภาพ ได้แก่ คุณภาพมัลติมีเดีย แสง สี เสียง เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเพราะมีความตื่นตาตื่นใจ ได้รับประสบการณ์ทางดนตรีที่ดี ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านความสุนทรีย์ภาพ เช่น การออกแบบเวที เทคนิคการจัดแสง สี เสียงต่าง

ๆ ภายในงานคอนเสิร์ตจะช่วยสร้างบรรยากาศ
ประสบการณ์ความประทับใจที่น่าจดจำให้กับ
ผู้เข้าร่วมคอนเสิร์ต T-POP จะทำให้เกิดแรงจูงใจใน
การตัดสินใจเข้าร่วมงานสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
ผู้เข้าร่วมกลุ่มคนรุ่นใหม่ **Generation Z**

นอกจากนี้ ยังมีแรงจูงใจด้านการแสดง
พฤติกรรมได้อย่างอิสระ เป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจ
สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต
T-POP ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **Mulder &
Hitters (2021)** ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเข้า
ร่วมคอนเสิร์ตป๊อปและเทศกาลดนตรี การวัด
คุณค่าของมาตรวัดแรงจูงใจในการชมดนตรีสด
แบบบูรณาการ โดยผลการศึกษา พบว่า ปัจจัย
แรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ
เป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เข้าร่วมงานคอนเสิร์ต เนื่องจากจะช่วยเสริมสร้าง
ความรู้สึกร่วมกับผู้ชมคนอื่น ๆ ความรู้สึกเป็นหนึ่งใน
เดียวกับคนรอบข้างที่มีความสนใจเหมือนกัน อีกทั้ง
ทั้งยังสอดคล้องกับ (**Kulczynski et al., 2016**) ที่
ได้พัฒนาเครื่องมือวัดแรงจูงใจในการเข้าร่วม
คอนเสิร์ตเพลงยอดนิยม **Concert Attendance
Motivation Scale (CAMS)** ที่กล่าวไว้ว่า
แรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ
เป็นพฤติกรรมที่แสดงความรู้สึกของตนเองอย่าง
เปิดเผย และประพาดิตนตามที่ต้องการโดยไม่ต้อง
กังวลว่าผู้อื่นจะคิดอย่างไร เช่น การร้อง การเต้น
แบบปลดปล่อยพลังออกมาอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็น
แรงจูงใจที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการเข้าร่วมคอนเสิร์ต
ดังนั้น แรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่าง
อิสระ ทั้งการร้อง การเต้น จะช่วยสร้าง
ประสบการณ์ที่มีความหมายและน่าจดจำและได้
แสดงออกถึงความเป็นตัวตนร่วมกัน การสร้าง

แรงจูงใจด้านการแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระนี้
จะทำให้เกิดการตัดสินใจในการเข้าร่วมงาน
คอนเสิร์ตมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การสร้างแรงจูงใจใน
ด้านการออกแบบสุนทรียภาพ และการแสดง
พฤติกรรมได้อย่างอิสระ เป็นแรงจูงใจสำคัญที่
สามารถให้กลุ่ม **Generation Z** เกิดความต้องการ
ในการเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP ได้มากยิ่งขึ้น
ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและ
ภาคเอกชน ควรประสานความร่วมมือกำหนด
นโยบายส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วม
งานคอนเสิร์ตชาวต่างชาติให้มากขึ้น สนับสนุน
อุตสาหกรรมคอนเสิร์ต T-POP สร้างการรับรู้ การ
ประชาสัมพันธ์ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อ
โซเชียลมีเดีย

2. ภาครัฐควรมีนโยบายพัฒนาโครงสร้าง
พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการ
เติบโตและเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน เป็นเจ้าภาพ
ในการจัดงานคอนเสิร์ตระดับนานาชาติ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP และควร
เก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลข้อมูลที่มี
ความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจผู้เข้าร่วมใน
กลุ่ม **Generation** อื่นๆ เพื่อหาความแตกต่างใน
การตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต T-POP และ

นำผลการวิจัยไปออกแบบกิจกรรมหรือแผนการ
ตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2566). 9 ประเภทธุรกิจที่โดดเด่นและน่าจับตามอง ปี 2567
<https://www.dbd.go.th/news/177171266>.

จิรันธนิน กมลเลิศ (2567). ถอดรหัสความสำเร็จจากยุค 90s สู่ T-Pop ก้าวกระโดดของวงการเพลง
ไทยบนเวทีโลก. <https://thestandard.co/wealth-in-depth-t-pop-global-rise-success/>.

ชาคริต รททอง (2561). ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเข้าชมงานเทศกาลดนตรี EDM. (สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

ธมน ผดุงไทย. (2565). ไทยแลนด์แดนคอนเสิร์ต สรุปลสถิติคอนเสิร์ตในสยามประเทศปี 2022.
<https://thestandard.co/thailand-concert-2022/>.

สาวิตรี รินวงษ์. (2566). T-Pop กลับมารุ่งเรือง 'มายด์แชร์' แน่แบบรนต์ตั้งอำนาจซื้อแฟนด้อมสายเปย์.
<https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1092088>.

สุพศิน รัตนภราดร. (2562). พฤติกรรมการเข้าชมคอนเสิร์ตของเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย. (สารนิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

เอกณัฐ อยู่คงศักดิ์. (2567). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบัตรคอนเสิร์ตใน
ประเทศไทย. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

Cochran, W.G. (1963). *Sampling Techniques. 2nd Edition*, John Willey and Sons, Inc.

Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals
of tourism research*, 24(2), 425-439.

Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins.
Pew Research Center, 17(1), 1-7.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education
Limited.

Kulczynski, A., Baxter, S., & Young, T. (2016). Measuring motivations for popular music
concert attendance. *Event Management*, 20(2), 239-254.

Lertprakorn, M. T., & Funk, S. (2022). *The Significance and Future of T-Pop: The Case Study
of Anif Company*. Thammasat University.

Mulder, M., & Hitters, E. (2021). Visiting pop concerts and festivals: measuring the value of
an integrated live music motivation scale. *Cultural Trends*, 30(4), 355-375.

Saladtook, C., & Banterng, T. (2023). Image Communication of Thai Singers Artists in
Abroad: the Case Study of Milli and PP-Billkin. *Siam Communication Review*, 22(1),
56-70.

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Customer management influencing purchase decisions of home appliances in modern retail businesses in Bangkok Metropolitan Region

พัทธนันท์ ตังวารณวิทย์¹, ปรีษฐา ถนอมเวช², สุริมาศ นาครอด³

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี^{1,2,3}

Patthanant Tangwannawit¹, Paristha Thanomvech², Surimart Nakrod³
Business Administration Faculty Thonburi University^{1,2,3}

E-mail: patthanant@thonburi-u.ac.th¹

E-mail: paristha@thonburi-u.ac.th²

E-mail: surimart_mk@thonburi-u.ac.th³

Received: January 6, 2025; Revised: March 19, 2025; Accepted: April 2, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภค 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลสูงสุด (0.588) รองลงมาคือการสร้างความสัมพันธ์ (0.138) และการเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ (0.076) นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์แสดงว่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของปัจจัยทั้งสามสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อได้ดี (0.877) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน 0.3013 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

คำสำคัญ : การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การตัดสินใจซื้อ ธุรกิจขายปลีกสมัยใหม่

Abstract

The study aimed to examine customer relationship management (CRM) and the factors influencing purchasing decisions for household appliances in modern retail businesses in Bangkok Metropolitan Region. The sample consisted of 400 consumers obtained by convenience sampling. A quantitative research methodology was employed, and data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results revealed that CRM significantly influenced purchasing decisions. Among the factors examined, customer communication had the highest influence (0.588), followed by relationship building (0.138) and providing beneficial recommendations (0.076). Furthermore, the predictive coefficient of these three factors effectively explained purchasing decisions (0.877), with a forecasting error of 0.3013 at a significant level of 0.05. The findings indicated that CRM played a crucial role in influencing consumer purchasing decisions for household appliances in modern retail businesses. Therefore, businesses should emphasize effective communication and relationship-building strategies to enhance their market opportunities.

Keyword: Customer Relationship Management, Purchase Decisions, Modern Retail Businesses

บทนำ

การแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้นตามสภาวะทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย รวมถึงธุรกิจค้าปลีกก็มีการแข่งขันกันอย่างสูงเพื่อช่วงชิงความได้เปรียบทางธุรกิจ การลงทุนธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครจึงเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายการลงทุนทั้งโดยภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง จำนวนประชากรของประเทศไทย ตามข้อมูลล่าสุดจากกระทรวงมหาดไทยที่เปิดเผยสถิติทะเบียนราษฎร พบว่าปี พ.ศ. 2567 ประเทศไทยมีประชากรทั้งสิ้น 66,052,615 คน กลุ่มเป้าหมายในจังหวัดใกล้เคียงกรุงเทพ ได้แก่ นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร รวมทั้งกลุ่มที่เดินทางไปจังหวัดอื่น ๆ ในภาคกลาง กรุงเทพมหานครจึงเป็น

เป้าหมายหลักของการขยายตัวการลงทุนทางธุรกิจค้าปลีกจากส่วนกลาง ที่ต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครในการขยายสาขา ช่วงชิงให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้อย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยเฉพาะการซื้อเครื่องใช้ในบ้านของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร และด้วยกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่สามารถทำให้ลูกค้า หรือประชาชนทั่วไปในจังหวัดกรุงเทพมหานครกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เมื่อธุรกิจพยายามสร้างจุดเด่นและบริการที่คนรุ่นใหม่ตามความต้องการเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักลูกค้าสัมพันธ์ กับการซื้อเครื่องใช้ในบ้าน

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยมีการแข่งขันสูง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษารฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขาย (Kotler, 2012) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ภายในบ้าน ซึ่งผู้บริโภคมีการพิจารณาข้อมูลและเปรียบเทียบสินค้าอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจซื้อ (ณัฐชยา ชาญวิริยะพานิชย์, 2564) การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์การให้ความสำคัญกับคุณค่าของลูกค้า คำนึงถึงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอย่างถาวรสองประการคือ คุณค่าของลูกค้าเป็นการรับรู้สัมผัสถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริหารสอดคล้องกับความคิดเห็น ทศนคติที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ ลูกค้าประเมินถึงคุณค่าที่เป็นประโยชน์ซึ่งประกอบด้วยคุณค่าห้าด้านคือคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ระดับความน่าเชื่อถือความทนทานความสามารถใช้งาน การขายต่อ คุณค่าด้านการบริการจะพิจารณาจากการส่งมอบบริการแก่ลูกค้าและการบำรุงรักษาคุณค่าด้านพนักงาน จากความรู้ความสามารถของประสบการณ์และความสามารถในการตอบคำถามของบุคลากรขององค์กร คุณค่าด้านภาพลักษณ์ พิจารณาภาพลักษณ์ขององค์กรและความพึงพอใจของลูกค้าคือระดับความรู้สึกของบุคคล คุณค่าด้านราคา การพิจารณาราคาด้านที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ คุณค่าด้านพนักงานการบริการของพนักงานที่เกิดความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การเปรียบเทียบคุณค่าจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการ

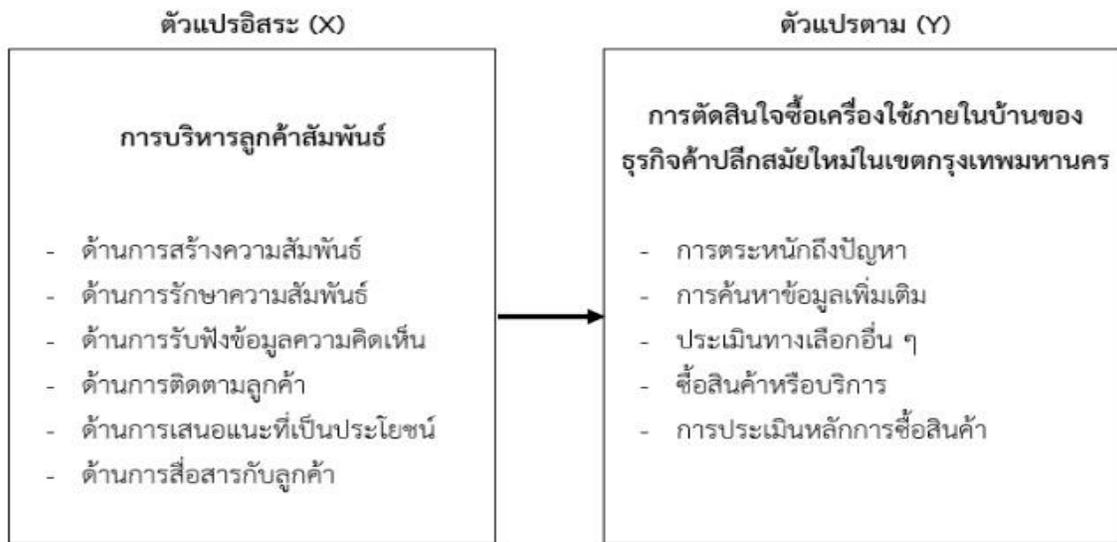
บริการกับความคาดหวังการตัดสินใจซื้อของลูกค้าบนพื้นฐานความคาดหวังที่ผู้บริโภคมีต่อคุณค่าแต่ละด้าน ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหลังการซื้อได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์บริการ (กิตติยา ปลื้มจิตไพบูลย์, 2558)

การนำแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ในการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน ด้านการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โดยหากพิจารณาในแต่ละด้านนั้น ด้านการบริหารการสื่อสารระหว่างกันเป็นด้านที่มีนัยสำคัญมากที่สุด จากเหตุผลที่ว่า เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การสื่อสารในปัจจุบันมีความก้าวหน้าอย่างมากทำให้ช่องทางการติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น และยังมีค่าใช้จ่ายที่ลดลงมาก ส่งผลให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องปรับตัวให้มีช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัยเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับธุรกิจได้ตลอดเวลาและหากช่องทางการติดต่อสื่อสารเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ลูกค้าสามารถทราบข้อมูลข่าวสารได้อย่างทันที จะช่วยทำให้ธุรกิจเกิดการเจริญเติบโต และทันต่อการแข่งขันในปัจจุบันได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในการศึกษาอิทธิพลของ CRM ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีลักษณะเฉพาะของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่น่าสนใจ

กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศไทย ตลาดเครื่องใช้

ภายในบ้านในกรุงเทพฯ มีขนาดใหญ่และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากจำนวนประชากรที่หนาแน่น การขยายตัวของโครงการที่อยู่อาศัย และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านค้าเฉพาะทาง และร้านค้าออนไลน์ ต่างให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ซินจิตต์ แจ้งเจนกิจ, 2546) การทำความเข้าใจถึงอิทธิพลของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จึง

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้าง การรักษา ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับ

เป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานการวิจัย

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาวนาน (กิตติยา ปลื้มจิตไพฑูริย์, 2558)

วัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามล้วนแต่มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้ (ซึ่งจิตต์ แจ้งเจนกิจ, 2546)

1. เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง

2. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือการบริการ และบริษัททำให้ลูกค้าทราบวิธีการใช้สินค้าอย่างถูกต้องสามารถจดจำ และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัทในระยะยาว

3. เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัท สินค้าหรือบริการ กรณีที่บริษัทมีสินค้าจำหน่ายหลายสายผลิตภัณฑ์ การที่ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทในสายผลิตภัณฑ์หนึ่งแล้วรู้สึกประทับใจในทางบวก โอกาสที่บริษัทจะเสนอขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น (Cross Selling) ได้สำเร็จก็จะมีมากขึ้น

4. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปาก (Words-of-Mouth) ในทางบวกเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งมีความน่าเชื่อถือ ถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณาเสียอีก

ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2546) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มี 4 ประการ ได้แก่

1. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผู้บริโภคหรือคนกลางในช่องทางการตลาดแต่ละราย (Customized) อย่างเป็นกันเอง (Personalized)

2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจจะยังไม่ได้เพิ่มยอดขายในทันที หากแต่ผลลัพธ์ในรูปของยอดขายจะเกิดขึ้นในระยะยาวจากการที่ลูกค้ารู้สึกประทับใจ มีความเข้าใจและรับรู้ที่ดี ดังนั้นสิ่งที่ได้รับจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือ การผูกสัมพันธ์กับลูกค้า

อย่าง ต่อเนื่อง ใน ระยะ ยาว (Long-Time Relationship)

3. บริษัทและลูกค้าได้ประโยชน์จากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย (Win-Win Strategy)

4. ช่วยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาทางความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) (Evan, M., Jamal, A. and Foxall, G. (2009)) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อจุดเริ่มต้นอยู่ที่มีสิ่งมากระตุ้นทำให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's Purchase Decision) (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550)

องค์ประกอบที่มีผลต่อพฤติกรรมของคนเป็น 10 ประการ คือ กลุ่มสังคม บุคคลที่เป็นแบบอย่าง สถานภาพ ความเจริญด้านเทคนิค ภูมิศาสตร์ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี สภาพแวดล้อม ทัศนคติ การเรียนรู้ในทางจิตวิทยาสมัยใหม่ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of needs theory) หรือทฤษฎีการจูงใจของ มาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) (Maslow, A. H. , 2000) เชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนาและ

ได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่าการบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow

กระบวนการการตัดสินใจซื้อ Kotler, P. (2012) กล่าวถึง ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น (Problem or Need Recognition) ไม่พอใจ หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความต้องการของตนเองซึ่งเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น ความต้องการเมื่อเกิดถึงระดับหนึ่งจะเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขารู้ว่า จะตอบสนองอย่างไร

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการทันที แต่ถ้าความต้องการไม่สามารถตอบสนองความต้องการจะถูกจดจำไว้เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากพอ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นที่ 2ต่อไป ผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจและประเมินทางเลือกต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกในขั้นตอนที่ 3 ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด ปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลและการตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Feeling) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ได้ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G.Cochran ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 384.16 เนื่องจากผู้วิจัยต้องการสำรวจกลุ่มตัวอย่างไว้ 4 % หรือ 15.36 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 384.16 คน รวมเป็น 399.52 คน หรือ 400 คน เป็นขนาดจำนวนตัวอย่าง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากเป็นวิธีที่สะดวกและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตระหนักถึงข้อจำกัดของการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในเรื่องของการเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และเคยซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามเรื่องการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน **ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ของผู้บริโภคทั่วไปที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้าน
ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร
ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้
เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะเป็น Checklist ที่เป็น
แบบสอบถามปลายปิด (Close-End Questions)
ส่วนที่ 2 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจค้าปลีก
สมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 33 ข้อ มี
ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า
(Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1967: 101-103)
ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 ข้อ มี
ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า
(Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1967 : 101-103)
และ**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ มี
ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบเขียนบรรยายเกี่ยวกับ
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
แบบสอบถามได้รับการพัฒนาโดยอ้างอิงจากแนวคิด
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผ่านการตรวจสอบความ
เที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดย
ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (Item Objective
Congruence: IOC) มีความสอดคล้องโดยมีค่าอยู่
ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ทดลอง
ใช้แล้วมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability)
โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) จำนวน
30 ชุด ไปทดสอบ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่ม
ตัวอย่าง โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.980 ซึ่งแสดง
ให้เห็นว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม
ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มออกเดินทางไปเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายใน
บ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในการตอบแบบสอบถาม
โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบคำถามแล้วผู้วิจัยรับ
แบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้
โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดการ
วิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็น
ค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบ
แบบสอบถามใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้ว
สรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.3 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผู้บริโภค
ทั่วไปที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้า
ปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านการสร้าง
ความสัมพันธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์ ด้านการรับ
ฟังข้อมูลความคิดเห็น ด้านการติดตามลูกค้า ด้านการ
เสนอแนะการที่เป็นประโยชน์ และด้านการสื่อสารกับ
ลูกค้า โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation)

4.4 การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของ
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.5 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีก

สมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลการวิเคราะห์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ การบริหาร

ลูกค้าสัมพันธ์ของผู้บริโภคทั่วไปของกลุ่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์ ด้านการฟังข้อมูลความคิดเห็น ด้านการติดตามลูกค้า ด้านการเสนอแนะ และด้านการสื่อสารกับลูกค้า และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

ตารางที่ 1 ตารางค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผู้บริโภคทั่วไปต่อปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกเป็นรายด้าน

ตัวแปร	การสร้าง ความสัมพันธ์	การรักษา ความสัมพันธ์	การรับฟัง ความคิดเห็น	การ ติดตาม ลูกค้า	การ เสนอแนะ	การ สื่อสารกับ ลูกค้า	การ ตัดสินใจ ซื้อ
1. การสร้างความสัมพันธ์	1.000						
2. การรักษาความสัมพันธ์	.864**	1.000					
3. การรับฟังความคิดเห็น	.814**	.860**	1.000				
4. การติดตามลูกค้า	.802**	.812**	.848	1.000			
5. การเสนอแนะ	.674	.625	.665	.735*	1.000		
6. การสื่อสารกับลูกค้า	.786	.827	.827	.862**	.696	1.000	
7. การตัดสินใจซื้อ	.763	.773	.766	.795	.670	.863	1.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผู้บริโภคทั่วไปต่อปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่

ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ .625-.864 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการรักษาความสัมพันธ์(R=.864) การรับฟังความคิดเห็นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสร้างความสัมพันธ์และการรักษาความสัมพันธ์(R=.814 , R=.860) ด้านการ

ติดตามลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การสร้างความสัมพันธ์และการรักษาความสัมพันธ์ (R=.802, R=.812) ด้านการเสนอแนะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการติดตามลูกค้า ด้านการสื่อสารกับลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการติดตามลูกค้า(R=.862) ส่วนด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์ ด้านการรับฟังข้อมูลความคิดเห็น

ด้านการติดตามลูกค้า ด้านการเสนอแนะการที่เป็นประโยชน์ ด้านการสื่อสารกับลูกค้าของระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผู้บริโภคกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ (x)	การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร (y)				
	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant) การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร	.244	.126		1.930	.054
1.ด้านการสร้างความสัมพันธ์(x ₁)	.142	.054	.138	2.625	.009**
2.ด้านการรักษาความสัมพันธ์(x ₂)	.059	.065	.054	.903	.367
3.ด้านการรับฟังความคิดเห็น(x ₃)	.015	.053	.016	.290	.772
4.ด้านการติดตามลูกค้า(x ₄)	.062	.057	.064	1.096	.274
5.ด้านการเสนอแนะที่เป็นประโยชน์(x ₅)	.065	.032	.076	2.033	.043*
6.ด้านการสื่อสารกับลูกค้า(x ₆)	.609	.056	.588	10.822	.000***

R = 0.877 Adjusted R2 = 0.765 SE = 0.30130 F = 217.677 Sig = 0.000

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 *** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.000

จากตารางผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายใน

บ้าน ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการสื่อสารกับลูกค้า ($\beta = 0.588$) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ($\beta = 0.138$) ด้านการเสนอแนะการที่เป็นประโยชน์ ($\beta = 0.076$) ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.877 (R = 0.877) และค่า

สัมประสิทธิ์การตัดสินใจซื้อ กับ 0.765 (R Square=0.765) สามารถเขียนสมการถดถอย เพื่อทำการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ตามสมการที่ (1) รายละเอียดดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = 0.244 + 0.609X_6 + 0.142X_1 + 0.065X_5 \dots (1)$$

จากการทดสอบสมการที่ (1) ข้างต้น เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสถิติ t พบค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ การตัดสินใจซื้อ มีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

1. ด้านการสื่อสารกับลูกค้า (x_6) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยขนาดของค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวมีค่าเท่ากับ 0.609 หมายความว่า ถ้าด้านการสื่อสารกับลูกค้าปรับตัวสูงขึ้น 1 หน่วย โดยสมมติให้ตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในสมการมีค่าคงที่ จะมีอิทธิพลให้การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น 0.609 หน่วย

2. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (x_1) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยขนาดของค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวมีค่าเท่ากับ 0.142 หมายความว่า ถ้าด้านการสร้างความสัมพันธ์ปรับตัวสูงขึ้น 1 หน่วย โดยสมมติให้ตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในสมการมีค่าคงที่ จะมีอิทธิพลให้การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น 0.142 หน่วย

3. ด้านการเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ (x_5) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยขนาดค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวมีค่าเท่ากับ 0.065 หมายความว่า

ว่า ถ้าด้านการเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ปรับตัวสูงขึ้น 1 หน่วยโดยสมการให้ตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในสมการคงที่ จะมีอิทธิพลให้การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น 0.065 หน่วย

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยสรุปว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผู้บริโภคทั่วไปที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ คือ ด้านการรักษาความสัมพันธ์ ด้านการเสนอแนะการที่เป็นประโยชน์ ด้านการสื่อสารกับลูกค้า ด้านการติดตามลูกค้า ด้านการสร้างความสัมพันธ์และด้านการรับฟังข้อมูลความคิดเห็น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์ ได้แก่ มีการบริการมีความ สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ มีการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือและเป็นธรรม มีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา การติดต่อกับ Call Center ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ให้บริการ สามารถติดต่อได้ง่าย การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการเสนอแนะการที่เป็นประโยชน์ ได้แก่ การแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านช่องทาง

(SMS MMS Email Website Application) มีการแจกเอกสารข่าว (ใบปลิว แผ่นพับ) ผ่านศูนย์บริการหรือตัวแทนจำหน่าย มีการให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) มีจดหมายตรง หรือสิ่งพิมพ์ข่าวสาร ทางไปรษณีย์ที่ส่งให้ลูกค้า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารกับลูกค้า ได้แก่ มีความเพียงพอของพนักงานบริการต่อการให้บริการลูกค้า มีความเพียงพอของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จัดเตรียมไว้บริการลูกค้า มีความพร้อมเพียงพอของศูนย์บริการกับจำนวนลูกค้าที่มาติดต่อ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีการให้ข้อมูลอย่างชัดเจน ถูกต้องและเต็มใจบริการของพนักงานบริการลูกค้า มีความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า มีความพร้อมของพนักงานในการรับฟังความคิดเห็น แนะนำติชม มีการชำระค่าบริการซื้อสินค้าและบริการได้หลายช่องทาง มีการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านระบบอัตโนมัติ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการติดตามลูกค้า ได้แก่ มีติดตามปัญหาของลูกค้าและดำเนินการแก้ไข ตามกำหนดระยะเวลาที่แจ้งไว้ มีติดต่อแจ้งผลเป็นระยะ เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงการติดตาม และผลการดำเนินการแก้ไข มีการติดตามสอบถามปัญหา ความพึงพอใจของลูกค้าภายหลังจากการได้รับบริการ มีการสอบถามปัญหาการใช้บริการเพื่อนำไปแก้ไขการให้บริการ มีการพัฒนาการให้บริการ และสิทธิพิเศษอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยมอบ โปรโมชัน สิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้ลูกค้า มีความยืดหยุ่นและความหลากหลายของ

โปรโมชันและสิทธิพิเศษต่าง ๆ มีการพัฒนาโปรโมชันและสิทธิพิเศษต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการมอบของที่ระลึกให้กับลูกค้าช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีการติดต่อลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆสม่ำเสมอเพื่อนำเสนอโปรโมชันและสิทธิพิเศษต่างๆ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรับฟังข้อมูลความคิดเห็น ได้แก่ มีความหลากหลายของช่องทางการรับฟังร้องเรียน ติชม จากลูกค้า มีช่องทางการรับฟังร้องเรียน ติชม จากลูกค้าติดต่อได้ง่าย รวดเร็ว มีระบบอัตโนมัติที่ทำให้ท่านส่งข้อความ ร้องเรียน ติชมได้สะดวก และ มีการนำคำร้องเรียน ติชมของลูกค้ามาปรับการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานของลัสดา ยาวิละ อรุณช สีบุญ และรัตนชนก พรหมณศิริ (2564) ศึกษาเรื่อง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การบริหารการสื่อสาร ระหว่างกัน ด้านการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นด้านที่ส่งผลต่อความ จงรักภักดี ของลูกค้าของผู้ประกอบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยหากพิจารณาในแต่ละด้านนั้น ด้านการบริหารการสื่อสารระหว่างกันเป็นด้านที่มีนัยสำคัญมากที่สุด จากเหตุผลที่ว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การสื่อสารในปัจจุบันมีความก้าวหน้าอย่างมากทำให้ช่องทางการติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น และยังมีค่าใช้จ่ายที่ลดลงมาก ส่งผลให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องปรับตัวให้มีช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัยเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับธุรกิจได้ตลอดเวลาและหาก

ช่องทางการติดต่อสื่อสารเป็นไปสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ลูกค้าสามารถทราบข้อมูลข่าวสารได้อย่างทันที จะช่วยทำให้ธุรกิจเกิดการเจริญเติบโต และทันต่อการแข่งขันในปัจจุบันได้

2.2 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยสรุปว่า ปัจจัยการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ คือ ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรับรอง รองลงมา คือ ความสวยงามและความแข็งแรงของสินค้า การให้บริการมีขั้นตอนที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง มีการยอมรับในตราสินค้าและชื่อเสียงของสินค้า พนักงานขายแต่งกายสุภาพ สะอาด และมีกริยาเรียบร้อยสุภาพ มีการบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านและบริหารหลังการขาย มีเงื่อนไขการผ่อนชำระ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีช่องทางการจำหน่ายหลากหลายช่องทาง และ มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียล พร้อมส่วนลดพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ อัฐศาสตร์ ผดุงพันธุ์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของกลุ่ม GenY ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ประชากร GenY ที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวนมากยังคงมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์จากหน้าร้านมากกว่าทางออนไลน์ อาจจะเป็นเพราะสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้าที่ไม่ได้เปลี่ยนบ่อยและมีขนาดใหญ่ พฤติกรรมการเลือกเฟอร์นิเจอร์มีการเปรียบเทียบสินค้ามากกว่าในยุคก่อนๆ ทั้งในด้านราคา คุณภาพ

ต่าง ๆ และการซื้อเฟอร์นิเจอร์แบบแยกชิ้นหรือที่เรียกว่า ลอยตัวและของตกแต่งบ้าน ขนาดเล็ก นั้นเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคออนไลน์ในปัจจุบันนั้นไม่ส่งผลต่อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์มากนัก เพราะ คนส่วนใหญ่ยังนิยมการไปสัมผัสที่หน้าร้าน หรือโชว์รูม โดยจะสั่งผ่านทางช่องทางออนไลน์หากมีราคาถูกกว่า

2.3 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการสื่อสารกับลูกค้า ($\beta = 0.588$) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ($\beta = 0.138$) ด้านการเสนอแนะการที่เป็นประโยชน์ ($\beta = 0.076$) นอกจากนี้สัมประสิทธิ์การพยากรณ์ปัจจัยทั้ง 3 ค่า ($R^2 = 0.765$) สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ดี และสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ($R = 0.877$) และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.3013 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับ แนวคิด ของ Kotler (2012) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการสื่อสารที่มีอิทธิพลมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้บริโภคในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเป็น

ประโยชน์จากผู้ขาย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะ
ช่วยสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจ ซึ่งนำไปสู่
การตัดสินใจซื้อในที่สุด ความน่าเชื่อถือเป็นอีกปัจจัย
สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสอดคล้องกับ
งานของสันท์เสริม มะลิ (2562) ศึกษาเรื่อง แนว
ทางการพัฒนาประสิทธิภาพการบริการลูกค้าสัมพันธ์
(CRM) ของบริษัทยาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนบน พบว่า จากผลการศึกษาพบว่า การบริหาร
ลูกค้าสัมพันธ์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจาก
มากไปหาน้อย 1) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2)
ด้านการรับฟังความคิดเห็น 3) ด้านการรักษาลูกค้า
4) ด้านการสื่อสารกับลูกค้า 5) ด้านช่องทางในการ
บริการ 6) ด้านการติดตามลูกค้า และ 7) ด้านการ
เสนอแนะบริการที่เป็นประโยชน์ ตามลำดับจากการ
ทดสอบสมมติฐานพบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่
มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านของ
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ
ณัฐชา ชาญวิริยะพาณิชย์ (2564) ศึกษาเรื่อง การ
ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือนผ่านทาง
แอปพลิเคชันออนไลน์ (กรณีศึกษาร้าน
Daisysshop) พบว่า ผลการวิจัยนี้สามารถระบุปัจจัย
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ใน
ครัวเรือนผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (กรณีศึกษา
ร้าน Daisysshop) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง
การตลาด ความมีเสน่ห์ ของตราสินค้า และด้าน
ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุด
ดังนั้นตัวผู้วิจัยเองและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ควรคำนึงถึงปัจจัยข้างต้นทั้ง 3 ปัจจัยมาเป็นอันดับ
แรก และปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจ
ซื้อ อุปกรณ์ เครื่องใช้ ใน ครัวเรือน ผ่าน ทาง
แอปพลิเคชันออนไลน์ (กรณีศึกษาร้าน
Daisysshop) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความคุ้มค่าในการ
ซื้อสินค้า ด้าน ทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้า
ความง่ายในการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์จาก
สินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

1.1 ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ควรให้
ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การ
สื่อสารกับลูกค้า โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและ
บริการที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์ ผ่าน
ช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย
และพนักงานขาย

1.2 ธุรกิจควรสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ
ลูกค้า โดยการรักษาคำมั่นสัญญา มีความซื่อสัตย์
และให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน

1.3 ธุรกิจควรปรับปรุงระบบการตอบสนอง
ต่อลูกค้าให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยการมี
ช่องทางในการติดต่อที่หลากหลาย และมีพนักงานที่
สามารถให้ข้อมูลและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่าง
ทันท่วงที

1.4 ธุรกิจควรพิจารณาถึงความสำคัญของ
ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และความ
เข้าใจลูกค้า และหาแนวทางในการสร้างความรู้สึกที่

ดีให้กับลูกค้าในระยะยาว แม้ว่าปัจจัยเหล่านี้จะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของ CRM ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้านในบริบทของธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่น ๆ เช่น ร้านค้าเฉพาะทาง หรือร้านค้าออนไลน์

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้าน

นอกจากปัจจัยด้าน CRM เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา โปรโมชัน และอิทธิพลทางสังคม

2.3 ควรมีการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นและประสบการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ภายในบ้าน

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา ปลื้มจิตไพบูลย์. (2558). *แนวทางในการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับลูกค้าองค์กรของธุรกิจอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2546). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ทิปปีง พอทย.
- ณัฐชยา ชาญวิริยะพาณิชย์. (2564). *การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือนผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (กรณีศึกษาร้าน Daisysshop)*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ลัสดา ยาวิลละ อรณูช สีบบุญ และรัตนชนก พรหมณศิริ. (2564). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. *วารสารวิทยาการจัดการคณะวิทยาการจัดการ*. 2(3) : 37-39.
- สัมพันธ์เสริม มะลิ. (2562). *แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการบริการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ของบริษัทภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน*. สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ.
- อัฐธศาสตร์ ผดุงพันธุ์. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของกลุ่ม GenY ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Evan, M., Jamal, A., & Foxall, G. (2009). *Consumer Behavior*. John Wiley and Sons.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Likert, R. (1967). *A Technique for the Measurement of Attitude*. Rand me Nally Company.
- Maslow, A. H. (2000). *The Maslow business reader*. John Wiley & Sons.

รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**Standard development model for sustainable agricultural
product processing of Community Enterprise Group,
Prachuap Khiri Khan Province**

จิระวดี บัวชุม¹, นิตยา ลินเธาว์², ขจรศักดิ์ เจ้ากรมทอง³

หลักสูตรนโยบายสาธารณะและการจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต^{1,2,3}

Jirawadee Buachoom¹ Nittaya Sintao², Kajohnsak Chaokromthong³

Doctor of Philosophy in Public Policy and Management, Kasem Bundit University^{1,2,3}

E-mail: jirawadee.aoy3607@gmail.com¹ E-mail: sintaonitppm2@gmail.com²

E-mail: kajohnsak.cha@kbu.ac.th³

Received: November 3, 2024; Revised: March 18, 2025; Accepted: March 26, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม 15 คน นำผลการประชุมมาจัดทำรูปแบบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ตัวแทนผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ และตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน รวมจำนวน 9 คน ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 1) การบัญชี 2) การเพิ่มช่องทางการตลาด 3) การสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้า 4) ระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน 5) ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ 6) มีธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการที่ดี 7) ประสิทธิภาพในการผลิตและบริการ 8) ความเข้มแข็งของชุมชน 9) ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ข้อเสนอแนะคือ การจัดการอบรมให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย สนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถร่วมมือกันในการผลิตและจัดจำหน่าย สร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปันทรัพยากรและเทคโนโลยีในการผลิต เพื่อความสำเร็จและผลลัพธ์ที่ยั่งยืน และการพัฒนาเครือข่ายและการรับรองมาตรฐานระดับสากลช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก

คำสำคัญ : รูปแบบการพัฒนา มาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ABSTRACT

This research analyzed and developed a sustainable agricultural product processing model for community enterprises in Prachuap Khiri Khan Province. Qualitative methods were employed, involving 15 participants in focus group discussions and in-depth interviews with nine representatives, including community enterprise leaders and economic experts. The study identified nine key components for sustainable development: 1) accounting knowledge 2) expanding marketing channels, 3) building production networks, 4) standardized product inspection, 5) community ownership, 6) good governance, 7) production efficiency, 8) strengthening communities, and 9) ensuring long-term sustainability. Recommendations include training in basic accounting, promoting online platforms for sales, and supporting branding and packaging development, encouraging collaboration among community enterprises and fostering resource sharing networks are crucial for long-term success. The circular economy approach minimizes waste and optimizes resources, while international certification boosts credibility and market value.

