

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2567
Vol.4, No.2 July-December 2024

วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

JOURNAL OF LOCAL MANAGEMENT AND DEVELOPMENT
PIBULSONGKRAM RAJABHAT UNIVERSITY

บทความวิจัย

- วิเคราะห์การนับถือตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น
กิตพวรรณ ฟ่างแก้ว
- สำรวจความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการให้บริการของตำรวจในจังหวัดภูเก็ต
พิชศาล พันธุ์วัฒนา
- พฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีกฟู้ดในยุคนิวเนอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรี
ศิริญา ยะแสง และแพรวพรรณ ภูักัดชนะ

บทความวิชาการ

- วรรณกรรมสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล
ชวณี ชื่นเกิดลาภ, กมลลา ตรีสาร และปฐวิภาณ ผลมาตย์
- การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก
อนันต์ เมืองทอง,สาวิตรี วิภาวัฒนะ และตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล
- สมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นไทยในยุคดิจิทัล
ชนิษฐา เจนจบ, ภูมิรักษ์ มีจุสาศ์, วันชนะ บุญบรรเจิด สุทธิณี ประวีตราวงศ์ และอดิเรก พันเขี้ยว
- นโยบายเงินดิจิทัลกับมุมมองการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่หลากหลาย
สิรินทร์ทิพย์ อมรรัตนเมธีกุล, วิทยา คำเครือ, ณรงค์ โอมงาม, ธนัยชนก จันทัน และพิชณู บุญนิยม
- ผลลัพธ์ของแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย
ณัชชา แนวศูนย์ และชุตติกร ประงเทียรดี

ISSN: 3027-7612 (Online)



วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

JOURNAL OF LOCAL MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

PIBULSONGKRAM RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2567 Vol.4 No.2 July – December 2024

ISSN: 3027-7612 (Online)

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ทั้งภายในมหาวิทยาลัยและหน่วยงานจากภายนอก ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัย รวมทั้งได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นทางวิชาการ และการวิจัย ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาในสาขาดังกล่าวต่อไป

เจ้าของ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

จัดทำโดย คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
156 หมู่ 5 ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก 65000
โทร. 0-5526-7000-2 ต่อ 2210
โทรสาร. 0-5526-7091

ที่ปรึกษาวารสาร

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

คณบดีคณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น

รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและศิลปวัฒนธรรม คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ คำเมฆ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.โกวิท พวงงาม

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พรอัมรินทร์ พรหมเกิด

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล แจ่มจันทร์	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย เลาหิเชียร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยานุช พรหมภาสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภูวเดช วงศ์เคี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นฤมล พุ่มเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วสันต์ ปวนปันวังค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ ดร.นนทชา ชัยทวิชานันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ ดร. อรรถพล วงศ์ชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ธีรวิทย์ ทองทับ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์อเนก สุขดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

อาจารย์กฤติมา อินทะกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี พ่วงรอด	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์รสสุคนธ์ ประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

คณะกรรมการฝ่ายประสานงานและจัดทำวารสาร

นางสาวชนิตาภรณ์ จะประสงค์	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติการ
นางสาวพรภินันท์ บัวทับ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติการ

รูปแบบบทความที่ตีพิมพ์

บทความวิชาการ (Academic articles) และบทความวิจัย (Research articles)

การเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

การส่งบทความ

ผ่านระบบออนไลน์ได้ที่ https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jclmd_psrui/index

เงื่อนไขการตีพิมพ์

ทุกบทความที่ตีพิมพ์ต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยอย่างน้อย 3 คน ในลักษณะผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ และผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่ง (Double blind peer review)

บทบรรณาธิการ

คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ได้ดำเนินการจัดทำวารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัย รวมทั้งได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นทางวิชาการ และการวิจัย ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา นิติศาสตร์ สังคมสงเคราะห์ศาสตร์ เป็นต้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาในสาขาดังกล่าวต่อไป

กองบรรณาธิการวารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพสูงขึ้น และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษาเสนอบทความเข้ารับการพิจารณาก่อนลงตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยวารสารมีกำหนดออก ปีละ 2 ครั้ง ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม ซึ่งได้ให้ความสำคัญในการพิจารณา และคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยที่ตรงสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยมีลักษณะที่ ผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ และผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่ง (Double blind peer review) เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพก่อนการตีพิมพ์

สำหรับวารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2567 นี้ได้รวบรวมบทความวิชาการและบทความวิจัย จำนวน 8 เรื่อง ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งล้วนเป็นบทความที่ให้ความสำคัญต่อประเด็นปรากฏการณ์ทางสังคมเพื่อเติมเต็ม และ ต่อยอดช่องว่างขององค์ความรู้ในด้านสังคมศาสตร์ทั้งเชิงวิชาการและวิชาชีพในปัจจุบันเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการต้องขอขอบคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาตรวจประเมินบทความอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อให้ได้บทความที่มีคุณค่าอย่างแท้จริง ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านส่งผลงานอันมีคุณค่ามาร่วมตีพิมพ์ในวารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่านผู้อ่าน นักวิชาการและผู้สนใจต่อไป และขออนุญาตเชิญชวนผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมและสมัครตีพิมพ์บทความผ่านระบบออนไลน์ของวารสารเท่านั้นจากเว็บไซต์ [https://so06.tcithaijo.org/index.php/jclmd_psrุ/search/search](https://so06.tcithaijo.org/index.php/jclmd_psrु/search/search)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ คำเมฆ

บรรณาธิการ

สารบัญ	หน้า
บทความวิจัย	
ความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น <i>ทิพวรรณ ฝางแก้ว</i>	1-11
สำรวจความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการให้บริการของตำรวจในจังหวัดภูเก็ต <i>พิชศาล พันธุ์วัฒนา</i>	12-28
พฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำนันทน์ จังหวัดนนทบุรี <i>ศิริญา ยะแสง, แพรพรรณ ภู่อ้นนะ และกรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ</i>	29-45
บทความวิชาการ	
จริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล <i>ชวณัฐ ชื่นเกิดลาภ, กมลลา ตรัสสาร และปฐวิภาณ ผลมาตย์</i>	46-53
การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก <i>อนันต์ เมืองทอง สาวิตรี วัฒนะ และตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล</i>	54-61
สมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นไทยในยุคดิจิทัล <i>ชนิษฐา เจนจบ, ภูมิรักษ์ มีสุสาร, วันชนะ บุญบรรเจิด ศุทธิณี ประวิตรวงศ์ และอดิเรก พันเชื้อ</i>	62-73
นโยบายเงินดิจิทัลกับมุมมองการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่หลากหลาย <i>สิรินทร์ทิพย์ อมรรัตน์เมธิกุล, วิทยา คำเครือ, ณรงค์ โฉมงาม, ธัญชนก จันทัน และพิษณุ บุญนิยม</i>	74-87
ผลลัพธ์ของแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย <i>ณัชชา แนวศุณย์ และชุตติกร ประเสริฐ</i>	88-99
คู่มือสำหรับผู้เขียนบทความ	100
หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ	100
จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารทางวิชาการ (Publication Ethics)	103

ความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น

The relationship between self-esteem that contributes to
Violent behavior among adolescents

Received: 1/06/2567

Revised: 16/11/2567

Accepted: 18/12/2567

ทิพวรรณ ฟางแก้ว¹

Tippawan Fangkaew¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากโครงการความร่วมมือในการใช้เครื่องมือสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสุขภาพจิตในกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครอง ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ.2554 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ที่มีอายุ 13-18 ปี จำนวน 1,204 คน ประโยชน์จากการศึกษาคือ การเสริมสร้างสุขภาพจิตที่แข็งแรงสามารถลดพฤติกรรมความรุนแรงในวัยรุ่นได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการเข้าใจถึงความสำคัญของการนับถือตนเองจะช่วยในการป้องกันและลดพฤติกรรมความรุนแรง โดยการให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรักในตนเองและความเข้มแข็งทางจิตใจ เพื่อให้วัยรุ่นสามารถรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองกับพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น พบว่า การนับถือตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 นั่นคือความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองกับความรุนแรง ยังมีการนับถือตนเองน้อยยิ่งมีผลต่อพฤติกรรมความรุนแรง แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่นมีส่วนจากการความนับถือในตนเองน้อย การนับถือตนเองเป็นตัวแปรความสำคัญที่มีผลต่อการเกิดความรุนแรงลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมความรุนแรงมากกว่าเพศชาย และนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความเสี่ยงสูงกว่าในการแสดงพฤติกรรมความรุนแรง

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น โดยเน้นไปที่การนับถือตนเองของวัยรุ่น เป็นพื้นฐานในการสร้างความรักในตนเองนำไปสู่ความเข้มแข็งทางด้านจิตใจ เนื่องจากการรับมือกับทุกปัญหานั้นมาจากสภาพจิตใจภายใน ที่สะท้อนออกมาให้เห็นถึงพฤติกรรมภายนอก ดังนั้นการนับถือตนเองจึงมีส่วนสำคัญในการศึกษาอย่างมาก สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและเสริมสร้างสุขภาพจิตในวัยรุ่น ผ่านการเสริมสร้างการนับถือตนเอง การออกแบบ

¹นักวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹Educational Academician, Kasetsart University

*E-mail: Tippawan.f@ku.th

โปรแกรมการศึกษา และการสนับสนุนจากครอบครัวและสังคมเพื่อสร้างพฤติกรรมที่ไม่รุนแรง และส่งเสริมการพัฒนาทางจิตใจของวัยรุ่นให้แข็งแกร่งและมั่นคง

คำสำคัญ: การนับถือตนเอง, พฤติกรรมความรุนแรง, วัยรุ่น

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between self-esteem and violent behavior among adolescents. The research uses a quantitative methodology and analyzes secondary data from the "Project on the Use of Educational Media for Mental Health Improvement among Students and Parents," collected by the Institute for Population and Social Research, Mahidol University, in 2011. The study sample consisted of 1,204 students aged 13 to 18 years. The benefit of this study lies in its potential to strengthen mental health, which in turn can reduce violent behavior among adolescents within the target group. Understanding the importance of self-esteem plays a critical role in preventing and reducing violent behavior. By emphasizing the development of self-love and mental resilience, this study helps adolescents better cope with their challenges. This approach aims to equip young people with the psychological strength to deal with difficulties more effectively.

The study's findings on the relationship between self-esteem and adolescent violent behavior revealed a statistically significant correlation at 0.01. This means that the lower the self-esteem, the higher the likelihood of violent behavior. The results suggest that adolescents with lower self-esteem are more likely to exhibit violent behaviors. Self-esteem was identified as a key factor that significantly influences the reduction of violent behavior, with a statistical significance of 0.05. Additionally, the study found that females are more likely to engage in violent behavior than males, and high school students have a higher risk of exhibiting violent behaviors.

In this research, the focus is on the relationship between self-esteem and adolescent violent behavior, emphasizing the role of self-esteem as a foundation for developing self-love and mental resilience. Coping with problems effectively is largely influenced by one's inner mental state, reflected in outward behavior. Therefore, self-esteem plays a crucial role in this study. The findings can be applied to the development and enhancement of adolescent mental health through initiatives that promote self-esteem, the design of

educational programs, and support from families and society. These efforts aim to reduce violent behavior and foster mental strength and stability among young people.

Keywords: Self-Esteem, Violent Behavior, Adolescents

บทนำ

ในปัจจุบัน สังคมไทยเริ่มมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคซึมเศร้ามากขึ้น และข้อมูลจากปี 2556 พบว่า มีการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพจิตเพิ่มขึ้น โดยในกลุ่มอายุ 15-24 ปี มีจำนวนผู้ป่วยซึมเศร้าที่ได้รับการรักษาถึง 18,628 คน จากการรับรู้และตื่นตัวในเรื่องโรคซึมเศร้า พบว่าในปี 2561 การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพจิต เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 131,260 คน ซึ่งสาเหตุหลักที่กระตุ้นให้วัยรุ่นและเยาวชนเกิดภาวะซึมเศร้าคือ ความเครียดจากการเรียนและการถูกล้อเลียนหรือกลั่นแกล้งจากเพื่อน บางคนถึงกับมีความคิดฆ่าตัวตาย โดยรูปแบบการรังแกที่พบมากที่สุดคือการกลั่นแกล้งทางวาจา เช่น การพูดล้อเลียน หรือการล้อชื่อ ส่วนรองลงมา คือการกลั่นแกล้งในรูปแบบของความสัมพันธ์ เช่น การไม่คบหรือการตัดออกจากกลุ่ม การรังแกทางร่างกาย และการกลั่นแกล้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาโดยแพทย์หญิงโซธิตา ภาวสุทธิไพศิฐ และคณะ (2561) พบว่า ผู้ชายมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมรังแกผู้อื่นมากกว่าผู้หญิง แต่ผู้หญิงมักใช้วิธีรังแกแบบไม่เปิดเผย เช่น การพูดถึงหรือทำให้ผู้อื่นรู้สึกแสบในลักษณะที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน การกลั่นแกล้งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่มีอิทธิพลทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อสภาพจิตใจและสุขภาพร่างกายของวัยรุ่น โดยผู้ที่ถูกกลั่นแกล้ง มักมีความเสี่ยงที่จะเกิดภาวะซึมเศร้า ความรู้สึกวิตกกังวลและเหงา รวมถึงการมีความเคารพในตนเองต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและสภาพจิตใจโดยรวม (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) 2563)

การประเมินปัญหาสุขภาพจิตของวัยรุ่นและเยาวชนอายุ 15-24 ปี ในปี 2562 พบว่า สถานการณ์สุขภาพจิตของวัยรุ่นในปีดังกล่าวแย่มาก โดยมีระดับสุขภาพจิตต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น (โครงการสุขภาพคนไทย, 2563) ในปี 2564 การประเมินสุขภาพจิตของประชาชนไทยพบว่า สัดส่วนของผู้ที่มีภาวะเครียดสูง เสี่ยงซึมเศร้า และมีความเสี่ยงในการฆ่าตัวตายในกลุ่มประชากรทั่วไปมีอัตราร้อยละ 14.5, 16.8 และ 9.5 ตามลำดับ โดยพบว่าปัญหาดังกล่าวมีสัดส่วนสูงในกลุ่มเด็กและเยาวชนวัยเรียน โดยเฉพาะในกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี และ 20-29 ปี (โครงการสุขภาพคนไทย, 2565) เด็กและเยาวชนวัยเรียนถือเป็นกลุ่มเปราะบางที่มีประสบการณ์ชีวิต ความพร้อม และความเข้มแข็งทางจิตใจน้อยกว่าประชากรวัยอื่นในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในชีวิตและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขยังพบว่า จำนวนผู้พยายามฆ่าตัวตายที่เข้ารับการรักษาผ่านบริการสุขภาพจิตในปี 2563 และ 2564 สูงถึงกว่า 24,000 คนต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงความรุนแรงของปัญหาสุขภาพจิตในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนที่ต้องการการดูแลและการสนับสนุนจากสังคมและระบบสุขภาพอย่างเร่งด่วน

ปัญหาสุขภาพจิตที่เกิดขึ้นในวัยรุ่นมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง โดยเฉพาะในด้านจิตใจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความคิด ความรู้สึกภายใน และบุคลิกภาพที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ซึ่งล้วนเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และอารมณ์ ตามกระบวนการพัฒนาการของวัยรุ่น ทั้งนี้ ความคิด ความรู้สึก และความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมก้าวร้าวจะมีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเฉพาะในกรณีที่วัยรุ่นมีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ซึ่งจะทำให้พวกเขามีทัศนคติที่สนับสนุนพฤติกรรมก้าวร้าว โดยเชื่อว่าการแสดงออกเช่นนี้จะช่วยให้ตนเองได้รับการยอมรับหรือความชื่นชมจากผู้อื่น ส่งผลให้เกิดการใช้พฤติกรรมก้าวร้าวเป็นวิธีการโต้ตอบกับบุคคลรอบข้าง นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า วัยรุ่นที่มีภาวะทางจิตเวช เช่น โรคเกเร โรคสมาธิสั้น หรือโรคซึมเศร้า มักมีปัญหาด้านการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ทำให้พวกเขามีปัญหาในการเข้าสังคม มีอารมณ์ซึมเศร้า เครียด และวิตกกังวลง่าย ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้วัยรุ่นแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวมากขึ้น ทั้งนี้ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าวในวัยรุ่นยังรวมถึงปัจจัยจากครอบครัว เพื่อน โรงเรียน ชุมชน และสังคม (เกวลี ชัยสุวรรณรักษ์ และคณะ, 2563)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองกับพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น โดยเน้นที่การนับถือตนเองในกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากการรับมือกับปัญหาต่าง ๆ เกิดจากสภาพจิตใจภายใน ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรมภายนอก ดังนั้น การนับถือตนเองจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีผลกระทบต่อบุคลิกภาพของวัยรุ่นในแง่ต่างๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้นจากการขาดความเชื่อมั่นในตนเองหรือการเห็นคุณค่าต่ำ

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากโครงการความร่วมมือในการใช้เครื่องมือสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสุขภาพจิตในกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครอง ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ.2554 การเลือกพื้นที่ในการศึกษาได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจังหวัดมา 2 จังหวัด เป็นจังหวัดที่ทำการขยายพื้นที่หลังจากนารายชื่อโรงเรียนทั้งหมดที่ไม่เคยนำสื่อการเรียนรู้ไปใช้ในโรงเรียน สื่อการเรียนรู้ ได้แก่ ชุดการเติมเต็มความเข้มแข็งทางใจและเทคนิคการพูดคุยกับลูกวัยรุ่น

การศึกษากลุ่มตัวอย่างได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง จากจำนวนทั้งหมด 1,409 คน พบว่ามีข้อมูลนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ที่มีอายุ 13-18 ปี จำนวน 1,204 คน ที่สมบูรณ์และสามารถนำมาใช้ในการศึกษา โดยแยกออก 2 พื้นที่ คือ พื้นที่ในกรุงเทพมหานคร จำนวนนักเรียน 631 คน และพื้นที่ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวนนักเรียน 573 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามจากโครงการความร่วมมือในการใช้เครื่องมือสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสุขภาพจิตในกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครอง โดยเลือกคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา จากชุดคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบประเมินสื่อ ได้แก่ แบบประเมินพฤติกรรมเด็กและพฤติกรรมความรุนแรง

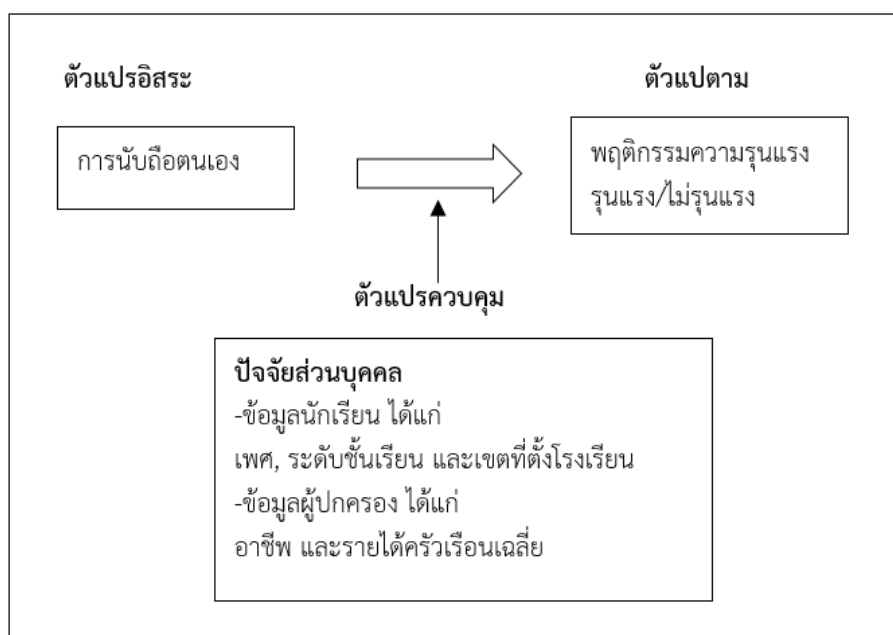
ส่วนที่ 3 แบบประเมินสุขภาพจิต

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วยการวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-square) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของการนับถือตนเอง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การนับถือตนเอง		
น้อย (คะแนน 0)	24	2.0
ปานกลาง (คะแนน 1-2)	809	67.2
มาก (คะแนน 3)	371	30.8
รวม	1,204	100.0

หมายเหตุ : การแบ่งกลุ่มใช้คะแนนดิบ คำนวณด้วยวิธี Mean $\pm$ SD. คือ การนับถือตนเอง Mean=2.0390, SD=0.78492

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะการนับถือตนเองของกลุ่มตัวอย่างพบว่า วิทยาลัยส่วนใหญ่มีการนับถือตนเองอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 67.2) รองลงมาอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 30.8) และมีการนับถือตนเองอยู่ในระดับน้อยเพียงร้อยละ 2.0 โดยกลุ่มที่มีการนับถือตนเองในระดับน้อยมีจำนวน 24 คน ซึ่งจำนวนนี้ถือเป็นกลุ่มที่ต้องได้รับความสนใจเป็นพิเศษที่ต้องตระหนักและเพิ่มการเห็นคุณค่าในตนเองของวิทยาลัยให้มากขึ้น เพื่อไม่นำไปสู่การเกิดปัญหาด้านสุขภาพจิตและปัญหาความรุนแรงตามมา

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองกับพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น

การนับถือตนเอง	พฤติกรรมความรุนแรง			
	ไม่รุนแรง	รุนแรง	รวม	จำนวน
การนับถือตนเอง $\chi^2 = 12.196^{**}$				
น้อย (คะแนน 0)	50.0	50.0	100.0	24
ปานกลาง (คะแนน 1-2)	58.7	41.3	100.0	809
มาก (คะแนน 3)	68.7	31.3	100.0	371
รวม			100.0	1,204

หมายเหตุ : *p $\leq$ 0.05, **p $\leq$ 0.01, ***p $\leq$ 0.001

และการแบ่งกลุ่มใช้คะแนนดิบ คำนวณด้วยวิธี Mean $\pm$ SD. คือ การนับถือตนเอง Mean=2.0390, SD=0.78492

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองกับพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่นพบว่า วัยรุ่นที่มีการนับถือตนเองอยู่ในระดับน้อยมีพฤติกรรมความรุนแรงสูงถึงร้อยละ 50.0 ซึ่งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีระดับการนับถือตนเองอื่นๆ ส่วนวัยรุ่นที่มีการนับถือตนเองในระดับปานกลางมีพฤติกรรมความรุนแรงร้อยละ 41.3 และวัยรุ่นที่มีการนับถือตนเองในระดับมากมีพฤติกรรมความรุนแรงร้อยละ 31.3 ตามลำดับ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ยิ่งวัยรุ่นมีการนับถือตนเองมากขึ้น พฤติกรรมความรุนแรงจะลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามระหว่างการนับถือตนเองกับพฤติกรรมความรุนแรง กล่าวคือ

วัยรุ่นที่มีการนับถือตนเองสูงมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมที่ไม่รุนแรงมากกว่า การนับถือตนเองจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการลดพฤติกรรมความรุนแรงในวัยรุ่น

ผลการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า การนับถือตนเองมีผลกระทบที่ชัดเจนและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น ยิ่งวัยรุ่นมีการนับถือตนเองน้อยลง ความเสี่ยงต่อการแสดงพฤติกรรมความรุนแรงเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

พฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น	Odds ratio
ข้อมูลส่วนบุคคล	
เพศ (นักเรียน) (กลุ่มอ้างอิง : เพศหญิง)	
ชาย	0.670**
ระดับชั้นเรียน (นักเรียน) : (กลุ่มอ้างอิง : มัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4-6)	
มัธยมศึกษาตอนต้นปีที่ 1-3	0.670***
เขตที่ตั้งโรงเรียน (นักเรียน) (กลุ่มอ้างอิง : ในเขตกรุงเทพมหานคร)	
ในเขตจังหวัดนครสวรรค์	0.590***
ข้อมูลผู้ปกครอง	
อาชีพ (ผู้ปกครอง) (กลุ่มอ้างอิง : แม่บ้าน/ไม่ได้งาน/กำลังรองาน)	
เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป	0.833
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.884
พนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	0.834
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	0.641
รายได้ (ผู้ปกครอง) (กลุ่มอ้างอิง : ต่ำกว่า 120,000 บาทต่อปี)	
120,001 - 300,000 บาทต่อปี	0.870
สูงกว่า 300,000 บาทต่อปี	0.919
การนับถือตนเอง	0.827*
ค่าคงที่ (Constant)	3.863
-2log likelihood	1528.200
Chi-square	75.182***
Pseudo R ²	0.061
N	1,204

หมายเหตุ : *p ≤ 0.05, **p ≤ 0.01, ***p ≤ 0.001

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า การนับถือตนเองเป็นตัวแปรความสำคัญที่มีผลต่อการเกิดความรุนแรงลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมความรุนแรงมากกว่าเพศชาย และนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความเสี่ยงสูงกว่าในการแสดงพฤติกรรมความรุนแรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอภิปรายผลและข้อสรุป