KEYWORDS: Development Model, Standard Model for Agricultural Product, Community Enterprise Groups, Prachuap Khiri Khan Province

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวนมาก หากมองในส่วนของแต่ละจังหวัด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีผู้ประกอบการมากที่สุด จำนวน 87,044 ราย (วิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2565) ซึ่งวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 อย่างด้วยกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง แต่อย่างไรก็ดี คนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจมีการถือหุ้นได้เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นใหญ่ ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ 2) ผลผลิตจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้ แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน

เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมีความรู้ภูมิปัญญา หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมเกิดความเชื่อมั่นในตัวเองก็จะริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้โดยไม่เอาแต่เรียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ทำแบบโครงการเดียว คล้ายกลับปลูกพืชเดียว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลาย ๆ กิจกรรมประสานผืนพลัง (Synergy) และเกื้อกูลกัน (Cluster) 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก เรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจ

ชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีแต่การเรียนรู้แบบ การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึก ความอยาก ความต้องการ ตามที่สื่อในสังคมกระตุ้นให้เกิด ทำให้ความอยาก กลายเป็นความจำเป็นสำหรับชีวิตไปหมด และ 7) มีการพึ่งพิงตนเองเป็นเป้าหมาย การพึ่งพิงตนเองคือ เป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจ ชุมชน หากพลาดเป้าหมายนี้ก็คือพลาดเป้า วิสาหกิจ ชุมชนจะกลายเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายที่กำไรก่อนที่จะ คิดทำให้รอด ไม่พัฒนาเป็นขั้นเป็นตอนให้เกิด ความมั่นคงก่อนที่จะก้าวไปพัฒนาธุรกิจ (สำนักงาน เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2554)

จากรายงานของสำนักงานคลังจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์พบว่าจากการระบาดของโรคโควิด-19 ได้ระบาดต่อเนื่องและยาวนาน ส่งผลให้การ ดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการต่าง ๆ ได้รับความ กระทบอย่างหนักแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ ระบาดฯ จะคลี่คลายได้แล้ว แต่การฟื้นฟูยังคงต้องใช้ เวลาสักระยะอาจจะยังไม่สามารถดำเนินการได้ ตามปกติ ประกอบกับเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ที่เริ่ม ระบาดภายในประเทศ หากสถานการณ์การแพร่ ระบาดฯ ยังไม่คลี่คลาย และรุนแรงขึ้นจนไม่สามารถ ควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อได้ หรือควบคุมได้ช้า ก็จะมี ผลกระทบให้เศรษฐกิจได้รับผลกระทบอย่างหนัก อีกทั้ง ในปี 2564 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ปริมาณผลผลิต ด้านเกษตรออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ สถานการณ์ปัญหาราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ กลับมาอีกครั้ง ตามกลไกตลาด ประกอบกับกำลังซื้อ ของประชาชนลดต่ำลง ส่งผลให้เกษตรกรได้รับ ผลกระทบในเรื่องของรายได้ลดลง ดูได้จากรายได้

ของผู้ประกอบการ ในปี 2564 หดตัวร้อยละ -2.9 จากปี 2563 สาเหตุเนื่องจากประชาชนมีรายได้ลดลง กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงตาม (สำนักงานคลัง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรมบัญชีกลาง, 2565) ถึงแม้ว่าจะมีการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยมีการจัดงาน กระจายสินค้าในการแสดงสินค้า ต่าง ๆ เช่น งานโอ ทอป ที่เมืองทองธานี แต่รายได้ยังไม่เพียงพอ ซึ่ง ปัญหาเหล่านี้ก็มาจากการที่พัฒนาสินค้าไม่ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย หรือสินค้าไม่น่าสนใจ ผลผลิตสินค้าโดย ไม่คำนึงถึงความต้องการของตลาดและตั้งราคาไม่ สอดคล้องกับต้นทุนของสินค้า ทำให้ประสบปัญหา ทางการเงินจนเกิดภาวะขาดทุน สินค้าจำนวนมาก ขาดเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่มีการสร้างความน่าเชื่อ ในด้านมาตรฐานให้แก่ผู้บริโภค ขาดช่องทางการ ตลาดส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้า และไม่มี การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทำให้ ไม่เป็นที่รู้จักในหมู่ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศมากนัก ทั้งนี้ยังมีรายงานผลการ ตรวจราชการแบบบูรณาการของหัวหน้าผู้ตรวจ ราชการสำนักนายกรัฐมนตรื รับผิดชอบเขตตรวจ ราชการที่ 4 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 รอบที่ 2 ได้เปิดเผยว่าสินค้าเกษตรแปรรูปส่วนใหญ่ยังไม่ได้ การรับรองมาตรฐานการผลิตตามที่กระทรวง สาธารณสุขกำหนดและโรงเรือนผลิตสินค้ายังไม่ได้ ตามมาตรฐาน (มกษ.) 9028-2557 ขาดความรู้ในการ ทำฉลากสินค้าให้ได้ตามที่กฎหมายกำหนด และการ ปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐานต้อง ใช้ งบประมาณ ซึ่งถ้าวิสาหกิจชุมชนมีทุนไม่เพียงพอ ก็ จะไม่สามารถดำเนินการเพื่อให้ได้มาตรฐาน กระบวนการผลิตได้ ขาดการบริหารจัดการภายใน กลุ่ม ส่งผลให้ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่าง ต่อเนื่อง เช่น ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์อาจเป็น

อุปสรรคในการนำมาพัฒนาต่อยอด ขาดความต่อเนื่องในการผลิต บุคลากรไม่เพียงพอและไม่มีเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมจำหน่ายสินค้าในจังหวัดและต่างจังหวัด ขาดเงินทุนในการออกจำหน่ายสินค้านอกสถานที่ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจการค้าบางกิจกรรมได้และไม่มีงบประมาณในการขอมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์ทำให้ขาดโอกาสในการเชื่อมโยงและจับคู่เจรจาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการพัฒนา รวมทั้งการเข้าถึงนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าเกษตรแปรรูป (หัวหน้าผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรี, 2565)

นอกจากนี้ ธรรมชาติของวิสาหกิจชุมชน การบริหารจัดการที่ขาดความโปร่งใสและไม่มีระบบการตรวจสอบที่ดี อาจทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมภายในกลุ่ม การขาดระบบกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดปัญหาความไม่ไว้วางใจระหว่างสมาชิก ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ไม่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของชุมชน นอกจากนี้ ยังพบว่าหลายกลุ่มมีปัญหาเรื่องการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารการเงิน และการจัดการ ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรของวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนจำเป็นต้องแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการพัฒนาใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ การบริหารบัญชี การเพิ่มช่องทางการตลาด การสร้างเครือข่ายการผลิต ระบบตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง ตลอดจนการ

บริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ทั้งนี้ การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ไม่เพียงช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น แต่ยังส่งเสริมให้เศรษฐกิจชุมชนเติบโตไปพร้อมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรของประเทศ

จากเหตุผลดังกล่าวมานี้ เห็นว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบปัญหาที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนหลายประการ เช่น การผลิตสินค้าที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการทำบัญชีและปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ได้มาตรฐานทันสมัยและขาดเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยในการผลิตด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีการศึกษาปัญหาทั้งหมดไปสู่กระบวนการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีสมาชิกในกลุ่มให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีและเป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้ แต่ยังขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วนในด้านการบัญชี ด้านการเพิ่มช่องทางการตลาด ด้านการสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้า ด้านระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน และด้านชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง เพื่อให้ได้มาตรฐานสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ซึ่งกับตรงความต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมและสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่หรือชุมชนส่งผลให้ภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมพัฒนาได้ไปพร้อม ๆ กัน

คำถามการวิจัย

รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะมีรูปแบบและองค์ประกอบของมาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรควร เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

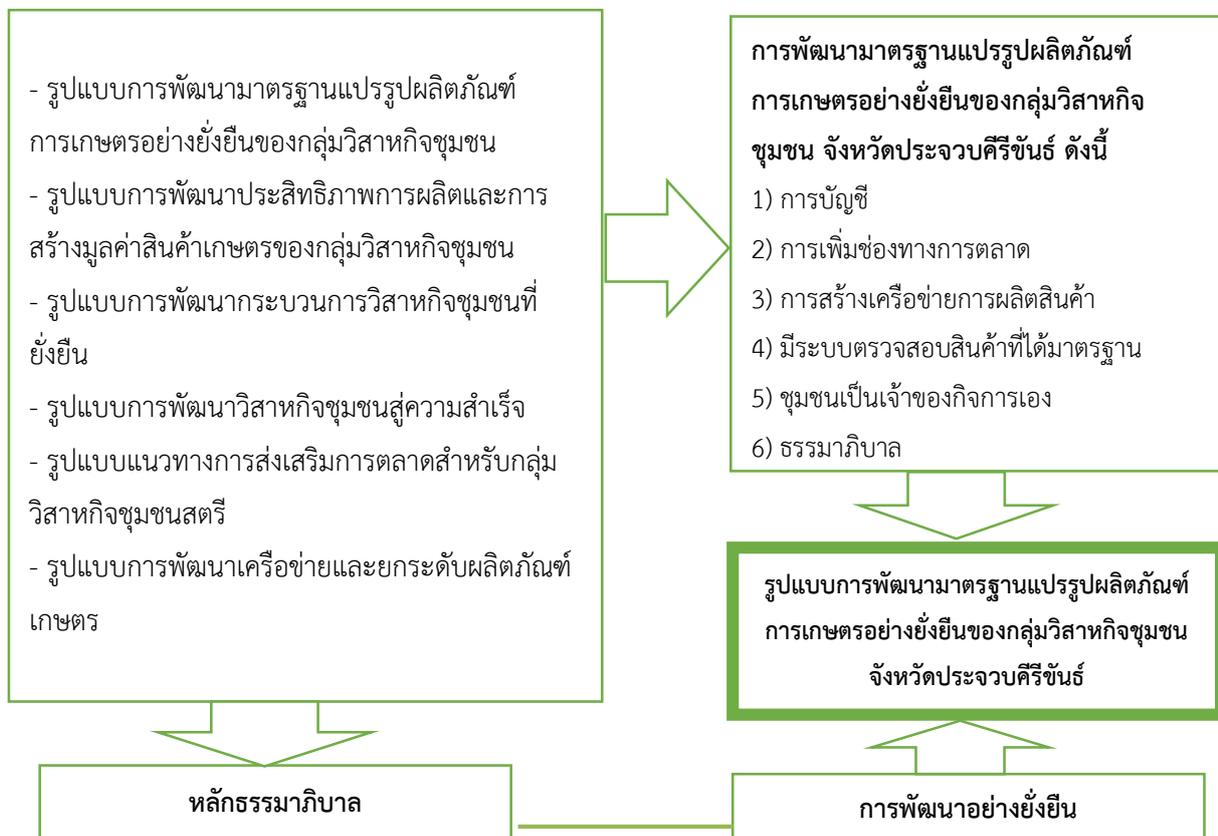
1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. เพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษา วิเคราะห์ เปรียบเทียบองค์ประกอบต่าง ๆ ของรูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีความสอดคล้อง และนำไปสังเคราะห์ให้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืน ของ กลุ่ม วิ ส า ห ก ิจ ชุม ช น จั ง ห วั ด ประจวบคีรีขันธ์ ในบริบทของพื้นที่โดยการศึกษาจากเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่ม เพื่อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นำไปพัฒนารูปแบบการพัฒนามาตรฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบรูปแบบมาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรของวิสาหกิจชุมชนรูปแบบต่าง ๆ มาเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาด้านมาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปปรับประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

2. รูปแบบการพัฒนาด้านมาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืน นำไปเป็นแนวทางนำเสนอ นโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเฉพาะ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 15 คน ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ประธานกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 3 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลหรือผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน

การสัมภาษณ์เชิงลึกมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จและยังดำเนินการอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) นำมาเป็นเครื่องมือในการจัดทำสารสนเทศกลุ่ม ในประเด็นการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปอย่างยั่งยืนผลิตภัณฑ์การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้ 1.การบัญชี 2. การเพิ่มช่องทางการตลาด 3. การสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้า 4.มีระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน 5. ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง

นำผลที่ได้จากการประชุมกลุ่ม มาสร้างแบบสัมภาษณ์ (In depth Interview) ในการกำหนดรูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูป

ผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

หาความเที่ยงตรง

ให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณา ตรวจสอบ ความถูกต้อง ชัดเจนในการใช้ภาษา และความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน โดยนำผลของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกัน และคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ได้ค่า (Index of item objective congruence : IOC) ได้ ค่า เท่ากับ 1.00

นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงแล้ว ไปขอจริยธรรมการทำวิจัยในมนุษย์กับ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เข้าร่วมการวิจัยหรืออาสาสมัครที่เข้าสู่โครงการวิจัย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยพัฒนาให้งานวิจัยมีคุณภาพและปลอดภัยแก่อาสาสมัคร รวมถึงได้ผลงานวิจัยที่น่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยมีเลขที่รับรองโครงการ คือ T037/66P

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะต้องมียอดประกอบ 9 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการบัญชี พบว่า การทำบัญชีเป็นเรื่องสำคัญ เป็นระบบการบริหารจัดการข้อมูลทางการเงิน และเป็นเครื่องมือในกรรวบรวมข้อมูลทางเศรษฐกิจในการประมวลผล บันทึก จำแนก และทำการสรุปผล เพื่อช่วยในการวางแผนภาษีได้อย่างถูกต้องและประหยัด และเป็นระบบการควบคุม

ภายในที่ดีของกิจการ ช่วยให้การจัดทำบัญชีเป็นระบบและโปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง สภาพปัญหา ความต้องการ คุณภาพชีวิต และรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรของวิสาหกิจชุมชน พบว่ารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวม ประกอบด้วย การวินิจฉัยผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ระบบการเงิน การบัญชี การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการทดลองตลาด

2) ด้านการเพิ่มช่องทางการตลาด พบว่าการเพิ่มช่องทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า มีการสร้างคนรุ่นใหม่ให้เข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อยอดจากเดิมให้สินค้าทันสมัย รวมไปถึงสามารถขยายช่องทางการตลาดได้มากขึ้น เช่น ช่องทางออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Line หรือ TikTok แต่ก็มีบางส่วนที่ยังขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ไม่เป็นเพื่อให้วิสาหกิจของชุมชนอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืนและถาวร โดยการจัดกิจกรรมออกร้านตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งาน OTOP ของจังหวัด งานแสดงสินค้าเมืองทองธานี และเข้าร่วมตลาดนัดหรือกิจกรรมที่จัดขึ้น แต่ก็ยังมีสมาชิกบางคนก็เลือกที่จะไม่ไป เนื่องจากต้นทุนสูง ค่าเดินทาง และยังไม่แน่ใจว่าจะขายได้หรือไม่ จึงเลือกที่จะขายเฉพาะในพื้นที่มากกว่า สอดคล้องกับแนวคิด แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler and Armstrong (2013) กล่าวว่า เป็นแนวคิดเกี่ยวกับชุดเครื่องมือและกลยุทธ์ที่องค์กรใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมี

องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้ง (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

3) ด้านการสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้า พบว่า การสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้ามีส่วนทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเนื่องจากการขายผ่านระบบออนไลน์ ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเลยต้องร่วมมือกับสมาชิกในกลุ่มผลิตสินค้าให้ทันกับความต้องการของลูกค้า และรองรับกับตลาดได้มากขึ้น แต่เกษตรกรหรือผู้ผลิตไม่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพราะคิดว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก เสียเวลา ถึงแม้ทางภาครัฐจะมีช่องทางสำหรับแนะนำทั้งการผลิต การกระจายสินค้า ให้กับเกษตรกรก็ตามที่เพราะชาวบ้านคิดว่าภาครัฐช่วยไม่ตรงจุด ถ้าต้องการจะให้วิสาหกิจชุมชนพัฒนามากขึ้น ควรเริ่มจากการสร้างความเข้าใจถึงข้อดี ของการรวมกลุ่มให้มากขึ้นช่วยให้กลุ่มสามารถแลกเปลี่ยนทรัพยากร และความรู้ระหว่างกัน ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าคุณภาพสูงสม่ำเสมอ อีกทั้งยังเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มในการขยายตลาดและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นเมื่อมีกลุ่มที่เข้มแข็งแล้ว ก็สามารถนำรูปแบบที่ผู้วิจัยสังเคราะห์มาใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธิกา พ่วงแสง และหญิง มัทนัง (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึงตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึง

ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึง ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา ซึ่งรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนามาตรฐานการแปรรูปสินค้าเกษตรในรูปแบบนี้ประกอบไปด้วย การพัฒนาด้านการตลาด การสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้า และการพัฒนาศักยภาพด้านความสามารถของสมาชิกผู้ผลิต

4) ด้านมีระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน พบว่า การมีระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นการยอมรับและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดสากลและช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาด้านคุณภาพ ควรพัฒนาระบบตรวจสอบโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในการตรวจสอบคุณภาพ และวางแผนที่จะรับรองมาตรฐานจากองค์กรภายนอกเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นสามารถส่งออกขายต่างประเทศได้สอดคล้องกับของมีนระดา โคตรศรีวงศ์ (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้ำ อำเภอร่องเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทอผ้าไหม รวมถึงปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิมประสบความสำเร็จเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนามาตรฐานการแปรรูปสินค้าเกษตรในรูปแบบนี้ ประกอบไปด้วย ผู้นำกลุ่มมีความรับผิดชอบ เสียสละ สมาชิกกลุ่มมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้า และมีระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน

5) ด้านชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง พบว่าชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเพื่อเป็นการลดต้นทุน และ

ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถมีผลิตภัณฑ์ส่งลูกค้าได้ทันตามกำหนด และยังต้องมีการทำงานร่วมกันในการผลิต โดยที่ทุกคนในชุมชนมีบทบาทในการผลิตและการขาย รวมถึงการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีการประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนและตัดสินใจทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืน ทั้งนี้ในการที่ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเองจำเป็นต้องมีผู้ที่เสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อเป็นผู้นำในการจัดการในรูปวิสาหกิจชุมชนที่จริงจัง ทำให้เห็นประโยชน์ถึงการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของของทิพย์วรรณ จันทราและคณะ (2564) ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนากระบวนการวิสาหกิจชุมชนที่พบว่ารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนามาตรฐานการแปรรูปสินค้าเกษตรในรูปแบบนี้โดยยึดจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) ประกอบด้วย ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง กล่าวคือ เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือในชุมชนเอง แต่อย่างไรก็ดี คนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจมีการถือหุ้นได้ 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน กล่าวคือ ซึ่งบางครั้งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุดเพื่อความยั่งยืน และ 3) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล กล่าวคือ ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

6) หลักธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการที่ดี ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ และการจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียและต้นทุนที่ไม่จำเป็น อีกทั้งมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่างชัดเจน ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ลดความผิดพลาด และเพิ่มผลผลิต และยังมี การควบคุมคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนเป็นที่ยอมรับของลูกค้าทำให้เกิดความยั่งยืนของกลุ่มได้และยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และอนุรักษ์วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของท้องถิ่นอีกด้วยทั้งยังช่วยในการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการจากภายนอกได้ รวมไปถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งลูกค้า ผู้ลงทุน และหน่วยงานภาครัฐ จะมีความเชื่อมั่นในวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น เมื่อเห็นว่ามี การบริหารจัดการที่ดี สอดคล้องกับแนวคิด ธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552) กล่าวคือ กระบวนการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมและองค์กร ซึ่งการบริหารจัดการที่ดีนั้นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแต่ภาคภาครัฐ แต่ยังรวมถึงภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงผลกำไร และวิสาหกิจชุมชนด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญ์ชนกข์ ไทยเจริญ (2566) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การขาดความรู้ความเข้าใจในการ

บริหารงานวิสาหกิจชุมชน ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่หลากหลาย สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไม่ให้ความร่วมมือ การผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนที่สูง ขาดการส่งเสริมที่ดีและครอบคลุมจากภาครัฐ ขาดเงินทุนในการหมุนเวียน ขาดเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ คือ ด้านความร่วมมือของสมาชิกและการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน รัฐบาลต้องสนับสนุนในหลาย ๆ ด้าน และทักษะที่จำเป็น ต้องปรับปรุงกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัย ความช่วยเหลือด้านการตลาดจากภาครัฐ ปรับปรุงกระบวนการทำงานวิสาหกิจชุมชนให้มีความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ และการสร้างให้มีระบบสวัสดิการพื้นฐานสำหรับสมาชิกครอบครัว ด้านการดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่อง ด้านการพัฒนาคนรุ่นใหม่ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ด้านนโยบายรัฐ และด้านการตลาด และ 3) แนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การส่งเสริมการนำเทคโนโลยีใช้ในการดำเนินงาน พัฒนาศักยภาพและความรู้ผู้นำและคณะกรรมการการ สร้างความร่วมมือส่งเสริม

7) เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและบริการคือ 1) การวางแผนที่ดี มีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ เพราะช่วยให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างคุ้มค่า ลดความสูญเสียและข้อผิดพลาดในการผลิต สามารถจัดการเวลาและบุคลากรได้เหมาะสม ทำให้การผลิตและบริการมีความราบรื่นและสม่ำเสมอ ส่งผลให้ต้นทุนลดลงและผลลัพธ์มีคุณภาพมากขึ้น 2) การจัดระบบการทำงาน การจัดระบบการทำงานมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ เพราะช่วยให้

ขั้นตอนการทำงานเป็นระเบียบ ลดความซ้ำซ้อนและข้อผิดพลาด ประสานงานได้รวดเร็วขึ้น ส่งผลให้กระบวนการผลิตและบริการมีความราบรื่น ผลิตได้ตามเป้าหมาย และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า 3) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและบริการ เพราะช่วยลดต้นทุน ลดการสูญเสียของวัตถุดิบและพลังงาน ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ผลิตสินค้าได้มากขึ้นในต้นทุนที่ต่ำลง ส่งผลดีต่อกำไรและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว 4) การปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ การปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ เพราะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้า ลดการคืนสินค้าหรือการร้องเรียน สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด และช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

8) เพิ่มความเข้มแข็งของชุมชน 1. สร้างรายได้ให้กับสมาชิก มีความสำคัญต่อการเพิ่มความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน เพราะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิก สร้างแรงจูงใจในการร่วมมือกันพัฒนากิจการ ทำให้กลุ่มมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สามารถขยายธุรกิจและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชนได้ 2. สร้างความสามัคคีในชุมชน เป็นหัวใจสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน เพราะเมื่อคนในชุมชนมีความสามัคคีกันแล้ว จะส่งผลดีต่อวิสาหกิจชุมชนในหลายด้าน สมาชิกในชุมชนจะให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านกำลังกาย กำลังใจ และการบริโภคสินค้าหรือบริการของชุมชนเอง ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความมั่นคง 3. อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นเหมือนการเติมพลังให้วิสาหกิจชุมชนมีความ

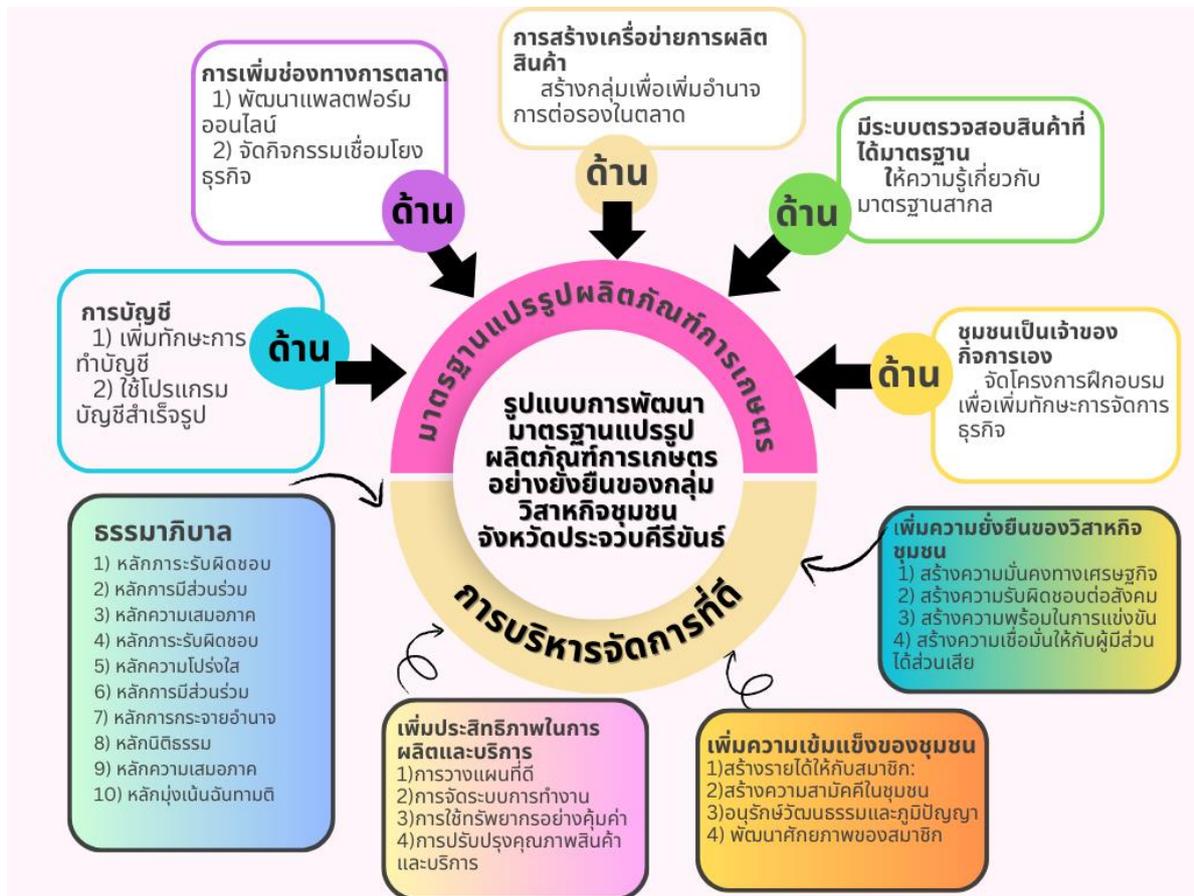
แข็งแกร่งมากขึ้น เพราะเอกลักษณ์ที่โดดเด่น การนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนมีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ซึ่งจะดึงดูดลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มมูลค่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการผลิต จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น สร้างความยั่งยืน การอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาเป็นการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่ลูกหลาน ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความยั่งยืนและดำเนินกิจการต่อไปได้ในระยะยาว สร้างความภาคภูมิใจ การได้ผลิตสินค้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ทำให้สมาชิกในชุมชนรู้สึกภาคภูมิใจในตัวตนและชุมชนของตนเอง ดึงดูดนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น จะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชุมชนและซื้อสินค้า ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน 4. พัฒนาศักยภาพของสมาชิก การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน เพราะเมื่อสมาชิกมีความรู้ความสามารถ ก็จะสามารถนำพาวิสาหกิจชุมชนให้เติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

9) เพิ่มความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดย 1. สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจเป็นกุญแจสำคัญในการทำให้วิสาหกิจชุมชนอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เมื่อวิสาหกิจชุมชนมีความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ ก็จะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนและประเทศชาติได้ในระยะยาว 2. สร้างความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจ

ชุมชน เพราะเมื่อวิสาหกิจชุมชนใส่ใจและดูแลสังคม ชุมชนก็จะให้การสนับสนุนกลับคืนมา ทำให้วิสาหกิจ เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนยิ่งขึ้น การสร้างความ รับผิดชอบต่อสังคมเป็นการลงทุนระยะยาวที่คุ้มค่า เพราะนอกจากจะช่วยเพิ่มความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจ ชุมชนแล้ว ยังช่วยสร้างสรรค์สังคมที่ดีขึ้นด้วย 3. สร้างความพร้อมในการแข่งขัน เป็นสิ่งจำเป็นอย่าง ยิ่งสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่จะอยู่รอดและเติบโตได้ใน ระยะยาว เพราะโลกปัจจุบันมีการแข่งขันสูง วิสาหกิจชุมชนจึงต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่ เสมอ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ เพราะจะช่วยให้อุตสาหกรรมชุมชนสามารถอยู่รอดและ

เติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว 4. สร้างความ เชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างความ เชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะ เป็นสมาชิกชุมชน ลูกค้า นักลงทุน หรือหน่วยงาน ภาครัฐ ถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความยั่งยืน ให้กับวิสาหกิจชุมชน เพราะเมื่อทุกฝ่ายมีความ เชื่อมั่นในวิสาหกิจชุมชน ก็จะเกิดความร่วมมือและ สนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้วิสาหกิจสามารถ ดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและเติบโตอย่างมั่นคง

สรุปเป็นแผนภาพดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบการพัฒนามาตรฐานแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ด้านการบัญชี

1.1) สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรสนับสนุนให้สมาชิกชุมชนเข้ารับการอบรมการทำบัญชีเบื้องต้น โดยเน้นให้ทุกคนในกลุ่มมีส่วนร่วมในการจัดการการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม มีปัญหาบางส่วนที่สมาชิกไม่ให้ความสนใจ จึงต้องการส่งเสริมให้ทุกครัวเรือนรวมกลุ่มและพัฒนาทักษะทางบัญชีร่วมกัน

1.2) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมีการส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีสำเร็จรูป เช่น โปรแกรม FlowAccount, โปรแกรมบัญชี RDSMEs ที่ช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น และใช้เทคโนโลยีคลาวด์เพื่อให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน สร้างความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลการเงิน

2) ด้านการเพิ่มช่องทางการตลาด

2.1) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เฉพาะสำหรับวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นพื้นที่ในการขายสินค้าและบริการ และช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้างให้กับสินค้าชุมชน

2.2) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรสร้างเครือข่ายการผลิตและการตลาดระหว่างวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากร รวมถึงจัดกิจกรรมเชื่อมโยงธุรกิจกับผู้ซื้อและผู้ผลิตรายใหญ่เพื่อขยายตลาดให้กับสินค้า

3) ด้านการสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้า

สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถช่วยส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสร้าง

เครือข่ายการผลิตและการตลาดเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง และสร้างกลุ่มเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาด

4) ด้านมีระบบตรวจสอบสินค้าที่ได้มาตรฐาน

สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรสนับสนุนการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรของวิสาหกิจชุมชน รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสากลที่จำเป็นสำหรับการเข้าสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เช่น การส่งออก

5) ด้านชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง

สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการจัดการธุรกิจให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะการสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการเป็นผู้บริหารในวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

6) ด้านธรรมาภิบาล

6.1) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานและการเงิน เพื่อให้สมาชิกทุกคนสามารถตรวจสอบได้อย่างโปร่งใสและเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

6.2) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรจัดทำคู่มือและมาตรฐานเกี่ยวกับธรรมาภิบาลที่ชัดเจนสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยเน้นหลักการมีส่วนร่วม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบ เพื่อให้การบริหารจัดการกิจการเป็นไปอย่างยุติธรรมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรเพิ่มทักษะทุกด้าน ทั้งด้านการผลิต การทำบัญชี การตลาดรวมถึงการสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตนให้มีประสิทธิภาพ

2) สำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับธรรมาภิบาลและหลักการ
บริหารจัดการที่ดี โดยจัดทำคู่มือและแนวทางการ
บริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาลและต้องมีการ
ตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานเพื่อให้แน่ใจว่า
มีการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลและการบริหาร
จัดการที่ดี ทั้งนี้การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่มี
ประสิทธิภาพมักต้องการความร่วมมือจากหลายภาค
ส่วน รวมถึงภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชน
เพื่อประสบความสำเร็จสร้างและผลลัพธ์ที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). *วิสาหกิจชุมชน*. เอกสารประกอบการสัมมนา. กรุงเทพฯ.
- ทิพย์วรรณ จันทรา และคณะ (2564). รูปแบบการพัฒนากระบวนการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการสังคมมนุษย์*, 11(1), 91 – 105.
- ธนัญชัชชนกข์ ไทยเจริญ. (2566). การพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ยั่งยืน. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, 10(1), 276 – 292.
- มินระดา โคตรศรีวงศ์. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จกรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้ำ อำเภอฟุ่่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด. *Veridian E-Journal*, 9(3), 1632 – 1645.
- เมทิกา พ่วงแสง และหญิง มัทนัง (2563). แนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึงตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(2), 55-66.
- วิสาหกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.(2565). *ประวัติ*. <https://tcps.tisi.go.th/public/certificatelist.aspx?province=77&provincename=%E0>.
- สำนักงานคลังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรมบัญชีกลาง. (2565). *คู่มือมาตรการให้บริการของสำนักงานคลังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สำนักงานคลังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). *คู่มือการจัดระดับการกำกับดูแลองค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี*. บริษัท พรีเมียร์ โพร จำกัด.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2554). *คู่มือการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน*. สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง ละมัย รมเย็น ภาวรินทร์ สวัสดิ์ไธสง พัทธนันท์ ชมภูนุช และลัดดาวัลย์ รมเย็น. (2562). สภาพปัญหา ความต้องการ คุณภาพชีวิต และรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(2), 230-240.

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาผลกระทบปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเสนอวิธีการในการลดผลกระทบเชิงลบและเพิ่มผลกระทบเชิงบวก รวมถึงศึกษาแนวทางการสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกในชุมชนและองค์กรภายนอกเพื่อความยั่งยืน
- 2) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน

หัวหน้าผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรี. (2565). รายงานผลการตรวจราชการแบบบูรณาการ การติดตาม
ตรวจสอบ และประเมินผล เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติเรื่อง การเพิ่มมูลค่าสินค้า
เกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖5 รอบที่ 2.

https://pmi.opm.go.th/inspect_main/uploadfilespdf.

Kotler and Armstrong (2013) *Principle of Marketing*. 15th Edition, Prentice Hall.

การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ และส่วนผสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

Product quality perception, service quality, and marketing mix affecting the decision to purchase specialized medical equipment for medical personnel in Eastern Economic Corridor

ยศกฤต เกิดสุข¹, ธนกฤต วงศ์มหาเศรษฐี²

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ¹,

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ²

Yosakit Kerdsuk¹, Thanakit Vongmahasetha²

Graduate Student, Master of Business Administration, Bangkok University¹

School of Business Administration, Bangkok University²

E-mail: thanakit.v@bu.ac.th^{1,2}

Received: October 1, 2024; Revised: March 18, 2025; Accepted: March 26, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) คุณภาพการบริการ และ 3) ส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางการแพทย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ Non probability sampling เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้คุณภาพ ได้แก่ ประสิทธิภาพ คุณสมบัติสินค้า ความทนทาน 2) คุณภาพการบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การรับประกัน การรับรู้ได้ ความเข้าใจ การตอบสนอง และ 3) ส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการรับรู้คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ และส่วนผสมทางการตลาด ร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก สามารถเขียนสมการทำนายได้ดังนี้

$$PQ. \hat{y} = 1.941 + .141(\text{Performance}) + .312(\text{Features}) + .122(\text{Durability}); R^2 = 0.227$$

$$SQ. \hat{y} = 1.911 + .179(\text{Reliability}) + .250(\text{Assurance}) + .159(\text{Tangibles}) - .162(\text{Empathy}) + .151(\text{Responsiveness}); R^2 = 0.226$$

$$\text{MK. } \hat{y} = 1.787 + .147(\text{Product}) + .173(\text{Price}) + .138(\text{Place}) + .151(\text{Promotion}); R^2 = 0.248$$

คำสำคัญ : การรับรู้คุณภาพ คุณภาพของบริการ ครุภัณฑ์ทางการแพทย์

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) The Influences of Perceived Product Quality 2) The Service Quality and 3) Marketing Mix on the decision to purchase specific medical equipment by medical personnel in the Eastern Economic Corridor. The questionnaire was used to collect data online from 400 medical personnel obtained by non probability sampling. Descriptive statistics were used to analyze data, and multiple regression analysis was used for hypothesis testing. The study revealed that the Perceived Product Quality, including Performance, Features, Durability, the Service Quality, including reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness, and Marketing Mix, including Product, Price, Place, Promotion, had influence on the decision to purchase specific medical equipment by medical personnel in the Eastern Economic Corridor with statistical significance at the .05 level. All Perceived Product Quality, Service Quality, and Marketing Mix factors together can predict decision on purchasing specific medical equipment by medical personnel in the Eastern Economic Corridor. The Predictive Equation could be constructed as follows:

$$\text{PQ. } \hat{y} = 1.941 + .141(\text{Performance}) + .312(\text{Features}) + .122(\text{Durability}); R^2 = 0.227$$

$$\text{SQ. } \hat{y} = 1.911 + .179 (\text{Reliability}) + .250(\text{Assurance}) + .159(\text{Tangibles}) - .162(\text{Empathy}) + .151(\text{Responsiveness}); R^2 = 0.226$$

$$\text{MK. } \hat{y} = 1.787 + .147(\text{Product}) + .173(\text{Price}) + .138(\text{Place}) + .151(\text{Promotion}); R^2 = 0.248$$

KEYWORDS: Perceived quality, Service quality, Medical equipment

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่รัฐบาลไทยได้กำหนดให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและส่งเสริมการลงทุนในหลายๆ ด้าน รวมถึงด้านการแพทย์ การ

พัฒนาทางด้านสาธารณสุขนับเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรองรับการเติบโตของประชากรและการพัฒนาทางเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดหาครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของทางการแพทย์และประชาชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC

ในปี 2566-2568 ตลาดครุภัณฑ์ทางการแพทย์มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่ามูลค่าการใช้จ่ายหน่วยเครื่องมือในประเทศจะเติบโตเฉลี่ย 5.5-7.0% ขณะที่มูลค่าส่งออกจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 6.5-7.5% ต่อปี จากปัจจัยหนุนหลายด้าน อาทิ อัตราการเจ็บป่วยที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากการเข้าสู่สังคมสูงวัย และการเกิดโรคอุบัติใหม่ การเติบโตของตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งไทยมีจุดแข็งด้านคำรักษาพยาบาลและคุณภาพการรักษาเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และกระแสการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันที่กำลังแพร่หลายโดยเฉพาะหลังวิกฤต COVID-19 รวมถึงความต้องการเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์การแพทย์ที่เพิ่มขึ้นในตลาดของไทยและที่สำคัญ คือ นโยบายภาครัฐส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติและศูนย์กลางการผลิตเครื่องมือแพทย์ในอาเซียน (นรินทร์ ต้นไพบูลย์, 2566)

ปัจจัยข้างต้นสะท้อนโอกาสการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในไทย ซึ่งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor - EEC) เป็นโครงการที่รัฐบาลไทยได้กำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและการลงทุนในพื้นที่ภาคตะวันออกซึ่งรวมถึงจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา เขต EEC มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดการลงทุนทั้งในและต่างประเทศและเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีสูง เช่น อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ เป็นต้น การพัฒนาทางการแพทย์ในเขตพิเศษภาคตะวันออก EEC จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีการสนับสนุนและพัฒนาทั้งในด้านบุคลากรทางการแพทย์และครุภัณฑ์ทางการแพทย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการให้บริการจัดการด้าน การแพทย์ให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

1. การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์: บุคลากรทางการแพทย์ต้องมีการตัดสินใจในการเลือกใช้ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้การรักษาคนไข้มีประสิทธิภาพ การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์

2. คุณภาพการบริการ: การให้บริการที่ดีจากผู้จัดจำหน่ายครุภัณฑ์ทางการแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษา การบริการหลังการขาย หรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อเวลา ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของบุคลากรทางการแพทย์

3. ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps): การตลาดประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตพิเศษภาคตะวันออก EEC โดยแต่ละปัจจัยมีความสำคัญ ผลิตภัณฑ์ (Product): ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ดีมีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ ราคา (Price): ราคาที่เหมาะสมและมีความคุ้มค่า สถานที่จัดจำหน่าย (Place): ความสะดวกในการเข้าถึงและการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพการส่งเสริมการขาย (Promotion): การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ เช่น การให้ข้อมูลกับบุคลากรทางการแพทย์ที่ชัดเจนและการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย

4. ด้วยปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางประชากร เศรษฐกิจ และสาธารณสุข ทำให้การจัดหาและเลือกใช้ครุภัณฑ์ทางการแพทย์กลายเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการลงทุนอย่างเข้มข้นในด้านการแพทย์ หากปราศจากความเข้าใจ

ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์โดยเฉพาะ ได้แก่ การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์คุณภาพการบริการ และส่วนผสมทางการตลาด อาจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ไม่เหมาะสม เช่น การจัดซื้ออุปกรณ์ที่ไม่มีคุณภาพ การเลือกใช้บริการจากผู้จำหน่ายที่ขาดความน่าเชื่อถือ หรือการกำหนดงบประมาณที่ไม่คุ้มค่า ซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการดูแลรักษาผู้ป่วย ความปลอดภัยในการใช้งาน รวมถึงต้นทุนทางเศรษฐกิจของหน่วยงานทางการแพทย์ ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ในบริบทของพื้นที่ EEC จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางนโยบาย การบริหารจัดการจัดซื้อ และการกำหนดมาตรฐานที่เหมาะสมกับการพัฒนาสาธารณสุขอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา
บุคลากรทางการแพทย์ที่สามารถตัดสินใจซื้อหรือเคยซื้อครุภัณฑ์แบบเฉพาะเจาะจงในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้จำนวน 400 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรม ทฤษฎีแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์แบบเฉพาะเจาะจง

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้จัดทำได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างบุคคลกรทางการแพทย์ที่อยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา

4. ขอบเขตด้านเวลา

การดำเนินการวิจัยด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการวิเคราะห์แล้วเสร็จระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567 - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC
2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC
3. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC
4. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการธุรกิจเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

ครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง คือ การจัดซื้อเครื่องมือแพทย์จำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ตาม GMDN (Global Medical Devices Nomenclature) ซึ่งเป็น ระบบการจัดหมวดหมู่ที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้มีการจัดหมวดหมู่ของเครื่องมือแพทย์ทั้งหมดที่ออกสู่ท้องตลาด ตามที่ นิยามไว้ในกฎระเบียบต่างๆ ของทางยุโรป โดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง มีการจัดซื้อไม่เกิน 500,000 บาทต่อครั้ง

บุคลากรทางการแพทย์ คือ กลุ่มบุคคลที่มีความรู้และทักษะทางการแพทย์ ทำหน้าที่ดูแลสุขภาพ รักษา ป้องกันโรค และฟื้นฟูสุขภาพของผู้ป่วย ประกอบด้วยแพทย์ พยาบาล เภสัชกร ทันตแพทย์ นักเทคนิคการแพทย์ นักกายภาพบำบัด นักรังสีการแพทย์ นักโภชนาการ ผู้ช่วยพยาบาล และนักจิตวิทยา

สมมติฐานของการวิจัย

1. การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC

2. คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC

3. ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC

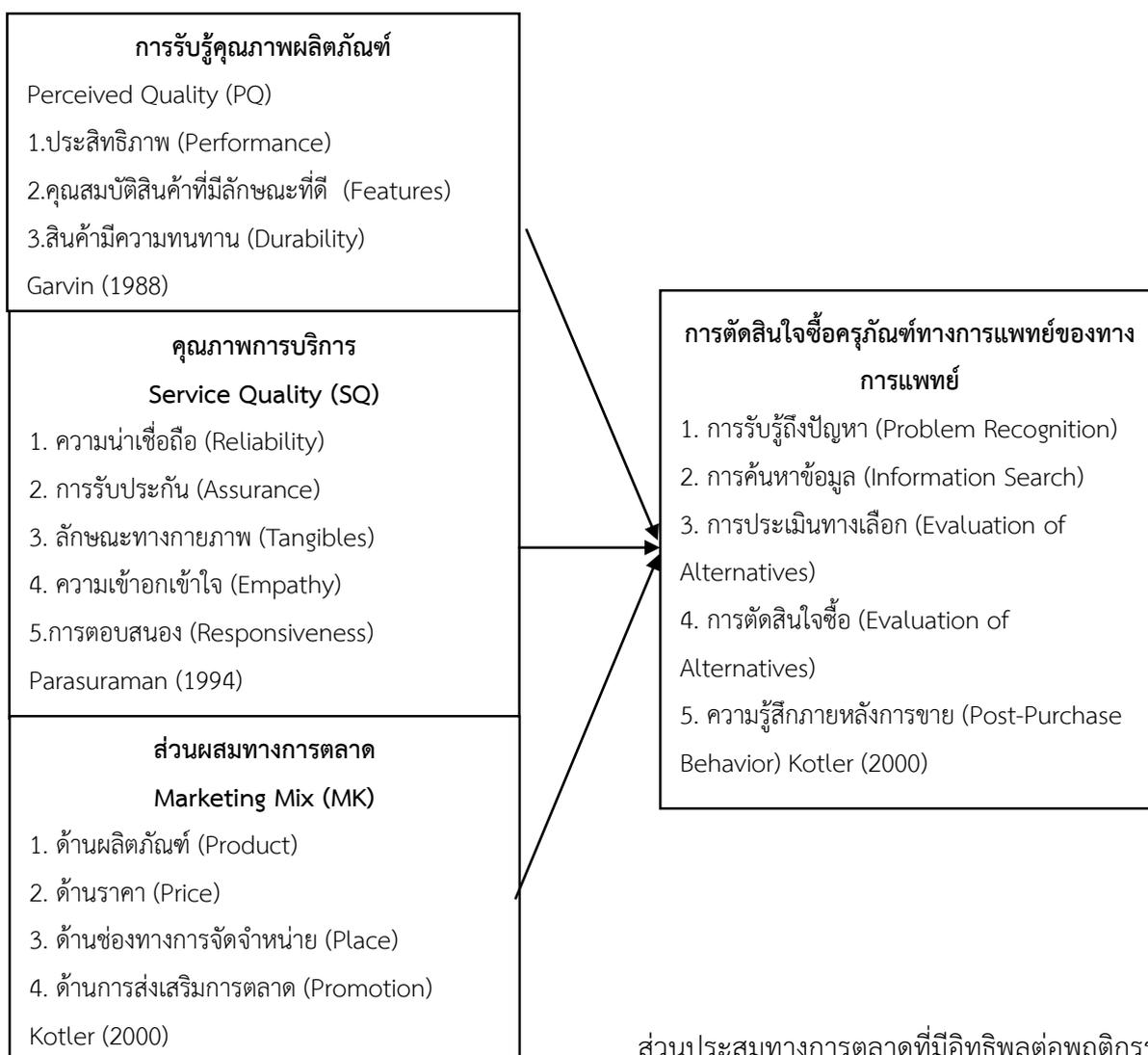
ทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยประชากรศาสตร์เป็นความแตกต่างกันของลักษณะ สถานภาพ ของบุคคลที่ ทำให้ความต้องการที่จะได้รับสิ่งตอบสนองต่าง ๆ แตกต่างกันไป ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวส่งผลต่อความต้องการที่แสดงออกต่อพฤติกรรมทั้งสิ้น (สุมัยยา นาคานาวา, 2564) Phillip Crosby (1979) กล่าวว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ คือ การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ (Need) และความคาดหวัง (Expectation) ของลูกค้า โดยสินค้าหรือบริการนั้นต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และยอมที่จะจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจ Kotler Phillip (2003) กล่าวว่าคุณภาพหมายถึงคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถก่อให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการจะมีคุณภาพได้นั้นขึ้นอยู่กับว่าสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภค จากบทความของ Garvin (1988) สรุปความได้ว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ด้านนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยมีการแบ่งออกเป็นคุณลักษณะของคุณภาพที่ขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์ด้านการใช้งาน ได้แก่ ด้านสมรรถนะ ด้านหน้าที่เสริม และด้านความทนทาน ส่วนคุณลักษณะของคุณภาพที่เกี่ยวกับบุคคล ได้แก่ สุนทรียภาพ ความสามารถในการให้บริการ และการรับรู้คุณภาพ และคุณลักษณะของคุณภาพที่เกี่ยวกับการผลิต Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1994, หน้า 111-124) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถูกนำไปใช้บ่อยที่สุดในการวัดคุณภาพการบริการ โดยมี

หลักการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าก่อนเข้ารับบริการกับการรับรู้คุณภาพที่ได้รับจริงของผู้บริโภคหลังการใช้บริการ (อ้างอิงจาก Gronroos, 1982; Lewis & Booms, 1983; และ Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)) Schiffman & Kanuk (1994, P.659) ได้ให้ความหมายของ “กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของ

ผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรม เหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

กรอบแนวคิด



ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลการศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจถึงผลกระทบของคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ และ

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่ง

สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้ใช้ในพื้นที่ดังกล่าว อันจะเป็น การส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ที่มีบทบาทในการตัดสินใจ เลือกซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้วิธีประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงจาก การศึกษาในอดีตของ ชญรรค์กร ทิพย์มณี (2559) และใช้ค่า Effect size ตามข้อเสนอของโปรแกรม G*Power โดยอ้างอิงจากแนวทางของ Cohen (2531) ซึ่งระบุว่า ค่า Square multiple correlation ในระดับปานกลางสามารถกำหนดค่า Effect size ได้ที่ 0.05 ส่งผลให้สามารถคำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมได้เท่ากับ 218 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่ม ความแม่นยำและลดความคลาดเคลื่อนของ ผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการช่วย เก็บ รวบรวมข้อมูลโดย แบบสอบถาม สร้างขึ้นจากการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่ง ออกได้เป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 การ

รับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 3 คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ จำนวน 21 ข้อ ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ จำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของทาง การแพทย์ จำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามเป็นแบบมาตร ส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มี รายละเอียดการให้คะแนนดังนี้ 1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น ในระดับ น้อยที่สุด 2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็น ในระดับน้อย 3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น

ในระดับปานกลาง 4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก 5 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความ คิดเห็น ในระดับมากที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ประเมินความเที่ยงของแบบสอบถามโดย ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติที่ใช้ใน การวัดความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ เพียงพอสำหรับการเก็บข้อมูลจริงการทดสอบ ดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นจำนวน n=30 คน ซึ่งเป็นบุคลากรทางการแพทย์ที่มีบทบาทใน การตัดสินใจเลือกซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบ เฉพาะเจาะจงในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคสำหรับแต่ละ

หมวดของแบบสอบถามอยู่ในช่วงระหว่าง 0.68 ถึง 0.78 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีระดับความเชื่อมั่นในระดับยอมรับได้ ทั้งนี้อ้างอิงจากเกณฑ์ของ Nunnally (1978) ซึ่งระบุว่าค่า Cronbach's Alpha ควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงถือว่ามี ความเชื่อมั่นที่เพียงพอสำหรับการวิจัยในสาขาสังคมศาสตร์ อย่างไรก็ตามในกรณีที่ค่าใกล้เคียง 0.70 และอยู่ในช่วง 0.60-0.70 ก็สามารถพิจารณาได้ว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และจัดทำแบบสอบถามสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรทางการแพทย์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการแจกจ่ายแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์

การดำเนินการเก็บข้อมูลประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การจัดเตรียมแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์และส่งให้กลุ่มตัวอย่าง
2. การกำกับและติดตามผลเพื่อให้มั่นใจว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนอย่างครบถ้วน
3. การตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ
4. การนำข้อมูลเข้าสู่ระบบวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์การทำงาน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage) รวมถึงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงผลข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรหลัก ได้แก่ การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ ส่วนผสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น และแปลผลตามเกณฑ์ของมัลลิกา บุณนาค (2548)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ และส่วนผสมทางการตลาด กับตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) การวิเคราะห์ดังกล่าวกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญของผลการทดสอบสมมติฐาน และประเมินว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับใด ซึ่งช่วยชี้ให้เห็นแนวโน้มและปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์ในพื้นที่ EEC

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 อาชีพพยาบาล จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,001 บาท จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ความคิดเห็นโดยภาพรวม ของการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก Perceived Quality (PQ) (\bar{X} = 4.48, SD = 0.258) ของคุณภาพของบริการ Service Quality (SQ) (\bar{X} = 4.50, SD = 0.234) ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (MK) (\bar{X} = 4.49, SD = 0.250) โดยพิจารณารายด้าน พบว่าระดับความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ความน่าเชื่อถือ (Reliability) (\bar{X} = 4.55, SD = 0.284) การตอบสนอง (Responsiveness) (\bar{X} = 4.52, SD = 0.311) คุณสมบัติสินค้าที่มีลักษณะที่ดี (Features) (\bar{X} = 4.51, SD = 0.340) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) (\bar{X} = 4.50, SD = 0.312) ผลิตภัณฑ์ (Product) (\bar{X} = 4.50, SD = 0.381) การรับประกัน (Assurance) (\bar{X} = 4.49,

SD = 0.308) ประสิทธิภาพ (Performance) (\bar{X} = 4.49, SD = 0.345) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) (\bar{X} = 4.49, SD = 0.320) ราคา (Price) (\bar{X} = 4.49, SD = 0.341) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) (\bar{X} = 4.47, SD = 0.336) การส่งเสริมการขาย (Promotion) (\bar{X} = 4.47, SD = 0.341) สินค้ามีความทนทาน (Durability) (\bar{X} = 4.39, SD = 0.405)

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้านการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .476 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .227 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 3 ตัวร่วมกัน พยากรณ์: การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากการทดสอบสถิติเดออร์บินวัตสัน พบว่าค่า Durbin-Watson Statistic = 1.873 ด้านคุณภาพของบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .475 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .226 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัวร่วมกัน พยากรณ์: การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากการทดสอบสถิติเดออร์บินวัตสัน พบว่าค่า Durbin-Watson Statistic = 1.967

และด้านส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .498 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .248 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 4 ตัว ร่วมกัน พยากรณ์: การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบ

เฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากการทดสอบสถิติเดอ์บินวัตสัน พบว่า ค่า Durbin-Watson Statistic = 1.975 ทั้งนี้ค่า Watson Statistic มีค่าใกล้ 2 หรืออยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 ซึ่งหมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันเป็นไปตาม เงื่อนไขของการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ตัวแปร	Mean	Std. Deviation	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
Decision	4.52	0.307	1											
Performance	4.49	0.345	.266**	1										
Features	4.51	0.340	.411**	.211**	1									
Durability	4.39	0.405	.262**	.206**	.195**	1								
Reliability	4.55	0.284	.403**	.139**	.683**	.234**	1							
Assurance	4.49	0.308	.380**	.265**	.894**	.302**	.669**	1						
Tangibles	4.50	0.312	.289**	.216**	.291**	.316**	.344**	.358**	1					
Empathy	4.47	0.336	.177**	.212**	.372**	.286**	.328**	.538**	.541**	1				
Responsiveness	4.52	0.311	.312**	0.049	.304**	.234**	.464**	.361**	.497**	.504**	1			
Product	4.50	0.381	.414**	0.079	.767**	.188**	.724**	.729**	.314**	.185**	.462**	1		
Price	4.49	0.341	.355**	.159**	.501**	.288**	.551**	.529**	.329**	.429**	.462**	.465**	1	
Place	4.49	0.320	.312**	.713**	.481**	.159**	.375**	.490**	.292**	.183**	.167**	.479**	.159**	1
Promotion	4.47	0.341	.352**	.518**	.544**	.313**	.357**	.540**	.301**	.263**	.214**	.433**	.321**	.298**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขต

พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ตัวแปรทั้ง 12 ตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่า 0.9 ซึ่งหมายความว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ตัวแปรการรับรู้คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ Perceived Quality (PQ)	การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ ทางการแพทย์แบบ เฉพาะเจาะจง			T	p-value	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	ค่าคงที่	1.941	.247				7.874
ประสิทธิภาพ (Performance)	.141	.041	.159	3.471	.001	.927	1.078
คุณสมบัติสินค้าที่มีลักษณะที่ดี (Features)	.312	.041	.346	7.565	.000	.932	1.074
สินค้ามีความทนทาน (Durability)	.122	.035	.162	3.533	.000	.934	1.071

a. Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง
R Square (R²) = 0.227 Adjust R Square (AR²) = 0.221 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.270
F = 38.766 p-value = .000^e

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่า t-test และค่า Sig ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น ตัวแปรด้านการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทั้ง 3 ด้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง และเมื่อพิจารณาจากค่าเบต้า (Beta) ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปของคะแนน

มาตรฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง คุณสมบัติสินค้าที่มีลักษณะที่ดี (Features) มากที่สุด รองลงมาคือด้านสินค้ามีความทนทาน (Durability) และด้านประสิทธิภาพ (Performance) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ตัวแปรคุณภาพของบริการ Service Quality (SQ)	การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ ทางการแพทย์แบบ เฉพาะเจาะจง			T	p-value	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	ค่าคงที่	1.911	.266				7.175
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	.179	.070	.166	2.572	.010	.471	2.125
การรับประกัน (Assurance)	.250	.067	.251	3.717	.000	.430	2.328
ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)	.159	.055	.162	2.901	.004	.632	1.583
ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy)	-.162	.057	-.178	-2.857	.005	.508	1.970
การตอบสนอง (Responsiveness)	.151	.057	.153	2.662	.008	.593	1.686

a. Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง

R Square (R^2) = 0.226 Adjust R Square (AR^2) = 0.216 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.271

F = 22.977 p-value = .000^e

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาค่า t-test และค่า Sig ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น ตัวแปรด้านคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง และเมื่อพิจารณาจากค่าเบต้า (Beta) ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐานพบว่า ปัจจัยการรับประกัน (Assurance) มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง มากที่สุด (Beta = .325) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (Beta = .193) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) (Beta = .193) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) (Beta = .193) และด้านความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) (Beta = .193)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (MK)	การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ ทางการแพทย์แบบ เฉพาะเจาะจง			T	p-value	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	ค่าคงที่	1.787	.255				7.018
ผลิตภัณฑ์ (Product)	.147	.046	.183	3.177	.002	.576	1.736
ราคา (Price)	.173	.045	.193	3.851	.000	.758	1.319
สถานที่จัดจำหน่าย (Place)	.138	.048	.144	2.858	.004	.753	1.328
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	.151	.044	.168	3.409	.001	.781	1.280

a. Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง
R Square (R²) = 0.248 Adjust R Square (AR²) = 0.241 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.267
F = 32.592 p-value = .000^e

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาจากค่า t-test และค่า Sig ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ตัวแปร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง และเมื่อพิจารณาจากค่าเบต้า (Beta) ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยราคา (Price) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง มากที่สุด (Beta = .325) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (Beta = .193) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Beta = .193) และด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) (Beta = .193)

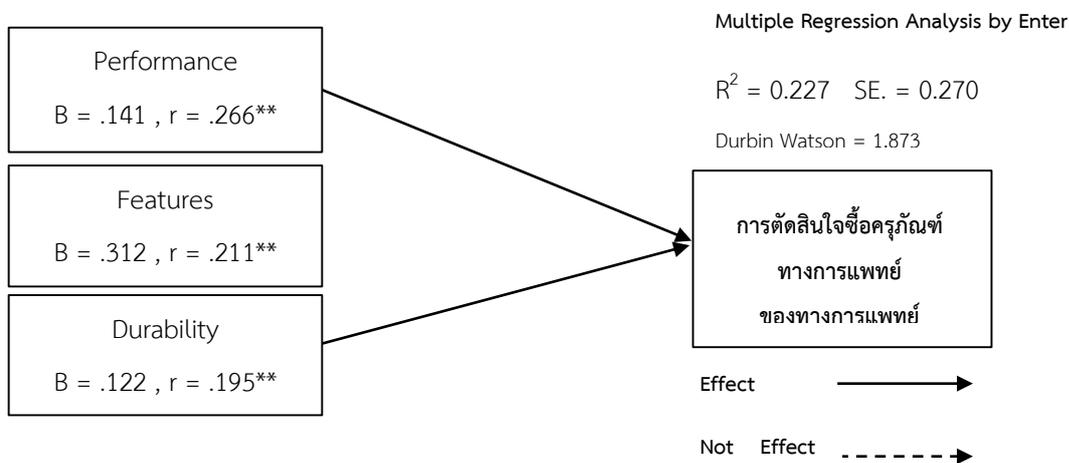
ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกณฑ์และตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 12 ตัวมี

ความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง ในการสร้างสมการพยากรณ์ ผู้วิจัยเลือกโมเดล 3 มาใช้ในการค้นหาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ตัวแปรด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ Perceived Quality (PQ) ประสิทธิภาพ (Performance) คุณสมบัติสินค้าที่มีลักษณะที่ดี (Features) สินค้ามีความทนทาน (Durability) ซึ่งส่งผลทางตรงเชิงบวก ความเป็นอิสระของตัวแปรทำนายทุกตัวแปร จำนวน 5 ตัวแปรด้านคุณภาพของบริการ ของความน่าเชื่อถือ (Reliability) การรับประกัน (Assurance) ลักษณะ

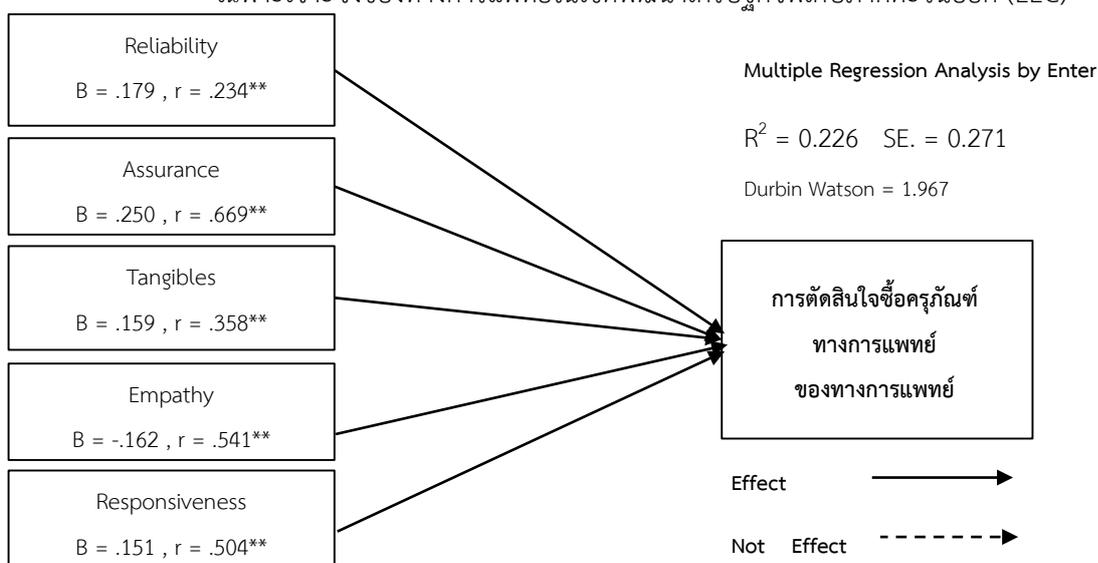
ทางกายภาพ (Tangibles) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) การตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งส่งผลทางตรงเชิงบวก ความเป็นอิสระของตัวแปรทำนายทุกตัวแปร จำนวน 4 ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งส่งผลทางตรงเชิงบวก

ความเป็นอิสระของตัวแปรทำนายทุกตัวแปร เมื่อพิจารณาค่า Tolerance ของตัวแปรทำนายแต่ละตัวแปรจะพบว่า ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่า Tolerance มากกว่า 0.1 ส่วนค่า Variance Inflation Factor หรือ VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Daoud, J. I., 2017) สามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ดังนี้

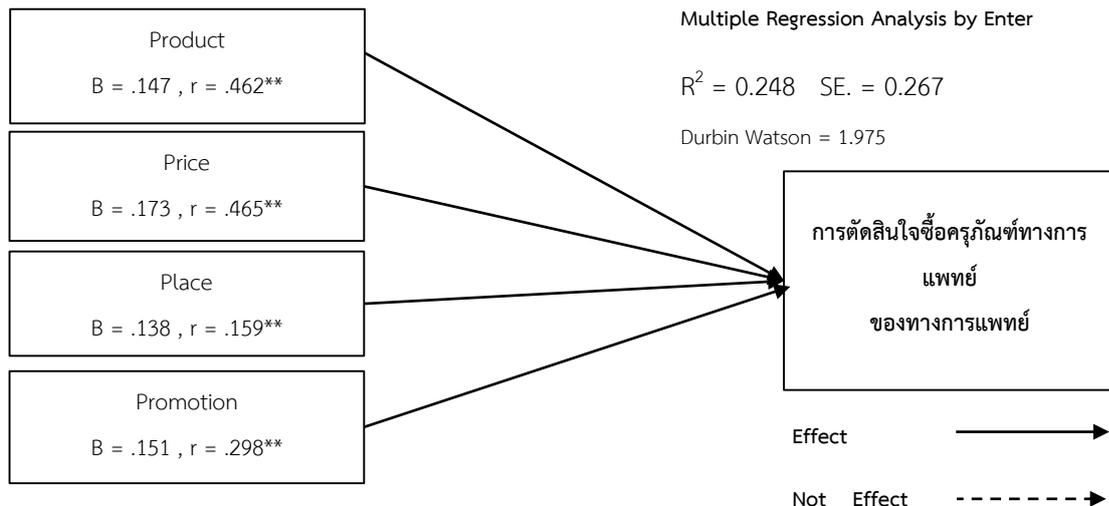
PQ. $\hat{y} = 1.941 + .141(\text{Performance}) + .312(\text{Features}) + .122(\text{Durability}); R^2 = 0.227$
 SQ. $\hat{y} = 1.911 + .179(\text{Reliability}) + .250(\text{Assurance}) + .159(\text{Tangibles}) - .162(\text{Empathy}) + .151(\text{Responsiveness}); R^2 = 0.226$
 MK. $\hat{y} = 1.787 + .147(\text{Product}) + .173(\text{Price}) + .138(\text{Place}) + .151(\text{Promotion}); R^2 = 0.248$



ภาพที่ 1 แสดงอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางารแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)



ภาพที่ 2 แสดงอิทธิพลของ คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของบุคลากรทางารแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)



ภาพที่ 3 แสดงอิทธิพลของ ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านประสิทธิภาพ (Performance) คุณสมบัติของสินค้า (Features) และความทนทาน (Durability) มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของบุคลากรในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

2. คุณภาพการบริการ ซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การรับประกัน (Assurance), ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles), ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์

3. ส่วนประสมทางการตลาด (Product, Price, Place, Promotion) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน

ผลการวิจัยสะท้อนว่า ทั้ง 3 ปัจจัยหลัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ในบริบทของพื้นที่ EEC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดลองสมมติฐานที่ 1 การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ Perceived Quality (PQ) ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพ (Performance) คุณสมบัติสินค้าที่มีลักษณะที่ดี (Features) สินค้ามีความทนทาน (Durability) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) สอดคล้องกับแนวคิดของ Crosby (1979) ที่มองว่าคุณภาพคือความสามารถในการปฏิบัติงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับมิติคุณภาพผลิตภัณฑ์ของ Garvin (1988) ที่ประกอบด้วย สมรรถนะ ความทนทาน และการรับรู้คุณภาพ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Aaker (1991) ที่ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์และความสามารถในการแข่งขันของตราสินค้า ทั้งนี้ ผลการวิจัยของ ชญรรค์กร ทิพย์มณี (2559) ที่ศึกษาความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในเขตภาคใต้ ก็สนับสนุนว่าการรับรู้คุณภาพมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อในกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องระหว่างบริบทพื้นที่และกลุ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง เช่น ครุภัณฑ์ทางการแพทย์

ผลการทดลองสมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพของบริการ Service Quality (SQ) ซึ่งครอบคลุม 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การรับประกัน (Assurance), ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles), ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของบุคลากรในพื้นที่ EEC ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิด SERVQUAL ที่พัฒนาโดย Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1994) โดยเน้นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและคุณภาพที่ได้รับจริงหลังการใช้บริการ Kotler (2006) ยังเสนอว่าการบริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวังได้เท่ากับหรือสูงกว่าจะส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ข้อมูลเชิงประจักษ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทราญขวัญพรประเสริฐผล (2565) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน

ในช่วงการระบาดของโควิด-19 โดยพบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการรับประกันและการตอบสนองอย่างทันท่วงที

ผลการทดลองสมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (MK) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจงของทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (MK) ทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion) ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ที่มองว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่องค์กรสามารถควบคุมได้ และควรใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปารณีย์ รุ่งเรือง และจุล ธนศรีวิเศษชัย (2562) ที่พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความคาดหวังของบุคลากรทางการแพทย์มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งสนับสนุนผลการวิจัยในครั้งนี้ทั้งในด้านกลยุทธ์การตั้งราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ในด้านประสิทธิภาพ ความทนทาน และคุณสมบัติที่สอดคล้องกับการใช้งานจริง ตลอดจนควรจัดให้มีบริการหลังการขายที่ครอบคลุมและรวดเร็ว รวมถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบผสมผสาน (4Ps) ที่เหมาะสมกับบริบทการแข่งขันในพื้นที่ EEC

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีมาตรฐานกลางสำหรับการจัดซื้อ

ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ และสนับสนุนผู้ประกอบการภายในประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดผ่านมาตรการด้านภาษีหรือการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ความไว้วางใจในตราสินค้าหรือความเสี่ยงที่รับรู้ ตลอดจนเปรียบเทียบผลการวิจัยในพื้นที่อื่นนอกเหนือจาก EEC เพื่อให้ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชญรรค์กร ทิพย์มณี. (2559). *การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2566). *แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ปี 2566-2568*. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/other-industries/medical-devices/io/medical-devices-2023-2025>
- มัลลิกา บุนนาค. (2548). *สถิติเพื่องานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช, และปริญ ลักษิตานนท์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สมัยยา นาคานาวา. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. Free Press.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is free: The art of making quality certain*. McGraw-Hill.
- Daoud, J. I. (2017). Multicollinearity and regression analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 949(1), 012009. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/949/1/012009>.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing quality: The strategic and competitive edge*. Free Press.
- Gronroos, C. (1982). *Strategic management and marketing in the service sector*. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). Upper Saddle River, Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, Pearson Prentice Hall.

- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). *The marketing aspects of service quality*. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging perspectives on services marketing* (pp. 99–107). IL: American Marketing Association.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111–124.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs. Prentice Hall.

ยุทธศาสตร์การพัฒนางองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของกองพลทหารราบที่ 11

Strategies for developing the organization into a high-performance organization of the 11th Infantry Division

ป๋องรัฐ แยมงามเรียบ¹, นิตยา ลินเฮาว์², ขจรศักดิ์ เจ้ากรมทอง³

สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต^{1,2,3}

Pongrat Yamngamriab¹, Nittaya Sintao², Kajohnsak chaokromthong³

Public Policy and Management, Kasem Bundit University^{1,2,3}

E-mail: tigerded@gmail.com^{1,2,3}

Received: April 10, 2025; Revised: May 22, 2025; Accepted: June 9, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกองพลทหารราบที่ 11, 2) ศึกษาการจัดการความรู้และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐตามแนวทาง PMQA 4.0 และ 3) กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา พล.ร.11 สู่การเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากเอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งของกองพลทหารราบที่ 11 ได้แก่ โครงสร้างที่ยืดหยุ่น กำลังพลมีคุณภาพ และ การใช้เทคโนโลยี จุดอ่อนคือความไม่พร้อมของบางหน่วยงาน งบประมาณจำกัด และการพึ่งพาบุคคล โอกาสได้แก่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ขณะที่ภัยคุกคามคือการเมืองและภัยไซเบอร์ ด้านการจัดการความรู้ พบว่ากำลังพลมีความเชี่ยวชาญและถ่ายทอดองค์ความรู้ แต่ยังขาดวิสัยทัศน์ร่วม การคิดเชิงระบบ และการมองโลกตามความเป็นจริง ด้าน PMQA 4.0 องค์กรมีพัฒนาการในหลายด้าน มีข้อจำกัดด้านวิสัยทัศน์และการบริหารทรัพยากรไม่ทั่วถึง ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์คือมุ่งเน้นแนวทางองค์กรสมรรถนะสูง (HPO) ได้แก่ การมุ่งผลลัพธ์ การปรับตัว ภาวะผู้นำ การใช้เทคโนโลยี การบริหารบุคลากร และวัฒนธรรมองค์กรที่ยืดหยุ่น

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์องค์กร, ขีดสมรรถนะสูง, การจัดการความรู้, ระบบราชการ 4.0, SWOT

Abstract

This qualitative study aimed to 1) analyze the internal and external environment of the 11th Infantry Division (11th ID), 2) examine knowledge management and public sector management development under the PMQA 4.0 framework, and 3) formulate strategies to develop the 11th ID into a high-performance organization. Data were collected through documentary analysis, participatory observation, focus groups, and in-depth interviews with executives and personnel, then analyzed collected data using content analysis. Findings showed that the division's strengths included a flexible structure, skilled personnel, and the use of modern technology. Weaknesses

included limited readiness of some units, budget constraints, and dependency on individuals rather than systems. Opportunities included technological advancements and collaboration with external agencies, while threats involved political scrutiny and cyber risks. Regarding knowledge management, personnel exhibited specialized expertise and share knowledge, but challenges remained in building a shared vision, systems thinking, and realistic perspectives. Under PMQA 4.0, the division has progressed in leadership, strategic planning, personnel development, stakeholder focus, and performance orientation. Yet, issues such as unclear vision and uneven resource allocation persist. The study proposed strategic directions to be aligned with the High Performance Organization (HPO) model, emphasizing result-based management, adaptability, leadership cultivation, effective personnel utilization, and an organizational culture that supports continuous development and resilience to change.

KEYWORDS: Organizational strategy, high-performance organization, knowledge management, Public Administration 4.0, SWOT

บทนำ

องค์กรภาครัฐถือเป็นตัวแทนของรัฐบาลและประเทศในฐานะองค์กรขนาดใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญต่อความมั่นคงและการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การบริหารจัดการประเทศ การแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย จำเป็นต้องอาศัย “ การพัฒนาองค์กร ” (Organizational Development: OD) อย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วจากปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายสาธารณะ ความมั่นคงทางทหาร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระบบราชการ

แนวคิดการพัฒนาองค์กร (OD) เป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โครงสร้าง วัฒนธรรม และระบบขององค์กร โดยใช้หลักวิทยาศาสตร์พฤติกรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มประสิทธิภาพในการบรรลุพันธกิจ (French & Bell, 1999) ซึ่งการพัฒนาองค์กรภาครัฐในปัจจุบันต้อง

สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) ที่เน้นผลสัมฤทธิ์ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อประชาชน

ในบริบทของประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้พัฒนาแนวทางการประเมินและพัฒนาองค์กรภาครัฐโดยใช้กรอบแนวคิด PMQA 4.0 (Public Sector Management Quality Award 4.0) ซึ่งยกระดับจากกรอบ TQA (Thailand Quality Award) โดยเน้นการพัฒนาองค์กรให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล มีความคล่องตัว โปร่งใส และสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม กรอบแนวคิดของ PMQA 4.0 ครอบคลุม 7 หมวด ได้แก่

1. การนำองค์กร
2. การวางแผนยุทธศาสตร์
3. การมุ่งเน้นผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. การวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้
5. การมุ่งเน้นบุคลากร

6. การจัดการกระบวนการ และผลลัพธ์การดำเนินงาน

PMQA 4.0 จึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือประเมินผล แต่เป็นกรอบทฤษฎีที่สะท้อนองค์ความรู้ร่วมสมัย (State of the Art) ด้านการบริหารภาครัฐที่บูรณาการการจัดการเชิงยุทธศาสตร์กับแนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่ “ระบบราชการ 4.0” อย่างเป็นรูปธรรม

กองพลทหารราบที่ 11 (พล.ร.11) เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญด้านความมั่นคงและการสนับสนุนภารกิจภาครัฐในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ตาม หน่วยยังเผชิญกับข้อจำกัดหลายประการ เช่น วัฒนธรรมองค์กรที่ยังไม่ลงตัว ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และขีดความสามารถของกำลังพลที่ยังต้องพัฒนา โดยเฉพาะในด้านการปฏิบัติการร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ยุทธโศปกรณ์ใหม่อย่างยานเกราะ Stryker

การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่ การพัฒนากำลังพล การปรับปรุงยุทธวิธี การใช้เทคโนโลยีในภารกิจทางทหาร เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างศักยภาพของกองพลทหารราบที่ 11 และหน่วยงานอื่น ๆ ในกองทัพไทย ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับการบริหารจัดการ การวางแผนยุทธศาสตร์ และการพัฒนากำลังรบให้พร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคต นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังสามารถเป็นต้นแบบสำหรับหน่วยงานอื่น ๆ ของกองทัพไทยในการพัฒนานโยบายและแนวทางการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของกองทัพไทยโดยรวม ตอบสนองต่อภารกิจด้านความมั่นคงได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ของกองพลทหารราบที่ 11

2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการความรู้ และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) ในการขับเคลื่อนไปสู่ยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง

3. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร (SWOT) ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยคุกคามของกองพลทหารราบที่ 11 สามารถนำไปปรับปรุง และพัฒนาการปฏิบัติงานของกองพลทหารราบที่ 11 ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนำไปสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง

2. ได้ยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของ ในการขับเคลื่อนภารกิจด้านความมั่นคง ให้เกิดความมั่นคงและความสงบสุขของชาติ

3. ช่วยให้หน่วยงานมีข้อมูลเชิงลึกสำหรับการกำหนดนโยบายและการปรับปรุงยุทธศาสตร์ในระยะยาว และสามารถใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาพัฒนากองทัพในกองพลอื่น ๆ เช่น หน่วยกองพลทหารราบที่ 2 รักษาพระองค์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้กำหนดวิธีการศึกษา โดย *การศึกษาเอกสาร* ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การพัฒนา แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และแนวคิดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ

ภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Observation) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT) การจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในประเด็นการวิเคราะห์การจัดการความรู้ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ (In-depth Interview) ในประเด็นการบริหารจัดการภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) เพื่อขับเคลื่อนให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ทั้งหมด มากำหนดเป็นแนวทางเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม วิเคราะห์การเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของกองพลทหารราบที่ 11 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 15 คน

2. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ตัวแทนผู้บังคับบัญชาระดับสูง ผู้บัญชากองพลเสนาธิการกองพล ผู้บังคับการกรม และผู้บังคับกองพัน รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทำการศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา ผลการวิจัย วิทยานิพนธ์ต่าง ๆ แล้วจัดทำแบบประชุมกลุ่มและแบบสัมภาษณ์เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1 แบบสังเกตอย่างมีส่วนร่วม เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ของกองพลทหารราบที่ 11

2 แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แบบมีโครงสร้าง โดยใช้ประเด็น ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1 เก็บข้อมูลจากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) ผู้วิจัยเข้าร่วมกิจกรรมของกองพลทหารราบที่ 11 ทั้งการฝึกหมู่ตอนหมวดฝึกภาคกองร้อย ฝึกภาคกองพัน อย่างใกล้ชิด เช่น การฝึกภาคสนามและการประชุมวางแผนงานการฝึกประจำปี การฝึกร่วมกับทหารไทยและทหารสหรัฐฯ (HUMAN GUARDIAN) และ การ รั บ มี อ ก บั สถานการณ์จำลองที่ซับซ้อน จากนั้นหลังเสร็จสิ้นการฝึกหรือกิจกรรมต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ร่วมการทบทวนหลังปฏิบัติ (After Action Review - AAR) โดยได้ร่วมวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภัยคุกคาม และแนวทางการปรับปรุงเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาแผนการฝึก พัฒนาแนวทางการบริหารงาน และปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับภารกิจใหม่ของกองพล นอกจากนี้ ผู้วิจัยก็นำข้อมูลดังกล่าว ไปสังเคราะห์และกำหนดประเด็นในการสนทนากลุ่ม และสัมภาษณ์เชิงลึกด้วย

2. เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในประเด็นการจัดการความรู้ด้วยการสนทนาแบบออนไลน์ ระยะเวลา 9.00 – 16.00 น. โดยมีเข้าร่วมประชุมกลุ่มทั้งหมด 15 คน

3. เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview) เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ในประเด็นการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง ด้วยการเข้าสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว คนละประมาณ 1-2 ชม. จำนวน 9 คน

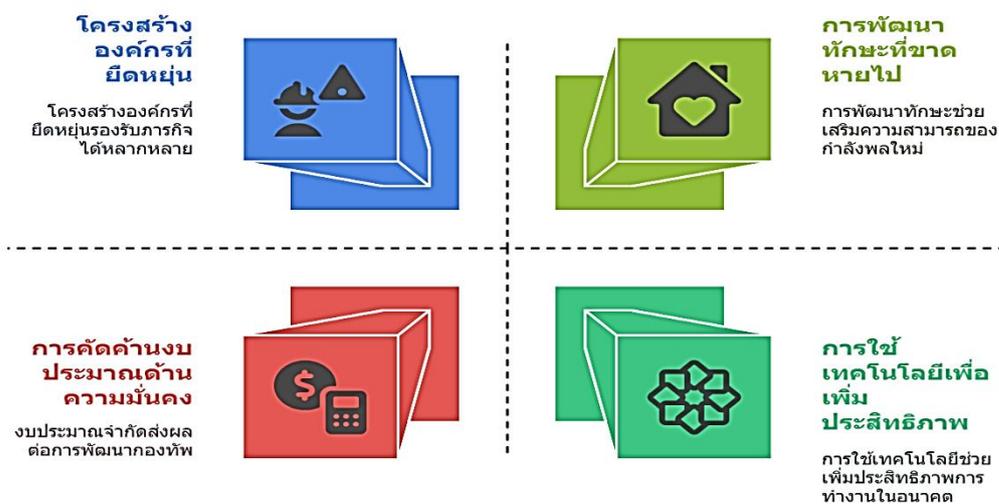
การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
2. จำแนกและจัดระบบข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและ จัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้ด้วยการใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจำแนกถ้อยคำ หรือข้อความที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น แล้วนำมาตีความ สังเคราะห์ และวิเคราะห์ด้วยหลักแห่งเหตุผล สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction Analysis) อภิปราย ถึงข้อเท็จจริงที่ค้นพบตามสภาพการณ์ ปรากฏการณ์ ความสัมพันธ์ และประเด็นสำคัญ เพื่อตอบคำถามการศึกษา

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT ของกองทัพอากาศที่ 11

2. วิเคราะห์การจัดการความรู้ และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) ในการขับเคลื่อนไปสู่ยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงซึ่งสรุปประเด็นสำคัญจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกำลังพลภายในกองพลทหารราบที่ 11 โดยมีประเด็นที่หลากหลาย

1 .สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ของกองพลทหารราบที่ 11

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ของกองพลทหารราบที่ 11 ซึ่งพบว่ามี จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ตามที่กล่าวมา ได้สรุปเป็นภาพ ดังภาพที่ 4.1 จากนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด ทฤษฎี การจัดการความรู้ และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) นำเสนอในภาพที่ 4.1 และนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงดังภาพที่ 1

ครอบคลุมทั้งด้านบวกและข้อจำกัดที่ต้องนำมาพิจารณาในการวางยุทธศาสตร์พัฒนาองค์กร

ประเด็นแรกที่ปรากฏชัด คือ ความตระหนักถึงความสำคัญของ “การมีเป้าหมายร่วม” และ “ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่” ของกำลังพลทุกระดับ โดยผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า การที่บุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจร่วมกันถึง

ภารกิจหลักของหน่วยงาน จะส่งผลต่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการทำงาน และนำไปสู่ประสิทธิภาพในภาพรวมขององค์กร ซึ่งความเข้าใจดังกล่าวควรได้รับการปลูกฝังอย่างต่อเนื่อง ผ่านการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และการฝึกอบรมที่เน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ อีกประเด็นสำคัญ คือ การพัฒนาขีดสมรรถนะของบุคลากร โดยเฉพาะในด้านการคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์สถานการณ์ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งกำลังพลระดับปฏิบัติการยังคงขาดประสบการณ์และทักษะในด้านเหล่านี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นการรับคำสั่งและการปฏิบัติตาม มากกว่าการคิดวิเคราะห์หรือการมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน ทำให้เกิดข้อจำกัด

ในการพัฒนาองค์ความรู้ภายในตัวบุคคลและองค์กรโดยรวม

นอกจากนี้ กลุ่มสนทนายังได้เสนอแนวทางที่น่าสนใจในการสร้างระบบการเรียนรู้ภายในหน่วยงาน เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้อง การจัดเวทีเสวนาภายใน หรือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อสนับสนุนการจัดการความรู้ ทั้งนี้ยังมีข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงระบบแรงจูงใจภายในองค์กร เพื่อกระตุ้นให้กำลังพลมีแรงผลักดันในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการยกย่องชมเชย การสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ หรือการสนับสนุนให้เข้ารับการศึกษาและฝึกอบรมเพิ่มเติม ดังภาพที่ 2



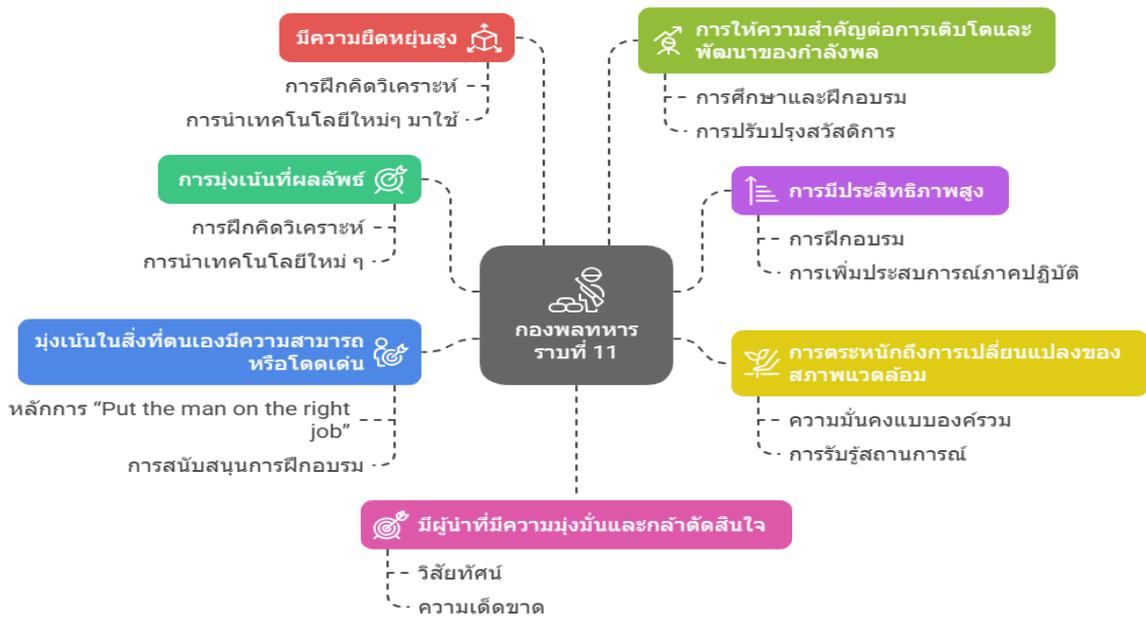
ภาพที่ 2 สรุปการสนทนากลุ่ม

ในส่วน of ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเข้าใจตรงกันว่าองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง คือ องค์กรที่มีเป้าหมายชัดเจน มีระบบการทำงานที่ยืดหยุ่นแต่มีระเบียบแบบแผน สามารถปรับตัวได้ต่อการเปลี่ยนแปลง

และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญคือมีบุคลากรที่มีศักยภาพสูง ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ และจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อการกิจของตนเองและองค์กร นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้นำในระดับต่าง ๆ ที่สามารถสื่อสารวิสัยทัศน์

ถ่ายทอดกลยุทธ์ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมงาน รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการทำงานเป็นทีมอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในระดับผู้บังคับบัญชาที่ถูกรับรองว่าเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า นอกจากนี้ หลายเสียงสะท้อนถึงบทบาทของเทคโนโลยีและการจัดการความรู้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเสริมสร้างขีด

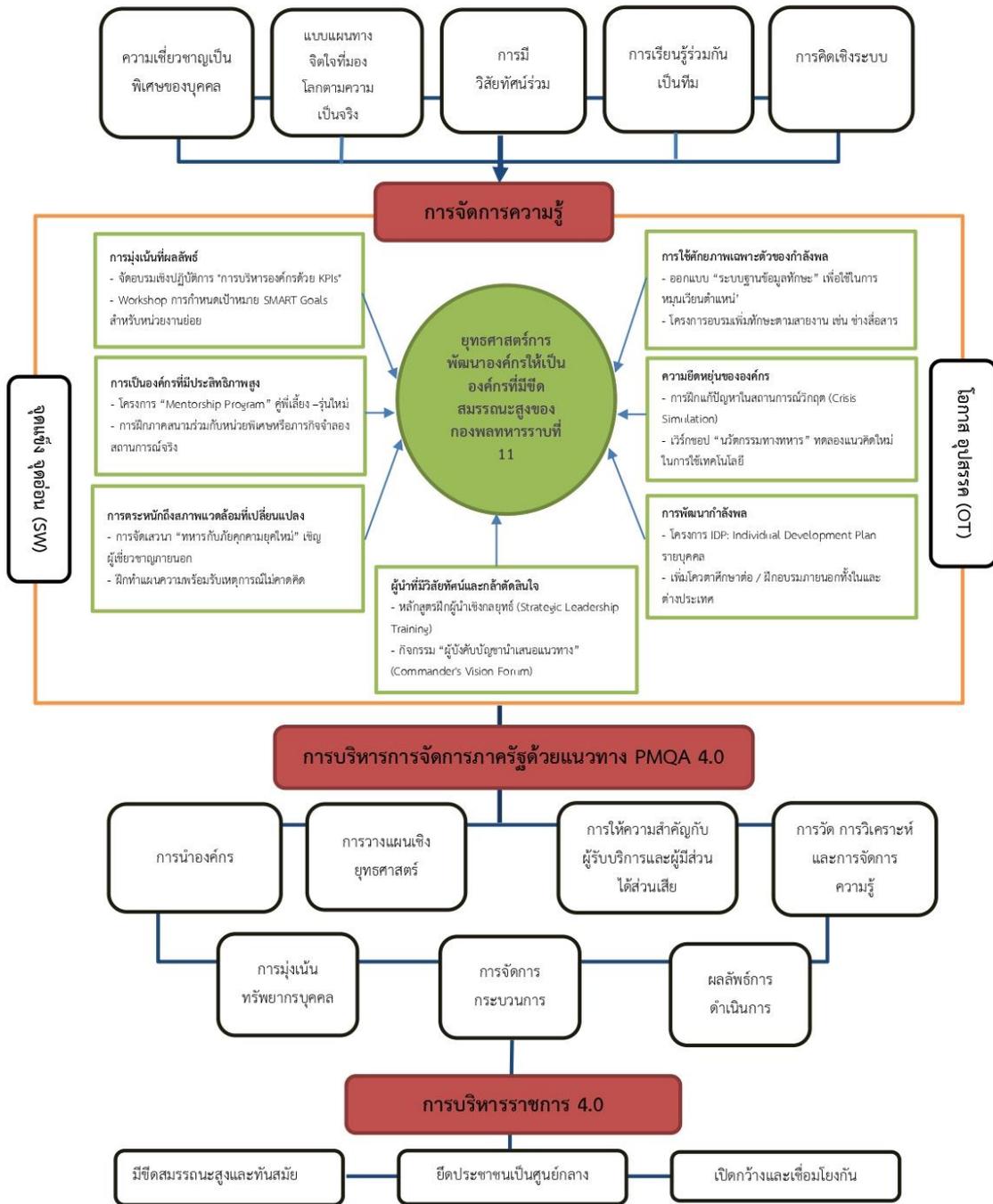
สมรรถนะ โดยมองว่าองค์กรควรมีระบบสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ ตลอดจนมีระบบการเรียนรู้ภายในที่เอื้อต่อการถ่ายทอดประสบการณ์จากรุ่นสู่รุ่น และการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องของบุคลากรในทุกระดับตั้งภาพประกอบที่ 3



ภาพที่ 3 สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง จากผลการวิจัยเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนากองครให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของ กองพลทหารราบที่ 11 มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ของกองพลทหารราบที่ 11 2) เพื่อวิเคราะห์การจัดการความรู้ และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ

ภาครัฐสู่ระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) ในการขับเคลื่อนไปสู่ยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง และ 3) เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากองพลทหารราบที่ 11 ให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ควบคุมองค์ประกอบทั้งหมด โดยจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์ดัง Infographic ภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนางค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของกองพลทหารราบที่ 11

อภิปรายผล

กองพลทหารราบที่ 11 มุ่งเน้นผลลัพธ์อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และการจัดการความรู้ (KM) เพื่อให้เข้าใจ

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค องค์ประกอบสำคัญที่เสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กร ได้แก่ โครงสร้างที่ยืดหยุ่น กำลังพลที่มีทักษะสูง และการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งนี้ การพัฒนาระบบบริหาร

จัดการด้วยแนวทาง PMQA 4.0 ช่วยให้หน่วยงานมีมาตรฐาน โปร่งใส และสามารถติดตามผลลัพธ์ได้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการขององค์กรสมรรถนะสูง (HPO) ที่เน้นเป้าหมายชัดเจน ระบบประเมินผล และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ André A. de Waal (2012) ที่กล่าวถึงองค์กรสมรรถนะสูง (HPO) ซึ่งต้องมีทิศทางชัดเจน เป้าหมายเป็นรูปธรรม และใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสม เช่นเดียวกับงานของนิศากร จิตแสวง (2560) และดุชนีย์ ยศทอง (2561) ที่ชี้ว่าองค์กรที่มีเป้าหมายชัดเจน ใช้ KPIs และมีการประเมินผลต่อเนื่อง จะสามารถปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพได้อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นแนวทางที่กองพลนำมาใช้ในการพัฒนาการบริหารจัดการ

การปรับตัวเข้าสู่ระบบราชการ 4.0 เป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกองพล โดยมุ่งเน้นการเปิดกว้าง การเชื่อมโยงข้อมูล และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการต่างประเทศและงานวิจัยในประเทศที่ชี้ว่าองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงต้องสามารถเรียนรู้ ปรับตัว และใช้ข้อมูลในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง และการฝึกอบรมกำลังพลให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ใหม่ ๆ ยังเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาองค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ André A. de Waal (2012) ที่กล่าวว่าองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงต้องปรับปรุงโครงสร้างระบบ และพฤติกรรมของบุคลากร Linda Holbeche (2005) และ John Kello (2007) กล่าวว่า HPO ต้องเรียนรู้ ปรับตัว และวางแผนเชิงยุทธศาสตร์สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง Kotter & Heskett (1992) กล่าวว่าองค์กรประสิทธิภาพสูงต้อง

มีโครงสร้างที่เหมาะสม ผู้นำที่เข้มแข็ง และวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง Ikmal Rashmy Ismail (2022) กล่าวว่า ต้องมีระบบประเมินผลผู้นำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารได้อย่างยืดหยุ่นและตอบสนองต่อสถานการณ์

การใช้จุดแข็งขององค์กรเป็นฐานในการพัฒนา เช่น ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ช่วยให้กองพลสามารถรักษาความเป็นผู้นำในด้านการทหารได้อย่างต่อเนื่อง การจัดการความรู้ การฝึกอบรม และการเรียนรู้ร่วมกันภายในหน่วย ล้วนส่งเสริมให้กำลังพลสามารถพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มที่ และสามารถตอบสนองต่อความท้าทายของสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานของ Brunyé et al. (2020) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการตระหนักรู้สถานการณ์ การตัดสินใจ และการทำงานเป็นทีมในบริบททางทหาร ซึ่งต้องอาศัยการฝึกอบรมที่ต่อเนื่อง และกนิษฐา ฐิติวัฒนา (2565) ที่ใช้ SWOT Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อพัฒนาศักยภาพการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ของผู้บังคับบัญชาในระดับสูง

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของ กองพลทหารราบที่ 11 ได้ข้อค้นพบจากการวิจัยสามารถนำมากำหนดเป็นข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) บูรณาการการจัดการความรู้ (KM) เข้ากับแผนยุทธศาสตร์และกำหนดให้การจัดการความรู้ (KM) เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาองค์กรทหารอย่างเป็นระบบ เพื่อขับเคลื่อนสู่ HPO บรรลุ KM ไว้ในแผนพัฒนาและประเมินผลรายปีของหน่วย

2) เสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ในองค์กร ส่งเสริมให้ผู้บังคับบัญชาในทุกระดับเป็นผู้นำในการเรียนรู้ เป็นแบบอย่างในการแลกเปลี่ยนความรู้ และการพัฒนาตนเอง

3) กำหนดมาตรฐานการพัฒนาสมรรถนะตามแนวคิด Competency-based จัดตั้งเกณฑ์กลางด้านสมรรถนะหลักของแต่ละตำแหน่งในกองทัพ และนำไปใช้กับการพัฒนาและประเมินผลกำลังพลอย่างต่อเนื่อง

4) สร้างแรงจูงใจเพื่อสนับสนุน KM โดยจัดให้มีระบบรางวัล ประกาศเกียรติคุณ และการเติบโตในสายอาชีพสำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้

5) เปิดรับความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก สนับสนุนความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานพลเรือน มหาวิทยาลัย หรือองค์กรพันธมิตรทางทหาร เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) จัดตั้งเวที KM Café หรือ KM Forum ภายในหน่วย ใช้เป็นพื้นที่พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทั้งในเชิงยุทธวิธี ยุทธการ การบริหาร และบทเรียนจากการฝึก/ปฏิบัติการฝึก

2) ดำเนินการ Knowledge Mapping อย่างต่อเนื่อง จัดทำแผนที่ความรู้ในหน่วย แยกความรู้สำคัญ (Critical Knowledge) และแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ (KM Champion) เพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอด

3) พัฒนาแพลตฟอร์มจัดเก็บและเผยแพร่ความรู้ จัดตั้งฐานข้อมูลกลาง (Knowledge Base) เช่น ศูนย์ความรู้ดิจิทัล, e-Library หรือระบบ Intranet สำหรับเก็บคู่มือ, AAR, Best Practices

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐา ฐิติวัฒนา (2565) การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ในรูปแบบวิทยาลัยการทัพบก. วารสารเสนาธิปไตย, 72 (1), 7-14.

หน้า 68 : วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)

4) บูรณาการ KM เข้ากับการฝึกอบรม ออกแบบหลักสูตรที่รวมการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น ฝึกอบรมผ่านกรณีศึกษา, Simulation, หรือการวิเคราะห์ AAR

5) จัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะรายบุคคล (IDP) ใช้ข้อมูลจากการประเมินสมรรถนะร่วมกับผลการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อกำหนดแผนพัฒนาเฉพาะบุคคลที่มีเป้าหมายชัดเจน

6) สร้างระบบ Mentor-Mentee อย่างเป็นทางการ จับคู่ระหว่างนายทหารอาวุโสกับรุ่นใหม่ เพื่อถ่ายทอด Tacit Knowledge และเสริมสร้างความสัมพันธ์ข้ามรุ่น

7) พัฒนาสื่อการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ สร้างวิดีโอ, Podcast, e-Learning เพื่อใช้ในการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นรองรับทหารในทุกระดับทุกหน่วย

8) ตั้งกลไก Feedback Loop ภายในองค์กร เปิดช่องทางให้กำลังพลทุกระดับสามารถเสนอแนะแนวทางพัฒนาองค์กร และเชื่อมโยงเข้ากับระบบ KM

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาการนำยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของกองพลทหารราบที่ 11 สู่การปฏิบัติ

2) ควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะด้านการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ของหน่วยงานทหาร

3) ควรศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ของกองพลทหารราบที่ 11 กับมาตรฐานของกองทัพในประเทศอื่น ๆ

- คุณิณี ยศทอง. (2561). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการลู่องค์กรพยาบาลสมรรถนะสูง : กรณีศึกษาโรงพยาบาลศิริราช*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณุฎิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- นิศากร จินต์แสวง. (2560). การศึกษาองค์ประกอบขององค์การสมรรถนะสูงสำหรับงานพิธีการกองทัพอากาศ. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*. 13(1), 147 – 157.
- เพ็ญศรี ลีสุวรรณกุล. (2559). *การพัฒนาองค์การให้มีสมรรถนะสูง กรณีศึกษาลำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดเพชรบุรี*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- สุนิสา ธิปัตย์ พร้อมพิไล บัวสุวรรณ และสุศารัตน์ สารสว่าง. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรสมรรถนะสูงของกรมแพทยทหารบก. *วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ*, 11(2), 103 -118
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.). (2560). *คู่มือการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของส่วนราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560*.
- André A. de Waal. (2012). *What Makes a High Performance Organization: Five Factors of Competitive Advantage that Apply Worldwide*. Global Professional Publishing.
- Brunyé, T.T., Brou, R., Doty, T.J. et al. (2020). A Review of US Army Research Contributing to Cognitive Enhancement in Military Contexts. *J Cogn Enhanc* 4, 453–468
<https://doi.org/10.1007/s41465-020-00167-3>
- Hayter, R. (1997). *The Dynamics of Industrial Location: The Firm, the Factory and the Production System*. Notes of the Book
- Ikmal Rashmy Ismail. (2022). *High performance organization (HPO): the effective organizational structure and leadership role in automotive industry -a literature review*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/344152079>.
- Linda Holbeche (2005). *The High Performance Organization*. Butterworth-Heinemann

แนวทางการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิง ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Guidelines for developing the Ping Riverside Flea Market of Fa Ham Sub district, Mueang District, Chiang Mai Province

พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ¹, เอนก ชิตเกษร², วัลภา วงศ์จันทร์³

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ^{1,3} วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยพายัพ²

Punnuch Chaipinchana¹, Anake Chitkesorn², Vanlapa Wongchan³

Faculty of Business Administration, Payap University^{1,3}

Interdisciplinary Studies College, Payap University²

E-mail: punnuchchai@gmail.com¹, E-mail: anakechitkesorn@gmail.com²

E-mail: vanlapa_v@payap.ac.th³

Received: December 9, 2024; Revised: May 13, 2025; Accepted: May 20, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อมุ่งศึกษาศักยภาพด้านกายภาพของพื้นที่ และรูปแบบการดำเนินการตลาดนัดริมน้ำปิง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่ม เป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่เทศบาล ผู้นำหมู่บ้าน และตัวแทนชุมชนเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 25 คน ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งของตลาดนัดริมน้ำปิงเป็นพื้นที่ๆ มีจุดเด่นด้านภูมิทัศน์และธรรมชาติที่สวยงาม ลักษณะของพื้นที่ติดริมน้ำปิงยาว 1 กิโลเมตร สามารถเดินทางเข้าออกได้หลายช่องทาง ที่สำคัญเป็นพื้นที่ของชุมชนที่มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย และได้กำหนดรูปแบบให้เป็นตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบ “Green Market” เพื่อการพักผ่อน พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน สืบทอดเอกลักษณ์ เผยแพร่ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชนของตำบลฟ้าฮ่าม การจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงให้ประสบความสำเร็จ และสามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่องยั่งยืนได้นั้น มีความจำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างกรมเจ้าท่า เทศบาล และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชน

คำสำคัญ: ตลาดนัดริมน้ำปิง แนวทางการพัฒนาตลาดนัด

ABSTRACT

This qualitative study aimed at exploring the physical potential of the area and the operational model of the Ping River flea market. Data were collected through in-depth interviews

and focus group discussions with a purposive sample of 25 participants, including municipal executives and staff, village leaders, community representatives from Fah Ham Sub district. The findings revealed that the strengths of the Ping River market lie in its stunning landscape and beautiful natural environment. The area stretches 1 kilometer along the river and offers multiple access points. Importantly, it is a community space characterized by a riverside lifestyle and diverse cultural traditions. The market has been designed as an eco-tourism initiative under the "Green Market" concept, promoting relaxation and enhancing the quality of life for the community while preserving its unique identity and showcasing the arts, culture, and traditions of Fah Ham Sub district. An essential factor for the successful establishment of the Ping Riverside Flea Market and its sustainable ongoing operation is the need for collaboration among the Marine Department, local authorities, and various relevant agencies, as well as active participation from the community.

KEYWORDS: Ping Riverside Flea Market, Guidelines for Developing Flea Market

บทนำ

ท่ามกลางความเจริญและการแข่งขันที่สูงของธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มีการขยายรุกคืบเข้ามาสู่ในพื้นที่ใหม่ ๆ อย่างมากมาย ส่งผลให้การค้าปลีกในรูปแบบดั้งเดิม เช่น ตลาดสด หรือ ตลาดนัดในท้องถิ่นก็ต้องมีการพัฒนาอย่างไรก็ตามตลาดนัดชุมชนก็ยังมีเสน่ห์คู่สังคมไทยที่คนในท้องถิ่นและผู้มาเยือนจากต่างถิ่นก็ยังให้การยอมรับ โดยถือเป็นแหล่งสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนของท้องถิ่นอีกช่องทางหนึ่ง (สุชานาถ พัฒนวงศ์งาม, 2560) เพื่อการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยและการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงสาธารณสุขได้ออกนโยบายยกระดับมาตรฐานตลาดนัดทั่วประเทศซึ่งเป็นตลาดประเภทที่ ๒ (ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคาร) ได้กำหนดให้ตลาดนัดเป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ที่ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการขึ้นทะเบียนขออนุญาต และต้องดำเนินการตามมาตรฐานด้านความสะอาดของสถานที่จำหน่ายและผู้ขาย อีกทั้งอาหารที่นำมาจำหน่ายจะต้องมีความปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนอย่างน้อย 4 ชนิด คือบอ

แรกซ์ สารฟอกขาว สารกันเชื้อรา ฟออร์มาลิน เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจประชาชนทั้งเขตเมือง และชนบท ได้บริโภคอาหารปลอดภัย ราคาแน่นอน (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2557)

ภาครัฐได้ใช้แนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อเป็นวิถีทางในการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนของท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยการออกนโยบายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจครอบคลุมทุกพื้นที่ยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพในรูปแบบของการจัดตลาดนัดชุมชน เช่น โครงการตลาดต้องชม และโครงการตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว โดยมีเป้าหมายหลักที่สำคัญคือ การทำให้เป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างอาชีพสร้างรายได้และสร้างงานให้กับคนในชุมชนเป็นสถานที่คนในท้องถิ่นและผู้มาเยือนจากต่างถิ่น ได้เข้ามาจับจ่ายใช้สอยสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ควบคู่ไปกับการรักษาขนบธรรมเนียมศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชน การท่องเที่ยวไร้ขยะ (Zero Waste Tourism) และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Go

Green) เพื่อให้เศรษฐกิจท้องถิ่นมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2557 และกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2567)

จังหวัดเชียงใหม่นับได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ รวมถึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย และได้มีการดำเนินการจัดตลาดนัดท้องถิ่นเพื่อเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง โดยเว็บไซต์ Trip Advisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ท่องเที่ยวรายใหญ่ที่สุดในโลก ได้จัดทำรายชื่อตลาดนัดยอดนิยมในประเทศไทย ที่ได้ถูกจัดอันดับจากนักเดินทางทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นตลาดนัดในรูปแบบถนนคนเดิน ตลาดนัด หรือตลาดน้ำ โดยพบว่าตลาดที่ได้รับความนิยมสูงสุดได้แก่ ตลาดนัดถนนคนเดินท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2565) นอกจากนี้ตลาดนัดในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและต่างชาติยังมีหลายแห่ง

ตำบลฟ้าฮ่าม เป็นตำบลหนึ่งที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้จัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2566-2570) โดยเทศบาลตำบลฟ้าฮ่ามที่มุ่งตอบสนองตามนโยบายของจังหวัดฯ ได้มีแนวคิดในการดำเนินการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำ เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งของตำบลฯ อยู่ติดกับแม่น้ำปิง โดยมีจุดมุ่งหมายให้ตลาดนัดริมน้ำเป็นช่องทางหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และพัฒนาทักษะด้านอาชีพให้กับชุมชนพื้นที่เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม อีกทั้งยังเป็นการรวมกันในการสืบทอดประเพณีวัฒนธรรม และมีการดำรงไว้เป็นเอกลักษณ์ของชาวตำบลฟ้าฮ่าม นอกจากนี้ตลาดนัดริมน้ำยังเป็นแหล่งพักผ่อน และแหล่งท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในชุมชนอีกแห่งหนึ่ง อันเป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวต่อไป

อย่างไรก็ตามแนวคิดการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงให้ประสบความสำเร็จ และสามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่องยั่งยืนได้นั้น มีความจำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างเทศบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งที่สำคัญคือ การที่ชุมชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรกจัดตั้ง การพัฒนารูปแบบของตลาดนัดริมน้ำ ไปจนกระทั่งกระบวนการดำเนินการจัดการตลาดนัด ทั้งนี้เพื่อให้ตลาดนัดริมน้ำได้เป็นจุดศูนย์รวมความคิดและกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนอย่างแท้จริง ในการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวชุมชนฟ้าฮ่ามนั้นก็เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน จำเป็นต้องมีกระบวนการดำเนินการและได้รับความร่วมมือกันกับหลายหน่วยงาน ตั้งแต่การศึกษาแสวงหาข้อมูลที่เป็นในหลากหลายประเด็น เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาดำเนินการวางแผนจัดตั้ง และแผนการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากชุมชน อันเป็นประเด็นที่สำคัญที่จะส่งเสริมให้การจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำประสบความสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เนื่องจากปัจจุบันเทศบาลตำบลฟ้าฮ่ามยังไม่ได้มีการดำเนินการศึกษาอย่างจริงจัง ดังนั้นเทศบาลตำบลฟ้าฮ่ามจึงได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยพายัพ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในส่งเสริมการพัฒนาความรู้ พัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาทักษะด้านอาชีพให้กับชุมชนพื้นที่เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม จึงได้จัดทำ “โครงการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและชุมชน พื้นที่เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม (ด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมอาชีพ/พัฒนาผลิตภัณฑ์/นวัตกรรม)”

โครงการวิจัยแนวทางการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิงตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมในการแสวงหาข้อมูลที่เป็นด้านศักยภาพชุมชนตำบลฟ้าฮ่ามในด้านกายภาพของพื้นที่ ศักยภาพในด้านชุมชน และการ

ร่วมกับชุมชนในการหารูปแบบและแนวทางการพัฒนาการดำเนินการตลาดนัดริมน้ำ เพื่อใช้ประกอบในการวางแผนดำเนินการตลาดนัดริมน้ำของเทศบาลตำบลพาสาม ให้สามารถจัดตั้งและดำเนินการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านกายภาพของพื้นที่เพื่อการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิง ของชุมชนตำบลพาสาม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อกำหนดรูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงด้านกายภาพของพื้นที่และด้านชุมชน ตำบลพาสาม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบข้อมูลศักยภาพด้านกายภาพของพื้นที่ เพื่อการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิงของชุมชนตำบลพาสาม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้ข้อสรุปรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงที่เป็นความต้องการของชุมชน
3. ผลจากการมีรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนการจัดตั้งและแผนการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำของเทศบาลตำบลพาสาม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นตลาดนัดริมน้ำปิงได้เป็นพื้นที่หรือช่องทางหนึ่งในพัฒนาคุณภาพชีวิต และพัฒนาทักษะด้านอาชีพให้กับชุมชนพื้นที่เทศบาลตำบลพาสาม อีกทั้งยังเป็นการรวมในการสืบทอดประเพณีวัฒนธรรม และการดำรงไว้เป็นเอกลักษณ์ของชาวตำบลพาสาม นอกจากนั้นตลาดนัดริมน้ำยังเป็นแหล่งพักผ่อน และแหล่งท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในชุมชนอีกแห่งหนึ่ง อันเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ มุ่งศึกษาศักยภาพด้านกายภาพของพื้นที่ การกำหนดรูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์รูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงที่เหมาะสมเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ประชุมกลุ่ม (Focus Group) โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายในฐานะหน่วยงานผู้ริเริ่มโครงการตลาดนัดริมน้ำปิง จำนวน 5 คน ได้แก่ นายกเทศมนตรี และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพาสาม ในประเด็น ศักยภาพตำแหน่งที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดวิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ เอกลักษณ์จุดเด่น กลุ่มเป้าหมายหลัก รูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง โดยทำการจัดบันทึกเพื่อเก็บข้อมูล