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนับถือตนเองและพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น พบว่าการนับถือตนเองมีความสัมพันธ์กับความรุนแรง ยิ่งวัยรุ่นมีการนับถือตนเองสูงขึ้นโอกาสในการเกิดพฤติกรรมความรุนแรงจะลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Estefania, et al. (2018) พบว่า ความภาคภูมิใจในตนเองที่ต่ำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมก้าวร้าว และยังทำให้เกิดอาการซึมเศร้าและเครียดในวัยรุ่น นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับรายงานของ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO (2017) พบว่า ความรุนแรงและการกลั่นแกล้งในโรงเรียนมีผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของวัยรุ่น โดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่นที่ถูกกลั่นแกล้งมักประสบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึมเศร้า หรือวิตกกังวล รวมถึงมีความภาคภูมิใจในตนเองต่ำ และอาจมีความคิดฆ่าตัวตาย นอกจากนี้ ผลกระทบจากการถูกรังแกยังส่งผลเสียต่อสุขภาพจิตและอารมณ์ของผู้ถูกรังแกอีกด้วย ผลการศึกษารั้วนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของแพทย์หญิงโซษิตา ภาวสุทธิไพศิฐ และคณะ (2561) ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมก้าวร้าวที่แสดงออกในรูปแบบต่างๆ เช่น การนินทาว่าร้าย การปล่อยข่าวลือ หรือการใช้สื่อออนไลน์ในการทำร้ายผู้อื่น มักเกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ถูกรังแกในทางจิตใจและอารมณ์อย่างรุนแรง โดยเฉพาะการถูกกลั่นแกล้งยังเพิ่มความเสี่ยงให้เกิดภาวะซึมเศร้าและการรู้สึกต่ำต้อยในตนเอง และผลการศึกษาของเกรที ชัยสุวรรณรักษ์ และคณะ (2563) พบว่า ความภาคภูมิใจในตนเองที่ต่ำมีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่นที่มีประสบการณ์การถูกข่มเหงรังแกบนโลกไซเบอร์ โดยวัยรุ่นที่ถูกรังแกมักมีความภาคภูมิใจในตนเองต่ำและประสบกับปัญหาทางอารมณ์ เช่น การซึมเศร้า ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาทางสุขภาพจิตตามมา รวมไปถึงผลการศึกษาของเบญจมาภรณ์ รุ่งแสง (2563) พบว่า สาเหตุหลักของพฤติกรรมก้าวร้าวในวัยรุ่นประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ครอบครัว เพื่อน ชุมชน และปัจจัยด้านจิตใจ ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และอารมณ์ รวมถึงความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมก้าวร้าว เช่น วัยรุ่นที่เห็นคุณค่าในตนเองต่ำมักจะมีทัศนคติที่ติดลบต่อพฤติกรรมก้าวร้าว และเชื่อว่าพฤติกรรมนี้เป็นวิธีหนึ่งในการตอบโต้ผู้อื่นเพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับหรือความชื่นชม ซึ่งทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะแสดงออกพฤติกรรมก้าวร้าวได้โดยไม่ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Moreno, et al. (2024) ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตที่มีสุขภาพดีในวัยรุ่นกับความเครียด การนับถือตนเอง และบทบาทของความรุนแรงในโรงเรียน พบว่า ความภาคภูมิใจในตนเองที่สูงขึ้นมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงในโรงเรียนน้อยลง ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นที่มีความภาคภูมิใจในตนเองสูงมักมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีขึ้น และมีระดับความเครียดที่น้อยลง ซึ่ง

สนับสนุนการที่การนับถือตนเองสามารถช่วยป้องกันปัญหาพฤติกรรมก้าวร้าวและความเครียดในวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า เพศหญิง มีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมความรุนแรงมากกว่าเพศชาย ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยทางด้านอารมณ์และความเครียดที่มีการสะสมภายใน และเพศหญิงมีวิธีการแสดงออกความรุนแรงในรูปแบบที่ละเอียดหรือไม่เปิดเผย เช่น การใช้คำพูด การล้อเลียน หรือการแกล้งกันทางสังคมออนไลน์ ขณะที่เพศชายมักแสดงออกในรูปแบบที่ตรงไปตรงมา เช่น การทะเลาะวิวาทหรือการใช้กำลัง

การนับถือตนเองจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติและมุมมองที่เรามีต่อตนเอง ซึ่งเป็นสภาวะทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ และไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ผู้ที่มีการนับถือตนเองในระดับสูงคือผู้ที่รู้จักและยอมรับในคุณค่าของตนเอง สามารถเป็นตัวของตัวเองอย่างเหมาะสมและมั่นคง และมีความแข็งแกร่งทางจิตใจที่ช่วยให้สามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตได้อย่างมีสติ และไม่ตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง อีกทั้งยังสามารถควบคุมอารมณ์และแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมตามสถานการณ์ได้ จากการศึกษาพบว่า การนับถือตนเองมีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับพฤติกรรมความรุนแรงของวัยรุ่น หากวัยรุ่นมีการนับถือตนเองในระดับที่สูง การเกิดพฤติกรรมความรุนแรงทั้งต่อตนเองและผู้อื่นจะลดลง ยิ่งวัยรุ่นมีการเห็นคุณค่าในตนเองมากเท่าใด ยิ่งมีแนวโน้มที่จะลดพฤติกรรมที่ก้าวร้าวหรือทำร้ายตัวเองและผู้อื่นได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีพื้นที่ปลอดภัยในการแสดงอารมณ์ทางสุขภาพจิต วัยรุ่นควรมีพื้นที่ปลอดภัยที่พวกเขาสามารถแสดงอารมณ์หรือปัญหาทางสุขภาพจิตได้โดยไม่ต้องกลัวการถูกตัดสินหรือถูกดูถูก พร้อมทั้งต้องได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุนในการเสริมสร้างความมั่นใจในตนเอง ความเข้มแข็งทางจิตใจ และการมองเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการลดพฤติกรรมความรุนแรงและปัญหาสุขภาพจิตในวัยรุ่น

2. ควรมีศูนย์ปรึกษาสุขภาพจิตในโรงเรียนและรับฟังอย่างจริงจัง การสร้างศูนย์ปรึกษาสุขภาพจิตในโรงเรียนเพื่อให้วัยรุ่นสามารถพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาทางอารมณ์และจิตใจได้อย่างเปิดเผย และได้รับการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญ ถือเป็นแนวทางสำคัญในการลดความเสี่ยงของพฤติกรรมความรุนแรงในกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้การรับฟังปัญหาของวัยรุ่นอย่างจริงจังและให้คำปรึกษาที่เหมาะสมจะช่วยให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่าในตนเองและมีความมั่นใจมากขึ้น

3. ส่งเสริมให้สถาบันครอบครัวและสังคมสร้างค่านิยมในการเสริมสร้างสุขภาพจิตที่ดี สถาบันครอบครัวและสังคมควรมีบทบาทสำคัญในการสร้างค่านิยมที่สนับสนุนการดูแลสุขภาพจิตที่ดี โดยไม่ลดทอนคุณค่าในตนเองของสมาชิกในครอบครัวหรือสังคม การเสริมสร้างความรักและการยอมรับในตัวเองภายในครอบครัว จะช่วยให้วัยรุ่นพัฒนาความมั่นใจในตัวเอง และลดความเสี่ยงในการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นตามมา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปสามารถเน้นที่การศึกษาแนวโน้มการนับถือตนเองของวัยรุ่นในแต่ละกลุ่ม เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์แนวโน้มที่เกิดขึ้นในแต่ละกลุ่ม (เช่น ตามเพศ, อายุ, ระดับชั้นการศึกษา หรือ สภาพแวดล้อมทางสังคม) การศึกษานี้จะช่วยให้เห็นภาพรวมของพฤติกรรมการนับถือตนเองในกลุ่มต่างๆ และสามารถระบุได้ว่า กลุ่มใดมีแนวโน้มในการนับถือตนเองสูงหรือต่ำ รวมถึงการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนับถือตนเองในกลุ่มเหล่านั้น ซึ่งจะช่วยในการวางแผนและพัฒนามาตรการในการเสริมสร้างสุขภาพจิตให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- เกวลี ชัยสุวรรณรักษ์, และคณะ. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่นที่มีประสบการณ์ชมหนังแสบโลกโซเชียล. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, 65(2): 203.
- โครงการสุขภาพคนไทย. (2563). สุขภาพจิต. *สุขภาพคนไทย 2563*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โครงการสุขภาพคนไทย. (2565). สุขภาพจิต. *สุขภาพคนไทย 2565*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิธินันท์ ปกรัตน์. (2565). *บวกกับชีวิตด้วยอุปนิสัยเห็นค่าในตน Self-esteem*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2567 เข้าถึงได้จาก <https://www.chula.ac.th/highlight/78536/>
- เบญจมาภรณ์ รุ่งสาธ. (2563). การจัดการพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงในวัยรุ่น. *วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 3(1): 94-98.
- แพทย์หญิงโชษิตา ภาวสุทธิพิศุทธิ์, & คณะ. (2561). *แค่ไหนที่เรียกว่ารังแกกัน: คู่มือปฏิบัติสำหรับการดำเนินการป้องกันและจัดการการรังแกกันในโรงเรียน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). *การกลั่นแกล้งในโรงเรียนจากมุมมองของ PISA*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2567 เข้าถึงได้จาก <https://pisathailand.ipst.ac.th/issue-2020-54/>
- D. CAST, et al. (2002). A theory of self-esteem. *Social Forces*, 80(3), 1041-1068. Retrieved September 6, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/236761671_A_Theory_of_Self-Esteem
- Estefanía, et al. (2018). Aggressive behavior in adolescence as a predictor of personal, family, and school adjustment problems. *Psicothema*, 30(1), 66-73. Retrieved September 6, 2023, from <https://www.psicothema.com/pdf/4452.pdf>

Moreno, et al. (2024). Healthy lifestyle in adolescence: Associations with stress, self-esteem, and the roles of school violence. *Healthcare*, 12, 63. Retrieved September 6, 2023, from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38200968/>

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO. (2017). *School violence and bullying: Global status and trends, drivers and consequences* (pp. 3-10).

สำรวจความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการให้บริการของตำรวจในจังหวัดภูเก็ต

Survey of citizens' expectations regarding police service in Phuket Province

Received: 12/09/2567

Revised: 28/12/2567

Accepted: 29/12/2567

พิชิต ปันธุ์วัฒนา¹

Pitsarn Phanwattana¹

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนจังหวัดภูเก็ตต่อรูปแบบการให้บริการของตำรวจประกอบด้วยการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างก้าวหน้า และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และอิทธิพลของการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างก้าวหน้า การให้บริการอย่างต่อเนื่องที่มีต่อความคาดหวังประชาชน ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า 1.ประชาชนมากกว่าครึ่งเคยมีปฏิสัมพันธ์หรือรับบริการจากตำรวจจังหวัดภูเก็ต ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตำรวจภูเก็ตในระดับปานกลาง ต่างจากความคาดหวังการได้รับบริการที่ดีที่ประชาชนส่วนใหญ่มีในระดับมาก โดยคาดหวังกับการบริการอย่างเสมอภาคมากที่สุด ส่วนการบริการอย่างต่อเนื่องเป็นความคาดหวังลำดับท้าย 2.การให้บริการอย่างก้าวหน้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด ส่วนการให้บริการอย่างเสมอภาคมีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด

คำสำคัญ: สำรวจ, รูปแบบการให้บริการ, ความคาดหวัง, จังหวัดภูเก็ต

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the expectations for the people of Phuket province the type of police service such as, equitable service, timely service, progressive service and continuous service and the influence of equitable service, timely service, progressive service, continuous service influences with expectations of the people of Phuket. This study was conducted by applying quantitative approach, questionnaire was used collect data 400 from people in Phuket. The data was analyzed using descriptive statistics and path analysis.

The results indicated to answer that 1. Most people had interacted with or received services from Phuket Provincial Police officers, satisfied with the police service at a middle level. There has a high level of expectation for good service by police officers, expecting the most

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พันตำรวจเอก, คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

¹Asst. Prof., Police Colonel, Faculty of Police Science, Royal Police Cadet Academy

*E-mail: pitsarn_ph@rpca.ac.th

equal service and expect continuous service at last. 2. Progressive service had the most direct influence on the expectations of the people and equitable service had the most indirect and total influences on the people's expectations.

Keywords: survey, types of service, expectations, Phuket

บทนำ

ภูเก็ตเป็นจังหวัดในภาคใต้ตอนบนของประเทศไทย มีลักษณะเป็นเกาะรวมพื้นที่ทั้งหมด 570.034 ตารางกิโลเมตร แบ่งการบริหารราชการส่วนภูมิภาคเป็น 3 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง มีประชาชนชาวไทยอาศัยทั้งสิ้น 418,785 คน โดยอาศัยอำเภอเมืองภูเก็ต 249,787 คน อำเภอกะทู้ 57,137 คน และอำเภอถลาง 111,861 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2024, น.2) อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของสถานีตำรวจในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 11 แห่งที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่ประชาชนโดยตรง การให้บริการของตำรวจภูเก็ตในฐานะผู้ปฏิบัติที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์หรือสัมผัสกับประชาชนทั้งชาวไทยและต่างประเทศจำเป็นต้องมีแผนการให้บริการที่มีลักษณะจำเพาะเหมาะต่อการปฏิบัติในพื้นที่ มีมาตรฐานระดับสากลเพื่อให้การปฏิบัติงานด้านบริการบังเกิดผล เกิดคุณภาพการให้บริการตรงตามความคาดหวังประชาชน จึงได้กำหนดคู่มือมาตรฐานการให้บริการของประชาชนรวมถึงแนวทางการยกระดับการบริการประชาชนของสถานีตำรวจให้มีคุณภาพเพื่อให้ตรงตามความคาดหวัง/พึงพอใจของประชาชนที่ได้รับบริการจากตำรวจจังหวัดภูเก็ต (สถานีตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ต, 2024)

การให้บริการประชาชนเป็นหนึ่งในเรื่องสำคัญของการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ปรากฏในยุคศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติด้านยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน มีกลยุทธ์ยกระดับมาตรฐานการให้บริการของสถานีตำรวจและหน่วยบริการประชาชน 1. ปรับปรุงและพัฒนาทางด้านกายภาพของสถานีตำรวจและหน่วยบริการประชาชน 2. ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชน 3. สร้างเสริมบุคลิกภาพ พฤติกรรม และทัศนคติของบุคลากรให้มีความเป็นมิตรและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน และ 4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการสถานีตำรวจ ภูธรในสังกัดกองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ตที่มุ่งให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูง ประกอบด้วย 8 ยุทธศาสตร์ หนึ่งในนั้นคือการปรับโครงสร้างการบริหารโรงพักท้องถิ่นเพื่อประชาชนโดยเน้นการให้บริการประชาชนเป็นเป้าหมายสำคัญ (กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 8, 2567) เมื่อการให้บริการประชาชนเป็นเรื่องสำคัญต่อการปฏิบัติงานของตำรวจภูเก็ตเช่นนี้จึงต้องศึกษาเพื่อลดข้อผิดพลาดการให้บริการ ให้การปฏิบัติงานด้านบริการตรงตามยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ยุทธศาสตร์กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 8 โดยมุ่งสู่ความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของตำรวจภูเก็ต

ผู้วิจัยประสงค์ศึกษาและสำรวจความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยนำแนวคิดความคาดหวัง/พึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการของมิลเลท (Millet, 1954, p. 11-13) 1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา 3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ 4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า ใช้เป็นตัวแปรอิสระเพื่อศึกษาโดยตัดหรือไม่คัดเลือกรูปแบบการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ใช้เป็นหนึ่งในตัวแปรร่วมศึกษาเนื่องเพราะรูปแบบนี้มีรายการที่ใช้วัดที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมของผู้ให้บริการเช่น 4 รูปแบบของมิลเลทที่เลือกใช้ศึกษาตามข้างต้น หากแต่เป็นการวัดความคาดหวัง/พึงพอใจที่ได้รับบริการในประเด็นสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสำคัญเช่น พื้นที่เพียงพอต่อการให้บริการหรือไม่ สถานที่มีบรรยากาศอย่างไร บริเวณสถานที่ทำงานมีต้นไม้ช่วยให้ร่มรื่นหรือมีแสงสว่างเหมาะสมเพียงพอหรือไม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น เก้าอี้ ถังขยะ ห้องสุขาที่เพียงพอ มีช่องทางจัดไว้บริการสำหรับผู้พิการหรือไม่ หรือมีที่จอดรถที่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการเป็นต้น ซึ่งประเด็นเหล่านี้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยประสงค์ทำการศึกษา อย่างไรก็ตามรูปแบบการให้บริการที่แสดงออกเชิงพฤติกรรมอีก 4 ประเด็นของมิลเลทที่นำมาใช้ศึกษาเป็นตัวแปรอิสระต่างมีผู้เคยใช้ศึกษามาก่อนมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Van Steden, Anholt, & Boelens, 2023, p.57; สุทัต วันนิจ และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2565, น. 15; Sahapattana, & Cheurprakobkit, 2019, p.267; ทศพร สายปัญญา, 2563, น.18; เดวิท ไชยสาร และ ศาสวัต เฟ่งแพ, 2565, น.173; รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ และคณะ, 2566, น.216)

การศึกษานี้มุ่งหามุมมองแตกต่างโดยทำการศึกษาประเด็นรูปแบบคุณภาพการให้บริการในบริบทที่ต่างสถานที่ ต่างประชากรเป้าหมายและต่างเวลาจากงานในอดีต จึงมีแนวโน้มได้มาซึ่งข้อมูลที่มีมุมมองต่างจากเดิม มุ่งหวังได้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นปัจจุบัน และตรงตามสภาพแห่งความจริงเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้ปรับประยุกต์ใช้ลดข้อบกพร่องและพัฒนาต่อยอดพัฒนารูปแบบการให้บริการประชาชนของตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ตให้เกิดคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังและพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจมากยิ่งขึ้น เป็นไปตามวิสัยทัศน์ตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความคาดหวังของประชาชนจังหวัดภูเก็ตต่อรูปแบบการให้บริการของตำรวจประกอบด้วยการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างก้าวหน้า และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
2. ศึกษาอิทธิพลของการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างก้าวหน้า การให้บริการอย่างต่อเนื่องที่มีต่อความคาดหวังประชาชน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ได้ยึดหลักจริยธรรมสากลในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ (Belmont report) ที่ประกอบด้วยหลักความเคารพในบุคคล หลักคุณประโยชน์ไม่ก่ออันตราย และหลักความยุติธรรม โดยได้ปฏิบัติตามเคร่งครัดในขั้นตอนที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับคน (U.S. Department of Health and Human Services, 2022, 16 June)

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ประชาชนจังหวัดภูเก็ตทั้ง 3 อำเภอ ได้แก่อำเภอเมืองภูเก็ต 249,787 คน อำเภอกะทู้ 57,137 คน และอำเภอถลาง 111,861 คน รวมยอด 418,785 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2567) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เหตุผลในการเลือกพิจารณาจากความเหมาะสมมุ่งเน้นตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Raifman, DeVost, Digitale, Chen, & Morris, 2022, p.40) กล่าวคือเลือกโดยพิจารณาจากประชาชนชาวไทยที่อาศัยในจังหวัดภูเก็ตมีอายุ 18 ปีขึ้นไป รู้หนังสืออ่านออกเขียนได้ พุดคุยสื่อความได้รู้เรื่อง มีสติสัมปชัญญะ เคยมีปฏิสัมพันธ์หรือรับบริการทั้งในสถานตำรวจหรือนอกสถานตำรวจกับตำรวจจังหวัดภูเก็ต ทั้ง 11 สถานีได้แก่ สภ.เมืองภูเก็ต สภ.ถลาง สภ.ป่าตอง สภ.ฉลอง สภ.ท่าฉัตรไชย สภ.เชิงทะเล สภ.กะทู้ สภ.กมลา สภ.วิชิต สภ.กะรน และสภ.สาคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูปยามาเนในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 (Yamane, 1973) รายละเอียดคำนวณได้ดังนี้ $1 + 418,785 \times 0.052 = 1,047.96$ แล้วนำมาหาร 418,785 ได้เท่ากับ 399.61 ปัดเศษขึ้นทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานบุคคลเช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งเคยมีปฏิสัมพันธ์หรือรับบริการจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ (ในรอบปี) ความพึงพอใจที่ได้รับการให้บริการจากตำรวจจังหวัดภูเก็ต ตอนที่ 2 ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ 1.การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา 3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ 4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า ทั้ง 4 รูปแบบต่างมีรายการข้อคำถามเท่ากัน 4 ข้อ ดังเช่นมาตรวัดการให้บริการอย่างเสมอภาคมีรายการข้อคำถาม 4 ข้อ ได้แก่ 1. ใช้มาตรฐานเดียวกันในการให้บริการ 2. ไม่ถูกแบ่งแยกในการให้บริการ 3. ให้บริการทัดเทียมระหว่างเพศหญิงและชาย และ 4. ยึดหลักความเป็นธรรมในการให้บริการ (Millett, 1954; Van Steden et al., 2023, p.57-67; จงรัก นิยมประเสริฐ และวิเชียร ต้นศิริคงคล, 2564, น.94; เดวิท ไชยสาร และ ศาสวัต พงษ์แพ, 2565, น.173; สุทัต วันนิจ และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2565, น.16; สรिता นิลแสง และสุรสิทธิ์ ล้อจิตรอำนาจ, น.109) 5 ระดับไล่เรียงจากน้อยไปมาก และตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เช่น 1. ท่านพึงพอใจต่อการให้บริการรูปแบบใดมากที่สุด เพราะอะไร 2. ท่านมีความคาดหวังอยากให้ตำรวจจังหวัดภูเก็ตให้บริการแก่ท่านในรูปแบบใด เพราะเหตุใด และ 3. ท่านมีข้อเสนอแนะประเด็นใดบ้างเกี่ยวกับการให้บริการของตำรวจภูเก็ต เป็นต้น

ทั้งนี้กระบวนการสร้างมาตรวัดที่ใช้ในงานเริ่มแต่ทำความเข้าใจเรื่องความเป็นตัวแปร การแปลงแนวคิดให้เป็นตัวแปรผ่านการให้คำนิยามนาม ต่อมาระบุคุณสมบัติหลัก ๆ ของแนวคิดเพื่อสร้างคำนิยามจริง (real definitions) ผ่านการทบทวนวรรณกรรมทั้งในและต่างประเทศ พยายามหลีกเลี่ยงวรรณกรรมที่ไม่เก่ามากนัก จากแหล่งสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลักด้วยการระบุชื่อมาตรวัดเป็นคำหลักครั้งแรกแล้วทำการระบุค้นหาต่อด้วยการใช้คำหลัก (key words) อาทิเช่น measures, components, real definition,

dimensions หรือ questionnaire ตามด้วยระบุ PDF และระบุ 2020-2024 รวบรวมข้อมูลที่ได้ทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยจัดกลุ่มรายการข้อความ รวมตลอดทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) จึงได้เป็นคำนิยามปฏิบัติการ (operational definition) ที่มีรายการที่จะใช้วัดแต่ละองค์ประกอบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเดินทางไปจังหวัดภูเก็ตตรงกับองค์การศาสนา (DMM): 7.9702928, 98.4215512 ตรงกับ Plus Code ที่ V9RP+XRH เทศบาลนครภูเก็ต อำเภอเมืองภูเก็ต ภูเก็ต (Google Maps, 2024) ด้วยตนเองและผู้ช่วยวิจัย 1 คน เพื่อเก็บข้อมูลกับประชาชนชาวไทยที่อาศัยในอำเภอเมือง อำเภอ กะทู้ และอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ตที่มีคุณสมบัติตามที่กล่าวข้างต้น กำหนดเข้าพื้นที่สนามทุกวันในช่วงเวลา 9.00-16.00 น. เป็นเวลาไม่เกิน 5 วัน วางแผนเก็บข้อมูลได้เฉลี่ยวันละ 100 ราย สถานที่เก็บข้อมูลประกอบด้วย 3 แห่งได้แก่ อำเภอเมืองภูเก็ตจำนวน 200 ราย อำเภอกะทู้จำนวน 100 ราย และอำเภอถลางจำนวน 100 ราย โดยมุ่งเน้นเก็บข้อมูลบริเวณสถานที่ตำรวจเป็นสำคัญ ทั้งนี้จำนวนประชาชนที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละวันไม่ได้ยึดหลักตายตัว หากแต่สามารถยืดหยุ่นเพื่อความเหมาะสมได้ตามแต่ละสถานการณ์ ณ เวลานั้น การเก็บข้อมูลปฏิบัติโดยผู้วิจัยและผู้ช่วยเริ่มแนะนำตัวและรายละเอียดทั่วไปของงานวิจัย ทำการพูดคุยเบื้องต้นสังเกตพฤติกรรมออกปฏิกิริยา และเมื่อเห็นว่ามีคุณสมบัติครบตามที่กำหนดทั้งประชาชนเป้าหมายมีใจสมัคร เต็มใจให้ข้อมูลปราศจากการขู่เข็ญบังคับใด ผู้วิจัยและ/หรือผู้ช่วยจึงแจกแบบสอบถามและรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่การให้ข้อมูลเสร็จสิ้น โดยที่การลงสนามเพื่อเก็บข้อมูลนั้นได้ตระหนักในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมสากลในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์อย่างเคร่งครัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง หาค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S test) ตรวจสอบค่า e ว่าแจกแจงเช่นใด หาค่า Tolerance ตรวจสอบค่ายอมรับความต่าง หาค่า VIF (Variance Inflation Factors) ที่ต้องได้ค่าไม่เกิน 10 ตรวจสอบความเป็นเส้นตรงร่วมที่ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์สูงเกิน .75 (Multicollinearity) (Vorosmarty, & Dobos, 2020, p.12) ตรวจสอบ Tolerance ที่มีค่าไม่ต่ำกว่า .10 และ KMO ที่มีค่ามากกว่า .5 (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูล (Shrestha, 2022, p.4) นำเสนอข้อมูลผ่านการใช้ตารางและสถิติพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลตัวแปรอิสระทั้ง 4 ที่มีต่อความคาดหวังประชาชน (ตัวแปรตาม) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 ใช้เทคนิควิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลเช่นใด มีอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมหรือไม่ มีปริมาณและทิศทางอย่างไรเป็นต้น