- 2) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Meeting) จำนวน 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ดำเนินการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงของเทศบาลตำบลพาสาม ประกอบด้วย นายกเทศมนตรี และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพาสาม จำนวน 5 คน 2) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดตั้งตลาดนัด ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่กรมเจ้าท่า ผู้นำชุมชนตำบลพาสาม ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนชุมชน จำนวน 20 คน โดยกำหนดประเด็นในสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นไว้ดังนี้

- 2.1) วิเคราะห์ศักยภาพตำแหน่งที่ตั้ง

- 2.2) วิเคราะห์สิ่งอำนวยความสะดวก

2.3) ทบทวนวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์
เอกลักษณ์จุดเด่น กลุ่มเป้าหมายหลัก รูปแบบการ
ดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง

2.4) ข้อเสนอรูปแบบการดำเนินงานตลาด
นัดริมน้ำปิงที่คาดหวัง

เพื่อให้การแลกเปลี่ยนระดมความคิดเห็นใน
การประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นหัวข้อ การให้
ข้อเสนอแนะรูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง
ที่คาดหวังเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คณะผู้วิจัยได้
ใช้เครื่องมือทางการบริหารการวิเคราะห์ **SWOT**
Analysis การจัดทำ **TOWS Matrix** เพื่อวิเคราะห์
และหาแนวทางการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิงที่
คาดหวังในอนาคต และใช้แบบจำลองธุรกิจ
Business Model Canvas (BMC) เป็นเครื่องมือ
ในการวิเคราะห์และออกแบบโมเดลธุรกิจตลาดนัด
ริมน้ำปิงในภาพรวม

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นายกเทศมนตรี และ
เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม เจ้าหน้าที่กรมเจ้าท่า
ผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน ตัวแทนชุมชนตำบลฟ้าฮ่าม และ
ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่มีประสบการณ์ในการ
จัดการตลาดนัด

กลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้การดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์
ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการโดยการคัดเลือกกลุ่ม
ตัวอย่างแบบเจาะจง (**Purposive Sampling**)
คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ที่มีคุณสมบัติเป็นบุคคลที่
เกี่ยวข้องกับโครงการตลาดนัดริมน้ำปิงในลักษณะ
ของกลุ่มผู้ริเริ่ม และกลุ่มมีส่วนได้เสียโดยตรงกับ
โครงการตลาดนัดที่สมัครใจ และมีเวลาในการเข้า
ร่วมกิจกรรมตลอดโครงการ จำนวน 25 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำ
การเก็บรวบรวมจาก 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (**Secondary Data**) เก็บ
รวบรวมข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมไว้แล้ว โดยบุคคล
กลุ่มบุคคลและสถาบันต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารรายงาน
การวิจัย บทความ วารสารสิ่งพิมพ์ หนังสือ รวมถึง
ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (**Primary Data**) เป็นการ
รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจาก
กลุ่มเป้าหมายด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (**In-depth**
Interview) การประชุมกลุ่มย่อย (**Focus Group**)
กลุ่มเป้าหมายนายกเทศมนตรี และเจ้าหน้าที่เทศบาล
ตำบลฟ้าฮ่าม เจ้าหน้าที่กรมเจ้าท่า ผู้นำชุมชนตำบล
ฟ้าฮ่าม ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชน ตัวแทนชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

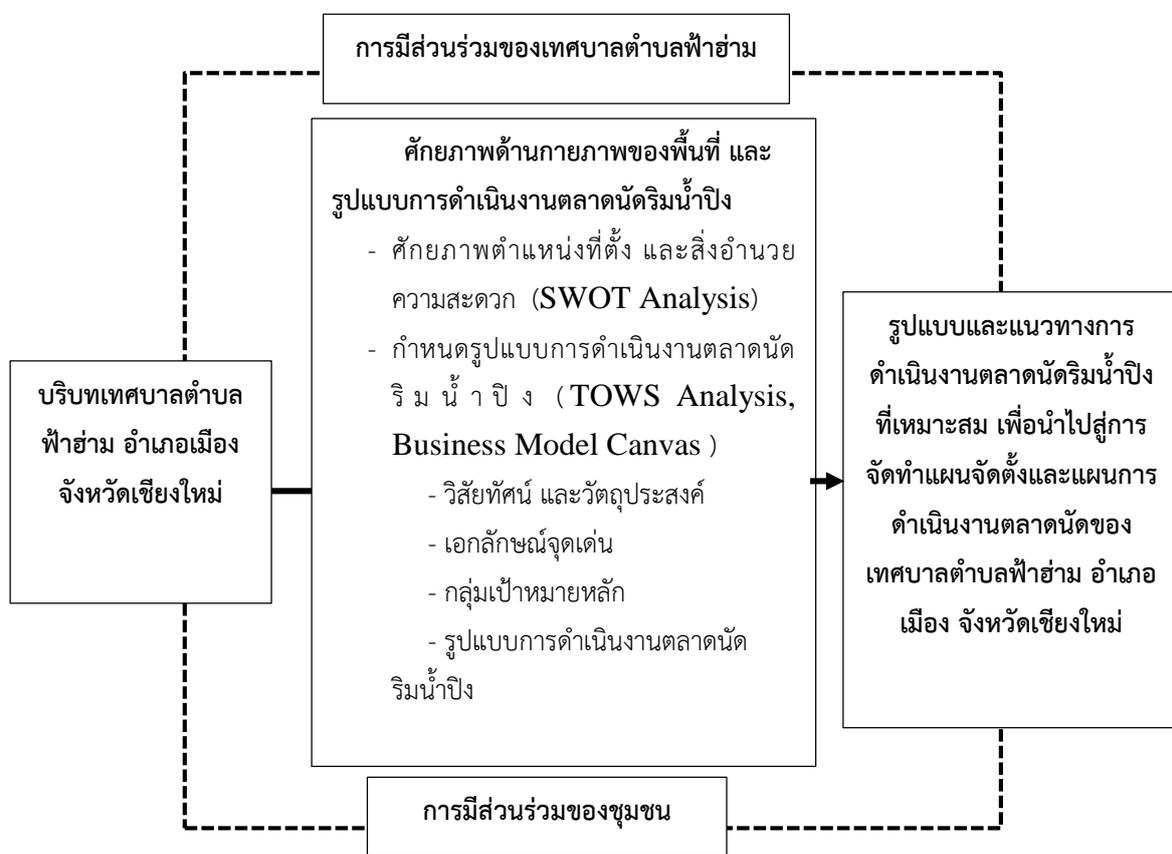
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จาก
ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดบันทึก จาก
การสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย
รวมถึงเอกสารงานวิจัย แนวคิดที่เกี่ยวข้องมาจำแนก
หมวดหมู่ตามประเด็นที่ตั้งไว้ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูล
จากการสนทนากลุ่มใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา
(**Content Analysis**) ได้แก่ การจัดกลุ่มประเด็น
ข้อความ (**Word Grouping**) การอธิบายขยายความ
(**Explanation**) โดยมีการเรียงเรียงถ้อยคำขึ้นใหม่
จากข้อมูลที่ผู้สนทนากลุ่มให้มา ทำการตีความ
(**Interpretation**) บางประโยค หรือบางถ้อยคำที่ผู้
สนทนากลุ่มให้มาที่มีความจำเป็นต้องตีความหรือ
แปลความหมายแฝง โดยอาศัยบริบทของการสนทนา
มาสนับสนุนการตีความและพรรณนาความ
(**Description**) เป็นการร้อยเรียงถ้อยคำ โดยการ
จัดระบบการเกิดขึ้นก่อน-หลัง (**Birth order**) ของ
เนื้อหาสาระจากการวิเคราะห์ พร้อมกับการพรรณนา

เชื่อมโยงแต่ละเนื้อหาและเหตุการณ์ให้เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน และนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจร่วมกันตามกรอบการวิจัย

กรอบการวิจัย

การศึกษาได้ดำเนินงานภายใต้กรอบการวิจัยการศึกษาบริบทเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม เพื่อศึกษาศักยภาพด้านกายภาพของพื้นที่ และรูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง โดยใช้แนวคิด SWOT Analysis และกำหนดรูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง TOWS Analysis และ Business Model

Canvas โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มคือ 1) เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม กรมเจ้าท่า และ 2) ผู้นำชุมชนตำบลฟ้าฮ่าม โดยการสัมภาษณ์ และการระดมความคิด เพื่อให้ได้รูปแบบและแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนจัดตั้งและแผนการดำเนินงานตลาดนัดของเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการระหว่างเดือน สิงหาคม 2567 ถึง พฤศจิกายน 2567 ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 กรอบการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษาศักยภาพด้านกายภาพของพื้นที่เพื่อการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำปิง ของชุมชนตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการสรุปผลจากกระบวนการประชุมร่วมกันของกลุ่มเป้าหมาย โดย

การนำเสนอประเด็นปัจจัยเชิงบวกและลบ จากนั้นคณะผู้วิจัยจึงทำการสกัดตัวแปรและทำการจัดกลุ่มข้อมูลเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ จุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาสของ (O) อุปสรรค (T) สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (S)

เป็นพื้นที่เพื่อการพัฒนาตลาดนัดที่มีจุดเด่นด้านภูมิทัศน์ และธรรมชาติที่สวยงาม เนื่องจากลักษณะของพื้นที่ติดริมน้ำปิงยาว 1 กิโลเมตร โดยเป็นพื้นที่สาธารณะแห่งเดียวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และโดยปกติเทศบาลตำบลฟ้าฮ่ามได้ใช้เป็นพื้นที่ใช้จัดงานประเพณีลอยกระทงทุกปี จึงเป็นที่รู้จักของประชาชนและนักท่องเที่ยวในวงกว้าง ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่อยู่ใกล้ตัวเมืองสามารถเดินทางเข้าออกได้หลายช่องทาง และที่สำคัญเป็นพื้นที่ของชุมชนที่มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย

จุดอ่อน (W)

พื้นที่ที่ยังไม่มีการดำเนินการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานสำหรับตลาดนัดที่ได้มาตรฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า และระบบน้ำ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ระบบกำจัดขยะ ห้องน้ำ และไม่เพียงพอที่จะจัดบริเวณสำหรับจอดรถ และถึงแม้จะมีเส้นทางเข้าออกพื้นที่ได้หลายช่องทางแต่ส่วนใหญ่เป็นเส้นทางค่อนข้างแคบ รถขนาดใหญ่ไม่สามารถสัญจรได้สะดวก และที่สำคัญขาดทีมบริหารจัดการตลาดนัด รวมทั้งแนวคิดการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงยังขาดกระบวนการจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างจริงจัง

โอกาสของ (O)

กรมเจ้าท่าซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบพื้นที่ที่จะดำเนินการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิง ได้อนุญาตให้ชุมชนฟ้าฮ่ามสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์สาธารณะมายาวนาน อีกทั้งภาครัฐได้ใช้แนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อเป็นวิถีทางในการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนของท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจรวมถึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ดังนั้นการจัดการตลาดนัดริมน้ำปิงที่มี

ประสิทธิภาพก็จะสามารถเป็นแหล่งส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งของจังหวัด

อุปสรรค (T)

พื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมจากการเอ่อล้นของแม่น้ำปิงในช่วงฤดูฝน ต้องมีการปิดตลาดเป็นช่วง ๆ ขาดความสม่ำเสมอต่อเนื่องในการเปิดดำเนินการ อาจเป็นประเด็นข้อจำกัดที่จะทำให้ผู้ขายที่มีศักยภาพสูงไม่เข้าร่วมนำสินค้ามาจำหน่ายในตลาดนัดริมน้ำปิง อีกทั้งมีจำนวนตลาดนัดในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เปิดทำการในช่วงวันเวลาเดียวกันหลายแห่ง อาจเกิดปัญหาการแย่งผู้ขายที่มีศักยภาพสูง และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2. สรุปผลการร่วมกับชุมชนในการกำหนดรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงด้านกายภาพของพื้นที่ ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิง

วิสัยทัศน์

ตลาดนัดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพักผ่อน พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน สืบทอดเอกลักษณ์ เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อเป็นแหล่งการสืบทอดเอกลักษณ์และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน
- 2) เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน
- 3) เพื่อเป็นแหล่งส่งเสริมการท่องเที่ยวของตำบลฟ้าฮ่าม
- 4) เพื่อเป็นตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบ “Green Market”

กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนในชุมชนตำบลฟ้าฮ่ามและพื้นที่ใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

เอกลักษณ์จุดเด่น

เป็นตลาดนัดฯ ที่มีภูมิทัศน์สวยงาม มีความร่มรื่น ใกล้เคียงธรรมชาติด้วยลักษณะของพื้นที่เป็นแนวยาวตามลำน้ำปิง 1 กิโลเมตร เน้นการจัดกิจกรรม และจำหน่ายอาหารและสินค้าที่สืบทอดเอกลักษณ์ และเผยแพร่ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนตำบลฟ้าฮ่าม

รูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง

วันและเวลาการเปิดดำเนินการคือ วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00 – 16.00 น. การจัดพื้นที่ตลาดจัดแบ่งออกเป็น 3 Zone ได้แก่ 1) Zone อาหาร 2) Zone สินค้าของที่ระลึกและของใช้ 3) Zone กิจกรรมแสดงศิลปวัฒนธรรม การจัดผังพื้นที่ตลาดจะแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้านที่ติดริมน้ำปิงจะจัดวางโต๊ะ - เก้าอี้ ให้แก่ผู้มาใช้บริการ ส่วนด้านตรงกันข้ามที่ไม่ติดลำน้ำจะจัดเป็นพื้นที่ตั้งบูท หรือแผงขายสินค้า ตั้งยาวขนานไปกับแนวโต๊ะ-เก้าอี้ ที่จัดไว้ให้แก่ผู้มาใช้บริการ การดำเนินกิจกรรมหลักคือ การจำหน่ายอาหารพื้นเมือง อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน สินค้าที่เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และการจัดพื้นที่แสดงงานศิลปะภูมิปัญญาพื้นบ้าน การจัดเวทีการแสดงทางวัฒนธรรมของศิลปิน และเยาวชน นักเรียน นักศึกษา

3. สรุปผลการร่วมกับชุมชนในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วย TOWS Matrix ดังนี้

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ได้นำไปสู่การกำหนดแนวทางดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงด้านกายภาพของพื้นที่ และด้านชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ TOWS Matrix ร่วมกับชุมชนทำให้ได้

ข้อสรุปกลยุทธ์ 4 กลุ่ม ได้แก่ **SO Strategy** คือการจัดมุงตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงให้ที่เป็นแหล่งสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนของท้องถิ่นฯ การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำปิง **WO Strategy** คือการจัดตั้งทีมบริหารจัดการตลาดนัด และการใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมในการจัดตั้งและดำเนินการตลาดนัดริมน้ำปิงด้วยการจัดเวทีแสดงความคิดเห็นของชุมชน รวมทั้งการดำเนินการจัดการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานของตลาดนัดที่ได้มาตรฐาน ได้แก่ ระบบไฟฟ้า และระบบน้ำ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ระบบกำจัดขยะ ห้องน้ำ และบริเวณที่จอดรถ **ST Strategy** ด้วยการดำเนินการสร้างพันธมิตรกับตลาดนัดใกล้เคียง ในลักษณะการกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตลาดนัดร่วมกัน จัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังอุบัติเหตุเพื่อตัดลีนใจล่วงหน้าในการปิดเปิดดำเนินการตลาดฯ และ **WT Strategy** ด้วยการกำหนดพื้นที่สำรองที่มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานของตลาดนัดที่ได้มาตรฐาน การแสวงหาจัดเตรียมพื้นที่ตั้งตลาดชั่วคราวในช่วงที่มีน้ำท่วมพื้นที่

4. สรุปผลการจัดทำ Business Model Canvas ร่วมกับชุมชนทำให้ได้ข้อสรุปให้ได้รูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิงที่ต้องการ ดังนี้

ลูกค้ำกลุ่มที่ 1

กลุ่มลูกค้ำ (Customer Segments) กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้ประกอบการแผงสินค้า วิสาหกิจชุมชน และคู่ค้ำ (Sponsor) ข้อเสนอคุณค่า (Value Propositions) คือ การจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการตลาดนัด และการประสานงานและการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการที่นำสินค้ามาจำหน่ายในตลาด ด้วย

ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568 หน้า 77

การเข้าถึงลูกค้า (Channels) ผ่านสังคมออนไลน์ทุกช่องทาง ป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์บริษัทหน้าเที่ยว และสถาบันการศึกษา รวมทั้งวิธีการบอกต่อ มุ่งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) โดยการสื่อสารและการแก้ปัญหาที่รวดเร็วแก่ผู้ประกอบการ การจัดโฆษณาสินค้าที่เหมาะสมเป็นธรรมชาติ โดยมีแหล่งรายได้ (Revenue Streams) มาจากการเก็บค่าเช่าแผงขายสินค้า การเก็บค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่า sponsor ค่าเช่าพื้นที่โฆษณา/จัดบูธ ค่าธรรมเนียมท่าเทียบเรือ โครงการฯ มีการใช้ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือเงินลงทุน บุคลากร และภูมิปัญญา/วัฒนธรรม การกำหนดกิจกรรมหลัก (Key Activities) คือการคัดสรรผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีคุณภาพเน้นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดระบบน้ำ ไฟฟ้า การกำจัดของเสีย และการกำกับดูแลให้ได้มาตรฐานตลาดนัดสีเขียว การสร้างพันธมิตรหลัก (Key Partnerships) กับกรมเจ้าท่า ผู้ประกอบการตลาดนัด วิสาหกิจชุมชน ศิลปินและประชาชนชาวบ้าน วัด สภาวัฒนธรรม บริษัทเอกชนในพื้นที่ พัฒนาชุมชน ชมรมกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุและสตรี มหาวิทยาลัย พายัพ สถาบันการศึกษา และภาคปะปาว โดยมีโครงสร้างค่าใช้จ่าย (Cost Structure) ได้แก่ ค่าจัดบูธและแผงขายสินค้า ค่าชดเชยและการสนับสนุนความเป็นตลาดสีเขียว ค่าสาธารณูปโภค ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำ ห้องสุขา ระบบกำจัดของเสีย ค่าจ้างทีมจัดการตลาด และค่าใช้จ่ายดำเนินการส่วนกลาง และค่าสื่อประชาสัมพันธ์

ลูกค้ากลุ่มที่ 2

กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ คณะศึกษาดูงานนักเรียน นักศึกษา ประชาชนในพื้นที่และพื้นที่

ใกล้เคียง นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ คณะศึกษาดูงาน ด้านข้อเสนอคุณค่า (Value Propositions) การมีภูมิทัศน์สวยงาม สะอาดบรรยากาศดี การรักษาความปลอดภัย จัดที่นั่งพักผ่อนริมน้ำที่เพียงพอ การนำเสนออาหารพื้นเมืองที่อร่อยและสะอาด สินค้าพื้นเมือง และงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีคุณภาพ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ โดยใช้ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels) ผ่านสังคมออนไลน์ทุกช่องทาง ป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์บริษัทหน้าเที่ยว และสถาบันการศึกษา รวมทั้งวิธีการบอกต่อ มุ่งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) โดยจัดให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ นอกจากนั้นดำเนินการจัดจุด Check-in เพื่อถ่ายภาพ ตั้งจุดประชาสัมพันธ์สื่อสารกับลูกค้าในขณะที่ใช้บริการภายในตลาด และการให้ส่วนลดและโปรโมชั่น โดยมุ่งการให้ข้อเสนอคุณค่าคือ การจัดภูมิทัศน์สวยงาม สะอาดบรรยากาศดี การรักษาความปลอดภัย จัดที่นั่งพักผ่อนริมน้ำที่เพียงพอ การคัดสรรและกำกับดูแลผู้ประกอบการอาหารพื้นเมืองที่มีศักยภาพโดยนำเสนออาหารที่อร่อยและสะอาด และผู้ประกอบการที่นำเสนอสินค้าพื้นเมือง และงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการสร้างสรรค์การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งมีแหล่งรายได้ (Revenue Streams) มาจากการเก็บค่าที่เช่าจอดรถ รายได้จากการขายสินค้าของที่ระลึกของเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม ใช้ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือเงินลงทุน บุคลากร และภูมิปัญญา/วัฒนธรรม การกำหนดกิจกรรมหลัก (Key Activities) คือการจัดเวทีแสดงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการล่องเรือชมทิวทัศน์แม่น้ำ จัดจุดถ่ายรูป จัดที่นั่งพักผ่อนและกินอาหารริมน้ำปิ้ง การพัฒนาเส้นทางเข้าออกเส้นทาง ที่จอดรถ การจราจร และการสาธารณูปโภค และระบอบความปลอดภัย การสร้างพันธมิตรหลัก (Key Partnerships) กับบริษัท

นำเที่ยว วัด สถาบันการศึกษา ชมรมกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และประชาสัมพันธ์จังหวัด โดยมี โครงสร้างค่าใช้จ่าย (Cost Structure) จากค่า ปรับปรุงภูมิทัศน์ ค่าโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อนและ รับประทานอาหาร ค่าจัดการระบบสาธารณูปโภค ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำ ห้องสุขา ระบบกำจัดของเสีย ระบบรักษาความปลอดภัย ค่าจ้างทีมจัดการตลาด และค่าใช้จ่ายดำเนินการส่วนกลาง ค่าจัดการแสดง เวที และอุปกรณ์ และค่าสื่อประชาสัมพันธ์

อภิปรายผลการวิจัย

การกำหนดวิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์หลัก ในการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงเป็นตลาดที่ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบ “Green Market” เพื่อการพักผ่อน พัฒนาคูณภาพชีวิตของ ชุมชน สืบทอดเอกลักษณ์ เผยแพร่ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน ของตำบลฟ้าฮ่าม และกล ยุทธ์ SO Strategy คือการจัดมุงตั้งตลาดนัดริมน้ำปิง ให้ที่เป็นแหล่งสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนของท้องถิ่นฯ การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี เป็นแหล่งพักผ่อน หย่อนใจ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำปิง สอดคล้องกับ วิชาญ วิสุทโธ และภักดี โพธิ์สิงห์, (2565), จารุพัทธ์ คำวงศ์ปิน และแผ่นดิน อุ้นจะน่า, (2564), โสจิลักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล, (2561), และ สุขานาถ พัฒนวงศ์งาม, (2560) ที่กล่าวว่า ตลาดนัด ชุมชนถือเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าของคนในชุมชน สินค้า OTOP หรือสินค้ากลุ่มวิสาหกิจ เพื่อบริโภค และจำหน่ายในชุมชน ตลาดนัดชุมชนได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากสินค้ามีความสดใหม่ และ ราคาถูก เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน เกิด เศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน เป็นพื้นที่พบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในชุมชน หรือพื้นที่นั้น ๆ สามารถสะท้อนวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม และ เอกลักษณ์ชุมชน เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

ท้องถิ่น เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของผู้มา เยือนและนักท่องเที่ยว

จุดแข็งตลาดนัดริมน้ำปิงเป็นพื้นที่เพื่อการ พัฒนาตลาดนัดที่มีจุดเด่นด้านภูมิทัศน์ และ ธรรมชาติที่สวยงาม เนื่องจากลักษณะของพื้นที่ติด ริมน้ำปิงยาว 1 กิโลเมตร โดยเป็นพื้นสาธารณะแห่ง เดียวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และด้วย ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองเทศบาลตำบลฟ้าฮ่ามจึง ได้ใช้เป็นพื้นที่ใช้จัดงานประเพณีลอยกระทงทุกปี จึง เป็นที่รู้จักของ ประชาชนชาวเชียงใหม่ และ นักท่องเที่ยวในวงกว้าง ในการรับรู้เส้นทางเป็นอย่างดีและ สามารถเดินทางเข้าออกได้หลายช่องทาง และ ที่สำคัญเป็นพื้นที่ของชุมชนที่มีวิถีชีวิตริมน้ำ มี วัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย สอดคล้องกับ โสจิล ักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล, (2561) พบว่าการศึกษาคูณภาพในมิติด้านกายภาพของพื้นที่ เพื่อการพัฒนา ตลาดนัดในหลายพื้นที่ พบว่าปัจจัยที่ทำให้ตลาดนัด ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐชุมชนและเอกชน ประสบความสำเร็จ ทั้งการกระจายรายได้ให้กับ ประชาชนในท้องถิ่น การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่น และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมนั้น ปัจจัยด้านตำแหน่งของสถานที่ตั้งและขนาดของพื้นที่ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ โดยสถานที่ตั้งของตลาด นัดต้องเข้าถึงได้ง่าย และเข้าถึงได้หลายเส้นทาง สถานที่ตั้งควรเชื่อมต่อกับโครงข่ายคมนาคมหรือ โครงข่ายเส้นทางสัญจรของเมือง ขนาดของพื้นที่ต้องมีปริมาณมากพอกับปริมาณผู้ซื้อ ซึ่งหากเป็นถนน ควรมีความยาวไม่ต่ำกว่า 1.5 กิโลเมตร และหากเป็น พื้นที่ลานโล่งควรมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 20 ไร่เพื่อทำให้ผู้ ซื้อใช้เวลาได้นานเพียงพอที่จะเกิดความต้องการซื้อ สินค้าหรือบริการ และสอดคล้องกับจารุพัทธ์ คำวงศ์ ปิน และแผ่นดิน อุ้นจะน่า, (2564), รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ และศดานนท์ วัตตธรรม, (2564), และโสจิล ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568 หน้า 79

ลักษณะ กมลศักดิ์ดาวิกุล, (2561) กล่าวว่าขนาดของพื้นที่ตลาดนัดที่เล็กเกินไปส่งผลต่อผู้มาใช้บริการจะเกิดความรู้สึกแออัด เพราะนอกจากผู้ซื้อไม่มีเป้าหมายต้องการมาเลือกซื้อสินค้าราคาถูกลงแล้ว ตลาดนัดยังเป็นสถานที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ตลาดนัดที่เป็นลักษณะถนนคนเดินจะต้องให้ความสำคัญกับขนาดทางสัญจรที่กว้างขวาง เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้งานทำให้สามารถเดินเที่ยวชมทุกร้านได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งหากตลาดนัดมีข้อจำกัดด้านขนาดของพื้นที่แล้ว ก็จะทำให้พื้นที่ในตัวร้านค้ามีความคับแคบ ทำให้ไม่สามารถดึงดูดทั้งผู้ค้าและผู้ซื้อให้มาใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการจัดผังทางสัญจรภายในตลาดนัดให้เหมาะสม เช่น ตลาดนัดของงาน **Art and Design Promennada** หรือ **NAP** ซึ่งเป็นตัวแทนของตลาดนัดเอกชนที่สื่อถึงตลาดนัดร่วมสมัย โดยให้ความสำคัญกับการจัดทำทางสัญจรภายในตลาดนัด เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถมองเห็นรูปแบบร้านค้าที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนั้นในด้านรูปแบบการดำเนินงานตลาดนัดริมน้ำปิง วันและเวลาดำเนินการเปิดดำเนินการคือวัน เสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00 – 16.00 น. มีการจัดพื้นที่ตลาดจัดแบ่งออกเป็น 3 Zone ได้แก่ Zone อาหาร Zone สินค้าของที่ระลึกและของใช้ และ Zone กิจกรรมแสดงศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธมลวรรณ อธิระบัญชา, มณฑล จันทร์แจ่มใส และ สุรางค์รัตน์ แสงสี (2567) พบว่าการจัดตั้งตลาดที่มีศักยภาพควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 11 ปัจจัย ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ระบบขนส่ง อาหารคาว อาหารหวาน ผลไม้ เครื่องดื่ม สินค้าอุปโภค หัตถกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก ศิลปะการแสดง การท่องเที่ยวและทำกิจกรรม ส่วนด้านการจัดผังพื้นที่ตลาดของตลาดนัดริมน้ำปิงได้จัดวางผังพื้นที่โดยการแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้านที่ติดริมน้ำปิงจะจัดวางโต๊ะ - เก้าอี้ ให้แก่ผู้มาใช้บริการ

ส่วนด้านตรงกันข้ามที่ไม่ติดลำน้ำจะจัดเป็นพื้นที่ตั้งบูท หรือแผงขายสินค้า โดยตั้งยาวขนานไปกับแนวโต๊ะ-เก้าอี้ที่จัดไว้ให้แก่ผู้มาใช้บริการเพื่อให้การซื้อขายเกิดความสะดวก ด้านการดำเนินกิจกรรมหลักของตลาดนัดริมน้ำปิง คือ การจำหน่ายอาหารพื้นเมือง อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน สินค้าที่เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และการจัดพื้นที่แสดงงานศิลปะภูมิปัญญาพื้นบ้าน การจัดเวทีการแสดงทางวัฒนธรรมของศิลปิน และเยาวชน นักเรียน นักศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ จารุพัทธ์ คำวงศ์ปิ่น และแผ่นดิน อุณจะนา, (2564) การจัดโซนพื้นที่ตลาดนัดพบว่า ตลาดนัดมีการจัดโซนแยกตามประเภทของสินค้าอย่างชัดเจน เช่น ตลาดนัดถนนคนเดินสันกำแพง มีจุดเด่นที่มีการจัดโซนสินค้าที่เหมือนกันอยู่ด้วยกัน และสอดคล้องกับ อำเภอ ศิริสม และดิฐา แสงวัฒนะชัย, (2561) พบว่าผู้มาใช้บริการตลาดนัดชุมชนตำบลนาโพธิ์ มีความต้องการให้ตลาดนัดจัดโซนจำหน่ายสินค้าเป็นกลุ่มสินค้าเพื่อให้ง่ายสะดวกจับจ่าย แต่ไม่สอดคล้องกับ โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล, (2561) พบว่าตลาดนัดแต่ละโซนพื้นที่ได้จัดสินค้าให้คล้อยกัน เนื่องจากการแบ่งโซนพื้นที่ตลาดแยกตามกลุ่มสินค้า พบว่านักท่องเที่ยวไปกระจุกตัวเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง ซึ่งทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพของบริบทของตลาดแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน

นอกจากนั้นการกำหนดกลยุทธ์ **WO Strategy** คือการจัดตั้งทีมบริหารจัดการตลาดนัดริมน้ำปิง และการใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมในการจัดตั้งและดำเนินการตลาดนัดริมน้ำปิงด้วยการจัดเวทีแสดงความคิดเห็นของชุมชนเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิง สอดคล้องกับ โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล, (2561) ได้มีการศึกษามิติด้านชุมชนและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดนัดของชุมชน พบว่า

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการตลาดนัดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือการจัดการแบบมีส่วนร่วมโดยประชาชนในชุมชน ในรูปแบบของคณะกรรมการร่วมกับภาครัฐ หรือร่วมกับชุมชนต่าง ๆ การจัดการแบบมีส่วนร่วมทำให้ผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ เกิดความรู้สึกรู้สึกเป็นเจ้าของ ทำให้เกิดความร่วมมือกับภาครัฐ ในการรักษากฎระเบียบ ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด และสอดส่องควบคุมประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่ายเพื่อช่วยการดำรงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีอย่างเต็มใจ และสอดคล้องกับ รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ และ ศदानนท์ วัตตธรรม, (2564) พบว่าประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว มีความคิดเห็นในเรื่องการมีคณะกรรมการโดยชุมชนในการจัดการตลาดนัด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานตลาดนัดเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการตลาดนัดชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกชุมชน

ผลการจัดทำ Business Model Canvas ด้านข้อเสนอคุณค่า (Value Propositions) ของตลาดนัดริมน้ำปิงด้วยการจัดการภูมิทัศน์สวยงาม สะอาดบรรยากาศดี การรักษาความปลอดภัย จัดที่นั่งพักผ่อนริมน้ำที่เพียงพอ การนำเสนออาหารพื้นเมืองที่อร่อยและสะอาด สินค้าพื้นเมือง และงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีคุณภาพ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ของตำบลฟ้าฮ่าม เช่น การกำหนดกิจกรรมหลัก (Key Activities) คือการจัดเวทีแสดงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการลองเรือชมทิวทัศน์แม่น้ำ จัดจุดถ่ายรูปจัดที่นั่งพักผ่อนและกินอาหาร ใช้ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels) ผ่านสังคมออนไลน์ทุกช่องทางการใช้ป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณะ บริษัทนำเที่ยวและสถาบันการศึกษา รวมทั้งวิธีการบอกต่อ สอดคล้องกับ โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล,

(2561) พบว่าการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบการดำเนินการตลาดนัด เช่น จากการศึกษาตลาดนัดถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่ายบนถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการเน้นสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ไม่สามารถหาซื้อได้จากพื้นที่อื่น เป็นสินค้าเชิงสัญลักษณ์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการด้านจิตใจของผู้ซื้อมากกว่าประโยชน์ใช้สอย เพราะสินค้าหัตถกรรมแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาวเชียงใหม่ และความเป็นของแท้ดั้งเดิมของศิลปะล้านนา ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่จะสามารถกระตุ้นความต้องการในการบริโภคสินค้าเชิงสัญลักษณ์ของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่กิจกรรมการแสดงหรือร้านค้าต่าง ๆ ควรสอดคล้องกับความต้องการ หรือวิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม ร้านอาหารหลากหลายประเภท ร้านค้าขายสินค้าแฟชั่นแปลกใหม่ และมีการบรรเลงดนตรีเพื่อทำให้ผู้คนหลากหลายกลุ่มและเรียนหมุนเวียนเข้ามาพักผ่อน เยี่ยมชม สังสรรค์กันอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ตลาดจึงเกิดความมีชีวิตชีวาและกลายเป็นพื้นที่ทางสังคมของผู้คน ซึ่งเป็นแรงดึงดูดใจให้ผู้คนสามารถใช้เวลาไปกับกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเพลิดเพลิน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ ต้องดำเนินการทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยอาศัยการบูรณาการทั้งภาครัฐและเอกชนในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ประสานกันอย่างเป็นระบบ ทำให้ตลาดนัดเป็นที่รู้จักของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง และสามารถติดตลาดได้ในระยะเวลาอันสั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม

1. การจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิงให้ประสบความสำเร็จ และสามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืนได้นั้น เทศบาลมีความจำเป็นจะต้องสร้างความร่วมมือกันระหว่างกรมเจ้าท่า เทศบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. ควรจัดเตรียมทรัพยากร งบประมาณ และกระบวนการในดำเนินงานและการกำกับดูแล เพื่อให้ตลาดนัดริมน้ำปิงบรรลุผลสำเร็จของการเป็น “ตลาดสีเขียว” อย่างแท้จริง ตั้งแต่การคัดสรรผู้ขายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่นงานหัตถกรรมผ้าฝ้ายอมสีธรรมชาติ และสินค้าประเภทอาหารที่ออร์แกนิกส์ อาหารปลอดภัย หรือ อาหารปลอดสารพิษ โดยให้การสนับสนุนแก่ผู้ขายสินค้ากลุ่มนี้เป็นกรณีพิเศษ เพื่อการจูงใจ เช่น การชดเชยต้นทุนเพื่อการตลาดสีเขียวในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการชดเชยค่าบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดตำแหน่งที่ตั้งบูธที่ดี เข้าถึงง่าย หรือการเก็บค่าเช่าบูธในราคาพิเศษสำหรับผู้ประกอบการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3. จัดเตรียมงบประมาณและการบริหารสภาพคล่องให้เพียงพอต่อการบริหารจัดการตลาดนัดในช่วงเริ่มต้น เนื่องจากอาจไม่สามารถจัดเก็บค่าเช่าบูธจากผู้ขายได้อย่างเต็มที่อันเป็นที่มาหลักของรายได้ ซึ่งสวนทางกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นอย่างเต็มอัตรา

4. ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ กลุ่มผู้ประกอบการกลุ่ม “Green Product” ในพื้นที่ใกล้เคียงการให้การสนับสนุนต่อกับ เช่น กลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากใบไม้ กลุ่มผู้ประกอบการพืชผักปลอดสารพิษ กลุ่มผู้ประกอบการกาแฟออร์แกนิก เป็นต้น

5. ควรให้ความสำคัญกับการจัดระบบรักษาความปลอดภัยและอุบัติเหตุทางน้ำ เนื่องจากพื้นที่ตลาดนัดติดริมน้ำแม่น้ำปิงเป็นแนวยาว ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการตลาดจึงมีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดอุบัติเหตุทางน้ำ

ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการตำบลฟ้าฮ่าม

ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของท้องถิ่น ให้เป็นผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของชุมชนที่มีคุณภาพสูง บรรลุมาตรฐานที่สวยงาม และมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มุ่งการนำผลิตภัณฑ์รับการจดทะเบียนรับรองผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการควบคุมต้นทุนผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างศักยภาพผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะต่อประชาชนตำบลฟ้าฮ่าม

1. ร่วมกันปรับปรุงภูมิทัศน์ของบริเวณที่อยู่อาศัยให้สะอาดสวยงาม และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการให้การต้อนรับ อำนวยความสะดวก แก่ผู้มาเยือน

2. มีส่วนร่วมในการกำกับดูแล และการให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อเทศบาลฯ ในการพัฒนาตลาดนัดริมน้ำให้ดำเนินการบรรลุตามวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ของตลาด

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนัดริมน้ำปิงแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนที่เหมาะสม

2. การประเมินความคุ้มค่าทางการเงินโครงการจัดตั้งตลาดนัดริมน้ำปิง

3. การศึกษาพฤติกรรมความต้องการของประชาชนและนักท่องเที่ยวต่อโครงการตลาดนัดริมน้ำปิง

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2567). *แนวทางการจัดทำตลาดนัดท้องถิ่นสีเขียว เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การผลิต การตลาด และการจำหน่าย*. https://www.dla.go.th/upload/document/type2/2566/10/30176_2_1697518199218.pdf?time=1697520731968.
- จารุพัทธ์ คำวงศ์ปิ่น, และแผ่นดิน อุณจะน่า. (2564). ลักษณะร่วมของตลาดนัดท้องถิ่นร่วมสมัยในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการออกแบบสภาพแวดล้อม*, 8(2), ไม่ระบุหน้า.
- เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม. (2565). *รายงานผลการปฏิบัติงานเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม ประจำปี 2565* (หน้า 14). ผู้พิมพ์ไม่ทราบชื่อ.
- ธมลวรรณ ธีระบัญชา, มณฑล จันทร์แจ่มใส, และสุรางค์รัตน์ แสงสี. (2567). แบบจำลองการพัฒนาตลาดการค้าปลีกกรีนน้ำเพื่อการพึ่งพาตนเองของพื้นที่ริมคลองลาดพร้าวโดยชุมชนมีส่วนร่วม. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*, 7(1), 16–34.
- รัชชพงษ์ ชัชวาลย์, และศดานนท์ วัตตธรรม. (2564). รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล. *อินทนิลทักษิณสาร*, 16(1), 155–176.
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. 2561–2565) ฉบับทบทวนรอบปี พ.ศ. 2565*.
- สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. (2557). *คู่มือตลาดนัดน้ำซึ่* (หน้า 4–19). ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์เจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. (2564). *คู่มือตลาดสดน้ำซึ่ วิธีใหม่* (หน้า 40–42). ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุชานาถ พัฒนวงศ์งาม. (2560). ตลาดนัดชุมชนเป็นเศรษฐกิจฐานรากของจุดเริ่มต้นของกระบวนการโลจิสติกส์: กรณีศึกษาตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(2), 197–212.
- โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์ดาวิกุล. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดการตลาดนัดของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37(5), 143–154.
- อำพัน ศิริสม, และดิฐา แสงวัฒนะชัย. (2561). การศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชนตำบลนาโพธิ์ อำเภอภูกระดึง จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37(3), 207–221.