ผลการวิจัย

ผลที่ได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่าประชาชนที่ตกเป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ (255 คน) เพศหญิง (ร้อยละ 63.75) อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 42.00) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 47.75) สำเร็จการศึกษา

ระดับอนุปริญญา (ร้อยละ 39.75) อาชีพรับจ้าง (ร้อยละ 49.50) รายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท (ร้อยละ 55.25) ประชาชนมากกว่าครึ่ง (244 คน) เคยมีปฏิสัมพันธ์หรือรับบริการจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ (ร้อยละ 61.00) มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.50) มีความคาดหวังต่อการให้บริการที่ดีของเจ้าหน้าที่ตำรวจในระดับมาก (ร้อยละ 72.75) โดยคาดหวังกับการบริการอย่างเสมอภาคมากที่สุด (ร้อยละ 63.50) ส่วนการบริการอย่างต่อเนื่องเป็นรูปแบบที่ประชาชนส่วนใหญ่คาดหวังเป็นลำดับท้าย (ร้อยละ 14.00) ส่วนประเด็นรูปแบบการให้บริการที่ประชาชนคาดหวังนั้นพบว่าการใช้มาตรฐานเดียวกันในการให้บริการเป็นรายองค์ประกอบของการให้บริการอย่างเสมอภาคกันที่ประชาชนส่วนใหญ่คาดหวังมากที่สุด (ร้อยละ 42.00) ตรงข้ามกับการให้บริการทัดเทียมระหว่างเพศหญิงและชายที่คาดหวังเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 16.75) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลาพบว่าประชาชนคาดหวังมากที่สุดกับปฏิบัติตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ (ร้อยละ 54.25) ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการมีขอบเขตกำหนดระยะเวลาที่แน่ชัดที่ประชาชนคาดหวังเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 17.00) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าพบว่าประชาชนส่วนใหญ่คาดหวังให้มีการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ (ร้อยละ 71.00) มีส่วนน้อยเท่านั้นที่คาดหวังกับความชัดเจนเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ (ร้อยละ 6.00) และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่คาดหวังให้มีการให้บริการไม่หยุดพักเที่ยง ไม่เว้นวันหยุดเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 41.75) ส่วนมีการติดตามให้ความช่วยเหลือระหว่างคดีเป็นรายการที่คาดหวังลำดับท้าย (ร้อยละ 9.75)

ทั้งนี้การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ก่อนดำเนินกิจกรรมต้องตรวจว่าละเมิดข้อสมมติที่กำกับเทคนิควิธีหรือไม่เช่น การกระจายปกติตัวแปรเดียวหรือตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์สูงเป็นต้น

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและสถิติพรรณนาที่ใช้วิเคราะห์ ($n = 400$)

ตัวแปร	EXPEP	EQUAL	OTIME	PROGR	CONTI
EXPEP	1.00	0.44	0.62	0.48	0.66
EQUAL		1.00	0.54	0.57	0.29
OTIME			1.00	0.49	0.33
PROGR				1.00	0.51
CONTI					1.00
Tolerance	-	0.57	0.81	0.67	0.62
VIF	-	1.77	1.51	2.11	1.67
K-S Test	1.55	0.94	1.22	1.43	1.27
ค่าสูงสุด	3	5	5	5	5
ค่าเฉลี่ย	1.57	2.76	2.81	3.04	2.66
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.19	1.31	0.46	0.88	0.64
ค่าความเบ้	0.66	0.87	0.59	0.61	0.82
ค่าความโด่ง	0.43	-0.11	0.74	0.57	1.16

หมายเหตุ: Kaiser–Meyer Olkin = 0.77 / ค่าต่ำสุดทุกรายการ = 1

จากตารางที่ 1 ตรวจสอบการละเมิดข้อสมมติโดยตรวจการกระจายปกติตัวแปรเดียว (Univariate Normality) ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์สูง (Multicollinearity) พบว่ามีการกระจายปกติ ค่าที่ได้ทุกตัวไม่เกิน .75 พิจารณาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่งและค่า K-S test พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีการกระจายปกติ และเมื่อทดสอบ linearity พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับความคาดหวังประชาชน (F test = 1.645 มีนัยสำคัญทางสถิติ) ค่า VIF ปกติมีค่าไม่เกิน 10 ส่วนค่า Tolerance มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และค่า KMO มีค่ามากกว่า 0.5 อยู่ในเกณฑ์ปกติไม่ละเมิดข้อสมมติแต่อย่างใด จากนั้นผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เมื่อแทนค่าสัมประสิทธิ์ปรับมาตรฐานลงในสมการโครงสร้างจึงปรากฏภาพแบบจำลองและสมการที่ 1-4

$$\text{EXPEP} = f(.794 \text{ EQUAL}, .778 \text{ OTIME}, .811 \text{ PROGR}, .761 \text{ CONTI}) \dots (1)$$

$$R = 0.654 \quad R^2 = 0.689 \quad F = 12.774 \quad \text{Sig.F} = 0.000$$

$$\text{EQUAL} = f(.676 \text{ PROGR}, .689 \text{ CONTI}) \dots (2)$$

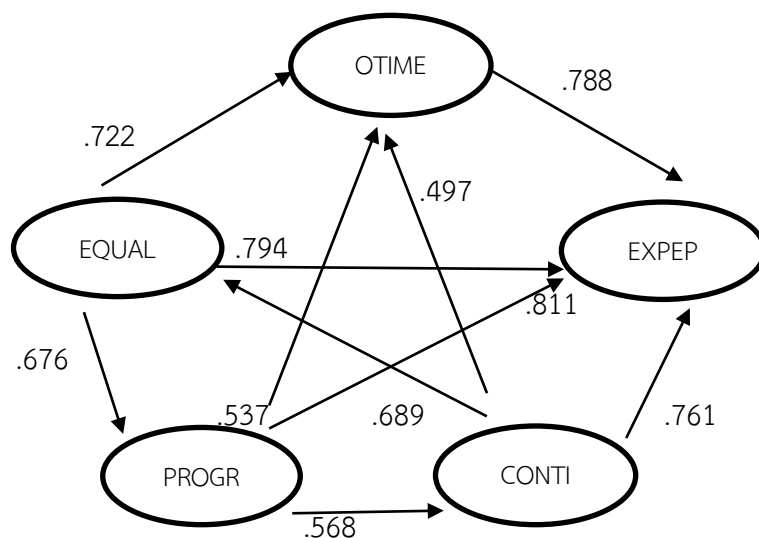
$$R = 0.729 \quad R^2 = 0.747 \quad F = 13.964 \quad \text{Sig.F} = 0.001$$

$$\text{OTIME} = f(.722 \text{ EQUAL}, .537 \text{ PROGR}, .497 \text{ CONTI}) \dots (3)$$

$$R = 0.768 \quad R^2 = 0.628 \quad F = 13.159 \quad \text{Sig.F} = 0.000$$

$$\text{CONTI} = f(.568 \text{ PROGR}) \dots (4)$$

$$R = 0.587 \quad R^2 = 0.582 \quad F = 12.643 \quad \text{Sig.F} = 0.000$$



ภาพที่ 2 แบบจำลองหลังการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรที่มีต่อความคาดหวังประชาชน (n=400)

อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล		
	ทางตรง	ทางอ้อม	ผลรวม
EQUAL; การให้บริการอย่างเสมอภาค	.794	1.402	2.196
OTIME; การให้บริการที่ตรงเวลา	.778	-	.778
PROGR; การให้บริการอย่างก้าวหน้า	.811	.850	1.661
CONTI; การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	.761	.773	1.534

หมายเหตุ: (1) อิทธิพลทางอ้อม EQUAL; การให้บริการอย่างเสมอภาค ได้จาก $(.676 \times .568 \times .761) + (.722 \times .778) + (.676 \times .811) = 1.402$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $.794 + 1.402 = 2.196$ (2) อิทธิพลทางอ้อม PROGR; การให้บริการอย่างก้าวหน้าได้จาก $(.568 \times .761) + (.537 \times .778) = .850$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $.811 + .850 = 1.661$ (3) อิทธิพลทางอ้อม CONTI; การให้บริการอย่างต่อเนื่องได้จาก $(.497 \times .778) + (.689 \times .722 \times .778) = .773$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $.761 + .773 = 1.534$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลพบว่า PROGR; การให้บริการอย่างก้าวหน้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด (.811) รองลงมาได้เรียงตามลำดับได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา และการให้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับท้าย ส่วน EQUAL; การให้บริการอย่างเสมอภาคมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด (1.402) ตรงข้ามกับการให้บริการที่ตรงเวลาที่มีอิทธิพลทางอ้อมเป็นลำดับท้าย (-) และตัวแปรที่มีอิทธิพลผลรวมมากที่สุดต่อความคาดหวังประชาชนคือ EQUAL; การให้บริการอย่างเสมอภาค (2.196) รองลงมาได้เรียงลำดับได้แก่ การให้บริการอย่างก้าวหน้า การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการที่ตรงเวลาเป็นลำดับท้าย ทั้งนี้สามารถสรุปสาระได้ความว่าการให้บริการอย่างก้าวหน้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด และการให้บริการอย่างเสมอภาคมีอิทธิพลทางอ้อมและผลรวมต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การที่การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) มีอิทธิพลทางตรงมากที่สุดต่อความคาดหวังประชาชนเนื่องเพราะเป็นรูปแบบการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐานรวมถึงความโปร่งใส ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบการให้บริการ และยึดการตอบสนองความต้องการของประชาชนที่เป็นเป้าหมายการบริการของตำรวจเป็นสำคัญ (ทศพร สายปัญญา, 2563, น.17; เดวิท ไชยสาร และ ศาสวัต เฟ่งแพ, 2565, น.173) ขณะที่การให้บริการอย่างก้าวหน้าตามแนวคิดของมิลเลทเป็นการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม (Millet, 1954) สอดคล้องกับค่านิยมปฏิบัติการของการให้บริการอย่างก้าวหน้าในงานวิจัยนี้มีตัวแปรประกอบ 1. มีการจัดทำมาตรฐานการบริการประชาชน 2. มีความชัดเจนเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ 3. มีการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และ 4. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบการให้บริการ

รูปแบบการให้บริการอย่างก้าวหน้าเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันเนื่องเพราะความมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นตัวชี้วัดที่ปัจจุบันองค์กรมากมายต่างใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน ต่อการวัดผลการปฏิบัติงาน (สุทนต์ วันนิจ และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2565, น.16) ไม่ต่างกับตำรวจจังหวัดภูเก็ตที่สังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติกำหนดให้ใช้เป็นตัวชี้วัดประเมินผลการปฏิบัติงานด้าน ต่าง ๆ ในส่วนงานด้านบริการประชาชนได้ กำหนดแผนการดำเนินการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ ได้จัดทำมาตรฐานการบริการประชาชนยกระดับการให้บริการประชาชนที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติมอบนโยบายสถานีตำรวจทั้งประเทศให้ดำเนินการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2.3 การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน หนึ่งในกลยุทธ์คือยกระดับมาตรฐานการให้บริการของสถานีตำรวจและหน่วยบริการประชาชน เช่น 1. ปรับปรุงและพัฒนาทางด้านกายภาพของสถานีตำรวจและหน่วยบริการประชาชน 2. ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชน 3. สร้างเสริมบุคลิกภาพ พฤติกรรม และทัศนคติของบุคลากรให้มีความเป็นมิตรและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน 4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2561)

การให้บริการอย่างก้าวหน้าของตำรวจภูเก็ตต้องปฏิบัติตามแผนการดำเนินการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ ประเด็นการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการโดยเฉพาะการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่มาติดต่อหรือมารับบริการของสถานีตำรวจ โดยจัดทำแผนพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการหัวข้อการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน (Service quality) ประสิทธิภาพการสื่อสาร (Communication efficiency) และการปรับปรุงระบบการทำงาน (Procedure improvement) ภายใต้การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติของสถานีตำรวจและเจ้าหน้าที่ตำรวจ เช่น พัฒนาการให้บริการด้านข้อมูล (Public information service) ทางสื่อสังคมออนไลน์ การแจ้งความออนไลน์ผ่านระบบ e – service (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ, 2566; สถานีตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ต, 2567)

การให้บริการอย่างก้าวหน้าโดยพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของตำรวจจังหวัดภูเก็ตนั้นได้จัดทำข้อมูลสำคัญภาครัฐและข้อมูลเปิดรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลในรูปแบบดิจิทัลโดย 1.ขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาดิจิทัลของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ 2. จัดทำระบบฐานข้อมูลตามแนว ทางที่กำหนด 3. จัดทำระบบเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานในสังกัด 4. เปิดเผยข้อมูลโดยชุดข้อมูลที่เปิด เผยอยู่บนศูนย์กลางข้อมูลเปิดภาครัฐ (data.go.th) 5. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลตามหลักการบริหารงาน 4M และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีให้เป็นไปตามแผนการพัฒนาดิจิทัลของสำนักงานตำรวจแห่งชาติกำหนด 6. สร้างแพลตฟอร์มการบริหารจัดการภายในองค์กรตามอำนาจหน้าที่รับผิดชอบที่เป็นหลัก และอยู่ในรูปแบบดิจิทัล 7. กำหนดแนวทางช่องทางและเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Open data) ให้แก่ประชาชน 8. สร้างเครือข่ายผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและผู้บริหารด้านข้อมูลดิจิทัลทั้งภายในและภายนอกสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์และติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร 9. สร้างทักษะและความสามารถด้านดิจิทัลข้อมูล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ระดับสูง สามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานได้เกือบทั้งหมดและสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้ (สถานีตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ต, 2567; สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566)

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบการให้บริการที่เป็นหนึ่งในองค์ประกอบการให้บริการอย่างก้าวหน้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนเนื่องเพราะเป็นช่องทางที่ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ประสานติดต่อ ชี้แจงถกเถียงให้ข้อเสนอแนะได้สะดวกรวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีตอบสนองต่อการให้บริการอย่างก้าวหน้าที่ประชาชนหรือสังคมเรียกร้องหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายอย่างตำรวจที่เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ประชาชนมีปฏิสัมพันธ์หรือติดต่อราชการมากที่สุด (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2561) สถานีตำรวจจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยประกอบการทำงานเพื่อตอบสนองความคาดหวังประชาชน ยุกระดับพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมเช่น การรับแจ้งความออนไลน์ พัฒนาระบบฐานข้อมูลโดยนำเทคโนโลยีมาใช้นับสนับสนุนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์พิเศษและระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัยรองรับภารกิจในการป้องกันปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดทำสื่อและกิจกรรมให้ความรู้ รมรณรงค์เสริมสร้างการเรียนรู้ของประชาชนเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยีโดยให้ความตระหนักรู้เท่าทันภัยที่แฝงมากับการใช้เทคโนโลยี รวมตลอดถึงบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อการป้องกันปราบปราม ดำเนินคดีและเยียวยาผู้ได้รับความเสียหาย (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566) ปัจจุบันไม่เพียงแต่ตำรวจเท่านั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านบริการได้นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศประยุกต์ใช้ บางแห่งนำเส้นใยนำแสง (Optic fiber) อันเป็นอุปกรณ์สำหรับใช้สื่อสารข้อมูลมาใช้ร่วมกับคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถจัดเก็บและบันทึกข้อมูลรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นตัวเลข ข้อความ เสียงและภาพเคลื่อนไหวได้ ในส่วนตำรวจเช่น การสืบสวนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประยุกต์ใช้ในการสืบสวนสอบสวน ติดตามจับกุมกลุ่มอาชญากรที่มักจะก้ำกัลดำรงอยู่เสมอโดยการนำประวัติหรือรูปถ่ายบุคคลบันทึกเป็นข้อมูลพื้นฐานลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงกับฐานข้อมูลประวัติบุคคลมาใช้ให้เข้าเป็นระบบเดียวกันทั้งหน่วยงานเป็นต้น (เดวิท ไชยสาร และ ศาสวัต เพ่งแพ, 2565, น.188) ในทางตรงข้ามกรณีการปฏิบัติงานโดยไม่ใช้หรือขาดเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องช่วยประกอบการทำงานอาจเกิดปัญหาดังเช่น ประเด็นของประชาชนไม่พอใจเกี่ยวกับรูปแบบการจ่ายค่าปรับที่ไม่ทันสมัย โดยประชาชนจำนวนหนึ่งที่เป็นเสมือนเสียงสะท้อนของสังคมให้ข้อคิดเห็นว่าควรมีการจ่ายปรับผ่านเทคโนโลยีเช่น การจ่ายค่าปรับเนื่องเพราะมีความสะดวก รวดเร็วจากการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยี หรือควรพัฒนาระบบการให้บริการประชาชนโดยที่สถานีตำรวจควรมีช่องทางติดต่อสถานีในการแจ้งความตำรวจที่ซึ่งไม่ต้องเดินทางไปสถานีตำรวจในบางกรณี เช่น การแจ้งความบัตรประชาชนหาย เอกสารสำคัญหาย โดยที่ตำรวจสามารถตอบกลับเป็นหลักฐานผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยเช่น SMS ระบบ Application แจ้งความลงบันทึกประจำวัน เป็นต้น (สุตาภรณ์ อรุณดี วรรณวิภา ไตลังคะ มนสิชา โพธิสุข ญัฐพันธ์ คู่ชิง และวิยะดา วรานนท์วันนิช, 2565, น.42) หรือปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานีตำรวจภูธรใน

สังกัดกองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ตที่นักศึกษาปริญญาเอกทำการศึกษาและได้ข้อค้นพบเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมาว่าขาดแคลนเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ที่มียังไม่ทันสมัย รวมทั้งการขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการขาดแคลนงบประมาณด้านการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งมีความสำคัญต่อการบริหารงานสถานีตำรวจ จึงไม่สามารถช่วยให้การบริการประชาชนเกิดความรวดเร็วและลดขั้นตอนการทำงานได้เท่าที่ควร ไม่นับถึงการจัดกระบวนการที่สถานีตำรวจภูธรสังกัดจังหวัดภูเก็ตมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของกระบวนการ งานนั้น แต่ทว่าตำรวจภูเก็ตผู้ใช้ Line App เพื่อประสานและอำนวยความสะดวกในงานมุ่งใช้ความ สัมพันธ์ส่วนตัวในการแบ่งงานหรือช่วยเหลือกันเพื่อได้มาในภารกิจนั้นเป็นต้น (เชิงจิตวิทยา เศรษฐานนท์, 2556, น.54) ประเด็นปัญหาเหล่านี้ตำรวจจังหวัดภูเก็ตตระหนักถึงความสำคัญที่ต้องปรับเปลี่ยน ไม่เพิกเฉยหรือละเลยปล่อยปละให้เป็นอุปสรรคกับการบริการอย่างก้าวหน้า ปัจจุบันจึงได้จัดระบบ one stop service และทำการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในทุกมิติตามมาตรฐานการให้บริการของ ITA Police (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ, 2566) พัฒนาระบบศูนย์รับแจ้งเหตุทุกระดับสามารถตอบสนองเหตุเข้าช่วยเหลือและแก้ไขสถานการณ์ ดำเนินการโดยใช้ระบบรับแจ้งเหตุ Police I lert u และศูนย์วิทยุ สก. 24 ชั่วโมง ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันเหตุ ดำเนินการโดยนำระบบ POLICE 4.0 ใช้ผ่านสมาร์ทโฟนเพื่อตรวจจุดเสี่ยงจุดต่อแหลม

การให้บริการอย่างก้าวหน้าโดยการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการด้านการปรับปรุงระบบการทำงาน (Procedure Improvement) ภายใต้การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเป็นเรื่องของความชัดเจนเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะที่เป็นตัวแปรประกอบการให้บริการอย่างก้าวหน้าที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนเนื่องเพราะการที่สถานีตำรวจภูธรภูเก็ตแสดงออกถึงความชัดเจนในการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ เป็นการแสดงออกถึงความโปร่งใสที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ในการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เช่นนี้การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นหนึ่งในองค์ประกอบการให้บริการอย่างก้าวหน้าจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานที่ได้ข้อค้นพบว่าส่งผลเชิงบวกหรือมีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชน

ส่วนการให้บริการอย่างเสมอภาคที่มีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมต่อความคาดหวังประชาชนเนื่องเพราะการใช้มาตรฐานเดียวกันในการให้บริการ ไม่ถูกแบ่งแยกในการให้บริการ ให้บริการทัดเทียมระหว่างเพศหญิงและชาย และยึดหลักความเป็นธรรมในการให้บริการเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนอย่างมีอรรถประโยชน์ หลักความเสมอภาคนั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับหลักเสรีภาพเนื่องจากเป็นหลักการที่จะทำให้การใช้เสรีภาพเป็นไปอย่างเสมอภาคกันทุกผู้ทุกคน ความเสมอภาคจึงเป็นฐานของเสรีภาพและเป็นหลักประกันในการทำให้เสรีภาพเกิด ขึ้นได้จริง ดังนั้นหลักความเสมอภาคได้ถูกหมายจึงเป็นหลักการที่ทำให้มีการปฏิบัติต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ อย่างเท่าเทียมกันหรือไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) ทั้งนี้การปฏิบัติตามหลักความเสมอภาคนั้นจะต้องปฏิบัติต่อสิ่งที่มีสาระสำคัญเหมือนกันอย่างเท่าเทียมกัน และจะต้องปฏิบัติต่อสิ่งที่มีสาระสำคัญแตกต่างกันให้แตกต่างกันไปตามลักษณะของเรื่องนั้นจึงทำให้

เกิดความยุติธรรมภายใต้หลักความเสมอภาคได้ (Ghyar, Shahade, Bamb, & Mankar, 2018) โดยที่เป้าหมายสำคัญของการบริการตามแนวคิด Millet คือการสร้างความพึงพอใจในการบริการให้แก่ประชาชนโดยมีหลักหรือแนว ทางคือ การให้บริการอย่างเสมอภาคหมายถึงความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคิดว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการบริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน (Millet, 1954)

การให้บริการอย่างเสมอภาคเป็นแนวคิดพื้นฐานของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเช่น มาตรา 4 ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคลย่อมได้รับความคุ้มครอง หรือมาตรา 27 บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมาย มีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกัน ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทาง การเมืองอันไม่ขัดต่อบทบัญญัติแห่งรัฐ ธรรมนูญหรือเหตุอื่นใดจะกระทำมิได้ มาตรการที่รัฐกำหนดขึ้นเพื่อขจัดอุปสรรคหรือส่งเสริมให้บุคคลสามารถใช้สิทธิหรือเสรีภาพได้เช่นเดียวกับบุคคลอื่น หรือเพื่อคุ้มครองหรืออำนวยความสะดวกให้แก่เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการหรือผู้ด้อยโอกาสย่อมไม่ถือว่าเป็นการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560, 2560) ในกฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศความเสมอภาคไม่เพียงแต่เป็นสิทธิที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป ดังที่กำหนดไว้ในข้อ 26 ของกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (International Covenant on Civil and Political Rights: ICCPR) เท่านั้น (United Nations, 1967) หากแต่ความเสมอภาคยังมีความสำคัญในฐานะที่เป็นหลักการพื้นฐานที่สุดที่เห็นได้จากการบัญญัติรับรองไว้ในข้อ 1 ของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) ระบุว่ามนุษย์ทั้งปวงเกิดมามีอิสระและเสมอภาคกันในศักดิ์ศรีและสิทธิต่างๆ ในตนมีเหตุผลและมโนธรรม และควรปฏิบัติต่อกันด้วยจิตวิญญาณแห่งภราดรภาพ (United Nations, n.d.). หรือแม้แต่หลักความเสมอภาคเป็นธรรมที่ปรากฏในกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของตำรวจเช่น ข้อ 6 ตามประมวลจริยธรรมของตำรวจ พ.ศ.2565 ให้ข้าราชการตำรวจปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรม ปราศจากอคติ โดยยึดถือความเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติโดยไม่ใช้ความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจส่วนตัวต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคล (กฎ ก.ตร.ว่าด้วยจริยธรรมตำรวจ พ.ศ.2566, 2566)