The physical fitness testing norms of Royal Police Cadets

สัญญา รัตนไพวงศ์¹, ธัญลักษณ์ หงษ์โต²

ศูนย์ฝึกตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ^{1,2}

Sanya Ratanapaiwong¹, Thanyalak Hongto²

Police Training Center, Royal police cadet Academy^{1,2}

E-mail: asport.hon335@gmail.com^{1,2}

Received: January 3, 2025; Revised: May 6, 2025; Accepted: May 23, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับสมรรถภาพทางกายและเพื่อสร้างเกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางกายนักเรียนนายร้อยตำรวจ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักเรียนนายร้อยตำรวจที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2566 จำนวน 1,002 คน เก็บข้อมูลจากนักเรียนทุกคน ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบทดสอบสมรรถภาพทางกายซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และผ่านการคัดกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล, ภาวกร กมุทศรี, 2558) และสร้างเกณฑ์ปกติ 5 ระดับ ผลการวิจัยพบว่าแบบทดสอบสมรรถภาพทางกายนักเรียนนายร้อยตำรวจประกอบด้วย 13 รายการ คือ รายการดัชนีมวลกาย รายการนั่งงอตัว รายการนอนแอ่นหลัง รายการพุ่มบอล รายการยืนกระโดดสูง รายการกระโดด 6 เหลี่ยม รายการวิ่ง 100 เมตร รายการว่ายน้ำ 50 เมตร รายการลูกนึ่ง 1 นาที รายการดึงข้อ รายการดันพื้น 2 นาที รายการวิ่ง 2.4 กิโลเมตร และรายการแพลงก์ โดยค่าเกณฑ์การทดสอบสมรรถนะด้านสมรรถภาพทางร่างกายนักเรียนนายร้อยตำรวจ อยู่ในช่วงคะแนน T ตั้งแต่ T 9.13 - T 73.83 ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับได้แก่ ดีมาก ดี ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก ทั้งนี้สมรรถภาพทางกายนักเรียนนายร้อยตำรวจ โดยรวมอยู่ในระดับดี อย่างไรก็ตามควรมีการเสริมสร้างความแข็งแรงและพลังของกล้ามเนื้อส่วนบนของร่างกายคือ กล้ามเนื้ออก ไหล่ หลังและแขน

คำสำคัญ: เกณฑ์การทดสอบ สมรรถภาพทางร่างกาย นักเรียนนายร้อยตำรวจ

ABSTRACT

The objectives of this study were to examine the physical fitness performance levels of police cadets and to develop standard criteria for physical fitness performance testing. This research employed a survey methodology. The sample comprised 1,002 police cadets enrolled in the academic year 2023. Data were collected from all cadets using purposive sampling. The research

instrument was a set of internationally recognized physical fitness tests, which were reviewed and validated by experts in sports science (Office of the Higher Education Commission, College of Sports Science and Technology, Mahidol University; Thavorn Kamutsri, 2015). Normative standards were constructed and categorized into five levels of physical fitness performance. The findings indicated that the physical fitness test for police cadets consisted of 13 components: Body Mass Index (BMI), sit and reach, back extension, medicine ball throw, vertical jump, hexagon agility test, 100-meter sprint, 50-meter swim, 1-minute sit-ups, pull-ups, 2-minute push-ups, 2.4-kilometer run, and plank hold. The T-score range for the established performance criteria was between $T = 9.13$ and $T = 73.83$. These scores were categorized into five levels: Excellent, Good, Moderate, Low, and Very Low. The overall physical fitness of police cadets was at a good level. However, upper body muscles—chest, shoulders, back, and arms—should be further strengthened.

KEYWORDS: Norms, Physical Fitness Testing, Royal Police Cadet.

บทนำ

สำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญโดยมีอิทธิพลและบทบาทอย่างสูงต่อประชาชนและสังคมในทุกระดับเนื่องจากมีหน้าที่หลักในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมในสังคม สร้างสังคมให้สงบสุขภายใต้กฎระเบียบของกฎหมาย ซึ่งความสำเร็จของการปฏิบัติตามภารกิจดังกล่าวจะสมฤทธิ์ผลเพียงใดนั้น ตัวบุคลากรซึ่งได้แก่ข้าราชการตำรวจ นับเป็นปัจจัยที่สำคัญ โรงเรียนนายร้อยตำรวจซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาหลักของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยมีลักษณะเป็นสถาบันการศึกษาประเภทวิชาชีพ มีภารกิจหลักในการผลิตข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร ให้แก่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วนั้นจะได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติหน้าที่ตามสถานีตำรวจต่าง ๆ ทั่วประเทศและตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่สำคัญในสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โรงเรียนนายร้อยตำรวจจึงเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งหรือ

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หลักสูตรการเรียนการสอน การฝึกเป็นเครื่องชี้้นำทางในการจัดการความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียนซึ่งครูจะต้องปฏิบัติตามหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาที่มุ่งสู่จุดหมายเดียวกัน หลักสูตรนักเรียนนายร้อยได้มีการพัฒนาปรับปรุงมาโดยตลอดเพื่อให้สอดคล้องรองรับกับเหตุการณ์บ้านเมืองและปัญหาในสังคมยุคปัจจุบัน (วัชรวิชัย นิธิวรราชย์, 2557) รวมถึงโรงเรียนนายร้อยตำรวจเป็นศูนย์แห่งการหล่อหลอมนักเรียนนายร้อยตำรวจ และหลักสูตรนักเรียนอบรมชั้นสัญญาบัตรอื่น ๆ ให้มีคุณลักษณะเหมาะสมที่จะเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร ตามปรัชญาการศึกษาโรงเรียนนายร้อยตำรวจ นอกจากมีความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายสำหรับการปฏิบัติงานอย่างลึกซึ้งแล้ว การหล่อหลอมให้มีคุณลักษณะทางกาย และคุณธรรมประจำใจ เป็นผู้ที่มีความสุขภาพพละนามัยที่สมบูรณ์ทางด้านร่างกาย จิตใจและอารมณ์ มีบุคลิกภาพที่สอดคล้องต่อสังคมและวัฒนธรรมอันดี

งาน เชื่อมั่นในตนเอง มีวิจารณ์ญาณในการตัดสินใจที่ถูกต้อง ยึดถือหลักศีลธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพตำรวจ เป็นแนวทางในการประพฤติตนพร้อมที่จะเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและยึดมั่นในการรักษากฎหมายและความสงบเรียบร้อยของสังคม ด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรม (สัญญา รัตนไพวงศ์, 2566)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าสมรรถภาพของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ถูกกำหนดให้เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานที่จำเป็นต่อหน้าที่ ทั้งความสามารถในการใช้ระบบแอโรบิกในการวิ่งในระยะทางไกลการไล่ล่าผู้ต้องหา ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อในการกระโดด การป็นป่ายสิ่งกีดขวาง ความคล่องแคล่วว่องไวในการหลบหลีกสิ่งกีดขวางรอบตัว พลังของกล้ามเนื้อในการจับ ล็อค ระวังเหตุต่างๆ ความตื่นตัวของร่างกายซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดความอ่อนล้า หรือการฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็วหลังจากที่มีการออกแรงในระดับที่สูง รวมถึงในช่วงระหว่างและหลังจากการใช้สมรรถภาพทางกายอย่างเต็มที่ สิ่งสำคัญที่สุดคือ การรักษาสมดุลในความคิดและการตัดสินใจยังถูกต้องแม่นยำ ข้าราชการตำรวจปฏิบัติหน้าที่ในกระบวนการยุติธรรมมีหน้าที่การปฏิบัติงานที่หลากหลายและในบทบาทหน้าที่ยังจะเป็นที่จะต้องใช้สมรรถภาพที่ดีของร่างกายเพื่อไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นซึ่งในการปฏิบัติหน้าที่ แต่ละครั้งส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่และชุมชนโดยรอบ จะเห็นได้ว่าสมรรถภาพทางกายและการดูแลรักษาสุขภาพของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สามารถส่งผลกระทบต่อวิชาชีพได้ รวมถึงข้อกำหนดด้านสมรรถภาพทางกายของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ก่อนการบรรจุเข้ารับราชการ ต้องผ่านการทดสอบสมรรถภาพทางกายที่

ได้มาตรฐานตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น การวิ่ง ว่ายน้ำ วิดพื้น ลูกนั่ง ดึงข้อ เป็นต้น เป็นบทบาทขั้นพื้นฐานสำคัญของการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติหน้าที่ในอนาคต การพัฒนาสมรรถนะด้านสมรรถภาพร่างกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่ามีสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาไปสู่การประกอบอาชีพในอนาคตเพราะเป็นที่แน่ชัดว่า อาชีพตำรวจจะต้องปฏิบัติหน้าที่ ที่เสี่ยงและใช้สมรรถภาพทางร่างกายตลอดเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ แต่ปัจจุบัน เกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางร่างกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจ ยังไม่มีเกณฑ์ที่ครอบคลุม ตามสมรรถภาพร่างกายในการนำไปใช้ในอนาคต ปัจจุบันใช้เกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางกายโตดรัมใหม่ ตำรวจชาย 7 สถานีคือ ดันพื้น 1 นาที,ดึงข้อ,พุ่งชักเท้าหลัง 1 นาที,ไต่เชือก จัดเป็นสมรรถภาพด้านความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ,ว่ายน้ำ 50 เมตร จัดเป็นสมรรถภาพด้านความเร็ว และลูก-นั่ง 2 นาที,วิ่ง 1,600 เมตรเป็นความทนทานของระบบหัวใจไหลเวียนโลหิตและความทนทานของกล้ามเนื้อ ซึ่งยังขาดสมรรถภาพทางกายในด้านความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อ พลังของกล้ามเนื้อและความคล่องแคล่วว่องไวซึ่งเห็นได้ว่ายังไม่ครอบคลุมสมรรถภาพทางกายที่จำเป็นในการนำไปใช้ประกอบวิชาชีพ

จากความสำคัญข้างต้นจะเห็นได้ว่า เกณฑ์ปกติของคะแนนสมรรถนะด้านสมรรถภาพร่างกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาไปสู่การประกอบวิชาชีพตำรวจในอนาคต เพราะเป็นที่แน่ชัดว่า อาชีพตำรวจจะต้องปฏิบัติหน้าที่ ที่เสี่ยงและใช้สมรรถนะด้านสมรรถภาพทางร่างกายตลอดเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ แต่ปัจจุบัน เกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางร่างกายของ

นักเรียนนายร้อยตำรวจ ยังเป็นเกณฑ์ที่ถูกลำผลจากเกณฑ์อื่น ๆ มาปรับโดยนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับเกณฑ์สมรรถภาพทางร่างกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจ โดยนำสถานีทดสอบสมรรถภาพทั้ง 12 สถานีมาเก็บข้อมูลจริงกับนักเรียนนายร้อยตำรวจ หาค่าเกณฑ์สมรรถภาพของนักเรียนนายร้อยตำรวจอย่างแท้จริง เพื่อที่จะนำมาพัฒนาสมรรถนะด้านสมรรถภาพร่างกายต่อไปตามความเหมาะสม ทั้งนี้ผลที่ได้จะนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมทางกายให้เหมาะสมกับนักเรียนนายร้อยตำรวจ โดยมีรอบปัจจัยดังกล่าวเป็นเงื่อนไขกำหนดลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมที่ได้พัฒนาขึ้นจากผลการทดสอบสมรรถนะด้านสมรรถภาพทางร่างกายให้เหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ และสุขภาพแต่ละบุคคล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถภาพทางกายนักเรียนนายร้อยตำรวจ
2. เพื่อสร้างเกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ

ทำให้ทราบถึงความสามารถทางสมรรถภาพร่างกาย ของนักเรียนนายร้อยตำรวจ ความสามารถในการใช้ระบบการหายใจ แบบแอโรบิกในการวิ่งไล่ล่าควบคุมผู้ต้องหา ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อในการกระโดดข้ามสิ่งกีดขวาง ความคล่องแคล่วว่องไวในการหลบหลีก พลังของมัดกล้ามเนื้อในการควบคุม จับ ล็อค ระวังเหตุในลักษณะต่างๆ การฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็ว ของการรักษาสมดุลงานด้านความคิด และการตัดสินใจอย่างถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นการได้มาซึ่ง

รายการในการทดสอบเพื่อสร้างเกณฑ์สมรรถภาพร่างกายจึงต้องมีความสอดคล้องกับการนำไปใช้ของข้าราชการตำรวจ โดยเฉพาะการตัดสินใจในกระบวนการยุติธรรม อาจส่งผลต่อการระงับเหตุ การหยุดยั้งผู้ต้องสงสัย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้สมรรถนะด้านสมรรถภาพที่ดีของร่างกาย เพื่อเป็นการป้องกันเหตุให้กับประชาชน รวมถึงเป็นการป้องกันตนเอง

2. ประโยชน์ต่อการนำไปใช้

เมื่อนักเรียนทราบระดับสมรรถภาพทางกายว่าอยู่ในระดับใดเมื่อเทียบเกณฑ์มาตรฐานทำให้นักเรียนสามารถพัฒนาสมรรถภาพทางกายและนำไปปรับประยุกต์ออกแบบโปรแกรมการฝึกหรือการออกกำลังกายได้ด้วยตนเอง รวมถึงเพื่อเป็นการนำเสนอเกณฑ์ 5 ระดับให้กับฝ่ายปกครองโรงเรียนนายร้อยตำรวจ เพื่อประเมินความเหมาะสมในแต่ละสถานีของนักเรียนแต่ละชั้นปีว่าควรอยู่ในระดับใดทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสมตามบริบทการฝึก เช่น นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปี 2 มีหลักสูตรการฝึกการโดดร่มจึงจำเป็นต้องมีความแข็งแรงและพลังของกล้ามเนื้อ ดังนั้นสถานีการทุ่มบอลและการกระโดดสูงจึงจำเป็นต้องกำหนดเกณฑ์ให้อยู่ในระดับ ดี ถึง ดีมากเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการฝึกและลดอัตราการบาดเจ็บที่เกิดจากการฝึก เป็นต้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สมรรถภาพทางกาย หมายถึงสภาวะที่สมบูรณ์ของร่างกาย ซึ่งเป็นผลทำให้การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ของร่างกายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข เป็นลักษณะของสมรรถภาพทางกายโดยรวม (total fitness) ซึ่งประกอบด้วย ความ

แข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความทนทานของกล้ามเนื้อ ความอ่อนตัว ความอดทนของระบบหัวใจ และหลอดเลือดในการทำงาน หรือการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน และสามารถกลับฟื้นคืนสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว(สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

องค์ประกอบของสมรรถภาพทางกาย พื้นฐานในแต่ละด้านที่จะต้องได้รับการฝึก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถาวร กมฺุทศรี, 2560) ควบคู่ไปกับการฝึกพัฒนาความสามารถทางด้านเทคนิค ทักษะของแต่ละชนิดกีฬา เพราะเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้กลไกการเคลื่อนไหว (Biomotor Ability) ของร่างกายมีความสมบูรณ์ โดยประกอบไปด้วย 1) ความอดทน (Endurance) 2) ความแข็งแรง (Strength) 3) ความเร็ว(Speed) 4) ความอ่อนตัว (Flexibility) 5)การประสานงานและความสัมพันธ์ของระบบประสาทและกล้ามเนื้อ (Co-ordination)

การสร้างเกณฑ์ปกติ ชนิดเกณฑ์ปกติ คะแนนที่ (T-score Norms) จะเป็นมาตราของคะแนนจากการเทียบคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐาน วิธีแปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนที่ปกติทำได้โดยแปลงคะแนนดิบให้เป็นตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ก่อน แล้วจึงเทียบเปอร์เซ็นต์ไทล์ให้เป็นคะแนนที่ปกติโดยดูว่าเปอร์เซ็นต์ไทล์นั้นเท่ากัน หรือใกล้เคียงที่สุดกับค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ใด ก็จะอ่านค่าที่ปกติ นั้น ซึ่งมีไว้เพื่อบอกและเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมทางจริยธรรมของผู้สอบว่าอยู่ในระดับสูงหรือต่ำของกลุ่มโดยจะมีการแสดงลงในตาราง เพื่อบอกความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนดิบกับคะแนนที่ปกติ (Normalized T-score) คะแนนที่ปกตินิยมใช้กันมาก เพราะเป็นคะแนนมาตรฐานสามารถนำมา

บวกลบและเฉลี่ยได้ มีค่าเหมาะสมในการแปลความหมาย คือ มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 100 มีคะแนนเฉลี่ย 50 ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน 10 (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2539 : 315-317)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ทำการทดสอบสมรรถภาพทางกาย นักเรียนนายร้อยตำรวจที่กำลังศึกษาอยู่ปีการศึกษา 2566 ที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปี จำนวน 1,002 คน โดยนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปี 1 จำนวน 315 คน นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปี 2 จำนวน 300 คน นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปี 3 จำนวน 274 คน นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปี 4 จำนวน 113 คน ซึ่งเก็บข้อมูลจากนักเรียนทุกนาย ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย นักเรียนนายร้อยตำรวจซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และผ่านการคัดกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (ถาวร กมฺุทศรี, 2560) การทดสอบ 6 ด้าน 13 รายการดังมีรายละเอียด ดังนี้รายการดัชนีมวลกาย รายการนั่งงอตัว รายการนอนแอ่นหลัง รายการทุ่มบอล รายการยืนกระโดดสูง รายการกระโดด 6 เหลี่ยม รายการวิ่ง 100 เมตร รายการว่ายน้ำ 50 เมตร รายการลูก-นั่ง 1 นาที รายการดึงราว รายการดันพื้น 2 นาที รายการวิ่ง 2.4 กิโลเมตร และรายการแพลงก์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การคัดเลือกผู้ช่วยวิจัย ในการประจำสถานีทดสอบ ทั้ง 13 สถานี

2. ชี้แจงรายละเอียด ความสำคัญของการวิจัย และสาธิตการทดสอบให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผ่านขั้นตอนเอกสารทางราชการและประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ พร้อมร่วมเก็บข้อมูลและสังเกตการณ์ด้วยตัวเอง 3. จัดเตรียมกลุ่มตัวอย่างให้พร้อม โดยการแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ กรอกข้อมูลรายละเอียดและให้นั่งพัก 10 นาที

4. เริ่มทำการทดสอบสมรรถภาพทางกาย ในแต่ละรายการและขั้นตอนต่างๆ โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนจะต้องทำการทดสอบสมรรถภาพทางกายให้เสร็จสิ้นภายใน 2 วัน

5. นำข้อมูลที่ได้จากการทดสอบสมรรถภาพทางกายในแต่ละรายการไปสร้างเกณฑ์ปกติของคะแนนสมรรถภาพทางกายจัดทำรูปเล่มและจัดเตรียมเพื่อนำไปสร้างเกณฑ์สมรรถภาพทางกายตามกลุ่มการปฏิบัติงาน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ ดีมาก ดี ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD ของคะแนนการทดสอบสมรรถภาพร่างกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจโดยจำแนกตามชั้นปี

2. สร้างเกณฑ์ปกติ (norms) สมรรถภาพร่างกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจ โดยใช้คะแนน T-score การหา T-Score ในการคำนวณ จะต้องหาคะแนนซี (Z-Score) ก่อน โดยคำนวณได้จากสูตร

$$Z\text{-Score} = \frac{\text{คะแนนดิบ} - \text{คะแนนเฉลี่ย}}{S.D.}$$

- กรณี มีคะแนนดิบเท่ากับ \bar{X} จะได้คะแนน Z-Score = 0 กรณีคะแนนดิบน้อยกว่า \bar{X} จะได้คะแนน Z-Score = ติด -

ดังนั้นจึงแปลงให้เป็นคะแนน T-Score เพื่อให้พื่นค่าติดลบเหล่านี้โดยใช้สูตร $T\text{-Score} = (Z\text{-Score} \times 10) + 50$

แปลงคะแนนของกลุ่ม โดยทำให้มีคะแนน \bar{X} ของกลุ่มเป็น 50 และมี SD เท่ากับ 10 คะแนน เกณฑ์ทั้งกลุ่มจึงมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 100

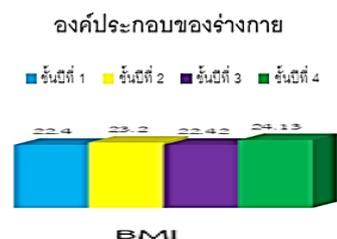
ผลการวิจัย

จำนวนและร้อยละคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียนนายร้อยตำรวจ โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
18 ปี	135	13.5
19 ปี	238	23.7
20 ปี	246	24.5
21 ปี	184	18.4
22 ปี	95	9.5
มากกว่า 22 ปี	104	10.4
รวม	1,002	100

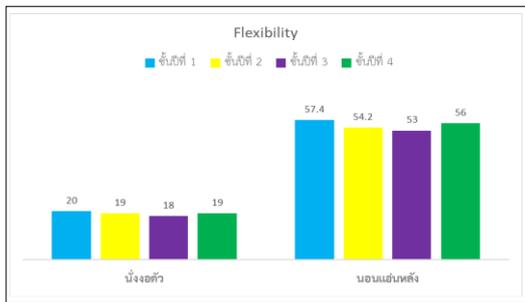
จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ จำนวน 1,002 คน พบว่า นักเรียนนายร้อยตำรวจส่วนใหญ่ อายุ 20 ปี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือ อายุ 19 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 และอายุ 21 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

ระดับสมรรถนะด้านสมรรถภาพทางร่างกายนักเรียนนายร้อยตำรวจ



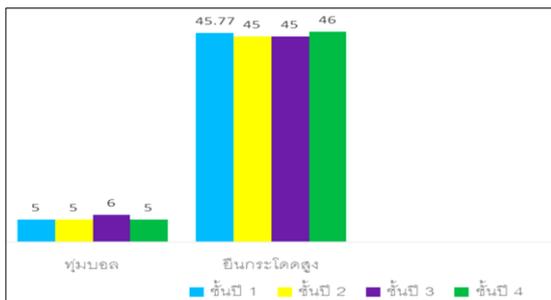
พบว่านักเรียนนายร้อยตำรวจโดยรวมมีค่าดัชนีมวลกาย ในช่วง 18 – 25 อยู่ระดับน้ำหนัก

ปกติ เหมาะสม ซึ่งนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 มีค่า BMI น้อยที่สุดและชั้นปีที่ 4 มีค่ามาก

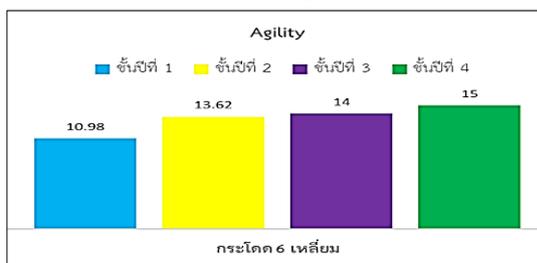


การวิเคราะห์ความอ่อนตัว (Flexibility) พบว่านักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1-4 รายการ นิ่งอตัวมีค่าตั้งแต่ 16 เซนติเมตรขึ้นไป อยู่ใน ระดับดีมาก

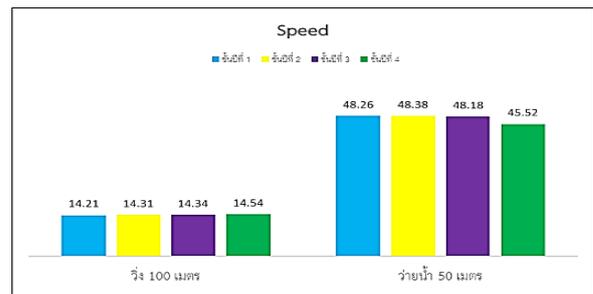
กำลังหรือพลังของกล้ามเนื้อ (Muscle power)



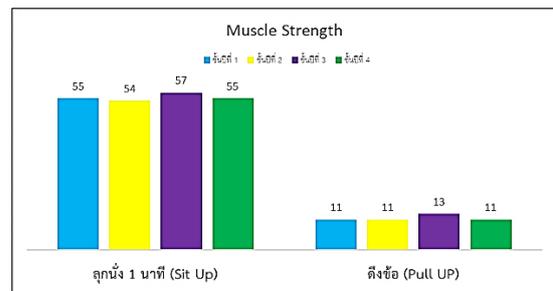
การวิเคราะห์กำลังหรือพลังของกล้ามเนื้อ (Muscle power) พบว่านักเรียนนายร้อยตำรวจ ชั้นปีที่ 1-4 รายการทุ่มบอล ชั้นปีที่ 1,2 และ 4 มี ค่า น้อยกว่า 5.1 อยู่ในระดับต่ำมาก ชั้นปีที่ 3 มีค่า ในช่วง 5.9-6.2 อยู่ในระดับ ดี สถานียืนกระโดดสูง มีค่าในช่วง 40.00-52.99 อยู่ในระดับ ดี



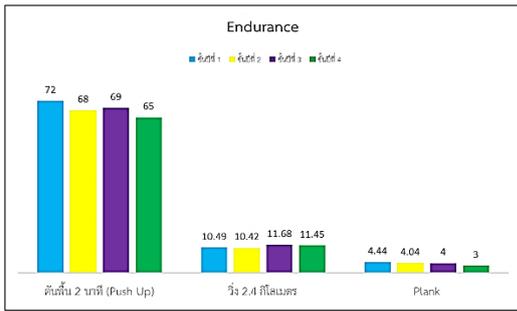
การวิเคราะห์ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) พบว่าสถานีกระโดด 6 เหลี่ยม นักเรียน นายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 มีค่าระยะเวลา ตั้งแต่ 13.11 ลงไป อยู่ในระดับ ต่ำมาก ชั้นปีที่ 2 และ 3 มี ค่าระยะเวลาตั้งแต่ 13.12 – 14.60 อยู่ในระดับดี ชั้นปีที่ 4 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 14.59-15.78 อยู่ใน ระดับปานกลาง



การวิเคราะห์ ความเร็ว (Speed) พบว่า นาย สถานีวิ่ง 100 เมตร มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 15.98 ลงมา อยู่ในระดับ ต่ำมาก สถานีว่ายน้ำ 50 เมตร ชั้นปีที่ 4 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 48.00 ลงมา อยู่ในระดับดีมาก ชั้นปีที่ 1,2 และ 3 มีค่า ระยะเวลาตั้งแต่ 48.1-56.00 อยู่ในระดับ ดี



การวิเคราะห์ ความแข็งแรงกล้ามเนื้อ (Muscle strength) พบว่า สถานีลูกนั่ง 1 นาที ชั้นปีที่ 3 ทำได้ 56 ครั้งขึ้นไป อยู่ในระดับ ดีมาก ชั้นปีที่ 1,2 และ 4 ทำจำนวนครั้งได้ในช่วง 50-55 ครั้งใน 1 นาที อยู่ในระดับ ดี สถานีดึงข้อ ชั้นปีที่ 3 ทำได้ในช่วง 12-15 ครั้ง อยู่ในระดับ ดี ส่วนชั้นปีที่ 1,2 และ 4 ทำได้ในช่วง 8-11 ครั้ง อยู่ในช่วง ปาน กลาง



การวิเคราะห์ความทนทาน (Endurance) พบว่า สถานีดันพื้น 2 นาที ทั้ง 4 ชั้นปี ได้จำนวน ตั้งแต่ 54 ครั้ง ขึ้นไป อยู่ในระดับ ดีมาก สถานีวิ่ง 2.4 กิโลเมตร นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 และ 2 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 10.10 – 11.29 นาที อยู่ในระดับดี ส่วนชั้นปีที่ 3 และ 4 อยู่ในระดับ ปานกลาง สถานี Plank ชั้นปีที่ 1,2 และ 3 มีค่า ระยะเวลาตั้งแต่ 3.40 ขึ้นไป อยู่ในระดับดีมาก ชั้น ปีที่ 4 มีค่าระยะเวลา 3.00 – 3.39 อยู่ในระดับ ดี

เกณฑ์ปกติของคะแนนสมรรถนะด้านสมรรถภาพ ทางร่างกายนักเรียนนายร้อยตำรวจอายุ 18-22 ปี มีค่าดังต่อไปนี้

1. รายการดัชนีมวลกาย (BMI)

ระดับ	คะแนน "ที"	ค่า BMI
ผอมเกินไป	34.76 ลงมา	18.4 ลงมา
น้ำหนักปกติ เหมาะสม	34.76 - 56.43	18 - 25
น้ำหนักเกิน	56.76 - 59.71	25.1 - 26
อ้วน	60.04 - 72.52	26.1 - 29.9
อ้วนมาก	73.83 ขึ้นไป	30.3 ขึ้นไป

2. รายการนั่งอตัว

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะทาง(เซนติเมตร)
ดีมาก	46.41 ขึ้นไป	16 ขึ้นไป
ดี	36.20 - 46.40	12 - 15
ปานกลาง	25.99 - 36.19	8 - 11
ต่ำ	15.78 - 25.98	5 - 7
ต่ำมาก	15.77 ลงมา	4 ลงมา

3. รายการนอนแอ่นหลัง

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะทาง(เซนติเมตร)
ดีมาก	53.59 ขึ้นไป	56 ขึ้นไป
ดี	47.08 - 53.58	52 - 55
ปานกลาง	40.57 - 47.07	48 - 51
ต่ำ	35.69 - 40.56	45 - 47
ต่ำมาก	33.68 ลงมา	44 ลงมา

4. รายการทุ่มบอล

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะทาง(เมตร)
ดีมาก	65.59 ขึ้นไป	6.3 ขึ้นไป
ดี	58.76 - 65.58	5.9 - 6.2
ปานกลาง	51.93 - 58.75	5.5 - 5.8
ต่ำ	46.81 - 51.92	5.2 - 5.4
ต่ำมาก	46.80 ลงมา	5.1 ลงมา

5. รายการยืนกระโดดสูง

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะทาง(เซนติเมตร)
ดีมาก	59.27 ขึ้นไป	53 ขึ้นไป
ดี	43.12 - 59.26	40.00 - 52.99
ปานกลาง	26.55 - 43.11	26.67 - 39.99
ต่ำ	18.88 - 26.54	21 - 26.66
ต่ำมาก	18.87 ลงมา	20.99 ลงมา

6. รายการกระโดด 6 เหลี่ยม

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะเวลา(วินาที)
ดีมาก	51.47 ขึ้นไป	13.11 ลงไป
ดี	44.70 - 51.46	13.12 - 14.59
ปานกลาง	37.94 - 44.69	14.60 - 15.78
ต่ำ	32.86 - 37.93	15.79 - 16.66
ต่ำมาก	32.85 ลงมา	16.67 ขึ้นไป

7. รายการวิ่ง 100 เมตร

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะเวลา(วินาที)
ดีมาก	46.96 ขึ้นไป	15.98 ลงมา
ดี	36.02 - 46.95	15.99 - 18.36
ปานกลาง	17.78 - 36.01	18.37 - 23.86
ต่ำ	10.49 - 17.77	23.87 - 25.30
ต่ำมาก	17.78 ลงมา	25.31 ขึ้นไป

8. รายการว่ายน้ำ 50 เมตร

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะเวลา(วินาที)
ดีมาก	52.23 ขึ้นไป	48.00 ลงมา
ดี	43.55 - 52.22	48.01 - 56.00
ปานกลาง	34.86 - 43.54	56.01 - 64.00
ต่ำ	28.35 - 34.85	64.01 - 69.00
ต่ำมาก	28.34 ลงมา	69.01 ขึ้นไป

9. รายการลูก-นั่ง 1 นาที

ระดับ	คะแนน "ที"	จำนวนครั้ง
ดีมาก	53.15 ขึ้นไป	56 ขึ้นไป
ดี	45.22 - 53.14	50 - 55
ปานกลาง	37.29 - 45.21	48 - 51
ต่ำ	31.35 - 37.28	45 - 47
ต่ำมาก	31.34 ลงมา	44 ลงมา

อภิปรายผล

จากการศึกษาและรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในด้านแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถภาพทางกาย ความหมายของสมรรถภาพทางกาย องค์ประกอบของสมรรถภาพประโยชน์ของสมรรถภาพทางกาย

จากการคำนวณหาค่าดัชนีมวลกายทำให้ทราบถึงรูปร่างและสัดส่วนรวมถึงยังทำให้ทราบถึงความเสี่ยงในการเกิดโรคต่าง ๆ (อ.ดร.พญ.ถิรจิต บุญแสน, 2562) ผลการศึกษาของนักเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 4 ชั้นปี พบว่านักเรียนนายร้อยตำรวจโดยรวมมีค่า BMI ในช่วง 18 - 25 อยู่ระดับน้ำหนักปกติ เหมาะสม ทั้ง 4 ชั้นปี ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ

10.รายการดึงข้อ

ระดับ	คะแนน "ที"	จำนวนครั้ง
ดีมาก	60.52 ขึ้นไป	16 ขึ้นไป
ดี	51.54 - 60.51	12 - 15
ปานกลาง	42.57 - 51.53	8 - 11
ต่ำ	33.59 - 42.56	4 - 7
ต่ำมาก	33.58 ลงมา	3 ลงมา

11. รายการดันพื้น 2 นาที

ระดับ	คะแนน "ที"	จำนวนครั้ง
ดีมาก	39.91 ขึ้นไป	54 ขึ้นไป
ดี	25.89 - 36.40	40 - 53
ปานกลาง	11.87 - 25.88	39 - 24
ต่ำ	11.86 - 9.14	23 - 9
ต่ำมาก	-9.15 ลงมา	8 ลงมา

12. รายการวิ่ง 2.4 กิโลเมตร

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะเวลา(นาที)
ดีมาก	57.67 ขึ้นไป	10.09 ลงไป
ดี	48.87 - 57.66	11.29 - 10.10
ปานกลาง	40.07 - 48.86	11.30 - 12.37
ต่ำ	33.48 - 40.06	12.38 - 13.59
ต่ำมาก	33.47 ลงมา	14 ขึ้นไป

13. รายการ Plank

ระดับ	คะแนน "ที"	ระยะเวลา(นาที)
ดีมาก	45.90 ขึ้นไป	3.40 ขึ้นไป
ดี	40.17 - 45.89	3.00 - 3.39
ปานกลาง	32.54 - 40.16	2.20 - 2.59
ต่ำ	26.81 - 32.53	1.50 - 2.19
ต่ำมาก	26.80 ลงมา	1.49 ลงมา