การให้บริการอย่างเสมอภาคในที่นี้มีตัวอย่างงานวิจัยของนักการศึกษาไทยสองท่านที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานีตำรวจโดยศึกษาเปรียบเทียบพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทยพบว่า ประชาชนให้ความสำคัญต่อประเด็นการให้บริการด้วยความเสมอภาคเป็นอย่างมาก ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยนั้นเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ทำงานบนสถานีตำรวจมากกว่าครึ่งนับถือศาสนาพุทธ ขณะที่ประชาชนชาวพุทธมีความพึงพอใจการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจในระดับปานกลาง ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับประชาชนที่นับถือศาสนาอิสลามหรือคนไทยมุสลิมจะรับรู้คุณภาพการบริการจากเจ้าหน้าที่ตำรวจมากกว่าชาวพุทธทั้งที่น่าจะเป็นประชาชนชาวพุทธมากกว่า (Sahapattana, & Cheurprakobkit, 2019, p.377) เช่นนี้การที่สถานีตำรวจที่สังกัดจังหวัดภูเก็ตจะตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชนในการรับบริการได้จำเป็นต้องให้ความสำคัญเรื่องของ

ความเสมอภาค โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ตอาจไม่ใช่เป็นการแบ่งระหว่างคนไทยพุทธหรือมุสลิมเช่นสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย หากแต่จะแบ่งเป็นคนไทยกับคนต่างชาติที่การปฏิบัติงานด้านการให้บริการของตำรวจจังหวัดภูเก็ตต้องให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาคเป็นสำคัญ

ข้อค้นพบที่ได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 สรุปสาระได้ความว่าประชาชนมากกว่าครึ่งเคยมีปฏิสัมพันธ์หรือรับบริการจากเจ้าหน้าที่ตำรวจจังหวัดภูเก็ต ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตำรวจภูเก็ตในระดับปานกลาง มีความคาดหวังมากต่อการได้รับบริการที่ดีจากตำรวจภูเก็ต โดยมีความคาดหวังกับการบริการอย่างเสมอภาคมากที่สุด ส่วนคาดหวังการบริการอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับท้าย และข้อค้นพบที่ได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 สรุปสาระได้ความว่า การให้บริการอย่างก้าวหน้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด ส่วนการให้บริการอย่างเสมอภาคมีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด

จากข้อค้นพบที่ได้ว่าการให้บริการอย่างก้าวหน้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุด ส่วนการให้บริการอย่างเสมอภาคมีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมต่อความคาดหวังประชาชนมากที่สุดนั้น จึงมีภาชิต (Motta) ที่ตำรวจภูเก็ตนำไปประยุกต์ปรับใช้ มีใจความภายใต้กรอบข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยความว่า “ตำรวจภูเก็ตต้องยึดหลักบริการอย่างก้าวหน้าควบคู่กับการให้บริการอย่างเสมอภาคเป็นธรรม”

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

1. เริ่มจากควรเก็บข้อมูลภาคสนามประเด็นความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการให้ บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจว่าในปัจจุบันความคาดหวังเป็นในทิศทางใด ตรงตามข้อค้นพบในงานวิจัยหรือไม่ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและด้านประชากรอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลก็ได้ ประโยชน์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลใหม่คือ ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ตรงประเด็น เป็นปัจจุบัน นำมาประยุกต์ใช้พัฒนาการทำงานด้านการบริการของตำรวจจังหวัดภูเก็ตได้ตรงสภาพแห่งความจริง

2. กรณีได้ข้อค้นพบยืนยันที่มีสาระสำคัญสอดคล้องต้องกัน ผู้บัญชาการตำรวจภูธรภาค 8 หรือผู้แทนมอบนโยบายให้ผู้กำกับการสถานีตำรวจในฐานะหัวหน้าหน่วยให้ควบคุม สั่งการจัดทำแผนดำเนินการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของสถานีที่รับผิดชอบ โดยกำกับควบคุมให้หัวหน้างานแต่ละสายงานนำแผนไปสู่การปฏิบัติพร้อมรายงานผลการดำเนินการตามแผนพัฒนาฯ ทุก 6 เดือนเป็นประจำทุกปีงบประมาณตามมาตรฐาน Police ITA และระเบียบการที่กำหนดไว้

3. ผู้บริหารสถานีตำรวจมอบหมายให้หัวหน้างานแต่ละสายงานจัดทำคู่มือมาตรฐานการให้ บริการประชาชนเช่น (1) มาตรฐานการให้บริการประชาชนของงานสืบสวน ตัวอย่างเช่นประเภทของงานตรวจรถต้องสงสัย ให้ระบุขั้นตอนการปฏิบัติ 1. ยึดรถต้องสงสัย 2. ตรวจสอบประวัติรถ และ 3. ตรวจสอบเจ้าของรถ และให้ระบุพันธะสัญญาคือ ภายใน 3 วัน (2) มาตรฐานการให้บริการประชาชนของงานสอบสวน ตัวอย่างการจัดทำคู่มือเช่น การแจ้งเอกสารหายให้ระบุขั้นตอนการปฏิบัติ 1. พบเจ้าหน้าที่ประจำวันเขียนบันทึกประจำวันเอกสารหาย 2. พนักงานสอบสวนลงนามในบันทึกประจำวัน 3. เจ้าหน้าที่ประจำวันมอบสำเนาบันทึก

ประจำวันให้ผู้แจ้งระบุพันธะสัญญาคือ ภายในระยะเวลา 10 นาที และให้ระบุเงื่อนไขคือ นับตั้งแต่วันที่เจ้าหน้าที่รับเรื่อง หรือ (3) มาตรฐานการให้บริการประชาชนของงานธุรการและอำนวยการ ตัวอย่างการทำความมือเช่น การขอตรวจสอบประวัติ สมัครงานหรือศึกษาต่อ ให้ระบุขั้นตอนการปฏิบัติ 1.พบเจ้าหน้าที่ธุรการเพื่อพิมพ์ลายนิ้วมือและกรอกข้อความในเอกสาร 2.ส่งเรื่องไปตรวจสอบที่กองทะเบียนประวัติอาชญากรรม 3.แจ้งผลการตรวจสอบประวัติ ระบุพันธะสัญญาคือ ภายใน 20 วัน การเผยแพร่คู่มือมาตรฐานการให้บริการให้จัดทำเป็นรูปเล่มและจัดทำเผยแพร่ในระบบออนไลน์เน้นการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายของประชาชนเป็นสำคัญ ทั้งนี้การเผยแพร่ข้อมูลจำต้องกำกับด้วยภาษาไทยควบคู่ภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา เช่น ภาษาอังกฤษเพื่อความเหมาะสมกับสภาพทั่วไปของประชากรในพื้นที่ได้เข้าถึงข้อมูล

4. ผู้บริหารสถานีดำรงจัดทำพันธะสัญญาการให้บริการของสถานีดำรง (Service commitment) ทั้ง 5 สายงานใช้เป็นแนวทางในการผลักดันนโยบายลงสู่ภาคปฏิบัติให้เกิดผลลัพธ์ ยึดหลักบริการอย่างก้าวหน้าด้วยการให้บริการอย่างเสมอภาคเป็นธรรม โดยกำหนดรายละเอียดของกิจกรรม เวลา ความถี่ จำนวน ปริมาณและอื่นใดที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน จากนั้นประกาศและประชาสัมพันธ์พันธะสัญญาให้ประชาชนได้รับทราบ ติดแผ่นป้ายประกาศพันธะสัญญาในสถานีดำรงบริเวณที่ประชาชนมาติดต่อราชการสามารถมองเห็นได้ชัดเจน รวมถึงถือการเผยแพร่พันธะสัญญาผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้กระจายสู่สังคมภายใต้ทรัพยากรของแต่ละสถานีดำรง

5. สำนักงานดำรงแห่งชาติดมอหมายให้สำนักงานจเรดำรงเป็นหน่วยงานรับผิดชอบส่งผู้ตรวจราชการจเรดำรงลงพื้นที่สุ่มตรวจราชการสถานีดำรงในพื้นที่จะจังหวัดภูเก็ต ตรวจสอบผลการดำเนินการตามแผนการดำเนินการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ พันธะสัญญา รวมถึงข้อ เสนอแนะ คำร้องเรียนของประชาชนในพื้นที่เพื่อนำข้อมูลจากการสุ่มตรวจใช้พิจารณาปรับปรุงการให้ บริการประชาชนให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนได้สูงสุด

6. สำนักงานดำรงแห่งชาติดมอหมายให้สำนักยุทธศาสตร์ดำรงเป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบร่วมกับสำนักงานกฎหมายและคดี และกองบัญชาการศึกษา ทำการศึกษาผลการดำเนินการ พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการที่ได้จากการลงพื้นที่ของสำนักงานจเรดำรง โดยทบทวน/ปรับปรุงค่าเป้าหมายที่รับผิดชอบตรวจสอบหลักเกณฑ์ กฎระเบียบ ข้อบังคับเพื่อแก้ไขปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการให้แผนนั้นสามารถขับเคลื่อนได้ในเชิงรุกโดยยึดหลักบริการอย่างก้าวหน้าด้วยการให้บริการอย่างเสมอภาคเป็นธรรมเป็นสำคัญ ทั้งนี้การกำหนดแผนการดำเนินการพัฒนาดังกล่าวควรสามารถยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมแต่ละท้องที่กรณีที่ไม่ขัดต่อกฎระเบียบข้อบังคับที่กำหนด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับสถานีดำรงจเรดำรงจังหวัดอื่นในสังกัดกองบัญชาการดำรงภาค 8 เช่น สถานีดำรงจเรดำรงจังหวัดพังงา กระบี่ ระนอง เป็นต้น ขยายสู่การเปรียบเทียบกับกองบัญชาการดำรงภาค 8 เช่น เปรียบเทียบความคาดหวัง/พึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ที่มีต่อการให้บริการประชาชนของดำรงภาคอื่น หรือศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับกองบัญชาการดำรง เช่นดำรงที่สังกัดกองบัญชาการดำรงท่องเที่ยว ดำรงที่สังกัดกองบัญชาการดำรงสอบสวนกลาง เป็นต้น

2. เพิ่มเติมตัวแปรอิสระอื่นที่คาดว่าจะมีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อความคาดหวังการให้บริการของตำรวจ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีความทันสมัยให้ครอบคลุมทุกแนวความคิดหรือ ทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริการให้บริการประชาชนของตำรวจ เช่น การให้บริการอย่างมีคุณภาพ การ ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น ร่วมศึกษาเพื่อหาข้อค้นพบที่อาจแตกต่างสร้างหรือขยายสู่องค์ความรู้ใหม่ได้

3. ศึกษาโดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการใช้รูปแบบกรณีศึกษาเป็นตัวขับเคลื่อนหลักใน งานวิจัย ศึกษาความคาดหวัง/พึงพอใจการให้บริการตามแนวคิดของ Millet โดยเลือกเพียงรูปแบบเดียว มุ่ง สร้างคำอธิบายที่ลึกซึ้งจากกรณีเฉพาะที่มีขอบเขตจำกัด นำสู่การขยายองค์ความรู้เดิมหรือเพิ่มเติมต่อยอดองค์ ความรู้ใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 8. (2567). *ยุทธศาสตร์ตำรวจภูธรภาค 8*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้ จาก <https://p8.police.go.th/news1.php>
- กฎ ก.ตร.ว่าด้วยจริยธรรมตำรวจ พ.ศ.2566. (2566). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 140 ตอนที่ 35 ก น.9-13.
- จงรัก เนียมประเสริฐ และวิเชียร ต้นศิริคงคล. (2564). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาล เมืองแสนสุข ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตร มหาบัณฑิต). ชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เชิงรัฐภัทร์ เดชครุฑธานนท์. (2556, กรกฎาคม-ธันวาคม). การบริหารจัดการสถานีตำรวจภูธรในสังกัดกองบังคับ การตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ตให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 9(2), 53-89.
- เดวิท ไชยสาร และ ศาสวัต เพ่งแพ. (2565, กันยายน). ความรู้ความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ใน งานสืบสวนสอบสวนของข้าราชการตำรวจฝ่ายสืบสวนสอบสวน กองบังคับการตำรวจนครบาล 2. *Journal of Roi Kaensam Academy*, 7(9): 173-189.
- ทศพร สายปัญญา. (2563, มกราคม-มิถุนายน). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานี ตำรวจนครบาลบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ ผู้รับบริการ. *วารสารอาชีวกรรมและความปลอดภัย*, 2(1): 17-25.
- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ อาจารย์ ประจวบเหมาะ ไกลรุ่ง กระแสร์สินธุ์ และธารทิพย์ พจน์สุภาพ. (2566, มกราคม- เมษายน). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการให้บริการงานบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดระยองต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19). *วารสารร่วม พฤษภา มหวิทยาลัยเกริก*, 41(1): 217-241.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560. (2560). *ราชกิจจานุเบกษา*. ตอน 134 เล่มที่ 40 ก. 1-90.
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ต. (2567). *แผนพัฒนาระบบบริการสาธารณะ*. ภูเก็ต: โรงพิมพ์ตำรวจ.

- สรिता นิลแสง และสุรสิทธิ์ ล้อจิตรอำนวย. (2566, กรกฎาคม-ธันวาคม). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้ารับบริการรับยาต่อเนื่องที่ร้านยาของผู้ป่วยโรคเรื้อรังจังหวัดนนทบุรี. *วารสาร วิชาการเภสัชศาสตร์ไทย*, 18(2), 109-129.
- สุตาภรณ์ อรุณดี วรณวิภา ไตลังคะ มนสิชา โพธิสุข ญัฐพันธ์ คู่ซึ้ง และวิยะดา วรณนทวันนิช. (2565, มกราคม-มีนาคม). การบริการภาครัฐแนวใหม่กรณีศึกษา: การให้บริการประชาชน (One Stop Service) บนสถานีตำรวจนครบาล. *วารสาร มจรพุทธปัญญาปริทรรศน์*, 7(1): 31-43.
- สุทัต วันนิง และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2565, พฤษภาคม-สิงหาคม). คุณภาพการบริการและประสิทธิ ภาพในการส่งมอบงานที่ส่งผลต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้างานซ่อมบำรุง. *วารสาร วิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*, 4(2): 1-16.
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2566). *คู่มือการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA) ของสถานีตำรวจ*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.nacc.go.th/categorydetail/20180831184638361/20230202134144?>
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2566). *แผนปฏิบัติการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2581*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2567). *สถิติประชากร ประชากร และที่อยู่อาศัย*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2567, จาก <https://phuket.nso.go.th/images/nat /t1%2065.pdf>
- Ghyar, C., Shahade, M.R., Bamb, S.V., & Mankar, V.B. (2018, March-April). Basics of Quality of Services (QoS). *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 4(7), 105-119.
- Google Maps. (2024). *Latitude and Plus code of Mueang Phuket*. Retrieved 6 September 2024, from <http://www.googlemap.com/ภูเก็ต>
- Millett, J.D. (1954). *Management in the public service: the quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.
- Raifman, S., DeVost, M.A., Digitale, J.C., Chen, Y.H., & Morris, M.D. (2022, October). Respondent-Driven Sampling: a Sampling Method for Hard-to-Reach Populations and Beyond. *Curr Epidemiol Rep*, 9: 38–47
- Sahapattana, P., & Cheurprakobkit, H. (2019, September-December). The police station service quality: A comparative study of the areas in the South of Thailand. *Journal of Ethnicity in Criminal Justice*, 17(4): 367-378.

- Shrestha, N. (2022). Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1): 4-11
- United Nations. (1967). *International Covenant on Civil and Political Rights*. Retrieved 11 September 2024, from <https://treaties.un.org/doc/treaties/1976/03/19760323%2006-17%20/pdf>
- United Nations. (n.d.). *Universal Declaration of Human Rights*. Retrieved 4 September 2024, from <https://www.ohchr.org/en/universal-declaration-of-human-rights>
- Van Steden, R., Anholt, R., & Boelens, M. (2023, September-December). Intake and service staff: practices and challenges of a pivotal yet underexplored police occupation. *Journal of Policy and Practice*, 17: 57-67.
- Vörösmarty, G., & Dobos, L. (2020). Green purchasing frameworks considering firm size: a multicollinearity analysis using variance inflation factor. *Supply Chain Forum*, 21(3): 1-12.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

พฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี
Street food consumer behavior in the New Normal era of people in Nam non market
Nonthaburi province

Received: 23/09/2567

Revised: 29/12/2567

Accepted: 30/12/2567

ศิริยา ยะแสง¹ และแพรพรณ ภู่อัสสนะ²

Siriya Yasaeng¹ and Praepran Poothasana²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะของประชากรศาสตร์ตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี 3) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรคือผู้บริโภคตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามหลักของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test, ค่าความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว 2) ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี (6W1H) พบว่า Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย What ผู้บริโภคซื้ออะไร Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมา Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ อยู่ในระดับมาก 3) ผลเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่อาศัย มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค สตรีทฟู้ด ตลาดทำน่านนท์

³นิสิตคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏ

¹⁻²Business Administration students, Digital Marketing Program, Rajapruke University

*E-mail: llwsu.su.pp@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to study 1) the demographic characteristics Tha Nam Non Market Nonthaburi Province 2) the street food consumption behavior in the new normal era of consumers in Tha Nam Non Market Nonthaburi Province and 3) compare the demographic characteristics and street food consumption behavior in the New Normal era of consumers in Tha Nam Non Market Nonthaburi Province. It is quantitative research population were consumers in Nonthaburi Province. Sample size was determined according to Yamane's principles at the sample size was 400 people. Tool used for collecting the data was questionnaires and analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation t-test, One-way variance

The study revealed these results: 1) The sample group were Male, aged 41-50, with a high school education level. Civil servant career Average monthly income 10,001-20,000 baht and has a detached house residence. 2) Results of the analysis of the level of street food consumption behavior in the New Normal era of consumers in Tha Nam Non Market Nonthaburi Province (6W1H) Found that Who is in the target market, What does the consumer buy, Whom participates in the buying, When does the consumer buy, Where does the consumer buy, and How does the consumer buy, at the highest level. 3) Comparison of demographic characteristics with street food consumption behavior in the New Normal era of consumers at Tha Nam Non Market Nonthaburi Province Classified by gender, age, education, occupation, income, and housing There is a difference. Significant at the 0.05 level.

Keywords: Consumption Habits, Street Food, Tha Nam Non Market

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารเป็นอย่างมาก เนื่องจากมาตรการ มาตรการดอกรอกนอกบ้านหากไม่จำเป็น บทความวิชาการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ การปรับตัวทางของธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้สถานการณ์ปรกติใหม่ เนื่องจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดครั้งนี้ส่งผลให้มูลค่าธุรกิจร้านอาหารระหว่างปี 2563 ถึง 2564 ลดลง ร้อยละ 11 ทำให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการปรับตัวของธุรกิจเพื่อตอบสนองการปรับเปลี่ยนไปของ พฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นในการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารภายใต้สถานการณ์ปรกติใหม่ ผู้ประกอบการควรมีการวางแผน เพื่อเตรียมพร้อม ในการรับมือกับวิกฤตต่าง ๆ มีการสื่อสารในภาวะวิกฤต มีการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงาน นอกจากนี้ ประ ผู้ประกอบการยังควรให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานของธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปรกติ ใหม่ เช่น การ รักษาความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การให้บริการลูกค้าที่ลดการสัมผัส มีการ

ร่วมมือกับแพลตฟอร์มการสั่งอาหารออนไลน์ การสื่อสารทางการตลาดที่เน้นมาตรฐานการให้บริการตามวิถีปฏิบัติใหม่ และควรสำรวจพฤติกรรมของ ผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจร้านอาหาร เพื่อจะได้ติดตามรูปแบบพฤติกรรม การซื้อหรือการบริโภคของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และ นำมาพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน ในการดำเนินธุรกิจ (โณธิตา หวานชื่น และคณะ, 2564) หากพูดถึงสตรีทฟู้ด หรืออาหารริมทาง (Street Foods) กับชาวต่างชาติแล้วอาหารข้างทางของไทยนับเป็นที่แรก ๆ ที่ชาวต่างชาตินึกถึงทำให้สตรีทฟู้ดเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมแบบไทย ๆ ที่ชาวต่างชาติอยากมาลิ้มลอง นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนไม่น้อยที่มาไทยต้องมาลองกินอาหารข้างทางบ้านเรา แม้ว่ามันอาจทำให้ท้องไส้แปรปรวนก็ตาม เรียกได้ว่าแค่มิเงิน เดินหลงอยู่ที่ไหนของเมืองไทย (ที่ไม่ได้ทุรกันดารเบอร์แรงและไม่ใช้ในป่า) ยังไงก็ไม่อดตายอาหารไทย ใครใคร่กินร้านไหนก็เข้าร้านนั้นตามแต่รสนิยม และหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี ที่ขึ้นชื่อในแหล่งท่องเที่ยวและชนชิมที่พลาดไม่ได้ก็คือ ย่านท่าน้ำนนท์เป็นส่วนหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี ที่มีชื่อเสียงด้านอาหาร ริมทาง “Street food” เป็นสวรรค์ของนักกินที่มีจุดเด่นด้านความหลากหลาย น่าอัศจรรย์ และมีชื่อเสียง ทั้งในด้าน รสชาติของฝีมือในการประกอบอาหาร รวมถึงมีความหลากหลายของชนิดอาหาร ย่านท่าน้ำนนท์ เป็นแหล่งรวมร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีชื่อเสียงอย่างมากในเขตนนทบุรี ตั้งอยู่ริมน้ำเจ้าพระยา ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับชมวิวแม่น้ำเจ้าพระยาไปพร้อมกับการทานอาหารที่อร่อยเป็นเอกลักษณ์ในย่านท่าน้ำนนท์ และจะได้พบกับร้านอาหารที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องรสชาติและสไตล์ ตั้งแต่อาหารไทยพื้นบ้านไปจนถึงอาหารนานาชาติ อาหารคาวที่อร่อยแล้ว ย่านท่าน้ำนนท์ยังมีของหวานอร่อยมากมายให้เลือกชิม เช่น ไอศกรีมครีมโกโก้ ขนมปังช็อคโกแลต และเบเกอรี่คุณภาพสูง ย่านท่าน้ำนนท์ไม่เพียงเป็นแหล่งรวมร้านอาหารเท่านั้น ยังมีกิจกรรมน่าสนใจตลอดทั้งปี เช่น ตลาดนัดศิลปะ การแสดงดนตรี และกิจกรรมส่งท้ายปี และสุดท้ายย่านท่าน้ำนนท์คือจุดหมายปลายทางที่คุณไม่ควรพลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

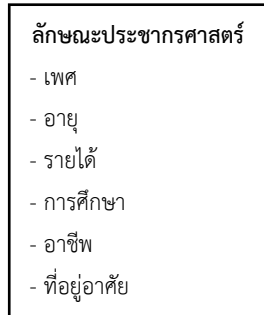
1. เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ตลาดท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลล์ของผู้บริโภคในตลาดท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลล์ของผู้บริโภคในตลาดท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานการวิจัย

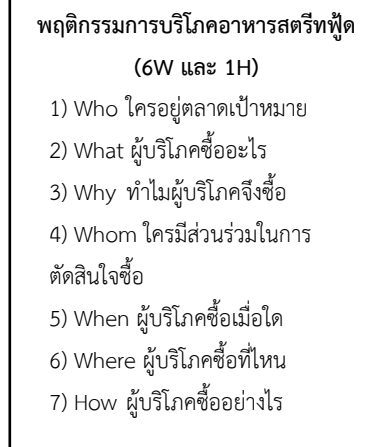
ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของผู้บริโภคในตลาดท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่พักอาศัยและทำงานอยู่ใน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,295,961 คน (กรมการปกครอง 2566)

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size Determination) ด้วยสูตรของ ท่าโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) คำนวณตามสูตรได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{1+N(e^2)} \\ \text{กำหนดให้} \quad n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\ N &= \text{ประชากร} \\ e &= \text{ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05} \\ &= \frac{1,295,916}{1+N(e^2)} \\ &= 399.88 \text{ คน} \end{aligned}$$

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) (คุณทลี รื่นรัมย์ 2553) โดยจำแนกประชากรดังกล่าวออกเป็น อำเภอ

ในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่
อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย และอำเภopakเกร็ด

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ		ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เมืองนนทบุรี	361,127	111
2	บางกรวย	149,652	46
3	บางใหญ่	166,606	51
4	บางบัวทอง	290,954	90
5	ไทรน้อย	74,611	23
6	ปากเกร็ด	252,966	79
รวม		1,295,916	400

ที่มา: กรมการปกครอง (2566)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนันทน์ จังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ และ 6) ที่อยู่อาศัย เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ(Check list) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนันทน์ จังหวัดนนทบุรี ประกอบไปด้วย (6W1H) 1. Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย 2. What ผู้บริโภคซื้ออะไร 3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ 4. Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 5. When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ 7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ให้คะแนนค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับเนื้อหา (Index of ItemObjective Congruence: IOC) ให้ได้ค่ามากกว่า 0.50 (กฤษณี รื่นรัมย์ 2553) งานวิจัยนี้ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 เมื่อมาทำการรวมค่าแล้ว ได้ค่า IOC=0.92 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด หลังจากปรับปรุงแก้ไขข้อความคำถามตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงนำไปทำ Try Out กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

(Alpha Coefficient: α) ของ Cornbach ให้ได้ค่ามากกว่า 0.70 (Cochran (1993) ในงานวิจัยนี้ได้ค่าแอลฟา เท่ากับ 0.80 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นจึงนำไปเก็บข้อมูลไปยังกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณไว้ในต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบกัน โดยรวบรวมมาจาก 2 แหล่ง คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บ ดังนี้

3.1.1 ใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว

3.1.2 ก่อนลงพื้นที่จริงจะทำการอบรมชี้แจงผู้ช่วยวิจัยให้เข้าใจแบบสอบถาม

3.1.3 เก็บแบบสอบถามในจังหวัดนนทบุรี ใน 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี

อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง และอำเภอไทรน้อย รวมทั้งสิ้น 400 คน

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (คุณทลี รื่นรมย์ 2553) มีดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัย เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีที่พูดในยุคนิวเนอร์ มัลของผู้บริโภคในตลาดทำนันทน์ จังหวัดนนทบุรี ประกอบไปด้วย (6W1H) 1.Who ใครอยู่ตลาด เป้าหมาย 2.What ผู้บริโภคซื้ออะไร 3.Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ 4.Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 5.When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ 7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เป็นการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

การวิเคราะห์ค่าระดับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีที่พูด เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) ของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ คะแนนที่ต่ำที่สุดคือ 1 คะแนน และคะแนนที่สูงที่สุดคือ 5 คะแนน โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (Likert, 1967)

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความกว้างของอันตรภาคชั้น ที่คำนวณได้ ดังนี้	
คะแนนเฉลี่ย	ระดับส่วนประสมทางการตลาด
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระ เป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตาม เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ส่วนตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัย ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศ ชาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 อายุ 41-50 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 193 คน คิดเป็น ร้อยละ 48.30 อาชีพข้าราชการ จำนวน 174 คน คิด เป็นร้อยละ 43.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80

ผลวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ระดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี (6W1H) ประกอบไปด้วย 1.Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย 2.What ผู้บริโภคซื้ออะไร 3.Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ 4.Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 5.When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ 7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี ภาพรวม (6W1H)

พฤติกรรมการบริโภค (6W1H)	$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
1. Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย	4.92	0.23	มากที่สุด	2
2. What ผู้บริโภคซื้ออะไร	4.33	0.94	มากที่สุด	6
3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	4.17	1.17	มาก	7
4. Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	4.62	0.52	มากที่สุด	5
5. When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	4.91	0.32	มากที่สุด	3
6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	4.95	0.22	มากที่สุด	1
7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	4.88	0.44	มากที่สุด	4
ภาพรวม	4.68	0.55	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี ภาพรวม (6W1H) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.68, SD=0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ($\bar{X}$ = 4.95, SD=0.22) รองลงมาคือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย ($\bar{X}$ = 4.92, SD=0.23) และลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับมาก คือ Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ($\bar{X}$ = 4.17, SD=1.17) ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี เป็นรายด้านและรายข้อ มีรายละเอียด ดังนี้

Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.92, SD=0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรก คือ ท่านเดินทางสัญจร ใกล้เคียงกับสถานที่ตลาดทำน่านนท์ จ.นนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.99, SD=0.07) รองลงมา คือ ท่านพักอาศัยอยู่ใกล้กับตลาดทำน่านนท์ จ.นนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.93, SD=0.26) และลำดับสุดท้าย คือ ท่านศึกษา หรือ ทำงาน อยู่แถวบริเวณใกล้เคียงกับตลาดทำน่านนท์ จ.นนทบุรี ($\bar{X}$ = 4.83, SD=0.49) ตามลำดับ

What ผู้บริโภคซื้ออะไร ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.33, SD=0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เมื่อท่านนึกถึง สตรีทฟู้ด สิ่งแรกที่ท่านนึกถึงคือ อาหารประเภทเครื่องดื่ม ($\bar{X}$ = 4.90, SD=0.36) รองลงมา คือ เมื่อท่านนึกถึง สตรีทฟู้ด สิ่งแรกที่ท่านนึกถึงคือ ร้านอาหารริมทาง เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านอาหารตามสั่ง ร้านข้าวแกง ฯลฯ ($\bar{X}$ = 4.30, SD=1.29) และลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับมาก คือ เมื่อท่านนึกถึง สตรีทฟู้ด สิ่งแรกที่ท่านนึกถึงคือ ของรับประทานเล่น เช่น ปังย่าง ของทอด ไอศกรีม ผลไม้ เบเกอรี่ ขนมหวาน ฯลฯ ($\bar{X}$ = 3.80, SD=1.67) ตามลำดับ

Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, $SD=1.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ อาหารสตรีทฟู้ด มีรสชาติที่อร่อยสะอาดและถูกหลักอนามัย ($\bar{X} = 4.38$, $SD=1.06$) รองลงมา อยู่ในระดับมาก คือ อาหารสตรีทฟู้ด มีความหลากหลายและหลายอย่างให้เลือกรับประทาน ไม่ว่าจะเป็นของหวานหรือของหวาน ($\bar{X} = 4.09$, $SD=1.32$) และลำดับสุดท้าย คือ อาหารสตรีทฟู้ด มีความสะดวกรวดเร็ว และช่วยประหยัดเวลาอีกด้วย ($\bar{X} = 4.05$, $SD=1.38$) ตามลำดับ

Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, $SD=0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เพื่อนร่วมงานของท่านมีส่วนร่วมในการเลือกซื้ออาหารสตรีทฟู้ด ($\bar{X} = 4.91$, $SD=0.38$) รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัวของท่านเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารสตรีทฟู้ด ($\bar{X} = 4.91$, $SD=0.37$) และลำดับสุดท้าย อยู่ในระดับมาก คือ ท่านเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้ออาหารสตรีทฟู้ด เหตุผลเพราะราคาไม่แพง ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อเองได้ ($\bar{X} = 4.05$, $SD=1.38$) ตามลำดับ

When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, $SD=0.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรก คือ ช่วงเวลาที่ท่านจะซื้ออาหารสตรีทฟู้ด คือช่วงบ่าย เวลา 12.01-17.00 น. ($\bar{X} = 4.93$, $SD=0.36$) รองลงมา คือ ช่วงเวลาที่ท่านจะซื้ออาหารสตรีทฟู้ด คือช่วงค่ำ เวลา 17.01-23.00 น. ($\bar{X} = 4.91$, $SD=0.48$) และลำดับสุดท้าย คือ ช่วงเวลาที่ท่านจะซื้ออาหารสตรีทฟู้ด คือช่วงเช้า เวลา 05.00-12.00 น. ($\bar{X} = 4.88$, $SD=0.40$) ตามลำดับ

Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.95$, $SD=0.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรก คือ ท่านมักจะสั่งอาหารสตรีทฟู้ดร้านค้า ในตลาดทำน่านนท์ผ่านช่องทาง เดลิเวอรี่ โอน์แมน อื่น ๆ ($\bar{X} = 4.96$, $SD=0.24$) รองลงมา คือ ท่านมักจะเดินทางมาที่หน้าร้านค้า เพื่อซื้ออาหารสตรีทฟู้ดในตลาดทำน่านนท์ ($\bar{X} = 4.95$, $SD=0.34$) และลำดับสุดท้าย คือ ท่านมักจะฝากบุคคลรอบข้าง เพื่อซื้ออาหารสตรีทฟู้ดในตลาดทำน่านนท์ เช่น (กลุ่มรับหิ้วอาหาร) ($\bar{X} = 4.95$, $SD=0.32$) ตามลำดับ

How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$, $SD=0.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรก คือ ท่านซื้ออาหารสตรีทฟู้ด เพราะทางร้านค้าจะมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาหรือมีของแถมอยู่บ่อย ๆ ($\bar{X} = 4.90$, $SD=0.46$) รองลงมา คือ ท่านซื้ออาหารสตรีทฟู้ด เพราะทางร้านมีช่องทางชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การจ่ายเงินโดยผ่านบัตรเครดิต ชำระเงินปลายทาง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เป็นต้น ($\bar{X} = 4.89$, $SD=0.53$) และลำดับสุดท้าย คือ ท่านซื้ออาหารสตรีทฟู้ด เพราะทางร้านมีบริการจัดส่งอาหารฟรีในระยะใกล้เคียง ($\bar{X} = 4.86$, $SD=0.48$) ตามลำดับ

ผลวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ภาพรวมเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ นัยสำคัญทางสถิติ .01 ดังนี้

ตารางที่ 3 การผลเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ภาพรวม

พฤติกรรมการบริโภค	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	ที่อยู่อาศัย
1. Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย	.00*	.00*	.03*	.00*	.00*	.00*
2. What ผู้บริโภคซื้ออะไร	.52	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	.07	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
4. Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	.24	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
5. When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	.00*	.00*	.15	.00*	.00*	.05*
6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	.08	.01*	.15	.00*	.00*	.01*
7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	.00*	.00*	.01*	.00*	.00*	.00*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **นัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตารางที่ 3 การการผลเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ภาพรวมเป็นรายด้าน มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ นัยสำคัญทางสถิติ .01 ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน 3 ด้าน คือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จำแนกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน 7 ด้าน คือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย What ผู้บริโภคซื้ออะไร Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน 5 ด้าน คือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย What ผู้บริโภคซื้ออะไร Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน 7 ด้าน คือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย What ผู้บริโภคซื้ออะไร Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน 6 ด้าน คือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย What ผู้บริโภคซื้ออะไร Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า ที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน 7 ด้าน คือ Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย What ผู้บริโภคซื้ออะไร Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

อภิปรายผล

พฤติกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเอร์มัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ท่านเดินทางสัญจรใกล้เคียงกับสถานที่ตลาดทำน่านนท์ จ.นนทบุรี รองลงมา คือ ท่านพักอาศัยอยู่ใกล้กับตลาดทำน่านนท์ จ.นนทบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ โยธิน สะอาดพันธ์ (2566) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 19-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีเพราะสะดวกซื้อง่าย และเลือกซื้อร้านริมบาทวิถีที่อยู่ใกล้กับสถานที่ที่อยู่อาศัยมากที่สุด ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสตรีทฟู้ดในตลาดทำน่านนท์ได้อย่างยั่งยืน และสนับสนุนด้านนโยบายและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

What ผู้บริโภคซื้ออะไร ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เมื่อท่านนึกถึง สตรีทฟู้ด สิ่งแรกที่ท่านนึกถึงคือ อาหารประเภท เครื่องดื่ม รองลงมา คือ เมื่อท่านนึกถึง สตรีทฟู้ด สิ่งแรกที่ท่านนึกถึงคือ ร้านอาหารริมทาง เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านอาหารตามสั่ง ร้านข้าวแกง ฯลฯ สอดคล้องกับงานวิจัยของ โยธิน สะอาดพันธ์ (2566) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 19-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ประเภทอาหารที่ถูกเลือกซื้อมากที่สุด คือ

อาหารและของทานเล่น ส่วนเครื่องดื่มกาแฟถูกเลือกซื้อมากที่สุด ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานคุณภาพ และความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่มในตลาดสตรีทฟู้ด เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า

Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ อาหารสตรีทฟู้ด มีรสชาติที่อร่อยสะอาดและถูกหลักอนามัย รองลงมา คือ อาหารสตรีทฟู้ด มีความหลากหลายและหลายอย่างให้เลือกรับประทาน ไม่ว่าจะเป็นของคาวหรือของหวาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราวิชญ์ กรรณิกา (2562) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องประสบการณ์บริโภคอาหารริมบาทวิถีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 2,001 – 4,000 เหรียญสหรัฐ/เดือน โดยนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ด้านอาหารและด้านราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านอาหาร ได้แก่ อาหารเป็นสิ่งสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารมีความสะอาด อาหารมีรูปลักษณ์ที่น่าสนใจ ประเภทของอาหารให้เลือกหลากหลาย อาหารมีรสชาติที่ดี ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการควรส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานสุขอนามัยสำหรับผู้ประกอบการสตรีทฟู้ด เช่น การจัดอบรมด้านสุขอนามัยและการควบคุมคุณภาพอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในความปลอดภัยของอาหารที่บริโภค

Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ เพื่อนร่วมงานของท่านมีส่วนร่วมในการเลือกซื้ออาหารสตรีทฟู้ด รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัวของท่านเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกรับประทานอาหารสตรีทฟู้ด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณทิรา นาคนุช สุธรรม พงศสำราญ อิงอร ตันพันธ์ (2565) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี สถานภาพ ครอบครัวยุติธรรม ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000- 19,999 บาท มีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางประเภทอาหารตามสั่ง เหตุผลที่เลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง คือ ราคาถูก และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง คือ เพื่อนร่วมงานและครอบครัวรวมถึงผู้บริโภคเอง ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการรับประทานอาหารร่วมกัน เช่น การจัดพื้นที่สำหรับการรับประทานอาหารที่สะดวกสบายและปลอดภัยในพื้นที่ตลาด และการส่งเสริมกิจกรรมที่สนับสนุนการบริโภคร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ในส่วนของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการรับประทานอาหารร่วมกัน เช่น การจัดโต๊ะนั่งที่สะดวกสบายและมีความเป็นส่วนตัว จะช่วยดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ได้มากยิ่งขึ้น

When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ช่วงเวลาที่ท่านจะซื้ออาหารสตรีทฟู้ด คือช่วงบ่าย เวลา 12.01-17.00 น. รองลงมา คือ ช่วงเวลาที่ท่านจะซื้ออาหารสตรีทฟู้ด คือช่วงค่ำ เวลา 17.01-23.00 น. สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณย์ธร อุดมสินธุ์ (2565) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการบริการอาหารริมทาง จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคอาหารริมทางในจังหวัดสงขลาจากส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มี

อายุอยู่ในช่วงมากกว่า ภูมิสำเนาอยู่ที่จังหวัดอื่น ๆ สถานภาพโสด จบการศึกษา ระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการบริโภคส่วนใหญ่ในช่วงเวลาที่เลือกบริโภคเวลา ประมาณ 18.00-19.00 น. โดยจะเดินทางโดยวิธีรถยนต์ส่วนตัว ดังนั้นภาครัฐและภาคเอกชนควรสนับสนุนการเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของร้านค้าในช่วงเวลาที่มีความต้องการสูง โดยเฉพาะในช่วงบ่ายและค่ำ เพื่อให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย นอกจากนี้ ควรพิจารณาการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การจัดการจราจรและการเพิ่มพื้นที่จอดรถในช่วงเวลาที่มีคนพลุกพล่าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคสำหรับผู้ประกอบการ ควรพิจารณาเพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหารที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงเวลา เช่น การนำเสนอเมนูของว่างในช่วงบ่าย และอาหารมื้อเย็นที่อิ่มท้องในช่วงค่ำ

Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ท่านมักจะสั่งอาหารสตรีทฟู้ดร้านค้า ในตลาดท่าน้ำนนท์ผ่านช่องทาง เดลิเวอรี่ โอน์แมน อื่น ๆ รองลงมา คือ ท่านมักจะเดินทางมาที่หน้าร้านค้า เพื่อซื้ออาหารสตรีทฟู้ดในตลาดท่าน้ำนนท์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา บงกชพรรณราย (2563) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านประสบการณ์การซื้ออาหารออนไลน์ที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาในระดับสูงสุดปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 40,000 บาทขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยด้านประสบการณ์การซื้ออาหารออนไลน์ด้านความชื่นชอบในการสั่งอาหารออนไลน์ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในประเด็น ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดส่งอาหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขาย

How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ท่านซื้ออาหารสตรีทฟู้ด เพราะทางร้านค้าจะมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาหรือมีของแถมอยู่บ่อย ๆ รองลงมา คือ ท่านซื้ออาหารสตรีทฟู้ด เพราะทางร้านมีช่องทางชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การจ่ายเงินโดยผ่านบัตรเครดิต ชำระเงินปลายทาง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิตต์พัฒน์ ภาคพรต (2562) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี อาชีพรับจ้าง รายได้ทั้งครอบครัวต่อปีมากกว่า 30,000 ดอลลาร์ มีสัญชาติอยู่ในกลุ่มประเทศเอเชีย และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีปัจจัยการเลือกบริโภคอาหารริมทางจากโปรโมชั่น ส่วนลด อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โยธิน สะอาดพันธ์ (2566) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะชำระเงินผ่านช่องทางเงินสด และโอนเงินเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมและสนับสนุนการทำการตลาดด้วยโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่จูงใจลูกค้า เช่น การจัดทำโปรแกรมสะสมแต้ม หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ในส่วนของผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและ

ทันสมัย เพื่อเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้การคงไว้ซึ่งการจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง และสร้างสรรค์ จะช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาซื้อซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราวิชญ์ กรรณิก (2562) ทำการศึกษาเรื่องประสบการณ์บริโภคอาหารริมบาทวิถีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จำแนกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โยธิน สะอาดพันธ์ (2566) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณทิรา นาคนุช สุธรรม พงศสำราญ อิงอร ตันพันธ์ (2565) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารริมทางที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โยธิน สะอาดพันธ์ (2566) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณทิรา นาคนุช สุธรรม พงศสำราญ อิงอร ตันพันธ์ (2565) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารริมทางที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า ที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดในยุคนิวเนอรัลของผู้บริโภคในตลาดทำน่านนท์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนัยธร

อุดมสินธุ์ (2565) ที่วิจัยศึกษาเรื่องแนวทางการบริการอาหารริมทาง จังหวัดสงขลา พบว่า ที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. Who ใครอยู่ตลาดเป้าหมาย ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสตรีทฟู้ดในตลาดทำน่านที่ได้อย่างยั่งยืน และสนับสนุนด้านนโยบาย และกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ
2. What ผู้บริโภคซื้ออะไร ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหาร/เครื่องดื่มในตลาดสตรีทฟู้ด เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการควรเน้นการปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าให้มีความโดดเด่น เพื่อสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น
3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการควรส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานสุขอนามัยสำหรับผู้ประกอบการสตรีทฟู้ด เช่น การจัดอบรมด้านสุขอนามัยและการควบคุมคุณภาพอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในความปลอดภัยของอาหารที่บริโภค
4. Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการรับประทานอาหารร่วมกัน เช่น การนำเสนอเมนูชุดที่ออกแบบมาให้เหมาะสมกับการรับประทานร่วมกัน หรือการจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาพร้อมกันเป็นกลุ่ม จะช่วยดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ได้มากยิ่งขึ้น
5. When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ภาครัฐและภาคเอกชนควรสนับสนุนการเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของร้านค้าในช่วงเวลาที่มีความต้องการสูง โดยเฉพาะในช่วงบ่ายและค่ำ เพื่อให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย นอกจากนี้ ควรพิจารณาการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การจัดการจราจรและการเพิ่มพื้นที่จอดรถในช่วงเวลาที่มีคนพลุกพล่าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคสำหรับผู้ประกอบการ และอาจเป็นวิธีที่ดีในการดึงดูดลูกค้าเพิ่มเติม
6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดส่งอาหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การสนับสนุนแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ที่รองรับผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น และการให้คำแนะนำในการใช้เทคโนโลยีเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขาย
7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมและสนับสนุนการทำการตลาดด้วยโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า รวมถึงการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การจัดทำโปรแกรมสะสมแต้ม การลดราคาในช่วงเวลาพิเศษ หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ในส่วนของผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและทันสมัย การเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินจะช่วยเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการสำรวจกลุ่มลูกค้าตามอายุและรายได้ เช่น ควรมีการศึกษาความแตกต่างในการเลือกซื้ออาหารสตรีทฟู้ดตามกลุ่มอายุและรายได้ เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. การวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์การรับประทานอาหารสตรีทฟู้ด เช่น ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาประสบการณ์การรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร
3. การประเมินผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่อการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด เช่น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี เช่น แอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ และระบบชำระเงินดิจิทัล ต่อการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ด เพื่อประเมินว่าการพัฒนาเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างไร
4. การวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพและมาตรฐานสุขอนามัยของผู้บริโภค เช่น ควรทำการสำรวจเกี่ยวกับการรับรู้และความคาดหวังของผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานสุขอนามัยของอาหารสตรีทฟู้ด เพื่อให้ภาครัฐและผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงมาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยของอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2566). *ข้อมูลประชากร*. สืบค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <http://dashboard.anamai.moph.go.th/population/pop-all/changwat/year>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2552) สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.smeone.info/posts/view/73>
- กฤษณ์ ธีรธรรม. (2553). *การวิจัยการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชญาธิศ คล้ายแก้ว. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารริมทาง มีชลินไคด์ในกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิตติพัฒน์ ภาคพรต. (2562). *แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารริมทางในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- โณธิตา หวานชื่น และคณะ. (2564). *การปรับตัวธุรกิจร้านอาหารภายหลังวิกฤตโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก [\(โณธิตา หวานชื่น และคณะ, 2564\) - Search \(bing.com\)](#)

- วรวิชัย วรรณิกา. (2562). *ประสบการณ์บริโภคอาหารริมบาทวิถีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.*
- ปนทิรา นาคนุช และคณะ. (2565). *พฤติกรรมในการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์* ปีที่ 5 ฉบับที่ 6 เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2565.
- โยธิน สะอาดพันธ์. (2566). *พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี ในเขต กรุงเทพมหานคร. สาขาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ลลิตา บงกชพรรณราย. (2563). *ปัจจัยด้านประสบการณ์การซื้ออาหารออนไลน์ที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจใช้ บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- วรวิชัย วรรณิกา. (2562). *ประสบการณ์บริโภคอาหารริมบาทวิถีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.*
- ศรัณย์ธร อดมสินธุ์. (2565). *แนวทางการบริการอาหารริมทาง จังหวัดสงขลา. ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.*
- อมราพร อดุมาริกษ์. (2564). *พฤติกรรม ทักษะ และความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำ อาหารริมถนน (Street Food) ในย่านเยาวราช. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2560). *สำนักข่าวต่างประเทศได้ตัดสินใจให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มี “ร้านอาหารริม ถนน ” (Street Food). สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก*
<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/115774>
- Cochran, W.G. (1993). *Sampling Techniques*. 2nd ed. New York: Wiley & Sons, Inc. Doyle.
Retrieved from [https://www.techtarget.com/searchcio/definition/ competitive-advantage](https://www.techtarget.com/searchcio/definition/competitive-advantage).
- Likert Rensis. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. In Reading in Fishbein, M(Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp.90-95). New York: Wiley & Sons.
- Thompson, D. (2009). *THAI STREET FOOD*. Australia: Penguin Group.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. 2th ed. New York: Harper and Row

จริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล

Communication Ethics in Presenting Media for Performance in the Digital Age

ชวณีย์ ชื่นเกิดลาภ¹, กมลลา ตรีสาร์²

และปัทมิภาณ พลมาตย์³

Chawanee Chuenkerdlarp¹, Kamala Treesarn²

and Patiphan Pholmat³

Received: 11/07/2567

Revised: 10/12/2567

Accepted: 22/12/2567

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาแนวคิดประเด็นจริยธรรมจริยธรรมทางการสื่อสาร ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่สังคมยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคดิจิทัลควรตระหนัก เนื่องด้วยวิถีชีวิตและค่านิยมของผู้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากพัฒนาการของการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ส่งผลทำให้ทิศทางการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัลก็มีแนวโน้มเผชิญกับปัญหา ในแง่ของการนำเสนอเชิงเนื้อหาการแสดงที่แฝงไว้ด้วยภัยต่อสังคม อันมีจุดมุ่งหมายที่เน้นการตอบสนองต่อผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งผู้นำเสนอสารผ่านช่องทางทางการสื่อสารก็มักไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะติดตามมาต่อสังคม หากแต่มีความคิดที่จะสร้างกระแสทางสังคม อันเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ ทั้งนี้ในการศึกษานี้ได้วิเคราะห์ปัญหาเชิงจริยธรรมการสื่อสารพบว่า วิฤตติเกิดจากการขาดซึ่งความรู้และไม่ได้เห็นถึงประโยชน์ในการรักษากรอบทางจริยธรรมที่ควรเป็นของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสาร อีกทั้งแนวทางการพัฒนาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงสามารถดำเนินการได้หากเกิดความร่วมมือในการสร้างความตระหนักรู้ของทุกภาคส่วนในสมาชิกทางสังคม

คำสำคัญ: จริยธรรมการสื่อสาร, การแสดง, ยุคดิจิทัล

Abstract

This academic article aims to study the concept of ethical issues and communication ethics. This is an extremely important thing that today's society, which is the digital age, should be aware of. Because the lifestyles and values of people in society have changed due to the development of communication and advanced technology. As a result, the direction of presenting media for performances in the digital age tends to face problems. In terms of presenting the content of the show that is hidden in danger to society. which aims to focus primarily on responding to consumers as receivers of the message Those who

¹⁻² อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

¹⁻² Lecturer in the School of Communication Arts Sripatum University.