กันจะเห็นได้ว่า ไม่มีค่าความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามเมื่อจำแนกตามชั้นปีพบว่า นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 มีค่า BMI น้อยที่สุด นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 2,3 และชั้นปีที่ 4 มีค่ามากตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 1 เป็นนักเรียนใหม่ จึงมีการเน้นภาคการฝึกมากกว่าชั้นอื่น ๆ มีทั้งภาคกิจกรรมเสริมหลักสูตร ต้องมีการฝึกระเบียบปฏิบัติอย่างหนักในภาคปฏิบัติ รวมถึงมีกิจกรรมที่ต้องเคลื่อนไหวร่างกายอยู่ตลอดเวลา มีการจำกัดการรับประทานอาหารเฉพาะที่ทางโรงเรียนจัดไว้ให้ ไม่สามารถสั่งอาหารหรือทานขนมนอกเหนือจากที่จัดไว้ให้ได้ ทำให้นักเรียนมีการใช้พลังงานอยู่ตลอดเวลา และใช้

พลังงานมากกว่าที่ทานเข้าไป มีการฝึกร่างกายเป็นประจำอย่างหนักทุกวันทำให้นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 ดูตัวเล็กผอมเพรียว ในส่วนของนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นอื่น ๆ เน้นหลักวิชาการเพื่อเตรียมความในด้านการเรียนการสอน จึงทำให้งิจกรรมที่ต้องมีการเคลื่อนไหวร่างกายน้อยกว่านักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 1

ด้าน ความอ่อนตัว (Flexibility) เป็นการศึกษาความสามารถในการทำงานของข้อต่อในร่างกายในทุกๆ การเคลื่อนไหว ด้วยระยะทางหรือมุมที่มากกว่าปกติ ผู้วิจัยได้กำหนดการทดสอบ 2 สถานีคือ สถานีนั่งงอตัว เป็นการวัดความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อบริเวณ ต้นขาด้านหลัง และบริเวณหลังส่วนล่างและรายการที่ 2 คือท่านอนแอ่นหลัง เป็นการวัดความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อบริเวณลำตัว (ถาวร กุมุทสรและคณะ, 2562) อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าสมรรถภาพทางกายด้านความอ่อนตัวและด้านความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกัน คนที่มีความอ่อนตัวที่ดีจะมีความแข็งแรงของกล้ามเนื้อที่ดีตามมาด้วยสอดคล้องกับ (ปริชาเวช สุขเกษิน, 2564) รวมถึงยังสอดคล้องกับ (Corbin; et al. 2013) กล่าวว่าความอ่อนตัว (flexibility) คือ ช่วงการเคลื่อนไหวบริเวณข้อต่อที่มีผลต่อความยาวของกล้ามเนื้อ โครงสร้างของข้อต่อ ผู้ที่มีสมรรถภาพทางกายดีจะมีการเคลื่อนไหวของร่างกายบริเวณข้อต่อได้เต็มช่วงการเคลื่อนไหวในขณะที่ทำงานหรือเล่นกีฬา โดยผู้ที่มีความอ่อนตัวที่ดีจะมีผลต่อการป้องกันการบาดเจ็บของเอ็นและกล้ามเนื้อในขณะที่การเคลื่อนไหวรวมทั้งยังช่วยให้การเคลื่อนไหวมีประสิทธิภาพ มีความแข็งแรงในระดับดีและยังช่วยป้องกันการติดยึดของข้อต่อ ผลการวิเคราะห์ความอ่อนตัว (Flexibility) พบว่าในรายการนั่งงอตัว มีค่า

ตั้งแต่ 16 เซนติเมตรขึ้นไป อยู่ในระดับดีมาก โดยผลการวิเคราะห์ความอ่อนตัว (Flexibility) นักเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 4 ชั้นปี ไม่มีความแตกต่างกันซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์ผลจำแนกเป็นชั้นปี พบว่านักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 1 มีค่าความอ่อนตัวมากที่สุด ชั้นปีที่ 2 , 4 มีค่าลดหลั่นตามลำดับ สำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 3 มีค่ารายการนั่งงอตัว น้อยที่สุด เช่นเดียวกับ รายการที่ 2 การวิเคราะห์ความอ่อนตัว (Flexibility) ในท่านอนแอ่นหลังพบว่า นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 1 และ 4 มีค่าตั้งแต่ 56 เซนติเมตรขึ้นไป อยู่ในระดับดีมาก นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 2 มีค่าอยู่ที่ 54.2 เซนติเมตร เช่นเดียวกับนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 3 มีค่าอยู่ที่ 53 เซนติเมตร อยู่ในระดับ ดี อาจเป็นเพราะนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 1 , 2 มีกิจกรรมภาคการฝึกที่มุ่งเน้นในเรื่องสมรรถนะทางกายสูง เช่น หลักสูตรการต่อต้านปราบปรามการก่อความไม่สงบ และหลักสูตรกรโตดรมค่ายนเรศวร จึงทำให้สมรรถนะทางด้านร่างกายมีความแข็งแรง ควบคู่กับความสามารถในด้านความอ่อนตัว (Flexibility) สำหรับนักเรียน นายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่มี ผลการวิเคราะห์ความอ่อนตัว (Flexibility) ที่ดีนั้น อาจจะมาจากกรณี นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 จะต้องทำหน้าที่ควบคุมดูแลนักเรียนใหม่ และเป็นนักเรียนบังคับบัญชาจะต้องมีการทบทวนการฝึกทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจเพื่อเป็นการรองรับการฝึกให้กับนักเรียนใหม่ จึงทำให้ผลการผลการวิเคราะห์ความอ่อนตัว (Flexibility) อยู่ในกลุ่มที่ดี

การศึกษาด้านสมรรถนะที่สำคัญอีกส่วนหนึ่ง คือ สมรรถนะด้านกำลังหรือพลังของกล้ามเนื้อ (Muscle power) ได้แบ่งรายการออกเป็นการทดสอบ 2 รายการ ผลการวิเคราะห์กำลังหรือพลัง

ของกล้ามเนื้อ (Muscle power) ทั้ง 2 รายการของนักเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 4 ชั้นปี ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อนำมาวิเคราะห์ผล จำแนกออกเป็นชั้นปี ในรายการแรก คือ สถานีทุ่มบอล เป็นการวัดความแข็งแรงและพลังกล้ามเนื้อแขนและหัวไหล่ ผลการวิเคราะห์ มีค่าในช่วง 5.9 - 6.2 อยู่ในระดับ ดี โดยชั้นปีที่ 1 , 2 และ 4 มีค่า น้อยกว่า 5.1 อยู่ในระดับต่ำมาก สำหรับ ชั้นปีที่ 3 มีค่าในช่วง 5.9 - 6.2 อยู่ในระดับ ดี อาจเป็นเพราะ นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1,2 และ 4 อยู่ในระหว่างการฝึกตามหลักสูตรต่าง ๆ และ นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 เป็นนายตำรวจบังคับบัญชาจึงมุ่งเน้นในด้านสมรรถนะความทนทานของระบบการหายใจ ซึ่งเป็นทักษะการฝึกพลังกล้ามเนื้อสะโพกต้นขา จึงส่งผลให้ทักษะด้านสมรรถนะทางด้านการใช้กล้ามเนื้อส่วนบน (การทุ่มบอล) ลดลงเล็กน้อย สำหรับรายการที่ 2 คือ รายการยืนกระโดดสูง เป็นการวัดพลังระเบิดของกล้ามเนื้อขาสำหรับการใช้ในการออกตัววิ่ง การกระโดดรวมถึงการเตะ การปีนป่ายเป็นการออกแรงสูงสุดในระยะเวลาอันสั้น (ไวพจน์ จันทรเสม , 2562) ผลการวิเคราะห์ มีค่าในช่วง 40.00 - 52.99 อยู่ในระดับ ดี โดยนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 และ 2 มีค่าคะแนนตามลำดับ สำหรับนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 3 ก็มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ดี แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่านักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 1 , 2 และ 4 เล็กน้อย เนื่องด้วยนักเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 4 ชั้นปี มีพื้นฐานการฝึกทักษะการใช้ขาอยู่เป็นประจำ จึงทำให้ค่าเฉลี่ยของทั้ง 4 ชั้นปี ไม่แตกต่างกันมากนักเกินไป เพราะพื้นฐานการฝึกการออกกำลังกายของนักเรียนนายร้อยตำรวจ มาจากพื้นฐานการวิ่งและการฝึกความแข็งแรงของกล้ามเนื้อขา จึงมีระดับ

พลังของกล้ามเนื้อมีความใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับ (กอบบุญ แดงสุวรรณ,ชาญชัย ชันติศิริ และพรเทพ ราชรุจิทอง, 2564) ศึกษาเกี่ยวกับผลของการฝึกความแข็งแรงและพลังของกล้ามเนื้อขาด้วยน้ำหนักตัวที่มีต่อความสามารถในการรีบราวด์กีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาโรงเรียนสุคนธ์วิทย์ จังหวัดนครปฐม การศึกษาพบว่า การฝึกกล้ามเนื้อขาด้วยน้ำหนักตัวสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความแข็งแรงและพลังของกล้ามเนื้อขาได้ดี

สมรรถนะด้านความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) เป็นความสามารถในการวิ่งกลับตัว การวิ่งเปลี่ยนทิศทางการเคลื่อนไหว ของร่างกายได้อย่างรวดเร็วและตรงเป้าหมายตามที่ต้องการโดยใช้เวลาน้อยที่สุด Illionis Agility Run test (Getchell,1979) จาก การ วิเคราะห์ ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) ในรายการกระโดด 6 เหลี่ยม พบว่านักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 มีค่าระยะเวลา ตั้งแต่ 13.11 ลงไป อยู่ในระดับ ดีมาก นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 2 และ 3 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 13.12 - 14.60 อยู่ในระดับดี ชั้นปีที่ 4 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 14.59 - 15.78 อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะภาคการฝึกของนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 - 2 และ 3 ยังเป็นการฝึกในรูปแบบที่มีความหลากหลายกว่านักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 เช่น การฝึกยิงปืน การฝึกยุทธวิธีตำรวจ การเรียนทักษะการต่อสู้ด้วย ยูโด ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว และมวยไทย ซึ่งยังเป็นห่วงที่มีการเรียนที่ต่อเนื่อง จึงอาจจะส่งผลทำให้ผลการวิเคราะห์ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) อยู่ในระดับดีและดีมาก สำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 กิจกรรมการเรียนการสอนมุ่งเน้นไปในทางทฤษฎีกฎหมาย เพื่อรองรับการฝึกปฏิบัติหน้าที่ใน

ห้วงภาคการเรียนรู้ต่อไป จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) ลดน้อยลงกว่า นักเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 3 ชั้นปี และอยู่ในปานกลาง อีกทั้งกิจกรรมสถานีคล่องแคล่วว่องไว (Agility) เป็นกิจกรรมที่มีความแตกต่างจากรายการอื่นเพราะเป็นการรวมถึงความเร็ว ความอ่อนตัว และความแข็งแรงเข้าด้วยกัน จึงทำให้มีผลต่อการฝึกเฉพาะ เพราะสมรรถภาพทางกายด้านความคล่องแคล่วว่องไวจำเป็นต้องทำการฝึกบ่อยๆจึงจะสามารถทดสอบได้ผลสูงสุด ทั้งนี้จึงเห็นได้ว่าความคล่องแคล่วว่องไวมีความสำคัญในกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกันกับการเปลี่ยนตำแหน่งของร่างกาย หรือส่วนหนึ่งส่วนใดได้ด้วยความเร็ว การออกตัวได้เร็ว การหยุดได้เร็ว และการเปลี่ยนทิศทางได้รวดเร็ว ซึ่งถือว่าเป็นพื้นฐานของสมรรถภาพทางกายที่ดีในนักเรียนนายร้อยตำรวจ เพราะการนำไปใช้ในการประกอบวิชาชีพมีความสำคัญอย่างมาก เพราะหมายถึงรวมถึงความปลอดภัยของทั้งตนเองและประชาชนที่ต้องได้รับความช่วยเหลือ ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิวิมล เอกวิริยะกุล,และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาความคล่องแคล่วว่องไวเชิงปฏิกิริยา ความเร็วในการวิ่งเปลี่ยนทิศทาง และสมรรถภาพทางกายที่บ่งชี้ถึงความสามารถของนักบาสเกตบอล พบว่าสมรรถภาพทางกายที่บ่งชี้ถึงความสามารถเพราะความเร็ว และความคล่องแคล่วว่องไว เป็นสมรรถภาพทางกายที่มีความเกี่ยวข้องกับทักษะหรือการแสดงความสามารถในการเคลื่อนไหวของร่างกายและเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญถึงความสำเร็จในการประกอบกิจกรรมนั้นๆ

การศึกษาสมรรถนะ ด้านความเร็ว (Speed) สำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจคือความสามารถของร่างกายในการเคลื่อนที่จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีระยะเวลาในการเคลื่อนที่เข้ามา

เกี่ยวข้องซึ่งต้องใช้ระยะเวลาให้น้อยที่สุดความเร็วของการเคลื่อนไหว ขึ้นอยู่กับการทำงานของระบบประสาท และระบบกล้ามเนื้อและการเปลี่ยนแปลงความเร็ว (งานสร้างเสริมสุขภาพคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล , 2564) จากการวิเคราะห์ ด้านความเร็ว (Speed) ของนักเรียนนายร้อยตำรวจ ได้แบ่งรายการออกเป็นทดสอบ 2 รายการ คือ รายการวิ่ง 100 เมตร ซึ่งการวิ่ง 100 เมตร เป็นการวิ่งที่ต้องใช้แรงระเบิดควบคู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงความเร็วต้น (Acceleration) คือ ระยะตั้งแต่ 0 – 30 เมตร ช่วงความเร็วสูงสุด (Maximum Velocity) คือระยะตั้งแต่ 30 – 60 เมตร และ การรักษาระดับความเร็ว (Speed Maintenance) คือระยะตั้งแต่ 60 – 100 เมตร เป็นความสามารถของนักเรียนในการวิ่งโดยจะต้องพยายามรักษาระดับความเร็ว ซึ่งเป็นการออกตัวด้วยความเร็วคงที่ให้มากที่สุดจากความเร็วสูงสุด ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลของนักเรียนนายร้อยตำรวจ มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 15.98 ลงมา อยู่ในระดับ ดีมาก โดยนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 ใช้เวลาน้อยที่สุดนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 2 และ 3 ผลคะแนนตามลำดับ สำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 ใช้เวลามากที่สุด จากผลการวิเคราะห์ความเร็ว (Speed) (วิ่งระยะ 100 เมตร) ของนักเรียนนายร้อยตำรวจ 4 ชั้นปี พบว่าไม่มีความแตกต่างกันเมื่อนำมาวิเคราะห์ผล จำแนกออกเป็นชั้นปี นักเรียนนายร้อยตำรวจ ชั้นปีที่ 1 , 2 และ 3 อยู่ในระดับดีมาก สำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 ก็ยังอยู่ในกลุ่มระดับดีมาก เพียงแต่มีผลการวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าชั้นอื่น ๆ อาจจะมาจากกิจกรรมการเรียนการสอน มุ่งเน้นไปในทางทฤษฎี

กฎหมาย เพื่อรองรับการฝึกปฏิบัติหน้าที่ในห่วงภาค การเรียนต่อไป สอดคล้องกับ (Baechle 1994; Crowder et al. 1992; Javer 1995; Tellez 1994) กล่าวว่าปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำคัญในการวิ่ง 100 เมตร คือ ปัจจัยทางสรีรวิทยา ขนาดของ รูปร่าง และระบบกายวิภาคศาสตร์ เป็นต้น สำหรับ รายการว่ายน้ำ 50 เมตร มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 48.00 ลงมาอยู่ในระดับดีมาก นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1, 2 และ 3 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 48.1 - 56.00 อยู่ในระดับ ดี สำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 มีค่าระยะเวลา 45.52 อยู่ในระดับดีมาก อาจเป็น เพราะ ว่า นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 มี หลักสูตรการเรียนทักษะการช่วยชีวิตทางน้ำ ดังนั้น ทักษะในการฝึกทักษะการว่ายน้ำจึงมีมากกว่า นักเรียนนายร้อยตำรวจ ชั้นปีที่ 1 , 2 และ 3 อีกทั้ง ทักษะการว่ายน้ำเป็นทักษะที่มีความแตกต่างจาก ทักษะกีฬาประเภทอื่น ซึ่งมีระบบการหายใจจึงมี ความแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ว่ายน้ำ 50 เมตร เป็นทักษะของการวัดความเร็วจะต้องมีการฝึก ทักษะทางน้ำเฉพาะทางพิเศษ นักเรียนนายร้อย ตำรวจในชั้นอื่น ๆ จึงทำให้ผลการวิเคราะห์ความเร็ว (Speed) ว่ายน้ำ 50 เมตร ของนักเรียนนายร้อย ตำรวจชั้นปีที่ 4 มีคะแนนอยู่ในระดับดีกว่าชั้นอื่น ๆ ทั้งนี้ ความเร็ว (Speed) ยังเป็นความสามารถในการ เคลื่อนไหวหรือเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ได้อย่างรวดเร็วโดยใช้เวลาน้อยที่สุด ซึ่งสามารถ จำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือกำลังความเร็ว (Power Speed) เป็นความเร็วที่พบในการเปลี่ยน จังหวะหรือทิศทางในการเคลื่อนที่อย่างรวดเร็ว จะ พบในชนิดกีฬากอล์ฟที่มีการออกตัวเคลื่อนไหว เคลื่อนที่ อย่างรวดเร็ว ต่อไปคือความเร็วสูงสุด (Maximum Speed) เป็นความเร็วที่มีการเคลื่อนที่ หรือเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ระยะเวลาสั้นๆ

ไม่เกิน 10 วินาที เช่น การวิ่งระยะทาง 50-60 เมตร และความเร็วอดทน (Speed Endurance) เป็น ความเร็วที่มีความจำเป็นในชนิดกีฬาที่มีการ เคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว แต่มีการปฏิบัติซ้ำอย่าง ต่อเนื่อง เช่น การวิ่งขณะเล่นกีฬาประเภทต่างๆ มี การเคลื่อนที่ (Thompson & I. A. A. F, 1991)

การศึกษาสมรรถนะ ด้านความแข็งแรง แรง กล้ามเนื้อ (Muscle strength) เป็นความสามารถ ของกล้ามเนื้อหรือกลุ่มกล้ามเนื้อในการผลิตแรงเพื่อ เอาชนะแรงต้านทานจากภายนอก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อสามารถสร้างแรงได้อย่าง ต่อเนื่องจากศูนย์ จนถึงแรงสูงสุด ความแข็งแรงของ กล้ามเนื้อสูงสุดสอดคล้องกับ (Gavin, 2012) ถ้า ร่างกายมีความแข็งแรงของกล้ามเนื้อย่อมส่งผลให้ การประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอาชีพที่ต้องใช้แรง สามารถประกอบอาชีพได้อย่างสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังส่งผลต่อรูปร่างและบุคลิกภาพที่ดี จาก การวิเคราะห์ความแข็งแรงกล้ามเนื้อ (Muscle strength) ของนักเรียนนายร้อยตำรวจ ในรายการที่ 1 คือ รายการลูกนึ่ง 1 นาที ผลการทดสอบโดยรวม ทำได้ 56 ครั้งขึ้นไป อยู่ในระดับ ดีมาก โดยนักเรียน นายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 3 ทำได้ดีที่สุด นักเรียนนาย ร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1, 2 และ 4 ทำจำนวนครั้งได้ ในช่วง 50-55 ครั้งใน 1 นาที อยู่ในระดับ ดี เช่นเดียวกันกับรายการที่ 2 คือ รายการดึงข้อ ที่ นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 3 ทำได้ในช่วง 12-15 ครั้ง อยู่ในระดับ ดี ส่วนนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปี ที่ 1, 2 และ 4 ทำได้ในช่วง 8 - 11 ครั้ง อยู่ในช่วง ปานกลาง อาจเป็นเพราะ นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้น ปีที่ 1, 2 และ 4 อยู่ในห่วงการฝึกตามหลักสูตรต่างๆ โดยมี นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 เป็น นายตำรวจบังคับบัญชา ทักษะต่าง ๆ จึงมุ่งเน้นใน

ด้านสมรรถนะความทนทานของระบบการหายใจ จึงส่งผลให้ทักษะด้านสมรรถนะทางด้านความแข็งแรง กล้ามเนื้อ (Muscle strength) ทั้ง 2 สถานีมีทักษะความแข็งแรงบริเวณลำตัวส่วนบนถึงหัวไหล่ที่จะต้องมีความสามารถในการหดตัวของกล้ามเนื้อที่จะออกแรงยก ดึง ดัน หรือ เคลื่อนที่ให้ได้แรงต้านทานของนักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1, 2 และ 4 มีความสามารถลดลงเล็กน้อยแต่ไม่ได้แตกต่างกันในระดับช่วงอายุ 18 -22 ปี ทั้งนี้ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ (Muscle strength) ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ เพราะเป็นสมรรถภาพทางกายที่สำคัญที่นักเรียนนายร้อยตำรวจจะต้องนำไปประกอบวิชาชีพ สอดคล้องกับตามยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มศักยภาพในการบังคับใช้กฎหมาย การอำนวยความสะดวกธรรมชาติทางอาญา และการให้บริการประชาชนอย่างเสมอภาคเป็นธรรม โดยมีเป้าหมายให้ ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สังคมมีความสงบเรียบร้อยเป็นต้น

การศึกษาสมรรถนะ ด้านความทนทาน (Endurance) การฝึกเพิ่ม Endurance หรือการพัฒนาให้ร่างกายมีความทนทานทั้งกล้ามเนื้อและระบบหัวใจการไหลเวียนโลหิตนั้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้ระบบต่าง ๆ ในร่างกายโดยเฉพาะระบบหัวใจไหลเวียนเลือดและระบบหายใจ ซึ่งหมายถึงการนำออกซิเจนเข้าร่างกายได้มากขึ้น หัวใจสูบฉีดเลือดได้ดีขึ้น ผลที่ได้คือร่างกายสามารถสร้างพลังงานได้มากขึ้น สามารถวิ่งเร็วขึ้น นานขึ้น รวมถึงการฟื้นตัวกลับมาสดชื่นได้เร็วขึ้น (แพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหิดล, 2562) จากการวิเคราะห์ด้านความทนทาน (Endurance) จากนักเรียนนายร้อย

ตำรวจ มีการทดสอบ 3 รายการ คือ รายการต้นพื้น 2 นาที นักเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 4 ชั้นปี ได้จำนวนครั้ง ตั้งแต่ 54 ครั้ง ขึ้นไป อยู่ในระดับ ดีมาก ทั้งนี้ นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 มีผลคะแนนเป็นอันดับที่ 1 นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 2, 3 และ 4 ได้คะแนนตามลำดับ เช่นเดียวกับ ผลการวิเคราะห์ความทนทาน (Endurance) ในสถานีที่ 2 คือ การวิ่ง 2.4 กิโลเมตร ผลการวิเคราะห์นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 1 และ 2 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 10.10 – 11.29 นาที อยู่ในระดับดี ส่วนชั้นปีที่ 3 และ 4 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 11.30 – 12.37 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ผลการวิเคราะห์ความทนทาน (Endurance) ในรายการที่ 3 คือ แพลงก์ (Plank) จากผลที่ได้ นักเรียนนายร้อยตำรวจ ชั้นปีที่ 1, 2 และ 3 มีค่าระยะเวลาตั้งแต่ 3.40 ขึ้นไป อยู่ในระดับ ดีมาก นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 มีค่าระยะเวลา 3.00 – 3.39 อยู่ในระดับ ดี เนื่องด้วยนักเรียนนายร้อยตำรวจที่อยู่ในระดับการปกครองส่วนใหญ่ นักเรียนที่เป็นน้องใหม่ (ชั้นปีที่ 1) และนักเรียนรุ่นน้อง ๆ (ชั้นปีที่ 2 และ 3) จะต้องทำการกิจกรรมการฝึกมากกว่านักเรียนบังคับบัญชา (ชั้นปีที่ 4) จึงทำให้กิจกรรม การวิเคราะห์ความทนทาน (Endurance) ผลการวิเคราะห์ทั้ง 3 สถานีจึงไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก การฝึกแทบทุกกิจกรรมมุ่งเน้นเรื่องความทนทานเป็นอันดับต้น ๆ เพราะเป็นทักษะที่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่า และวัดผลการทดสอบได้ง่าย ดังนั้น แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของนักเรียนนายร้อยตำรวจ จึงมุ่งเน้นทักษะของความทนทาน (Endurance) มาตั้งแต่เริ่มแรกจึงทำให้ นักเรียนนายร้อยตำรวจที่เข้าเรียนใหม่ หรือนักเรียนในชั้นต้นๆ จึงมีสมรรถนะเรื่องความทนทานตามลำดับชั้นปี ที่มีความสอดคล้องกับ (สุพิตร สมานี

โต, 2541) ความอดทนของกล้ามเนื้อ (Muscle Endurance) เป็นความสามารถของกล้ามเนื้อในการออกแรงเคลื่อนที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน ๆ หรือหลายครั้งติดต่อกันได้ความอดทนของกล้ามเนื้อสามารถเพิ่มได้มากขึ้นโดยการเพิ่มจำนวนครั้งในการปฏิบัติกิจกรรมซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อายุเพศระดับสมรรถภาพทางกลไกของแต่ละชนิดของการออกกำลังกาย ความอดทนของระบบหายใจและระบบไหลเวียนเลือด (Cardiorespiratory Endurance) คือ ความสามารถของหัวใจปอดและหลอดเลือดในการที่จะลำเลียงออกซิเจน และสารอาหารไปยังกล้ามเนื้อที่ใช้ในการออกแรง และขณะเดียวกันก็นำสารที่ไม่ต้องการซึ่งเกิดขึ้นภายหลังการทำงานของกล้ามเนื้อออกจากกล้ามเนื้อที่ใช้ในการออกแรงในการพัฒนาหรือเสริมสร้างความอดทนของระบบไหลเวียนเลือดและการหายใจนั้นจะมีการเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อมัดใหญ่เช่นการวิ่ง การกระโดด โดยใช้ระยะเวลาติดต่อกันครั้งละประมาณ 10-15 นาที

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมการฝึกหรือการออกกำลังกายด้วยตนเอง รวมถึงเสริมสร้างความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและมีการติดตามผลโดยการทดสอบสมรรถภาพร่างกายทุกๆ 3-4 สัปดาห์ เพื่อติดตามผล ทั้งนี้ควรปฏิบัติควบคู่กับการรักษาระดับดัชนีมวลกายให้อยู่ในเกณฑ์ปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักเรียนนายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 4 ที่มีความจำเป็นอย่างสูงในการสร้างสมรรถนะด้านสมรรถภาพทางกายให้เกิดความพร้อมก่อนออกไปทำงาน ผลการวิจัยยังส่งผลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งย่น โดยนักเรียนนายร้อยตำรวจแต่ละชั้นปีควรมีเกณฑ์ระดับที่ต่างกันเพื่อนำไปใช้สมรรถภาพร่างกายที่ต่างกัน ดังนั้นปีที่ 1-4 คะแนนแต่ละสถานีต้องไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 50 แต่ผลคะแนนรวมต้องอยู่ในเกณฑ์ปานกลางของชั้นปีเนื่องด้วยการทดสอบอย่างต่อเนื่องของ นักเรียนนายร้อยตำรวจ โดยใช้หลักการควบคุม ติดตามผล และการวัดประเมิน ทำให้นักเรียนนายร้อยตำรวจ ตระหนักในการดูแลสุขภาพตนเองอย่างยิ่งย่น โดยมีการกำหนดระดับการผ่านเกณฑ์ของนักเรียนนายร้อยทั้ง 4 ชั้นปี ดังนี้

นักเรียน	ระดับการผ่านเกณฑ์ (ขึ้นไป)				
	ต่ำสุด	ต่ำ	ปานกลาง	ดี	ดีมาก
นักเรียนชั้นปีที่ ๑	30 %	40 %	50 %	60%	70 %
นักเรียนชั้นปีที่ ๒	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %
นักเรียนชั้นปีที่ ๓	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %
นักเรียนชั้นปีที่ ๔	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %

เอกสารอ้างอิง

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (2562). การฝึกความทนทาน (Endurance training). <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1382>.

- คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (2564). *งานสร้างเสริมสุขภาพ*.
<https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1456>.
- ถาวร กุมุทศรี, อารมย์ ตีรราช, ฉัตรชัย ศรีวิไล, จิระ แนบสนิท. (2558). เกณฑ์สมรรถภาพทางกายนักกีฬา มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา*, 15(2), 145-158.
- ถาวร กุมุทศรี. (2560). *การสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย*. วิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2539). *เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้*. สุวีริยาสาส์น.
- วัชรวิษณุ นิธิวรรัชย์. (2557). พัฒนาการของโรงเรียนนายร้อยตำรวจหลักสูตรนักเรียนนายร้อยตำรวจ จากอดีตปัจจุบัน สู่อนาคต. *วารสารสารสนเทศ* ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2557.
- ไวพจน์ จันทร์เสมอ. (2562). ผลของการฝึกเสริมพลังกล้ามเนื้อขาด้วยแรงต้านจากแรงดันอากาศควบคู่กับการฝึกความเร็วในการวิ่งบนเครื่องวิ่งแบบโค้งที่มีต่อเวลาในการวิ่งระยะทางต่างๆ ในนักกีฬารักบี้ฟุตบอล. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ* ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2562)
- ศศิวิมล เอกวิริยะกุล, นิรอมลี มะกาเจ, ฤวิชัยย์ ขาวถิ่น, เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์และสุกัญญา เจริญวัฒน์. (2561). การศึกษาความคล่องแคล่วว่องไวเชิงปฏิภน ความเร็วในการวิ่งเปลี่ยนทิศทาง และสมรรถภาพทางกายที่บ่งชี้ถึงความสามารถของนักบาสเกตบอล. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี* ปีที่ 7 ฉบับที่ 3
- สุพิตร สมหาโต. (2541). *แบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย Kasetart youth fitness test*. ภาควิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *การทดสอบสมรรถภาพทางกายภาคสนาม*. กู๊ดอีฟนิ่ง ดิงค์.
- สัญญา รัตนไพวงศ์. (2555). *การสร้างแบบทดสอบสมรรถภาพทางกายสำหรับนักเรียนนายร้อยตำรวจ*. กรุงเทพมหานคร:โรงเรียนนายร้อยตำรวจ.
- สัญญา รัตนไพวงศ์. (2566). *การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนวิชาศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว (มวยไทย) ในอนาคตของนักเรียนนายร้อยตำรวจ*. กรุงเทพมหานคร:โรงเรียนนายร้อยตำรวจ.
- ถิรจิต บุญแสน. (2562). *ดัชนีมวลกาย สำคัญอย่างไร. ภาควิชาเวชศาสตร์ป้องกันและสังคม คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล*. <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1361>
- Corbin, C. et al. (2013). *Concepts of Physical Fitness*. (7 th ed.) McGraw-Hill.
- Getchell, B. (1979). *Physical fitness: A way of life* (2nd ed.) John Wiley and sons, Inc. Gavin,
- Thompson, P. J. L., & I. A. A. F. (1991). *Introduction to Coaching Theory*: International Amateur Athletic Federation.

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์

Transformation leadership of school administrators in Somdet School
Network under the Secondary Educational Service Area Office
Kalasin

พงษ์พัฒน์ กุลวงศ์¹, วรชัย วิภูอุปโภค²

หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร^{1, 2}

Pongpat Goonwong¹, Vorachai Viphoouparakhot²

Master of Education, Program in Educational Administration,

Bangkokthonburi University^{1, 2}

E-mail: Pongpat2731@gmail.com¹, Vorachai.vip@bkkthon.ac.th²

Received: February 13, 2024; Revised: June 26, 2025; Accepted: June 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช และ 2) เปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ตามการประเมินของครู จำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรได้แก่ ครูในโรงเรียนสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช ปีการศึกษา 2566 จำนวน 216 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิจำนวน 138 คน วิธีดำเนินการวิจัยมี 4 ขั้นตอน ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างเครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และ 2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช ตามการประเมินของครู จำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์ทำงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารโรงเรียน สหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the transformational leadership of school administrators in Somdet School Network under the Secondary Educational Service Area Office Kalasin; and (2) to compare the transformational leadership of school administrators in Somdet School Network under the Secondary Educational Service Area Office Kalasin classified by education levels, age and work experiences. Research methodology was a survey research. The population included 216 teachers in the academic year 2566 and the sample was 138 teachers obtained by stratified random sampling technique. The research process consisted of 4 steps: studying related literature and research; creating instruments; collecting data; and analyzing the data. The instrument used for data collection was a 5-point rating scale questionnaire. The statistics used for data analysis were descriptive and t-test. The study results found that: 1) the transformational leadership of administrators at Somdet School Network overall and each aspect were at high level; and 2) comparison of the transformational leadership of administrators at Somdet School Network classified by education levels, age and work experiences, overall and each aspect were not different.

KEYWORDS: Transformational Leadership, School Administrator, Somdet School Network, The Secondary Educational Service Area Office Kalasin

บทนำ

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญด้านการศึกษาระดับสูงในการพัฒนาประเทศมาโดยตลอด กระทรวงศึกษาธิการ โดยสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาจึงได้จัดทำแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ขึ้น เพื่อวางกรอบเป้าหมายและทิศทางการจัดการศึกษาของประเทศ โดยมุ่งจัดการศึกษาให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงโอกาสและความเสมอภาคในการศึกษาที่มีคุณภาพ พัฒนาระบบ การบริหารจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ พัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในการทำงานที่สอดคล้อง กับความต้องการของตลาดงาน และการพัฒนาประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภา

การศึกษา, 2560) และความท้าทายที่เป็นพลวัตของโลกศตวรรษที่ 21 ทั้งในส่วนที่เป็นแรงกดดันภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของบริบทเศรษฐกิจและสังคมโลก อันเนื่องจากการปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) การเปลี่ยนแปลงสู่อุตสาหกรรม 4.0 (The Fourth Industrial Revolution) การดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 2573 (Sustainable Development Goals : SDGs 2030) ที่ประเทศไทยได้ให้สัตยาบัน รวมทั้งผลกระทบของการเป็นประชาคมอาเซียน และความต้องการกำลังคนที่มีทักษะในศตวรรษที่ 21 ประกอบกับแรงกดดัน จากภายในประเทศจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ส่งผลให้ ประเทศ

เข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในอนาคตอันใกล้การติดกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ทักษะความคิด เชื้อ ค่านิยม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของประชากรที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายและเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว รวมทั้งระบบการศึกษาที่ยังมีปัญหาหลายประการ นับตั้งแต่ปัญหาคุณภาพของคนไทยทุกช่วงวัยปัญหาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาในทุกกระดับ จุดอ่อนของระบบ การศึกษาและการพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีและการบริหาร จัดการศึกษาของสถานศึกษาที่ยังไม่เหมาะสม ขาดความคล่องตัว ยังมีความเหลื่อมล้ำในด้านโอกาส และความเสมอภาคทางการศึกษา จึงมีความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องปฏิรูปการศึกษา เพื่อให้ระบบการศึกษาเป็นกลไกหลัก ของการขับเคลื่อนประเทศ ภายใต้ กรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) และกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) เพื่อให้สามารถนำพาประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในอีก 20 ปีข้างหน้า (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) โดยการบริหารถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดการสถานศึกษาจะประสบความสำเร็จได้ ตามที่ ธีระ รุญเจริญ (2550) กล่าวถึงความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหาร การศึกษายุคปฏิรูปการศึกษาต้องมีการเสริมพลังผู้บริหารสถานศึกษาให้มีโอกาสใช้ความเป็นผู้นำอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษามีเวลาอยู่ทำงานที่สถานศึกษามากขึ้น Bass, B.M. (1985) กล่าวถึงผู้บริหารมีบทบาทสำคัญยิ่งการบริหารโรงเรียนจะมีประสิทธิภาพและดำเนินไปโดยได้

ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์มากนักน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหาร คุณลักษณะของผู้บริหารเป็นลักษณะหรือพฤติกรรม กระบวนการที่ผู้บริหารแสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการในสถานศึกษาหรือสิ่งที่ดีที่มีในตัวของผู้บริหารอันเกิดจากความรู้ ความสามารถ เกี่ยวกับภาวะผู้นำ การมีวิสัยทัศน์มีคุณธรรม จริยธรรม ถ้าผู้บริหารมีคุณลักษณะความสามารถที่เหมาะสม ถูกต้อง เป็นที่ยอมรับในการบริหารงานย่อมได้รับความร่วมมือ ร่วมใจจาก ผู้ร่วมงานเป็นอย่างดี ทำให้ผลงานมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสถานศึกษา (อาริชา วัฒนครใหญ่, 2560) โดยจะเห็นได้ว่าผู้นำเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของกลุ่มเป็นอย่างมาก ผู้นำที่มีคุณสมบัติที่ดีและปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสม ก็ย่อมจะสามารถพากลุ่มให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์การ ซึ่งภาวะผู้นำเป็นกระบวนการหรือวิธีการที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลโดยที่บุคคลเพื่อให้การดำเนินการ บรรลุวัตถุประสงค์ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยการใช้อำนาจ อิทธิพลแรงจูงใจ การตัดสินใจอย่างมีศิลปะเพื่อพยายามให้บรรลุเป้าหมายในสถานการณ์หนึ่ง อำนาจการ ให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานจนบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (อรอนงค์ กลางนภา, 2561) ซึ่งในทศวรรษที่ผ่านมาการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำ ที่มีประสิทธิภาพมีจำนวนมาก แต่มีแนวคิดทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับและกล่าวถึงกันมากคือภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง Bass & Avolio (1994) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้

ตาม โดยเปลี่ยนแปลงความพยายาม ของผู้ร่วมงาน และ ผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวังในการพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้นทำให้เกิดการตระหนักรู้ในการกิจและวิสัยทัศน์ของกลุ่มและขององค์การจงใจผู้ร่วมงานได้ไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขา ไปสู่ประโยชน์ของกลุ่มหรือสังคมซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน หรือผู้ตามนี้ จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบของพฤติกรรมเฉพาะ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทาง และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และในประเทศไทยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การผลการ ปฏิบัติงาน ทั้งของกลุ่ม และของผู้ใต้บังคับบัญชา เจตคติต่อการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์การพฤติกรรมความเป็นพลเมืองดี รวมถึงการพัฒนาบุคลากรในองค์การ และตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆอีกมากมาย (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2551) สถานศึกษาในกลุ่มสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสังฆการีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขตกาฬสินธุ์ ถือเป็นกลุ่มสถานศึกษาซึ่งกำลังเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านบุคลากร ครู นักเรียน ผู้ปกครองรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งส่งผลต่อการจัดการศึกษาในสถานศึกษาในทุกมิติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษา จึงจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาสถานศึกษาให้สามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ สนับสนุนหลักการนี้จากงานวิจัยของแสงอุษา โพธิ์ศรี และวรชัย วิภูอุปโภค (2567) พบว่า ครูในสถานศึกษาอาชีวศึกษามีการรับรู้ที่ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสูง จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจและยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลาย อันนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ Kou Jia, Viphooouparakhot, V & Jirarotepinyo, N. (2024) พบว่า การพัฒนาสมรรถนะผู้นำของผู้บริหารระดับกลางในวิทยาลัยอาชีวศึกษาในมณฑลเหอหนาน ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการและบริหารทรัพยากรบุคคล จากผลการวิจัยของ He Dingyi, Viphooouparakhot, V & Jirarotepinyo, N. (2024) เสนอแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของครูศิลปะในโรงเรียนมัธยมเขตกวางโจว โดยเน้นการสร้างภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้สามารถพัฒนาการเรียนการสอนได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสมกับศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับบรรพชาญ์ หลวงโย และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารควรมุ่งสู่ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ วางวิสัยทัศน์ และสื่อสารอย่างมีพลัง เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่เพียงแต่มีความสำคัญในการบริหารสถานศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาในระดับระบบ

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสังฆการีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขตกาฬสินธุ์ เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นข้อเสนอแนะให้กับผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหาร

สถานศึกษา และผู้เกี่ยวข้อง ได้นำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาภาวะผู้นำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสังคม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นสมุทร

2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นสมุทรตามการประเมินของครู จำแนกตามระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

สมมติฐาน

1. ผู้บริหารสถานศึกษาที่มีระดับการศึกษาต่างกันตามการประเมินของครู มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารแตกต่างกัน

2. ผู้บริหารสถานศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกันตามการประเมินของครู มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล และ วิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ครูในโรงเรียนสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นสมุทร ปฏิบัติงานในปีการศึกษา 2566 จำนวน 216 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู จำนวน 138 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan (1970) ด้วยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

เครื่องมือ

แบบสอบถามมี 2 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามแบบตรวจรายการระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราช สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นสมุทรซึ่งแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67 - 1.00 และ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของ Cronbach, L. J. (1951) ซึ่งเป็นค่าสถิติที่ใช้วัดความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่าเท่ากับ 0.87 แสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงอยู่ในระดับดี

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม คำนวณหาค่าทางสถิติโดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ยร้อยละ

2. การวิเคราะห์แบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลระดับการศึกษาต่างกันตามการประเมินของครู มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารแตกต่างกัน โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert (1932) ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบวัดประเมินค่า (Rating Scale) นำมาตรวจให้คะแนนตามค่าน้ำหนัก 5 ระดับ

จากนั้นนำไปบันทึก และวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลความหมายซึ่งเป็นช่วงคะแนน (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารระดับน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขต สมเด็จพระสังฆราชสังฆการีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน โดยทดสอบค่าที (t-test)

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขต สมเด็จพระสังฆการีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือ สรุปได้ดังนี้

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างครูจำนวนทั้งสิ้น 138 คน พบว่า ครูส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 71.74 ขณะที่ครูที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ประกอบด้วยระดับปริญญาโทและปริญญาเอก มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 28.26 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนที่ยังมีผู้บริหารจำนวนไม่น้อยที่จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมด้านการศึกษาต่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และศักยภาพในการ

บริหารงานสถานศึกษา ในด้านประสบการณ์การทำงาน เมื่อจัดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ไม่เกิน 15 ปี และกลุ่มที่มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี พบว่าครูส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 69.57 ในขณะที่ครูที่มีประสบการณ์ไม่เกิน 15 ปี มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30.43 ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนาน ซึ่งอาจมีผลดีต่อการตัดสินใจ การวางนโยบาย และการขับเคลื่อนการพัฒนาสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ.

ผลการวิจัย ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสังฆการีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือ ภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean= 4.40, SD. = 0.22) โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำสุด ดังนี้ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Mean= 4.47, SD. = 0.29) ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกระตุ้นทางปัญญา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ (Mean = 4.44, SD. = 0.27) และ (Mean = 4.44, SD. = 0.29) ตามลำดับ ส่วนด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (Mean = 4.41, SD. = 0.25) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารโรงเรียนมีความสามารถในการแสดงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอย่างครอบคลุม โดยเฉพาะด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลซึ่งเน้นการให้ความสำคัญกับความแตกต่างและศักยภาพของบุคลากรแต่ละราย ส่งผลต่อความพึงพอใจและการมี

ส่วนร่วมพัฒนา ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้าน

การมีวิสัยทัศน์ร่วม (Mean = 4.26, SD. =0.3

ตารางที่ 1 ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นสมุทร

(n=138)

ข้อ	ภาวะผู้นำ	Mean	SD.	ระดับ
1	ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม	4.26	0.35	มาก
2	ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	4.44	0.27	มาก
3	ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	4.41	0.25	มาก
4	ด้านการกระตุ้นทางปัญญา	4.44	0.29	มาก
5	ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.47	0.29	มาก
เฉลี่ยรวม		4.40	0.22	มาก

จากตาราง 2-3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระสังฆราชสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นสมุทร จำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน จากตาราง 2 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน จำแนกตามระดับการศึกษา ภาพรวมไม่แตกต่างกัน พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์

ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นเชาวน์ปัญญา ด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล ไม่แตกต่างกัน จากตาราง 3 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ภาพรวมไม่แตกต่างกัน พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นเชาวน์ปัญญา ด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคลไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของครูต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จำแนกตามระดับการศึกษา

(n=138)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ ผู้บริหาร	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		t	Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.		
1. ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม	4.26	0.35	4.27	0.35	-0.12	0.90
2. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	4.44	0.27	4.45	0.31	-0.05	0.96
3. การสร้างแรงบันดาลใจ	4.40	0.26	4.42	0.18	-0.25	0.80
4. การกระตุ้นเขาวนปัญญา	4.44	0.29	4.45	0.28	-0.13	0.89
5. การคำนึงถึงปัจเจกบุคคล	4.47	0.29	4.50	0.24	-0.33	0.74
เฉลี่ยรวม	4.40	0.23	4.42	0.18	-0.23	0.82

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของครูต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

(n=138)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ ผู้บริหาร	ประสบการณ์ไม่ เกิน 15 ปี		ประสบการณ์ ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป		t	Sig.
	Mean	S.D	Mean	S.D		
	1. ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม	4.28	0.37	4.24		
2. ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	4.45	0.29	4.44	0.27	0.22	0.82
3. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	4.47	0.27	4.38	0.24	1.88	0.80
4. ด้านการกระตุ้นเขาวนปัญญา	4.45	0.26	4.44	0.30	0.26	0.06
5. ด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล	4.46	0.27	4.48	0.30	-0.34	0.74
เฉลี่ยรวม	4.42	0.22	4.40	0.23	0.63	0.53

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในสหวิทยาเขตสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารที่มีทิศทางชัดเจนและได้รับการยอมรับจากครูผู้สอน โดยเฉพาะในด้านการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมที่ผู้บริหารสามารถดึงดูดความร่วมมือ

ของบุคลากรและวางแนวทางการพัฒนาอย่างมีเป้าหมาย สอดคล้องกับงานของทัศนีย์ ไชยจิตร. (2564) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมรวมทั้งจรรยาบรรณ นูสา และสิทธิชัย สอนสุภี (2564) ชี้ว่าผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำด้านนี้จะสามารถโน้มน้าวให้ครูเข้าใจและยอมรับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษาได้

นอกจากนี้ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ก็ได้รับการประเมินในระดับมากเช่นกัน โดยผู้บริหารมีพฤติกรรมการจูงใจและสร้าง confianza เชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชวณิชิต รักเถาว์ (2552) ที่พบว่าโรงเรียนเอกชนในจังหวัดปัตตานีมีผู้บริหารที่สามารถสร้างอิทธิพลทางความคิดและแรงศรัทธาในองค์กร ส่วนด้านการสร้างแรงบันดาลใจ แม้จะอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อเทียบกับด้านอื่นกลับมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า เช่นเดียวกับข้อค้นพบของเนตรนภา เจตน์จำนงค์ (2564) และอรรวรรณ ภัทรดำเนินสุข (2564) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารอาจยังขาดกลยุทธ์บางประการในการสร้างแรงผลักดันภายในให้กับครูอย่างเต็มที่ ขณะที่ด้านการกระตุ้นทางปัญญาและการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลต่างก็สะท้อนถึงภาวะผู้นำที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของครูตามความถนัดและความสนใจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับพรนภา เลื่อยคลังและคณะ (2558) และสิทธิพร สมบูรณ์ทรัพย์ (2560) ที่เน้นความสำคัญของการดูแลรายบุคคลและการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของครูอย่างต่อเนื่อง สำหรับการเปรียบเทียบภาวะผู้นำตามระดับการศึกษาและประสบการณ์ของผู้บริหารพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจสะท้อนว่าผู้บริหารยุคใหม่มีมาตรฐานการศึกษาขั้นสูงและผ่านกระบวนการพัฒนาภาวะผู้นำมาอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะการรู้จักปรับใช้หลักการบริหารในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานของศรสวรรค์ บุญณกรณ์ชัย (2561), สุธาสินี สิงห์ประโคน (2560) และแสงเดือน กมลมาลย์ (2555) ที่พบผลการวิจัยในทำนองเดียวกันว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์การทำงานไม่ส่งผลต่อความแตกต่างของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในภาพรวม ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่า

“ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง” ไม่ได้เกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลจากกระบวนการเรียนรู้ พัฒนา และการปรับตัวของผู้บริหารให้เท่าทันบริบทการศึกษาในยุคเปลี่ยนผ่านอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ภาวะผู้นำโดยมีอุดมการณ์ ผู้บริหารควรเป็นแบบอย่างที่ดี มีวินัย ควบคุมอารมณ์ได้ และเน้นการนำด้วยการปฏิบัติมากกว่าคำสั่ง เปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ
2. การสร้างแรงบันดาลใจ ผู้บริหารควรกระตุ้นให้ครูและบุคลากรมีความเสียสละ ทำงานเป็นทีม สร้างความสามัคคี และบริหารแบบมีส่วนร่วมเพื่อประโยชน์ขององค์กร
3. การกระตุ้นทางปัญญา ส่งเสริมการคิดเชิงบวก เห็นปัญหาเป็นโอกาส เปิดรับความคิดเห็น และใช้เหตุผล ข้อมูล และความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เอาใจใส่ความแตกต่างของบุคลากร ติดตามและนิเทศงานอย่างเหมาะสมกับแต่ละบุคคล ปฏิบัติด้วยความเสมอภาค และเปิดโอกาสให้ปรึกษาหารืออย่างเป็นกันเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน เปรียบเทียบกันระหว่างโรงเรียนมัธยมอื่น ๆ ที่อยู่ภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นดิน หรือเขตการศึกษาอื่น
2. ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยรวมทั้งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและ

เชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนมุมมอง

ทั้งในเชิงสถิติและประสบการณ์จริงจากผู้ปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ นุสา และสิทธิชัย สอนสุภี. (2564). องค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 22* (902-911). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชวนชิต รักเถาว์. (2552). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามทัศนะของครูและผู้บริหารโรงเรียนเอกชนในจังหวัดปัตตานี*. (สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ทัศนีย์ ไชยจิตร. (2564). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนในอำเภอน้ำยืน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 5. *วารสารมหาวิทยาลัยราชธานี*. 5 (1). มกราคม - เมษายน, 103-119.
- ธีระ รุญเจริญ. (2550). *ความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหารการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา*. ข้าวฟาง.
- เนตรนภา เจตน์จำนงค์. (2564). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ของสถานศึกษาของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์สุวีรียาสาน.
- วรปรัชญ์ หลวงโย และคณะ. (2564). กลยุทธ์การพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาใน ศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 16(2), 59-72.
- ศรสวรรค์ บุญณกรณ์ชัย. (2561). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียน ทวีธาภิเศก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1*. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเกริก.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2551). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในบริบทไทย*. สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิทธิพร สมบูรณ์ทรัพย์. (2560). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนสมศักดิ์วิทยา*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุธาสิณี สิงห์ประโคน. (2560). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579*.: พรักหวานกราฟฟิค.

- แสงเดือน กมลมาลย์. (2555). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนนทบุรี*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- แสงอุษา โพธิ์ศรี และวรชัย วิภูอุปโภคตร. (2567). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาตามการ ประเมินของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารสังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*.30(1). 145-155.
- อรรธรณ ภัทรดำเนินสุข. (2564). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานของ ครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามุทตรสงคราม*. (วิทยานิพนธ์ หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรอนงค์ กลางนภา. (2561). *การศึกษาคุณลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิภาพของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา*. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อาริษา วัฒนครใหญ่. (2560). *การพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคการเปลี่ยนแปลง*. โรงพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bass, B.M. (1985). *Leadership and Performance beyond Expectations*. The Free Press. Bass. B.M., & B.J. Avolio. (1994). *Transformational Leadership Development*. Pola Alto, Consulting Psychologists Press. 88
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- He Dingyi, Viphoouparakhot, v., & Jirarotepinyo, N. (2024). Guidelines for leadership development for art teachers in Guangzhou Middle Schools under Guangdong Province. *APHEIT International Journal of Interdisciplinary Social Sciences and Technology*. 13(2), 66-76. (July-December).
- Kou Jia, Viphoouparakhot, v., & Jirarotepinyo, N. (2024). The Leadership Competency Development for Middle Administrators of Higher Vocational Colleges under Henan Province. *Journal of Paramita*. 6(1).244-259. (January-June)
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1

Personnel management of school administrators at
Udomthammakhon School Group under Suphanburi Primary
Educational Service Area Office 1

ศักดิ์อนันต์ วงศ์ศรีเผือก¹, วรชัย วิภูอุปโภค²

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี^{1,2}

Sakanun Wongsriphuok¹, Vorachai Viphoouparakhot²

Faculty of Education, Bangkok Thonburi University^{1,2}

E-mail: Sakanun6241@gmail.com¹

E-mail: Vorachai.vip@bkkthon.ac.th²

Received: February 15, 2024; Revised: May 13, 2025; Accepted: May 23, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 และ 2) เปรียบเทียบการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 จำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรได้แก่ ครูกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 จำนวน 83 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 68 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ วิธิดำเนินการวิจัยมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สร้างเครื่องมือ 3) เก็บรวบรวมข้อมูล และ 4) วิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบค่าที ผลการวิจัย พบว่า 1) การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และ 2) ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ จำแนกตามระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การบริหารงานบุคคล ผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ

ABSTRACT

The objectives of this research were: to study personnel management of school administrators at Udomthammakhun School Group under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1; and to compare personnel management of school administrators at School Group under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1 classified by educational levels, and work experiences. Research methodology was a survey research. The population included 83 teachers at Udomthammakhun School Group under and the sample was 68 teachers, obtained by stratified random sampling method. The research process consisted of 4 steps: 1) studying related literature and research; (2) creating research instrument; (3) collecting data; and (4) analyzing the data. The instrument used for data collection was a five-point rating scale questionnaire. The statistics used for data analysis were descriptive and t-test. The research results found that; 1) personnel management of school administrators at School Group under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1, overall and each aspect was at a high level; and 2) comparison results of personnel management of school administrators at Udomthammakhun School Group under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 1, classified by educational levels and work experiences, overall and each aspect were not different.

KEYWORDS: Personnel Management, School Administrators, Udomthammakhun School Group

บทนำ

ยุทธศาสตร์การปฏิรูปการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ.2558-2564 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ได้เห็นหน้าจัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ.2558-2563 ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 3 ด้านหลัก คือ ด้านการปฏิรูปการเรียนการสอน ด้านการปฏิรูปการพัฒนาวิชาชีพ และด้านปฏิรูประบบการบริหารจัดการ โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ระยะแรกเป็นระยะเร่งด่วนที่จะพยายามดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี มีจำนวน 6 เรื่อง ได้แก่ การอ่านออกเขียนได้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งขณะนี้สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ได้

ดำเนินการผลิตนวัตกรรมสื่อวัตกรรมการเรียนการสอนต่างๆ รวมถึงการสอนแบบแจกลูกสะกดคำ ต่อจากนี้จะมีการอบรมการสอนแบบ Brain Based Learning (BBL) ให้กับครูทั่วประเทศ และเมื่อจบภาคเรียนจะมีการประเมินผล โดยทางสถาบันภาษาไทย และสถาบันทดสอบทางการศึกษา (สทศ.) เป็นผู้ออกแบบประเมินการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานตามทักษะอาชีพ เพื่อให้เด็กช่วงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นได้ค้นหาตนเอง โดยเฉพาะการจัดสอนทักษะอาชีพในโรงเรียนขยายโอกาสและการจัดสอนทักษะอาชีพแบบเต็มระบบในโรงเรียนเขตเศรษฐกิจพิเศษ 5 จังหวัด การพัฒนาการสอนภาษาอังกฤษระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน เช่น จัดระบบเทียบระดับ

จัดทำความร่วมมือกับประเทศอังกฤษ และบริติส เคาท์ซิล เพื่อเป็นการเตรียมการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปลายปีนี้ การผลิตและการพัฒนาครู จัดอบรมพัฒนาผู้บริหาร ครู ศึกษานิเทศก์ ด้วยทักษะ ยกระดับการศึกษาทางไกลการพัฒนาคุณลักษณะผู้เรียน และในระยะยาว ได้แก่การปฏิรูปการเรียนการสอน ปฏิรูปการพัฒนาวิชาชีพ และการปฏิรูประบบบริหารจัดการ (นโยบายและแนวทางการขับเคลื่อนการศึกษาขั้นพื้นฐานของกระทรวงศึกษาธิการ 2558: 18)

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 หมวด 6 มาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรา 47 ให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา ซึ่งมาตรา 5 และ มาตรา 39 ให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษาทั้งด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารทั่วไป รวมทั้งกฎกระทรวงว่าด้วยระบบ หลักเกณฑ์ และวิธีการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2553 กฎกระทรวงว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ. 2550 (ราชกิจจานุเบกษา, 2545: 18) เห็นได้ว่าการบริหารงานบุคคล กฎกระทรวง กำหนดให้หลักเกณฑ์การกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 36 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 รัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการ ในด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารบุคคล และด้านการบริหารทั่วไป ไปยังคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหรือสถานศึกษาในอำนาจหน้าที่ของตน แล้วแต่กรณี ใน

เรื่องการบริหารงานบุคคลมีขอบข่ายทั้งหมด 19 ขอบข่าย และสามารถสรุปขอบข่ายที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้ 6 ขอบข่าย ได้แก่ 1) การสรรหาบุคลากร 2) การพัฒนาบุคลากร 3) การประเมินผลงาน 4) การจ่ายค่าตอบแทน 5) การธำรงรักษา และ 6) การให้พ้นจากงาน (กฎกระทรวง, 2550: 31)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ซึ่งเป็นหน่วยงานทางการศึกษา หน่วยงานหนึ่งในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยมีอำนาจหน้าที่ตามตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา พ.ศ. 2560 ลงวันที่ 22 พฤศจิกายน 2560 ในเรื่องการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรฐานการศึกษาของเขตพื้นที่การศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา แผนการศึกษา แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานและความต้องการของท้องถิ่น อีกทั้งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ยังได้กำหนดวิสัยทัศน์ คือ SPB1 บริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ และนำจุดเน้น ที่ชื่อว่า 10 เพิ่ม SPB1 Plus 10 บริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ มอบเป็นนโยบายและมอบหมายให้ทุกโรงเรียนในสังกัด ถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด มีการกำกับ ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานในทุกภาคเรียน ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การบริหารสู่ความเป็นเลิศ ตามวิสัยทัศน์ และจุดเน้นของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัด จะบรรลุผลได้นั้นต้องเกิดจากการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆของบุคลากรภายใต้การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นสำคัญ

ผู้วิจัยปฏิบัติหน้าที่ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

สุพรรณบุรี เขต 1 มีความสนใจที่จะศึกษา การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษานำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองของผู้บริหารสถานศึกษาและเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาใช้ในการวางแผนพัฒนาการบริหารงานบุคคล กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาระดับการบริหาร งานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1

2) เพื่อเปรียบเทียบการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 จำแนกตามระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

สมมติฐาน

ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามของวิจัยดังนี้

1) ครูในกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาแตกต่างกัน

2) ครูในกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน

ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สร้างเครื่องมือ 3) เก็บรวบรวมข้อมูล และ 4) วิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ ได้แก่ ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 จาก 10 โรงเรียน มีจำนวนครูทั้งสิ้น 83 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 1 ปีการศึกษา 2566 จาก 10 โรงเรียน จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเคร็จซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) และนำมาทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากประชากรกลุ่มนี้ตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละสถานศึกษา ได้จำนวนครูทั้งสิ้น 68 คน

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจำนวน 1 ฉบับ มี 2 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจ

รายการ (Check list) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับ และจัดระเบียบข้อมูลลงรหัส

2. นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3. บันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์แบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม คำนวณค่าทางสถิติโดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ยร้อยละ

3.2 การวิเคราะห์แบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมรายด้าน และรายข้อ แล้วนำเสนอผลที่ได้เปรียบเทียบกับเกณฑ์ ตามแนวคิดของเบสท์ (Best)

4. ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ โดยรวม

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการวางแผนอัตรากำลังและการจัดสรรตำแหน่ง	4.32	.356	มาก
ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง	4.16	.392	มาก
ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติราชการ	4.05	.444	มาก
การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านวินัยและการรักษาวินัย	4.19	.386	มาก
ด้านการออกจากราชการ	4.09	.452	มาก
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและการเลื่อนเงินเดือน	3.96	.353	มาก
รวม	4.13	.397	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียน อุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการวางแผนอัตรากำลังและการจัดสรรตำแหน่ง ($\bar{X} = 4.32$) ด้านวินัยและการรักษาวินัย ($\bar{X} = 4.19$) ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง ($\bar{X} = 4.16$) ด้านการออกจากราชการ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติราชการ ($\bar{X} = 4.05$) และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและการเลื่อนเงินเดือน ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ ดังนี้

1.1 ด้านการวางแผนอัตรากำลังและการจัดสรรตำแหน่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหารมีการกำหนดแผนงานเพื่อดำเนินงานบริหารบุคลากรอย่างเป็นระบบ สำหรับข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหารมีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือมาตรฐานในการสรรหาและบรรจุแต่งตั้งบุคลากรอย่างเหมาะสม สำหรับข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติราชการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษามอบหมายงานให้ตรงกับความรู้ ความสามารถ ความสนใจ และความถนัดของบุคลากรแต่ละคน สำหรับข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านวินัยและการรักษาวินัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษามีการสังเกต ตรวจสอบ ดูแลเอาใจใส่ ป้องกันมิให้ได้บังคับบัญชากระทำผิดวินัย

1.5 ด้านการออกจากราชการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการ

ดำเนินการให้บุคลากรที่มีความประสงค์จะลาออก หรือมีคำสั่งให้ออกเป็นไปตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง รองลงมาคือ โรงเรียนส่งเสริมให้นักเรียนกล้าแสดงออกในการทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมให้

นักเรียนได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์

1.6 ด้านการประเมินผล การปฏิบัติงานและการเลื่อนขั้นเงินเดือน โดยรวม

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ จำแนกตามระดับการศึกษา

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหาร สถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ	ระดับการศึกษา						t	P
	ปริญญาตรี		ปริญญาตรีขึ้นไป					
	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ		
1. ด้านการวางแผนอัตรากำลังและการจัดสรรตำแหน่ง	4.32	.335	มาก	4.31	.408	มาก	.246	.959
2. ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง	4.11	.395	มาก	4.29	.366	มาก	.570	.083
3. ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติราชการ	3.40	.420	มาก	4.17	.483	มาก	.544	.159
4. ด้านวินัยและการรักษาวินัย	4.17	.397	มาก	4.22	.368	มาก	.392	.663
5. ด้านการออกจากราชการ	4.08	.466	มาก	4.12	.431	มาก	.794	.713
6. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและการเลื่อนเงินเดือน	3.94	.336	มาก	4.00	.394	มาก	.511	.570
รวม	4.10	.197	มาก	4.19	.232	มาก	.608	.171

*P < 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ครูกลุ่มอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาเลื่อนเงินเดือน

ระดับ สถานศึกษาตามหลักเกณฑ์และวิธีการ ที่กฎหมายกำหนด มีความเป็นกลางและโปร่งใส

2. ผลการเปรียบเทียบการประเมินของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 จำแนกตามวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ จำแนกตามประสพการณ์ในการทำงาน

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหาร สถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ	ประสพการณ์ในการทำงาน						t	P
	น้อยกว่า 15 ปี			15 ปีขึ้นไป				
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. ด้านการวางแผนอัตรากำลังและการจัดสรรตำแหน่ง	4.32	.365	มาก	4.30	.331	มาก	.467	.837
2. ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง	4.14	.383	มาก	4.24	.431	มาก	.824	.446
3. ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติราชการ	4.04	.429	มาก	4.09	.512	มาก	.384	.739
4. ด้านวินัยและการรักษาวินัย	4.18	.370	มาก	4.23	.456	มาก	.310	.664
5. ด้านการออกจากราชการ	4.06	.420	มาก	4.23	.560	มาก	.418	.215
6. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและการเลื่อนเงินเดือน	3.96	.332	มาก	3.96	.439	มาก	.312	.967
รวม	4.12	.193	มาก	4.18	.272	มาก	.203	.365

*P < 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ ที่มีประสพการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานบุคคล ของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา สุพรรณบุรี เขต 1 โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นที่ไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาเพื่อให้ทราบสภาพการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียน อุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ซึ่งสามารถอภิปรายผลการดำเนินงานได้ ดังนี้

1) ผลการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา สุพรรณบุรี เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา สุพรรณบุรี เขต 1 ได้ยึดถือการปฏิบัติงานด้านการบริหารงานบุคคลตามพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2547 หมวด 3 การกำหนดตำแหน่ง วิทยฐานะและการให้ได้รับเงินเดือน เงินวิทยฐานะและเงินประจำตำแหน่ง หมวด 4 การบรรจุและการแต่งตั้ง หมวด 5 การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ หมวด 6 วินัยและการรักษาวินัย หมวด 7 การดำเนินการทางวินัย หมวด 8 การออกจากราชการ หมวด 9 การอุทธรณ์และการร้องทุกข์ และผู้บริหารสถานศึกษา ได้มีการพัฒนาตนเองโดยการศึกษาคู่ในสาขาการ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 1 ในภาพรวมไม่ต่างกัน ทั้งนี้อาจ
เป็นเพราะครูกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 1 มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน
บริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาเหมือนๆ
กัน จึงทำให้มีความเห็นต่อการบริหารงานบุคคลของ
ผู้บริหารสถานศึกษา ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ
ประพิมพ์ นภวงศ์ ณ อยุธา (2563) ที่ทำการวิจัย
เรื่อง สภาพและแนวทางการพัฒนาการบริหารงาน
บุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน
ส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม
อัธยาศัยจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความ
คิดเห็นของครูเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของ
ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริม
การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2)
เปรียบเทียบความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการ
บริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด
สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษา
ตามอัธยาศัยจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตาม
ประสบการณ์การทำงาน และขนาดของสถานศึกษา
โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความ
คิดเห็นของ ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 1 สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1) ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 1 ที่ตอบแบบสอบถาม จบการศึกษา
ระดับปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ

69.12 และ จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน
21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.88 ใน ส่วน ของ
ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่าครู กลุ่มโรงเรียน
อุดมธรรมคุณ มีประสบการณ์ ในการทำงานน้อยกว่า
15 ปี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 79.41 และ
ครู กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ มีประสบการณ์ในการ
ทำงาน 15 ปีขึ้นไป มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ
20.59

2) การบริหารงานบุคคลของผู้บริหาร
สถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ
พิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน
โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการ
วางแผนอัตรากำลังและการจัดสรรตำแหน่ง ด้านวินัย
และการรักษาวินัย ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง
ด้านการออกจากราชการ ด้านการพัฒนาบุคลากร
เพื่อการปฏิบัติราชการ และด้านการประเมินผลการ
ปฏิบัติงานและการเลื่อนเงินเดือน

3) ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานบุคคล
ของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม
ศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ตามการประเมินของครู
จำแนกตามระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการ
ทำงาน พบว่า

3.1) ครูกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ ที่มี
ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการ
บริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวม
ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ครูกลุ่มโรงเรียน
อุดมธรรมคุณ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความ

คิดเห็นต่อการบริหารงานบุคคลทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

3.2) ครูกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ผลจากการวิจัย การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 พบว่า ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและการเลื่อนเงินเดือน ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย จึงมีข้อเสนอแนะว่า สถานศึกษาควรแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาเลื่อนเงินเดือน ระดับสถานศึกษาตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนดมีความเป็นกลางและโปร่งใสมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรตามความเหมาะสมและตามเกณฑ์ที่กำหนด มีการรายงานการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อหน่วยงานต้นสังกัดอย่างเป็นระบบ กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานหรือพิจารณาความดีความชอบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับหน่วยงานต้นสังกัด ประเมินผลการปฏิบัติงานของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษาโดยยึดหลักคุณธรรมมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ และมีการวางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างชัดเจน

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

2.1) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1

2.2) ควรมีการศึกษาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 เพื่อนำมาพัฒนางานและปรับปรุงการบริหารงานบุคคลต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งนี้ด้วยความกรุณาและอนุเคราะห์ช่วยเหลือจาก ดร.วรชัย วิญญูปรโคตร อาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการสอบสารนิพนธ์ อาจารย์ ดร.สุธาสิณี วิทยาภรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมและกรรมการ สอบสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐวดี จิรโรจน์ภิญโญ ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ แนวทางแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดระยะเวลา ในการจัดทำสารนิพนธ์

ขอขอบคุณผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ประกอบด้วย ดร.จันทนา แจ่มประจักษ์ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลวัดป่าเลไลยก์ นางสาวอมรรัตน์ แสงทองดี ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดวังพระนอน และนายวิชา สมิงไพร ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดแก้ว ซึ่งกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเหมาะสมของเครื่องมือ ความสอดคล้อง ความตรงเชิงเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบคุณผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 และครูกลุ่มโรงเรียนอุดมธรรมคุณ

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 1 ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบ
แบบสอบถาม เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการ
วิจัย

นิพนธ์ฉบับนี้ คุณค่าและประโยชน์ขอมอบเป็นเครื่อง
บูชาพระคุณบิดามารดา ตลอดจนครูอาจารย์ที่ได้
ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ด้วยความ
รักและเคารพ

ขอขอบคุณครอบครัววงศ์ศรีเผือก ที่ให้
การสนับสนุนและเป็นกำลังใจเสมอมา การทำสาร

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กระทรวงฯ.

----- (2550). *แนวทางการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา ให้คณะกรรมการ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาตามกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจาย
อำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ.2550*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

ประพิมพ์ นภวงศ์ ณ อยุธยา. (2563). *สภาพและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหาร
สถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัด
บุรีรัมย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

วิภาดา สารรัมย์. (2562). *การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปทุมธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

แวสือมาน หานะ. (2565). *การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาปัตตานี เขต 2*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ยะลา.

ศศิวิมล คนเสียม. (2563). *การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษานครนายก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.

ขอเชิญส่งบทความ (Call for Paper)

คณะกรรมการจัดทำวารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีความยินดีที่จะรับผลงานทางวิชาการเพื่อนำเสนอและเผยแพร่ในวารสารวิชาการ โดยเปิดรับบทความสายมนุษยศาสตร์/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 หนังสือ วารสารวิชาการ ฐานข้อมูล Online ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

องค์ประกอบบทความ

บทความวิจัย (Research Article)

1. ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้พิมพ์ พร้อมทั้งตำแหน่งทางวิชาการและสังกัด
3. บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษไม่เกิน 15 บรรทัด หรือ 200 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 ผลการวิจัยโดยย่อมีรูปภาพ 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 SarabunNew สำหรับภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ใช้ Times new Roman โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาด 20 point ตัวหนา และภาษาอังกฤษขนาด 18 Point ชิดซ้าย
 - 3.2 ชื่อผู้เขียนภาษาไทยขนาด 16 point และภาษาอังกฤษขนาด 12 point ตัวหนา
 - 3.3 สถานที่ทำงาน และ E-mail address ของผู้เขียน ภาษาไทยขนาด 15 point และภาษาอังกฤษขนาด 11 point ตัวธรรมดา
 - 3.4 หัวข้อเรื่อง ภาษาไทยขนาด 16 point ตัวหนา ภาษาอังกฤษขนาด 12 point ชิดซ้าย
 - 3.5 รายละเอียด/เนื้อเรื่อง ตัวธรรมดา ภาษาไทยขนาด 16 point ภาษาอังกฤษขนาด 12 point 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	- ชื่อเรื่องภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
- ข้อมูลผู้เขียน (ชื่อ-นามสกุล/สังกัด/E-mail)	- ข้อมูลผู้เขียน (ชื่อ-นามสกุล/สังกัด/E-mail)
- บทคัดย่อ/ABSTRACT	- บทคัดย่อ/ABSTRACT
- คำสำคัญ/KEYWORDS	- คำสำคัญ/KEYWORDS
- บทนำ	- บทนำ
- วัตถุประสงค์	- บทสรุป
- สมมติฐาน (ถ้ามี)	- ข้อเสนอแนะ
- ประโยชน์ที่ได้รับ	- เอกสารอ้างอิง
- วิธีดำเนินการวิจัย (ประชากรตัวอย่าง/เครื่องมือ/การวิเคราะห์ข้อมูล)	
- สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล	
- ข้อเสนอแนะ	
- กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	
- 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 18 point ธรรมดา ชิดซ้าย

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

สถานที่ทำงาน¹ , สถานที่ทำงาน² (ของผู้เขียน ขนาด 15 point ธรรมดา)

First name Lastname¹ , First name Lastname² (ขนาด 12 point ตัวหนา)

Affiliation¹ , Affiliation² (ของผู้เขียน ขนาด 11 point ธรรมดา)

E-mail:¹ (ของผู้เขียนคนที่1 ขนาด 11 point ธรรมดา)

E-mail:² (ของผู้เขียนคนที่2 ขนาด 11 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 12 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 อักขรแรกเป็น

ตัวพิมพ์ใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “,” ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย

หมายเหตุ ดาวโหลดแบบฟอร์มที่หน้าเว็บไซต์

1. รายละเอียดทั่วไป

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

2. การเขียนตาราง

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

ตารางที่ 1 ขนาดและลักษณะของตัวอักษรที่ใช้ในการพิมพ์บทความ

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

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 อันธิกา สวัสดิ์ศรี (2556) หรือ (ฤทธิรงค์ จุฑาพถุมิตร และ อันธิกา 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: ปรมะ สตะเวทิน. 2546. *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

5.2 บทในหนังสือ

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

ตัวอย่าง: เสรี ลีลาภย์. 2542. เศรษฐกิจชาตินิยมในประเทศกำลังพัฒนาและสถานการณ์ใน

ประเทศไทย. 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 จุฑาพฤฒิกกร, และ อันธิกา สวัสดิ์ศรี. 2556. การจัดการน้ำท่วมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนรายได้น้อย. *วารสารนักบริหาร*, 33(4): 72-85.

5.4 วิทยานิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับวิทยานิพนธ์หรือปริญญาโทหรือปริญญาตรีมหาวิทยาลัย.
ตัวอย่าง: เบ็ญจรัช เวชวีรัช. 2541. *การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก และนำเข้าของสถาบันการเงินไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

5.5 แหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อเรื่อง. ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต.
ตัวอย่าง: Holder, B. J., & Matter, G. 2008. *The innovative organization*.
<http://www.geocities.com/CollegePark/Library/1048/innova.html>

5.6 เอกสารการประชุมวิชาการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ. ใน การประชุมวิชาการเรื่อง..... (หน้าที่ปรากฏ).
สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.
ตัวอย่าง: จีระเดช มโนสร้อย, สุดา เสาวคนธ์, และ อภิญญา มโนสร้อย. 2543. หน้าหวาน ใน การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง เทคโนโลยีชีวภาพเกษตรกรรมครั้งที่ 2 เรื่องการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อการแพทย์แผนไทย (น. 42-50). เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัตถุชีวเคมีเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.