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

³ Lecturer in Online Communication Design Program, School of Communication Arts, Sripatum University, Khon Kaen Campus.

**E-mail: patiphan.ph@spu.ac.th

present messages through communication channels often do not consider the consequences that will follow on society. But there is an idea to create a social trend that is connected to the benefits that will be received. In this study, the ethical problems of communication were analyzed. It was found that the crisis was caused by a lack of knowledge and a failure to see the benefits of maintaining the ethical framework that should belong to media producers and receivers. Moreover, guidelines for developing communication ethics in presenting media for performance can be implemented if there is cooperation in creating awareness of all sectors in society.

Keywords: Communication Ethics, Performance, Digital Age

บทนำ

โลกมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างก้าวกระโดด ส่งผลต่อวัฒนธรรมการเข้าถึงและใช้งานสื่อ ซึ่งในสังคมไทยก็ได้รับผลจากพลังอำนาจดังกล่าว ก่อให้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมที่ได้เข้าสู่ยุคนวัตกรรมดิจิทัลครองเมืองอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ได้ส่งอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมทางสังคม จะพบว่า สื่อสำหรับการนำเสนอข่าวสารที่สำคัญมีพลวัตเคลื่อนย้ายจากสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) สู่อุปกรณ์ใหม่ (New Media) โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายสังคมของผู้ใช้ไว้ได้ตลอดเวลา และเป็นสื่อกลางในการแบ่งปันเนื้อหาแบบมัลติมีเดียได้จากอุปกรณ์สื่อสารใกล้ตัว เช่น แท็บเล็ตสมาร์ทโฟน เป็นต้น เพื่อรับข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์และผู้ใช้ยังสามารถส่งต่อข้อมูลที่ได้รับต่ออีกจำนวนมาก จึงทำให้ สื่อมวลชนต้องคำนึงถึงผลที่ตามมาเพราะลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญคือความเร็ว และการที่ผู้ใช้มีอิสระในการใช้งานสื่อและสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) ลิงคเอดอิน (LinkedIn) เป็นต้น (อรรคณัฐ วรรณะสมบัติ, 2558: ออนไลน์)

เช่นเดียวกันกับแนวทางการสื่อสารการแสดงก็มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของโลกหลายด้านอีกด้วยซึ่งเป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาวัฒนธรรมการแสดงเป็นอย่างมาก ซึ่งแนวโน้มคือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดได้สร้างความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จึงต้องเตรียมพร้อมด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาผสมผสานสร้างความเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มคุณค่า ทั้งการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ที่เป็นธรรมกับเจ้าของผลงาน (พัชร จันทร์ทอง, 2562 : 3)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้รับสารซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับการรับสารกับผู้นำเสนอผ่านสื่อกลางอย่างสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ

1) เฟสบุ๊ก (Facebook) ที่มีลักษณะสำคัญคือการปฏิสัมพันธ์ในลักษณะของการเป็นชุมชนซึ่งนอกจากจะดูเนื้อหาของการสื่อสารของผู้ผลิตสื่อการมีปฏิสัมพันธ์การเชื่อมโยงของข้อมูลและลักษณะการ

รวมกลุ่มคนผ่านความสนใจจุดยืนหรือความคิดเพราะมีลักษณะของความเป็นส่วนตัวใกล้ชิดปฏิสัมพันธ์ได้ลึกซึ้งและมักแสดงความคิดหรือตัวตนได้อย่างเต็มที่

2) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นแพลตฟอร์มที่สื่อสารแบบสั้นๆ กระชับแต่โดดเด่นเรื่องของความรวดเร็ว การปฏิสัมพันธ์และการสร้างเทรนด์หรือกระแสผ่านการใช้แฮชแท็ก (hashtag) ซึ่งจะเห็นการนำทวิตเตอร์มาใช้ในการรายงานข่าวซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพหรือการเล่าเรื่องจากพื้นที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ต้องเกาะติดสถานการณ์ลักษณะการใช้งานของทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ของการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล

3) ยูทูบ (YouTube) เป็นการคลิปลิขิตออนไลน์ที่มีการปฏิสัมพันธ์ต่อวิดีโอการติชมการเสนอแนะ รวมถึงการสร้างวิดีโอเลียนแบบ

4) อินสตาแกรม (Instagram) ในบริบทของการสื่อสารในประเทศไทยมีบทบาทเป็นต้นทางของข้อมูลและกระแสที่ถูกหยิบมาต่อยอดเป็นประเด็นทางสังคมเป็นช่องทางการทำสร้างสรรค์การสื่อสารดิจิทัลในด้านความบันเทิงเพื่อการดำรงรักษาวัฒนธรรมการแสดงซึ่งช่วยในด้านการตลาดสื่อดิจิทัลในรูปแบบสังคมออนไลน์ยังได้รับความนิยมอยู่การดำรงรักษาวัฒนธรรมการแสดงด้านความบันเทิงของประเทศไทยก็ยังคงดำเนินอยู่บนโลกแต่จะมีการพัฒนาให้มีรูปแบบใหม่สร้างความแปลกใหม่ต่อไปอย่างเรื่อยๆ (โกสินทร์ ชำนาญพล, 2562: 130-138 ; ฉันทนา ปาปัดถา, 2561 : 143)

จากการนำเสนอผ่านแพร่กระจายสื่อเพื่อการแสดงในยุคปัจจุบันทำให้เกิดการแพร่กระจายทางข้อมูลไปยังกลุ่มผู้บริโภคสาร ซึ่งสารทางการแสดงมีทิศทางของการติดตามและได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องด้วยการแสดงมักถ่ายทอดสารโดยศิลปิน ดารา นักแสดง ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสาร เปรียบเสมือนผู้นำทางความคิดทางสังคม ด้วยเหตุนี้เมื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารมีความง่ายและรวดเร็วทำให้การผลิตสื่อการแสดงมักสร้างการถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องที่มีความหมาย นัยยะแฝงเร้นกับสิ่งที่ขัดต่อจริยธรรมทางการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น การนำเสนอภาพความรุนแรง การสร้างค่านิยมหลายคู่รัก การเชิดชูความร่ำรวยมากกว่าคุณธรรม เป็นต้น ซึ่งก็มีผลทำให้ผู้รับสารอาจเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ค่อนข้างสูง ทั้งนี้ถือเป็นวิกฤติปัญหาในทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่สำคัญในยุคดิจิทัล

ทั้งนี้งานเรื่องนี้จึงให้ความสำคัญกับกรอบจริยธรรม (Codes of Ethics) เป็นเครื่องมือที่ใช้กันแพร่หลายในวงการวิชาชีพ สื่อมวลชนในการเป็นกรอบแนวทางปฏิบัติ องค์กรสื่อเองก็ใช้กรอบจริยธรรมเป็นแนวทางในการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานข่าวให้เป็นไปตามความต้องการของสาธารณะ ในกรอบจริยธรรมเป็นเรื่องของการให้แนวปฏิบัติเพื่อรักษามาตรฐานทางวิชาชีพ ซึ่งมักจะเป็นเพียงการบอกแนวปฏิบัติ (Guidelines) ให้รู้ว่าควรทำอะไรบ้างแต่เรื่องของบทลงโทษนั้นไม่มีระบุและมักจะไม่มียกโทษที่ชัดเจน มีนักคิดบางคนมองว่าการไม่มีบทลงโทษหรือกระบวนการจัดการกับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกรอบทำให้กรอบไม่ทรงคุณค่าและไม่มีประโยชน์ที่จะมีกรอบ (Fitzgerald, 1995)

ดังนั้นในการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นในการพิจารณาถึงการศึกษาปัญหาทางจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงเพื่อวิเคราะห์ว่าปัญหาดังกล่าวจะสามารถแก้ไข ปรับปรุงและส่งเสริมให้การนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลมีคุณภาพตามกรอบจริยธรรมที่ถูกต้องมากขึ้น ตลอดจนค้นหาแนวทางการพัฒนา

จริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัลสำหรับอนาคต เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับผู้นำเสนอและผู้รับสารในเนื้อหาทางการแสดงให้มีจริยธรรมและไตร่ตรองอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ปัญหาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล

สังคมไทยในระยะเวลาที่ผ่านมาในยุคสื่อดั้งเดิมที่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เฟื่องฟูและได้รับความนิยมพบว่าในห้วงเวลานั้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างมีขั้นตอนในการตรวจสอบอย่างละเอียดมากกว่าในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ว่าด้วยเรื่องสื่อการแสดง ย่อมมีความละเอียดอ่อนมากกว่าสารในประเภทอื่นๆ เนื่องจากเป็นเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับการตีความและวิเคราะห์ภายใต้ความบันเทิงและสันติภาพของผู้คนทั่วไป ตามแนวคิดความสำคัญของสื่อมวลชนที่มองเห็นว่าความบันเทิงเป็นส่วนสำคัญที่นำไปให้ผู้คนหลุดพ้นจากความตึงเครียดในทางสังคม ซึ่งนั่นก็หมายถึงว่า สื่อการแสดง เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงมากในหมู่ผู้รับสาร ยิ่งในยุคปัจจุบันซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เปิดกว้างให้สื่อการแสดงต่างๆสามารถเผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างหลากหลาย ผ่านการนำเสนอของผู้ส่งสารและผู้แสดงเป็นสำคัญ

โดยสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมมากกว่าสื่อดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ อาจเป็นเพราะความสะดวกของผู้ส่งสารในการส่งข้อมูลและการเข้าถึงได้สะดวกและเกิดการแข่งขันสูงในเรื่องของเวลาข่าวต้องสดใหม่ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถส่งข้อมูลข่าวสารนั้นไปยังผู้รับสารที่มีจำนวนมหาศาลในเวลาอันรวดเร็วย่อมทำให้ผู้ส่งสารที่เรียกตัวเองว่า สื่อมวลชน ละเลยต่อจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพียงเพราะคิดอย่างเดียวว่า ทำอย่างไรให้ได้ซึ่งข่าว ภาพถ่าย ที่เร็ว ไม่เหมือนใคร และทำให้การนำเสนอข่าวในครั้งนั้น มีผลทำให้ผู้รับสารเกิดปฏิกิริยาตอบกลับในโลกสังคมออนไลน์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็น การแชร์ หรือการส่งต่อข้อมูลผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งสถานการณ์การทำงานของสื่อมวลชนในประเทศไทย มีประเด็นทางสังคมมากมายเกิดขึ้น ในแง่ของกระบวนการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน มีการวิพากษ์วิจารณ์และตั้งคำถามถึงการทำงานของสื่อในลักษณะ “ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ” อย่างต่อเนื่อง โดยในกระบวนการนำเสนอข่าวนั้น มีการละเมิดสิทธิของบุคคลที่เป็นข่าว รวมถึงส่งผลกระทบต่อในด้านต่างๆ ต่อบุคคลในครอบครัวรวมถึงผู้เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน (Diawkee, 2016)

อย่างไรก็ตามแม้สื่อทางการแสดงผ่านผู้แสดงที่รับบทนำเสนอข้อมูลจะสามารถสร้างความผ่อนคลายบันเทิงใจได้แค่ไหน แต่ก็พบว่าปัญหาทางจริยธรรมทางการสื่อสารก็มักจะติดตามมาเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นช่องทางที่วีดิทัศน์หรือช่องทางออนไลน์ ทั้งละคร ซีรีส์ต่างก็มีการนำเสนอเนื้อหาทางเพศที่สุ่มเสี่ยงต่อการล่อลวงละเมิดทางเพศ การใช้ความรุนแรงในครอบครัว ตลอดจนการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ทวีมากขึ้นทุกวัน แต่ทว่าก็ได้รับการกระแสมติความนิยมจากผู้ชมในฐานะผู้รับสารมากขึ้นเช่นกัน นับเป็นปรากฏการณ์ของที่ไม่ปกติของสังคมไทย แม้จะมาตรการป้องกันใดๆก็ยากที่จะแก้ไข จะพบว่าเมื่อการนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวเป็นสิ่งที่มองข้ามไป สิ่งที่ตามมาคือการเกิดพฤติกรรมการเล่นแบบนำไปสู่ประเด็นทางอาชญากรรมจำนวนไม่น้อยในทางสังคม ทั้งการฆ่า ปล้น ข่มขืน การทารุณกรรม และการใช้ความรุนแรงในลักษณะต่างๆ ซึ่งเชื่อมโยงจากการรับสารผ่านการนำเสนอการแสดงที่แฝงเร้นนี้

ด้วยเหตุนี้เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าหลักการทางจริยธรรมถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องกับการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้นำเสนอสารยังต้องคำนึงถึงความประพฤติกที่เหมาะสมหรือที่ควรอันเป็นความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ (สุทธิ ชัตติยะ, 2556) เพราะหลักการดังกล่าวจะมุ่งสนับสนุนและส่งเสริมให้บังเกิดแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อใหม่ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การสร้างสังคมที่มีคุณภาพทางความคิด

เมื่อพิจารณาแล้วปัญหาดังกล่าวอาจแก้ไขและปรับปรุงให้ดีขึ้นได้หากสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และความรู้ในการนำเสนอเนื้อหาสารด้านการสื่อสารการแสดงในละครหรือซีรีส์ภายใต้หลักการและแนวทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่ถูกต้อง โดยยึด 3 หลักประการสำคัญ (นรินทร์ นำเจริญ, 2537, น. 15-19, อ้างถึงใน รวมพร ศรีสุมานนท์, 2541, น. 22) ได้แก่

ประการที่ 1 หลักประโยชน์นิยม (Utilitarianism) นักคิดคนสำคัญคือ John Stuart Mill เสนอว่าจริยธรรมที่ดีที่สุดคือจริยธรรมที่มุ่งนำ ประโยชน์สุขมากที่สุดให้แก่คนจำนวนมากที่สุดโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวิธีการ เพราะศีลธรรมคือสิ่งที่ทำให้สังคมมีความสุข จึงต้องปรับเปลี่ยนได้สิ่งใดไม่เอื้อต่อประโยชน์สุขของสังคม สิ่งนั้นย่อมไม่ใช่ศีลธรรม

โดยแนวคิดหลักประโยชน์สามารถสรุปได้ดังนี้ 1. การกระทำก่อให้เกิดประโยชน์สุขมากที่สุด เป็นการกระทำที่ถูกศีลธรรม กล่าวคือ การนำเสนอหรือรายงานข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการสื่อสารการแสดงจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ต่อสังคม และสร้างสรรค์เนื้อหาภายใต้บรรทัดฐานทางสังคมที่ถูกต้อง 2. การกระทำนี้ก่อให้เกิดประโยชน์สุขมากที่สุด กล่าวคือ ก่อนนำเสนอเนื้อหาสารทางการแสดงใดๆผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ยึดถือผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารเป็นตัวตั้งมากกว่าแสวงหาความสุขของผู้ผลิตสื่อเอง 3. การกระทำนี้ถูกศีลธรรม กล่าวคือ ก่อนจะปฏิบัติหรือวางแผนทางการสื่อสารใดๆผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนว่าได้ดำเนินการสอดคล้องกับคุณธรรม จริยธรรมพื้นฐานหรือไม่ หากกระทำการนอกกรอบเกินความพอดีจะต้องมีวิจารณญาณในการกลับเข้ากรอบเองได้อย่างมีศักยภาพ

ประการที่ 2 หลักเน้นหน้าที่ (Deontological) นักคิดคนสำคัญ คือ Immanuel Kant แนวคิดของเขาเรียกว่า Duty Ethics ซึ่งเสนอว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ได้ตอบว่าการกระทำที่นำไปถูกต้องหรือไม่ แต่การกระทำที่ถูกต้องขึ้นอยู่กับว่า คนนั้นๆได้ปฏิบัติตามหน้าที่หรือไม่ ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์พิจารณาแล้วพบว่าแนวคิดเน้นหน้าที่ คือการให้ความสำคัญต่อการกิจและบทบาทที่สำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรักษาหลักจริยธรรมการสื่อสาร ยิ่งในยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันในการนำเสนอเนื้อหาสารในเรื่องการสื่อสารการแสดงที่มุ่งเน้นความนิยม โดยไม่คำนึงถึงหน้าที่ที่ควรจะเป็น ก็ทำให้เกิดปัญหาจากความละเลยต่อความรับผิดชอบในสังคม ซึ่งก็ส่งผลกระทบในวงกว้างจนยากต่อการแก้ไข ดังนั้นหากเรายึดถือหลักคิดดังกล่าวก็จะพอมิหนทางในการยกระดับมาตรฐานทางจริยธรรมในสื่อออนไลน์ต่อไป

และ ประการสุดท้ายคือ จริยธรรมว่าด้วยระบบแห่งการเลือก (Eclectic System of Journalism Ethics) โดย Edmund Lambeth เสนอว่ากฎจริยธรรมควรกระจำจัดและจะต้องเป็นกฎที่ปรับได้ แต่ไม่ใช่ปรับกันง่ายๆ จนไม่เป็นกฎ เขาเห็นว่าผลที่สำคัญเช่นเดียวกับธรรมชาติของการกระทำ ดังนั้น หลักการทางศีลธรรมจึงต้องอาศัยรูปแบบของผลกระทบและหน้าที่ โดยสามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์

หรือLambeth เน้นว่าจริยธรรมไม่ใช่กล่องสีดำที่บีบคนลงไปข้าง และบังคับให้ปฏิบัติตามระเบียบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด เขาเห็นว่าจริยธรรมสำหรับสื่อก็คือหลักที่สื่อยอมรับว่ายุติธรรมมีประโยชน์และมีคุณค่า (พรนรี สายโอภาส,2560) ซึ่งได้เสนอหลักที่สำคัญไว้ 5 ประการดังนี้

- 1) หลักการพูดความจริง (The Principle of Truth Telling) กล่าวคือ ต้องมุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องไม่พยายามบิดเบือนข้อมูลเพื่อประโยชน์ของตนเอง เช่น เนื้อหาทางการแสดงเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์ไทย แต่มีความพยายามเปลี่ยนเรื่องราวเพื่ออรรถรสจนส่งผลกระทบต่อความเข้าใจในทางประวัติศาสตร์ของคนทั่วไป เป็นต้น
- 2) หลักความยุติธรรม (The Principle of Justice) สิ่งที่ต้องเป็นเกณฑ์สำคัญสำหรับการนำเสนอเนื้อหาสารต่างๆอันเกี่ยวข้องกับการแสดง คือ 1.ต้องไม่ละเลยประเด็นสำคัญของเรื่อง คือต้องมีความครบถ้วนในเชิงเนื้อหา 2.ไม่เหยียดหยามประเด็นรองมาแทนประเด็นหลัก คือต้องมีความตรงประเด็น 3.ไม่สร้างความเข้าใจผิด และต้องไม่หลอกลวงผู้อื่น คือต้องมีความซื่อสัตย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสังคมที่ก้าวล้ำด้วยเทคโนโลยีเช่นนี้ ที่มักแอบแฝงประโยชน์จากการนำเสนอเนื้อหาสาร จนก่อให้เกิดปัญหาทางอาชญากรรมและละเมิดต่อหลักแห่งจริยธรรมการสื่อสารที่ดีงาม เป็นต้น
- 3) หลักเสรีภาพ (The Principle of Freedom) กล่าวคือ การเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสื่อการนำเสนอสามารถใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์สร้างสรรค์ผลงานการแสดงในรูปแบบต่างๆเพื่อถ่ายทอดไปยังสาธารณชนผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สังคมประชาธิปไตยพึงกระทำ แต่ทว่าหลายครั้งที่การมีเสรีภาพกระทบและรบกวนบุคคลอื่น ทั้งนี้การนำเสนอสารของผู้ผลิตสื่อเองก็ต้องระมัดระวังเพราะไม่เช่นนั้นก็จะสร้างความเสียหายต่อสังคมได้เช่นเดียวกัน
- 4) หลักมนุษยธรรม (The Principle of Humane) กล่าวคือ ในการนำเสนอสารเพื่อการสื่อสารการแสดงในปัจจุบัน มักมีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าข่ายการเหยียดทางชนชั้น สีผิว เพศ การศึกษา เศรษฐกิจ และอื่นๆ ซึ่งมุ่งต่อจรรโลงผู้รับสารทั่วไป โดยปราศจากความรับผิดชอบต่อการสร้างค่านิยมทางสังคม
- 5) หลักแห่งการจัดสรร (The Principle of Stewardship) การผลิตสื่อต้องเพื่อการนำเสนอต้องเป็นต้นธารของการดูแลคุณภาพของเนื้อหาที่ดี ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อประชาชน

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่าหากดำเนินการในการประยุกต์และปรับใช้ก็มีแนวโน้มในการแก้ไขปัญหาความไร้มาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารในเนื้อหาทางการแสดงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถสร้างการตระหนักรู้ที่มีคุณค่าต่อทั้งตัวผู้ผลิตสื่อ ผู้แสดงและผู้รับสารได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล

หลักสำคัญในการจะส่งเสริมให้ภารกิจของการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัลประสบความสำเร็จ ลุล่วงต่อไปในอนาคตภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ อาจต้องพิจารณาถึงแนว

ทางการพัฒนาจริยธรรมทางการสื่อสาร โดยสื่อยุคใหม่ต้องคำนึงหลักการที่สื่อมวลชนพึงกระทำในการปฏิบัติหน้าที่ภายใต้กรอบทฤษฎี ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) นั้นเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคม” จึงเป็นประเด็น สำคัญเพื่อจะนำมาจำกัดค่านิยมของความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 4 ประเภท ตามที่กาเบลินท์ซ์ (Gablentz, อ้างถึงใน สมควร กวียะ, 2547, น. 155-158) กล่าวคือดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal Responsibility) บุคคลจะต้องรับผิดชอบต่อ ขการกระทำของตนในกรณีที่การกระทำนั้นมีผลเสียต่อบุคคลอื่น ในแง่การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเนื้อหาทางการแสดงต้องไม่มีบทของสารที่สร้างความเสียหายต่อสังคม หรือละเมิดต่อศีลธรรมอันดี

2. ความรับผิดชอบต่อศีลธรรม (Moral Responsibility) เกี่ยวกับความมีจิตสำนึกของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นสำคัญ กล่าวคือ ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารในการนำเสนอข่าวสารว่าด้วยการแสดงต้องมีการไตร่ตรอง โดยต้องยึดถือความเห็นอกเห็นใจ อันตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของความปรารถนาดีต่อกัน ทั้งนี้ก็เพื่อร่วมกันสร้างสังคมที่เกื้อกูลช่วยเหลือกัน

3. ความรับผิดชอบต่อการเมือง (Political Responsibility) หมายถึงการใช้อำนาจหน้าที่ในทางการเมืองให้อยู่ในทำนองคลองธรรมและบรรลุปเป้าหมายสูงสุดคือรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของสาธารณะ (public interest) หรือความรับผิดชอบต่อประโยชน์สุขของประชาชน

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) กล่าวคือ ในการนำเสนอสารใดก็ตามจากผู้ส่งสารต้องมีการวิเคราะห์และประเมินถึงผลลัพธ์ทั้งบวกและลบอย่างถี่ถ้วนก่อนผลิตสารเพื่อการสื่อสาร ทั้งนี้ หากขาดการไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณก็จะส่งผลกระทบต่อสังคม ดังนั้นหากเกิดผลกระทบใดๆ ผู้นำเสนอสื่อก็ควรจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่พึงจะเป็นนั่นเอง

ด้วยเหตุนี้แนวทางของการพัฒนาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในการสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม อีกทั้งก็ต้องมีลักษณะของความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดในอนาคต

บทสรุป

จากการวิเคราะห์พิจารณาพบว่าปัญหาที่พบในการนำเสนอสารทางการแสดงในยุคดิจิทัล อาจต้องดำเนินการประยุกต์และปรับใช้แนวคิดมาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารมาแก้ไขวิกฤติที่เกิดขึ้น โดยมีความมุ่งหมายเพื่อสร้างองค์ความรู้ของทั้งผู้ผลิตสาร และสร้างภูมิคุ้มกันในการไตร่ตรองสารของผู้รับสารในฐานะประชาชนทั่วไป ตลอดจนการพัฒนาแนวทางของจริยธรรมทางการสื่อสารก็จะเป็นสำคัญในการเป็นแนวทางการแก้ไขและสร้างการตระหนักรู้ในประเด็นจริยธรรมทางการนำเสนอสารที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ ชำนาญพล.(2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. *วารสารราชพฤกษ์*, 17(2): 130-138.
- ฉันทนา ปาปัดถา.(2561). การสังเคราะห์คุณลักษณะของนักสื่อสารมวลชนดิจิทัลตามกรอบสมรรถนะบุคคล. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 26 (52): 143.
- นรินทร์นาเจริญ.(2549). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนรี สายโอภาส.(2560). *จริยธรรมและการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสำนักข่าว*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรี จันทร์ทอง.(2562). *อนาคตแบบเรื่องและการดัดแปลงละครอิงประวัติศาสตร์ข้ามภพ เรื่อง ทวิภพและบุพเพสันนิวาส*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิ ชัตติยะ.(2556). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: หจก.เปเปอร์เฮาส์ จำกัด.
- สมควร กวียะ. (2547). *การสื่อสารมวลชน : บทบาทหน้าที่สิทธิเสรีภาพ ความรับผิดชอบ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โกสินทร์.
- อรรถณัฐ วรรณะสมบัติ. (2558). *Re-defining Thailand's New Media: Challenges in the Changing Political Regime*. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <http://www.tcijthai.com/news/2015/03/watch/5421>
- Diawkee, T. (2016). Morality and ethics of media for presenting news in digital era. *Journal of Communication and Management NIDA*, 2(2): 125-143.
- Fitzgerald, M. (1995). *The debate continues*. Editor & Publisher, 11–12.

การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก

Developing Online Media Literacy through Presenting News Information Via Facebook

อนันต์ เมืองทอง¹ สาวิตรี วิภาวณะ²

และตรัยรัตน์ ปลั่งปิตชัยกุล³

Anan Muangthon¹, Savitree Vipawattana²

and Trirath Pluempitichakul³

Received: 04/02/2567

Revised: 28/06/2567

Accepted: 29/06/2567

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในสังคมยุคดิจิทัล เนื่องจากปัญหาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากกล่าว คือการขาดซึ่งวิจารณญาณในการไตร่ตรองก่อนเปิดรับสารในหลากหลายกรณี โดยในงานนี้จะวิเคราะห์ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นสื่อที่มีผู้ใช้งานและติดตามเป็นอันดับสูงสุดของประเทศไทย ซึ่งในงานนี้ได้ใช้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้องวิเคราะห์ปรากฏการณ์ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีแนวโน้มนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สร้างความนิยมเป็นสำคัญ โดยไม่ได้คำนึงถึงวิกฤติด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล อันมีผลกระทบต่อการรู้เท่าทันสื่อของบุคคลทั่วไป อีกทั้งการการสร้างแนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จะช่วยในการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพให้สังคมที่กำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายที่รุนแรงและรวดเร็ว

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, สื่อออนไลน์, เฟซบุ๊ก

Abstract

This academic article focuses on studying methods for developing media literacy in the digital age society. This is because the problem of presenting information in online society affects many people, namely the lack of judgment in thinking before exposure to the message in many cases. This work will be analyzed through social media platforms such as Facebook, which is the media with the highest number of users and followers in Thailand. In this work, the concept of media literacy was used. as well as the relevant theoretical framework to analyze the phenomenon. From the study, it was found that the problem of literacy is that online media tends to present information that creates popularity. without taking into account the crisis in the reliability and accuracy of the data which affects media literacy of the general public. Moreover, creating guidelines for developing online media

¹⁻² อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

^{1,2} Lecturer in the School of Communication Arts Sripatum University.

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

³ Lecturer in Master of Communication Arts Program, Sripatum University, Khon Kaen Campus.

*Email: Trirath.pl@spu.ac.th, เบอร์โทรศัพท์: 0835499220

literacy will help create effective awareness in a society that is facing severe and rapid challenges.

Keywords: Media Literacy, Online Media, Facebook

บทนำ

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมในระดับโลกพลังอำนาจของสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเข้ามามีบทบาทและอิทธิพลในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ได้เปลี่ยนวิถีของการบริโภคข้อมูลข่าวสาร โดยความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลถึงประเทศไทยที่การเข้าถึงสื่อออนไลน์มีอัตราส่วนที่เติบโตขึ้น ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญในการไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารจำนวนมหาศาลที่ไหลบ่าและส่งผลต่อความรู้ ความคิดและการกระทำ โดยหากศึกษาจะพบว่าสื่อออนไลน์ไม่เพียงแต่ช่องทางในการเสพรับสาร (Message) เท่านั้น หากแต่เป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการพัฒนหรือสร้างความเสียหายต่อสังคมในวงกว้างได้เช่นเดียวกัน

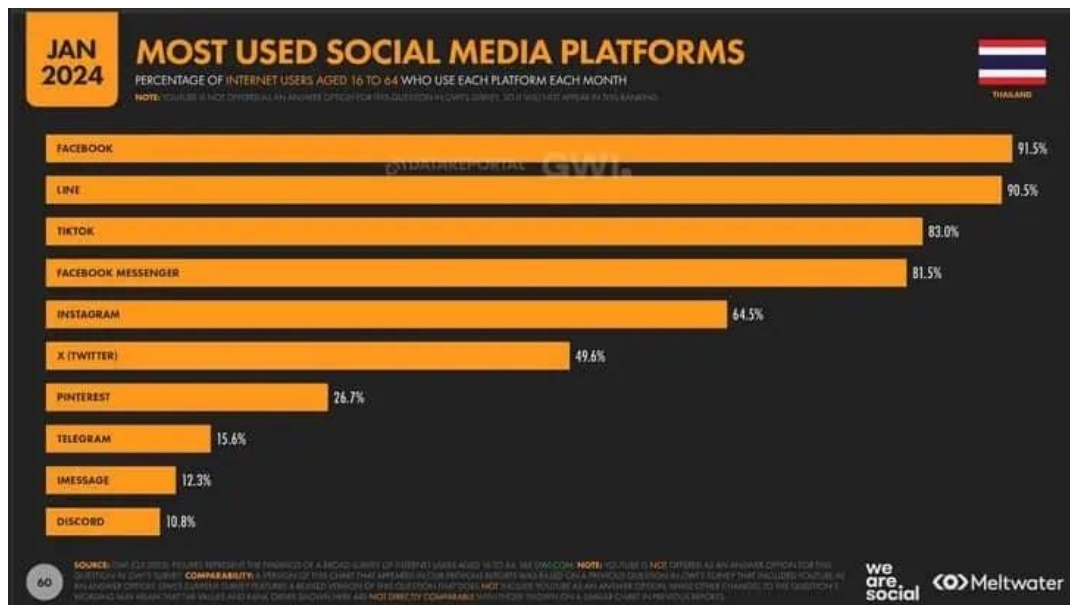
ทั้งนี้การที่สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน เพราะสามารถเข้าถึงได้ อย่างรวดเร็ว การมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีสติ สามารถเข้าใจบริบททั้งฝั่งของผู้รับสารและผู้ส่งสารว่าข้อมูลที่กำลังใช้งานอยู่นั้นกำลังจะสื่อถึงสิ่งใด มีจุดประสงค์ใด แอบแฝงหรือไม่ และต้องการเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง ในปัจจุบันผู้คนในสังคมโดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาต่างมีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเหมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิต (ณัฐนิชา ดวงซึ, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิยม กำลังดี, 2563, น. 10-21)

เนื่องจากการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ส่งผลทำให้เทคโนโลยีการสื่อสารมีความง่ายตายและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล สร้างเครือข่ายและความร่วมมือกันในการทำงานตลอดจนสร้างและแบ่งปันข่าวสารและข้อมูลได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทมากขึ้น โดย Kotler (Kotler,P.,2011) พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) กลายเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมสำหรับผู้ใช้ในการบริโภคเนื้อหาที่หลากหลาย และบริษัทต่าง ๆ สามารถใช้แพนเพจเพื่อนำเสนอรายละเอียดและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และบริการของตน รวมไปถึงสามารถเก็บข้อมูล ผู้บริโภค วัดทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อีกด้วย โดยการวัดจะวัดความนิยมผ่านปุ่ม ถูกใจ (Like) (สุธีรพันธุ์ สักรวัตร, 2554)

ในงานศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของช่องทางออนไลน์อย่างแพลตฟอร์ม “เฟซบุ๊ก” ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลสูงสุด จากข้อมูลสถิติการใช้งานช่องทางออนไลน์เมื่อปี 2566 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด อันดับ 1.Facebook 91% อันดับ 2.LINE 90.7% อันดับ 3.Facebook Messenger 80.8% อันดับ 4.TikTok 78.2% อันดับ 5.Instagram 66.4% โดยผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทย มีจำนวน 48.10 ล้านคน โดยอัตราการเข้าถึงโฆษณาของ Facebook ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 67.0 ของประชากรทั้งประเทศในปี 2566 (ThaiPBS,2566)

สอดคล้องกับแนวโน้มที่การใช้งานที่สูงมากขึ้นในปี 2567 สื่อออนไลน์ที่ประเทศไทยยังนิยมมากที่สุดยังคงเป็น Facebook ซึ่งคิดเป็น 91.5% ของประชากรกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 16 – 64 ปี รองลงมาคือ LINE คิด

เป็น 90.5% และ TikTok คิดเป็น 80.3% (thedigitaltips,2567) จะเห็นว่า ทิศทางการใช้งานของสื่อออนไลน์เป็นภาพสะท้อนถึงชีวิตทางสังคมที่ผูกโยงกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างแยกไม่ออก



ภาพแสดงสถิติการใช้งานสื่อออนไลน์ ปี 2567

ที่มา: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>

จากแนวโน้มที่สังคมไทยมีการใช้งานสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่เพิ่มมากขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบเชิงปัญหาหลายอย่างที่ตามมา กล่าวคือ วิกฤติของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง โดยคำนึงถึงกระแสความนิยมเป็นตัวตั้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่อาจส่งผลเสียต่อการพัฒนาสังคมอุดมปัญญาที่มุ่งเน้นสร้างวิจรณ์ญาณที่ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้บุคคลมีแนวทางในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อผู้เสียหายในกระบวนการสื่อสาร ทั้งนี้หลักการดังกล่าวมุ่งสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติสำหรับการรู้เท่าทันสื่อเพื่อนำไปสู่การสร้างสังคมที่องกามทางปัญญา รวมไปถึงอาจทำให้เกิดความเรียบร้อยในการดำรงอยู่ร่วมกันของคนในสังคมบนพื้นฐานของการตระหนักในคุณค่าของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ตลอดจนอาจพัฒนาไปถึงการสร้างจิตสำนึกของผู้รับสารให้สามารถใช้พื้นฐานความรู้ (Knowledge Structure) ในการคิดพิจารณาและเชื่อมโยงความหมายในการเปิดรับสารมีการคิดพิจารณาจนตัดสินใจว่าสารนั้นมีความหมายอย่างไรอย่างหนึ่ง เช่น กรณีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความรุนแรง ความเกลียดชัง สิ่งที่เราัมักพบเห็นเป็นประจำจากการนำเสนอของสื่อ ซึ่งถ้าผู้รับสารไม่ได้พิจารณาไตร่ตรองแล้วก็จะมีการเชื่อมโยงความหมายของความรุนแรงและความเกลียดชังมีโอกาสผิดเพี้ยนไปจากความจริง (ดวงแก้ว เขียรสวัสดิ์กิจ,2564)

อีกทั้งการแสวงหาแนวทางการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านการศึกษาช่องทางแพลตฟอร์มอย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) ก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันช่องทางดังกล่าว ยังมีพลังทางการสื่อสารต่อผู้คนจำนวนมากมาย อันมีอิทธิพลและสามารถสร้างผลกระทบตอสังคมได้อย่างมาก ซึ่งหากสื่อออนไลน์ยุคใหม่สามารถพัฒนาความคิดการรู้เท่าทันสื่อก็จะเป็นแนวทางสำหรับการต่อยอดในการเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงบวกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม “เฟซบุ๊ก”

ปัญหาที่สังคมไทยกำลังเผชิญในทางสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ เพื่อสร้างความนิยมในเพจของผู้แสวงหาความนิยม อันเป็นผลจากการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารและระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลกระทบอย่างหนักต่อพฤติกรรมและการเสพข่าวสารของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนส่วนใหญ่หันมาเสพข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ มีการส่งต่อข่าวปลอม (Fake News) เป็นจำนวนมาก จากการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของข่าวปลอม พบว่า มีผลกระทบต่อผู้บริโภคสื่อ ทั้งในแง่ทัศนคติความเชื่อ เช่น เรื่องการเมือง การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ผิดเพี้ยน บางเรื่องยังส่งผลต่อการใช้ชีวิต เช่น เรื่องยา ข้อมูลสมุนไพรต่าง ๆ บางเรื่องนำไปสู่การเอาผิดเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ นอกจากนี้หากผู้บริโภคสื่อ มีการส่งต่อเรื่องราวที่เป็นเท็จ หมิ่นประมาท และอาจเข้าข่ายความผิดทางกฎหมายได้ด้วย (สถาบันอิสรฯ, 2562) ด้วยทิศทางของปัญหาที่มีมากขึ้นส่งผลให้ผู้รับสารประสบปัญหาในการไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์

ในแง่หนึ่งจากการศึกษาองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ ชัชชญา เรืองยศ และแอนนา จุมพลเสถียร (2565, น.150) จะเห็นว่าปัญหาดังกล่าวจะถูกแก้ไขได้ หากยึดถือแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อันประกอบไปด้วย

- 1) การเข้าถึงและทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการอ่านข้อมูลจากสื่อที่ได้รับ พร้อมทั้งวิเคราะห์ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน
- 2) การวิเคราะห์เพื่อแยกแยะเนื้อหาว่าจะเกิดผลเสียกับสังคมและตนเองอย่างไรบ้าง
- 3) การประเมินคุณค่าของสื่อ คือ การตรวจสอบวิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่ผู้ใช้งานต้องประเมินได้ว่าสื่อนั้นมีประโยชน์ต่อผู้รับสารหรือไม่ รวมถึงการพิจารณาเรื่องจรรยาบรรณต่าง ๆ
- 4) การผลิตและสร้างสรรค์สื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อ พัฒนาการสร้างสื่อในรูปแบบที่ตนเองทำขึ้นมาอย่างสร้างสรรค์ เช่น คำพูดที่เหมาะสมในการแสดงความคิดเห็น

สอดคล้องกับ ฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ, จตุพล ยงศรและจักรกฤษณ์ โปณะทอง (2561, น. 19) ที่ได้ศึกษาองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ครอบคลุมทั้ง 8 ประเด็น ได้แก่

- 1) การตระหนักถึงผลกระทบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2) การตรวจสอบความถูกต้องของสื่อสังคมออนไลน์
- 3) การแยกแยะข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์
- 4) การวิเคราะห์เทคนิคการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์
- 5) การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างผลงานในสื่อสังคมออนไลน์
- 6) การรู้ความหมายที่ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์
- 7) การประเมินคุณค่าที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์
- 8) การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

และ 9) การสร้างสรรค์ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะพบว่าการพิจารณาองค์ประกอบมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการรับรู้ว่ามีวิจารณ์งานของผู้รับสารและมีแนวโน้มที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

ตลอดจนการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นมุมมองจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อออนไลน์อย่างเพชฌัญญูผ่านการตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้เปิดรับด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อและมีสติในการเปิดรับโดยวัตถุประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้เท่าทันสื่อในยุคสังคมออนไลน์ มีความสำคัญอย่างมากในการที่จะก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัล การพิจารณาแหล่งข้อมูลที่มีมาตรฐานและเหมาะสมในสื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลว่าจริงหรือเท็จอย่างไร และการรู้จักประโยชน์และโทษที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้เป็นผลดีและแสดงให้เห็นถึงการรู้เท่าทันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในยุคก้าวล้ำทางเทคโนโลยีรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีสติและปัญญา

อีกทั้งในการเลือกรับข่าวสาร ไตร่ตรองและใช้ข้อมูลเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์จะส่งผลให้ผู้รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มีทางเลือกมากขึ้นในการบริโภคและการใช้ชีวิตประจำวัน จะพบว่าเนื้อหาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มเพชฌัญญูก็อาศัยช่องทางสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่เนื้อหาสาระ ดังนั้นการสร้างการรับรู้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จะเป็นการเพิ่มพลังให้แก่ตนเองในการควบคุมความเชื่อและพฤติกรรมส่วนตัวได้ ทั้งนี้ก็เพื่อย้อนกลับไปยังจุดมุ่งหมายที่ว่าหากเรารู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในแง่แล้วตัวผู้รับสารจะไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ที่ใช้สื่อเพื่อหวังผลประโยชน์ แต่เราจะกลายเป็นผู้ที่สามารถใช้สื่อเพื่อให้ประโยชน์สูงสุดแก่ตนเอง ครอบครัว และสังคม (นักรบ นาคสุวรรณ, 2564, น. 499)

แนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม “เพชฌัญญู”

จากการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์สามารถกระทำอย่างเป็นรูปธรรมได้หากมีการกำหนดแผนงานและขั้นตอนที่ชัดเจนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

ทั้งนี้แนวทางการดำเนินการอาจอาศัยแนวคิดของ Potter (2008) ที่อธิบายว่า บุคคลที่มีการรู้เท่าทันสื่อดีจะควบคุมสื่อได้มากกว่า เพราะ รู้ว่าจะจัดการกับสารต่างๆ ที่เข้ามาได้อย่างไร ใช้มุมมองใดในการอ่านวิเคราะห์ แต่สำหรับคนที่ไม่มี ความรู้ในสื่ออย่างดี ทำให้โครงสร้างความรู้ต่ำและไม่เพียงพอในการที่จะแปลความหมายจากสื่อได้อย่างเท่าทัน จึงทำให้ไม่สามารถตีความสารที่สื่อนำเสนอมาได้อย่างหลากหลายและเท่าทัน ซึ่งมีแนวโน้มว่าคนกลุ่มนี้จะยอมรับความหมายที่สื่อนำเสนอมาโดยตรง

จากนิยามข้างต้น Potter ได้ กำหนดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ 4 ประการ คือ

1. การรู้เท่าทันสื่อมีลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuum) กล่าวคือ การรู้เท่าทันสื่อนั้นไม่ใช่ตัวแปรที่เป็นประเภท (Category) หรือเป็นชุดสำเร็จ เช่น หลึงหรือช่าย หากแต่เป็นความรู้ที่ไปเป็นอย่างต่อเนื่องและเป็นระดับไปเรื่อย ๆ โดยสามารถปรับปรุงพัฒนาระดับการรู้เท่าทันให้ดีขึ้นได้ไม่มีจุดสิ้นสุด หรือจุดสูงสุด เช่น ในสถานการณ์ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความก้าวล้ำทางเทคโนโลยี ก็ต้องมีการปรับบริบททางความรู้ให้เหมาะสมกับปัญหาใหม่ๆที่เกิดขึ้น ไม่จำกัดความคิดในกรอบดั้งเดิม

2. การรู้เข้าใจในสื่อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา กล่าวคือ เมื่อเรามีการฝึกฝนและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอด จะช่วยให้ระดับศักยภาพของเราในการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนนั้นสูงขึ้น ในลักษณะที่ว่าเราจะเริ่มตั้งข้อสงสัยกับสื่อโฆษณาออนไลน์ที่เห็นหรือเนื้อหาข่าวสารที่อ่านมากขึ้น ไม่ได้ยอมรับแต่แรกเหมือนก่อน หรือหากมีการยอมรับในตัวเนื้อหาของสื่อ ก็จะเป็นการยอมรับที่มีเหตุผลและไตร่ตรองมาแล้ว ซึ่งในการพัฒนาทักษะนี้จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องอย่างจริงจัง เพื่อที่จะสามารถรู้เท่าทันและไม่ล้าสมัย เช่น พบเจอเนื้อหาข่าวที่น่าเสนอข้อมูลการขายของเกินจริง หรือการนำเสนอข่าวที่เน้นสร้างความตื่นเต้น เราอาจตั้งคำถามหรือตรวจสอบก่อนเลือกเชื่อถือ เป็นต้น

3. การรู้เท่าทันสื่อมีลักษณะหลายมิติ (Multidimensional) ประกอบด้วย

3.1 มิติด้านการรู้และเข้าใจ (Cognitive Domain) ซึ่งหมายถึง กระบวนการทางสมอง (Mental Process) และการคิด (Thinking) ที่จะสามารถตระหนักรู้ในสิ่งต่าง ๆ ได้ตั้งแต่ระดับง่ายไป ถึงระดับที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น รู้ว่ากระบวนการสื่อสารของสื่อแต่ละประเภทเป็นอย่างไร หรือเหตุใดสื่อจึงมีบทบาทและกลายเป็นที่นิยม

3.2 มิติด้านอารมณ์ (Emotional Domain) ซึ่งหมายถึง เป็นความรู้สึกต่าง ๆ ที่สามารถ เกิดขึ้นได้จากการที่เสพงานจากสื่อ เพราะสื่อสามารถผลิตสร้างอารมณ์ หรือความรู้สึกแทรกลงไปเนื้อหาได้ ฉะนั้นการรู้เท่าทันในที่นี้คือ การเท่าทันในสัญลักษณ์ที่ถูกผู้ผลิตแทรกแฝงมากับสื่อ รู้ในอารมณ์หรือทิศทางของอารมณ์ที่สื่อต้องการพาให้เป็น

3.3 มิติด้านสุนทรียะ (Aesthetic Domain) ซึ่งหมายถึง ความรู้ถึงกระบวนการที่สื่อ นั้น ผลิตสร้าง ความหมายขึ้นมาว่าเป็นไปอย่างไร และสามารถที่จะบ่งชี้บอกได้ว่า รูปแบบของนักเขียน ผู้ผลิต เป็นอย่างไร มีเอกลักษณ์อย่างไร รวมทั้งสามารถแยกแยะ ตรวจสอบความเป็นศิลปะได้ว่าสิ่งใด เป็นศิลปะแท้ สิ่งใดเป็นศิลปะเทียมที่ถูกผลิตสร้างขึ้น

3.4 มิติด้านศีลธรรม (Moral Domain) ซึ่งหมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจค่านิยมหรือ คุณค่าที่อยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน จนสามารถรู้ แยกแยะได้อย่างเด็ดขาดว่า สิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี และ สิ่งใดจริง สิ่งใดไม่จริง เป็นการรู้เท่าทันว่าสื่อได้ผลิตหรือสอดแทรกอุดมการณ์บางประการมาหรือไม่ ซึ่งความสามารถในการแยกแยะนี้จะได้มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มีใน แต่ละคน ที่จะต้องอาศัยการจัดการ หรือการพัฒนาในการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอด

4. จุดประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ มีความสามารถในการตีความสารมากขึ้น เพราะ แท้จริงแล้ว สารที่สื่อทุกสื่อผลิตขึ้นมา จะต้องอาศัยการตีความทั้งหมด รู้ว่าเหตุใดต้องผลิตสารนี้ต้องจัดวางสารนี้ หรือต้องใช้คำพูดหรือสื่อความออกมาแบบนี้ เพราะสื่อแต่ละสื่อ ไม่ว่าข่าว โฆษณา ละครก็จะมีผลที่แตกต่างกันไป การใช้สารในการสื่อความก็ย่อมต่างกัน ฉะนั้นการมีความสามารถในการตีความสารที่ถูกส่งผ่านมาจะช่วย ให้รู้เท่าทันสื่อมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีแง่มุมของจุดประสงค์ค่อนข้างมาก ดังนั้นผู้รับสารยังต้องพิจารณาวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ

โดยแนวโน้มในอนาคตการเรียนรู้เท่าทันสื่อเป็นส่วนสำคัญเนื่องด้วยผู้บริโภคในยุคใหม่เพราะข้อมูลข่าวสารจะมีทิศทางที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสร้างเสริมการเรียนรู้และพัฒนาจึงเป็นการเชื่อมต่อให้สังคมเติบโตและยั่งยืน

อีกทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน ทำให้ Livingstone (2004) ได้สรุปองค์ประกอบที่จะเพิ่มทักษะการเท่าทันสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมตั้งแต่สื่อ ดั้งเดิมจนถึงสื่อใหม่ได้ดังนี้

1. การเข้าถึงสื่อ คือ ความสามารถที่บุคคลจะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ โดยจะต้อง รับรู้และเข้าใจใน ความหมายได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดแรกที่จะทำให้เกิดทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อ
2. การวิเคราะห์ คือ เมื่อแต่ละบุคคลมีการเข้าถึงสื่อได้แล้ว จะต้องสามารถวิเคราะห์สื่อ และความหมายที่ถูก ประกอบสร้างจากสื่อได้ด้วย สามารถวิเคราะห์และเข้าใจได้ตั้งแต่กระบวนการ ผลิตสร้างเทคนิค ภาษา การใส่ ความหมาย เป็นต้น
3. การประเมิน คือ เมื่อมีการเข้าถึงสื่อและวิเคราะห์สื่อแล้ว จะต้องมีการประเมินควบคู่ ไป เพื่อทำการ แยกแยะ และให้คุณค่ากับสิ่งที่เปิดรับว่าดีหรือไม่ดี สามารถนำไปใช้ให้ก่อเกิดเป็น ประโยชน์ต่อผู้รับสารอื่น ๆ มากน้อยเพียงใด หรือเกิดคุณค่าต่อจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือต่อ สังคมหรือไม่ ซึ่งในการประเมินนั้น นับว่า เป็นส่วนที่ยาก เพราะจะต้องใช้การตัดสินใจที่อาศัยประสบการณ์ ความรู้และทักษะสูงเพื่อที่จะนำมาเป็นตัว รองรับเหตุและผลที่ได้ทำการประเมินไป ซึ่งการประเมินในแต่ละสารแต่ละสื่อก็จะใช้แนวทางที่แตกต่างกัน ออกไปตามลักษณะของสาร และสื่อ นั้น ๆ
4. การสร้างสรรค์เนื้อหา คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างเท่าทัน เพราะ การรู้เท่าทันสื่อ นั้น ไม่ใช่แค่เพียงสามารถเปิดรับสื่อ มีทักษะในการวิเคราะห์และประเมินสื่อ หากแต่ยังจะต้องมีทักษะในการ สร้างสรรค์สื่อออกไปอย่างเท่าทันด้วย โดยจะต้องรู้ว่าจะต้องผลิตสารออกไป อย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพ ไม่นำมาซึ่งผลกระทบอันที่จะไม่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อ สังคมและผู้ที่เปิดรับ นั่นคือ ต้องมี ความเข้าใจในธรรมเนียมและจริยธรรมในการผลิตสารและส่งสาร

ดังนั้นหากสามารถนำความรู้ที่ได้มาบูรณาการและประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบการเรียนรู้ของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม “เฟซบุ๊ก” จะพบว่าสื่อใน ปัจจุบันต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องและมีการตรวจสอบสารก่อนนำเสนอ อีกทั้งผู้บริโภคต้องมี วิจารณญาณในการกลั่นกรองสารที่ได้รับมากขึ้น

บทสรุป

จากการวิเคราะห์และศึกษาพบว่า ปัญหาของการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ปรากฏให้เห็นถึงวิกฤติของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จในสื่อประเภทนี้เป็นจำนวนมาก และผู้รับสาร โดยส่วนใหญ่เลือกที่จะเชื่อและขาดการไตร่ตรองก่อนพิจารณา อีกทั้งแนวทางการแก้ไขเชื่อมโยงกับการสร้าง ความรู้เชิงวิจารณ์ญาณและกระบวนการวิเคราะห์ผลลัพธ์ของข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนแนวทางในการ

พัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในอนาคตให้มีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติใช้ได้หากสร้างแนวทางของการประเมิน วิเคราะห์ทิศทางของสื่อออนไลน์ที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างทันต่อสถานการณ์

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐนิชา ดวงขจี, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิยม กำลังดี. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 9(1): 10-21.
- ดวงแก้ว เขียวสวัสดิ์กิจ.(2564). *ความรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของคนในเมืองใหญ่: ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความรู้คิด.รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- นักรบ นาคสุวรรณ.(2564). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15 (1): 499-502.
- สถาบันอิศรา. (2562).ผลกระทบของข่าวปลอมและแนวทางการรับมือของผู้บริโภคสื่อ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก https://www.isra.or.th/news-and-trainee/item/766-fakenews_766.html
- สุธีรพันธุ์ สักรวัตตร. (2554). *Marketing 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก*. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing (10th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Potter, W. J. (2008). *Media Literacy (4th Ed)*. California: Sage Publications.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy?. *Intermedia*, 32(3): 18-20.
- thedigitaltips. (2567). *10 สถิติ Facebook ในไทยที่นักการตลาดต้องรู้ ปี 2024*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <https://thedigitaltips.com/blog/facebook/facebook-statistics-in-thailand-update-2024/>
- ThaiTBS. (2566). *สรุปสถิติ Facebook ที่น่าสนใจ ช่วงครึ่งปีแรก 2023*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก<https://www.thaibps.or.th/now/content/281>.

สมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นไทยในยุคดิจิทัล

Digital Competency of Local Government Officer in the Digital Era

Received: 12/09/2567

Revised: 29/12/2567

Accepted: 30/12/2567

วันชนะ บุญบรรเจิด¹, ศุทธิณี ประวิตรวงศ์²,

ชนิษฐา เจนจบ³, ภูมิรักษ์ มีอุสาห์⁴,

และอดิเรก พันเขียว⁵

Wanchanah Boonbunjerd¹, Sutthinee Prawitrawong²,

Khanittha Jenjob³, Pumirak Meeusa⁴

and Adirek Funkiew⁵

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นในยุคปัจจุบัน โดยการสำรวจและสืบค้นข้อมูลที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ประเภทงานวิจัย บทความทางวิชาการ และวิทยานิพนธ์ และเพื่อเสนอแนะสมรรถนะดิจิทัล (K U D A) สำหรับข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัล ดังนั้น การศึกษาสมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นต้องศึกษาสำหรับข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะที่เพียงพอในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการประชาชนให้มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ และยกระดับให้เป็นองค์กรดิจิทัล

คำสำคัญ: สมรรถนะดิจิทัล, ข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่น, ยุคดิจิทัล

Abstract

This academic article aims to examine the competencies of civil servants and local government employees in the contemporary era by surveying and investigating data published on research websites, academic articles, and theses. It seeks to propose digital competencies (K U D A) for civil servants and local government employees that can be applied in the digital age. Thus, studying the digital competencies of civil servants and local government employees is crucial and necessary. This study provides a guideline for developing personnel to possess adequate competencies in utilizing digital technology to

¹⁻⁴ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

¹⁻⁴ Master's degree student, Master of Public Administration Program, Public Administration Major,
Kamphaeng Phet Rajabhat University

⁵ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก, หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

⁵ Main Advisor, Master of Public Administration Program, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Mae Sot

*E-mail: khanitthaj@outlook.co.th

offer modern, efficient public services and elevate the organization to a digital entity.

Keywords: Digital Competency, Local Government Officer, Digital Era

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562: 4), กล่าวไว้ว่า เป้าหมายหลัก คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศผ่านการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างโอกาสทางสังคมอย่างเท่าเทียมผ่านข้อมูลข่าวสารและบริการดิจิทัล เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อีกทั้งยังเตรียมความพร้อมให้บุคลากรมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในยุคดิจิทัล และปฏิรูปการทำงานและการให้บริการของภาครัฐด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้การดำเนินงานมีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

การพัฒนารัฐบาลดิจิทัลในยุคเศรษฐกิจและสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานของรัฐให้ตอบสนองต่อความต้องการของภาคประชาชนและภาคธุรกิจที่เปลี่ยนไป โดยรัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนหน่วยงานภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลจึงได้มีการตราพระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 ขึ้นเพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการบริหารงานของภาครัฐไปสู่ระบบดิจิทัลและสามารถยกระดับการให้บริการประชาชนให้มีความสะดวกและเปิดเผยมากขึ้น ดังนั้น แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 จึงมีความเชื่อมโยงกับเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติฯ และสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติ (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล, 2566: 4)

ในส่วนของแผนปฏิบัติการดิจิทัลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 5 ปี พ.ศ. 2566-2570 จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบแนวทางในการบริหารจัดการพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นไปตามแนวนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งผู้เขียนได้พิจารณาแล้วว่า มีความเชื่อมโยงสอดคล้องตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลของกระทรวงมหาดไทย และแผนปฏิบัติราชการกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายหลัก คือ พัฒนาการให้มีศักยภาพมุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล และบริหารจัดการการให้บริการสาธารณะตามมาตรฐานเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึง และการทำงานของภาครัฐมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ มุ่งเน้นให้เป็น "องค์กรดิจิทัล" เพื่อสนับสนุนอำนวยความสะดวกให้มีความเป็นเลิศในการบริหารจัดการบริการสาธารณะให้กับประชาชน ผ่านช่องทางดิจิทัลมากยิ่งขึ้น (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2566: 1-2)

ทั้งนี้ แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 และแผนปฏิบัติการดิจิทัลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 5 ปี พ.ศ. 2566-2570 ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และตัวชี้วัดของแต่ละแผนดังกล่าว โดยแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการดิจิทัลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ผู้เขียนจึงสังเคราะห์และสรุปออกมา ดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 และแผนปฏิบัติการดิจิทัลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 5 ปี พ.ศ. 2566-2570

ยุทธศาสตร์	แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570	แผนปฏิบัติการดิจิทัลของกรมส่งเสริม การปกครองท้องถิ่น 5 ปี พ.ศ. 2566-2570
ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยกระดับการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลภาครัฐ เพื่อการบริหารงานที่ยืดหยุ่น คล่องตัว และขยายสู่หน่วยงานภาครัฐระดับ ท้องถิ่น	การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลของกรมส่งเสริม การปกครองท้องถิ่นและองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น ให้เป็นองค์กรดิจิทัลที่มี ขีดสมรรถนะสูง
ยุทธศาสตร์ที่ 2	พัฒนาบริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย	การส่งเสริมการบริหารจัดการข้อมูลตาม เกณฑ์ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ
ยุทธศาสตร์ที่ 3	สร้างมูลค่าเพิ่มอำนวยความสะดวกแก่ ภาคธุรกิจ	การพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรของ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนไปสู่ องค์กรดิจิทัล
ยุทธศาสตร์ที่ 4	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน และเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐ	

ที่มา: สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (2566) และ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2566)

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการหรือพนักงานส่วนท้องถิ่น โดยการสำรวจและสืบค้นข้อมูลที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ประเภทงานวิจัย บทความทางวิชาการ และวิทยานิพนธ์ เพื่อแสดงให้เห็นองค์ประกอบสมรรถนะดิจิทัลสำหรับข้าราชการหรือพนักงานส่วนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การศึกษาสมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการหรือพนักงานส่วนท้องถิ่น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นต้องศึกษา เพื่อให้ข้าราชการหรือพนักงานส่วนท้องถิ่นใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาให้มีสมรรถนะที่เพียงพอในการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การปฏิบัติงาน การทำงานร่วมกัน และสร้างการมีส่วนร่วมในสังคม หรือใช้เพื่อปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้บริการประชาชนให้มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสามารถใช้ ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็น "องค์กรดิจิทัล" เพื่อ สนับสนุนอำนวยความสะดวกในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ บริการสาธารณะให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น

1. สมรรถนะ

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ได้นิยามสมรรถนะ ว่า คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่ เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ กล่าวคือ สมรรถนะที่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้นจาก การผสมผสานของ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะส่วนบุคคล อย่างสมดุล การขาดองค์ประกอบใด องค์ประกอบหนึ่งอาจทำให้การ แสดงสมรรถนะไม่เต็มที่และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงานหรือบทบาทที่ รับผิดชอบ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ จันทรทา มั่งคั่ง(2562) ว่า การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเป็นกระบวนการที่ ครอบคลุมและต่อเนื่อง โดยมุ่งเพิ่มความรู้ ทักษะ และ คุณลักษณะของบุคลากร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่าง มีประสิทธิภาพ สร้างความก้าวหน้าในอาชีพ และปรับตัวให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การพัฒนาบุคลากรอย่าง เหมาะสมย่อมส่งผลดีต่อทั้งตัวบุคลากรและองค์กรในระยะยาว และ สิริวิฑู ชูเชิด (2021) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ การรวมกันระหว่างความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ และแรงผลักดันที่ช่วยให้บุคคลสามารถ ทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งในระดับส่วนบุคคลและในระดับองค์กร การพัฒนาสมรรถนะจึง เป็นสิ่ง สำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพและคุณค่าให้แก่บุคคลและองค์กรในระยะยาว ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า สมรรถนะ คือ ความรู้ การ รวมกันระหว่างทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ ในตัวบุคคล ที่จะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพแก่ ตนเองและองค์กร

1.1 สมรรถนะของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นในยุคปัจจุบัน

ตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น (ก.ถ.) เรื่อง กำหนดมาตรฐาน กลางการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 4) ลงวันที่ 26 ธันวาคม 2557 มีรายละเอียดเกี่ยวกับการสรรหา การแต่งตั้ง การเลื่อนขั้นเงินเดือน การให้พ้นจากตำแหน่ง การเพิ่มพูนประสิทธิภาพและ เสริมสร้าง แรงจูงใจในการปฏิบัติราชการ จะต้องคำนึงถึงความรู้ ทักษะและ “สมรรถนะที่จำเป็น” ซึ่งมีการกำหนดเป็น บัญชีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็น โดยได้มีการกำหนดสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานส่วนท้องถิ่นไว้ 3 ประเภท ดังนี้ สมรรถนะหลัก สมรรถนะประจำผู้บริหาร และสมรรถนะประจำสายงาน เป็นต้น (คณะกรรมการมาตรฐานการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น, 2558: 2-3)

ดังนั้น เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรบุคคลส่วนท้องถิ่น สามารถนำสมรรถนะที่ได้มีการกำหนดโดย ก.ถ. และ ก.จ., ก.ท. และ ก.อบต. ไปใช้ได้อย่างถูกต้องและ เกิดประโยชน์สูงสุด และผู้ที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับสมรรถนะทั้ง 3 ประเภท และใช้เป็น แนวทางในการประเมินได้อย่างถูกต้องและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

1.2 สมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency)

จากผู้เขียนได้สำรวจข้อมูลต่าง ๆ จึงนำเสนอความหมาย ของสมรรถนะดิจิทัล ดังนี้ ในมุมมองของ ปราโมทย์ ถ่างกระโทก (2561, อ้างถึงใน สุนันทนา กุศลประเสริฐ, 2565: 16) กล่าวว่า สมรรถนะดิจิทัล (Digital competency) หมายถึง ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการปฏิบัติงาน การติดต่อสื่อสาร การเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการสร้างการมีส่วนร่วมในสังคม ซึ่งมีความคล้ายคลึงตามที่ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562, อ้างถึงใน สุนันทนา กุศลประเสริฐ, 2565: 17) กล่าวว่า สมรรถนะด้านดิจิทัล คือ ความสามารถในการผสมผสานระหว่างความรู้ ทักษะและ คุณลักษณะเพื่อใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ปลอดภัย สร้างสรรค์อิสระและมี

จริยธรรม ได้แก่ การทำงาน การแก้ปัญหา การสื่อสาร การจัดการข้อมูล การร่วมมือ การสร้างเนื้อหาและความรู้

Oberlander et al. (2020, อ้างถึงใน กรเอก กาญจนาโกคิน, พลิชฐิติ ธนารัศมี, อุดร สุวรรณโค และ นิติธร ทัพเลื่อน, 2023: 350-351) ได้กล่าวว่า หมายถึง ชุดของความรู้ด้านพื้นฐาน (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) ด้านความสามารถ (Abilities) และด้านคุณลักษณะ (Other characteristic) ที่บุคคลต้องใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายตามที่กำหนดไว้โดยพิจารณาจากการใช้สื่อดิจิทัลสำหรับการทำงาน

สมรรถนะด้านดิจิทัล หมายถึง ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเลือก วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและใช้งานได้เป็นอย่างดี ด้วยความรับผิดชอบ และมีวิจารณญาณ รวมไปถึงสร้างองค์ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง (จุฬารัตน์ บุชงก์, 2022: 74)

อย่างไรก็ดี ผู้เขียนได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะดิจิทัล หมายถึง การผสมผสานความรู้, ทักษะ และคุณลักษณะเพื่อใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ปลอดภัย และมีจริยธรรม ซึ่งสามารถทำได้โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน รวมถึงการแก้ปัญหา และการสร้างเนื้อหาและความรู้ในลักษณะที่สร้างสรรค์และเพื่อการพัฒนาทั้งตัวเองและองค์กร

กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาทักษะดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรทางรัฐ

กลุ่มเป้าหมายด้านกำลังที่เหมาะสมกับการปรับเปลี่ยนภาครัฐให้เป็นรัฐบาลดิจิทัล แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2560: 13-15)

ตารางที่ 2 กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาทักษะดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรทางรัฐ

	ระดับ	หน้าที่/ความรับผิดชอบ
E: Executive	ผู้บริหารระดับสูง	เป็นผู้กำหนดนโยบายและเป้าหมายในองค์กร รวมถึงกระตุ้นให้ข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร
M: Management	ผู้อำนวยการกอง	เป็นผู้สื่อสารนโยบายจากผู้บริหารไปสู่ผู้ปฏิบัติ นอกจากนี้ยังดูแล กำกับ และติดตามให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
A: Academic	ผู้ทำงานด้านนโยบายและงานด้านวิชาการ	เป็นผู้ใช้ข้อมูลดิจิทัลเพื่อสนับสนุนนโยบายจากผู้บริหาร รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล เพื่อกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแนวทางในการปฏิบัติงาน

	ระดับ	หน้าที่/ความรับผิดชอบ
S: Services	ผู้นำด้านการบริการ	เป็นผู้ให้บริการ และอำนวยความสะดวกในรูปแบบดิจิทัล ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
O: Others	ผู้ปฏิบัติงานอื่น	เป็นผู้ที่รู้และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องและปลอดภัย

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2560)

ดังนั้น ผู้เขียนจึงเสนอแนะว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำแนวคิดการจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาทักษะดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนไปปรับใช้ เนื่องจากมีบริบทที่คล้ายคลึงกันในเรื่องของการแบ่งระดับในองค์กร เช่น คณะผู้บริหาร (ข้าราชการการเมือง) หัวหน้าส่วนราชการ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ผู้ดำรงตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประชาชน รวมถึงตำแหน่งอื่น ๆ ที่สามารถรู้และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสม และปลอดภัยสำหรับองค์กร

2. กรอบสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency Framework)

2.1 กรอบแนวคิดของการจัดการสมรรถนะด้านดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์

การจัดการสมรรถนะดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรนั้น สามารถวางกรอบแนวคิดของการจัดการสมรรถนะดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรบนพื้นฐานแนวคิดของสมรรถนะที่ถูกบุกเบิกโดย David C, McClelland ในปี ค.ศ. 1973 และ ปี ค.ศ. 1979 ที่มีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยได้นำเสนอสมรรถนะออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สมรรถนะพื้นฐานและสมรรถนะที่แยกความแตกต่าง ซึ่งเป็นที่มาของการกำเนิดของแนวคิดสมรรถนะตั้งแต่นั้นมา ซึ่งสามารถนำแนวคิดสมรรถนะดังกล่าว มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการจัดการสมรรถนะดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ประกอบไปด้วย ขั้นตอนการกำหนดสมรรถนะดิจิทัล ขั้นตอนพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล และขั้นตอนประเมินสมรรถนะดิจิทัล ดังภาพที่ 1 (เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2566: 9-10)

1) การกำหนดสมรรถนะ (Digital Competency Formulation) องค์กรจะต้องระบุให้ชัดเจนว่า บุคลากรจะต้องมีทักษะ ความสามารถ และความรู้ด้านดิจิทัลในหัวข้อใดบ้าง ที่จะต้องเรียนรู้เพิ่มเติมสำหรับการปฏิบัติงาน และจะต้องมีคุณลักษณะอย่างไรที่จะช่วยสนับสนุนองค์กรให้เป็นองค์กรดิจิทัล เนื่องจากบุคลากรอาจมีระดับความต้องการด้านสมรรถนะดิจิทัลที่แตกต่างกันไป

2) การพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency Development) หลังจากมีการกำหนดทักษะ ความสามารถ และความรู้ด้านดิจิทัลแล้วนั้น องค์กรจำเป็นต้องเตรียมพร้อมในเรื่องของหลักสูตรการฝึกอบรม และวิธีการต่าง ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาด้านดิจิทัลของบุคลากร

3) การประเมินสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency Assessment) ขั้นตอนสุดท้ายในการจัดการสมรรถนะดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งองค์กรต้องนำสมรรถนะด้านดิจิทัลของบุคลากรมาเปรียบเทียบกับระดับความคาดหวังขององค์กรที่ตั้งไว้ให้เป็นองค์กรดิจิทัล



ภาพที่ 1 การจัดการสมรรถนะดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์

ที่มา: David C. McClelland (1973) อ้างถึงใน เทพศักดิ์ บุญรัตน์, 2566: 9-10

2.2 กรอบแนวคิดสมรรถนะด้านดิจิทัล

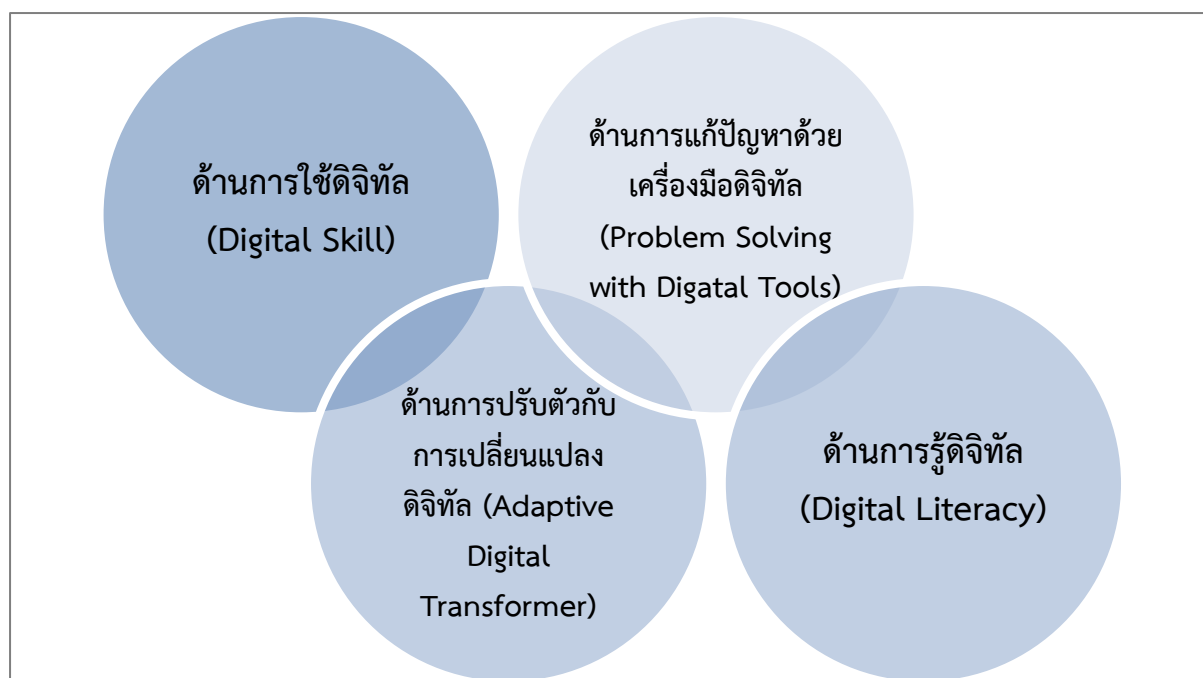
กรอบสมรรถนะดิจิทัลมีหลายหน่วยงานพัฒนาขึ้น โดยสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ไว้ดังนี้ (รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย วงษ์ใหญ่ และรองศาสตราจารย์ ดร.มารุต พัฒนา, 2564: 1-2)

2.1 ด้านการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) หมายถึง การมีสมรรถนะในการเข้าถึง ค้นหา คัดกรอง วิเคราะห์ สังเคราะห์ จัดการ ประยุกต์ใช้สื่อสาร สร้าง แบ่งปัน การติดตามข้อมูลสารสนเทศและเนื้อหา ได้อย่างเหมาะสม เช่น การค้นหาและการคัดกรองข้อมูล การใช้สื่อออนไลน์ การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

2.2 ด้านการใช้ดิจิทัล (Digital Skill/ICT Skill) หมายถึง การมีสมรรถนะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีต่างๆ ด้านดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลากหลาย และสามารถประยุกต์ใช้ในงานได้มากขึ้น เช่น การใช้ซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน การแก้ไขและการสร้างเนื้อหา การใช้งานอุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.3 ด้านการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล (Problem Solving with Digital Tools) หมายถึง การมีสมรรถนะในการระบุความต้องการและทรัพยากรได้ ตัดสินใจใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมได้อย่างชาญฉลาดตามวัตถุประสงค์และความต้องการได้ แก้ปัญหาอย่างเชื่อมโยงกันด้วยเครื่องมือดิจิทัลได้ เช่น การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เป็นต้น

2.4 ด้านการปรับตัวการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล (Adaptive Digital Transform) หมายถึง การมีสมรรถนะในการยืดหยุ่นและปรับตัวต่อโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกระแสดความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล เป็นต้น



ภาพที่ 2 กรอบสมรรถนะดิจิทัล

ที่มา: สมรรถนะดิจิทัล: Digital Competency (2564)

2.3 ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล

ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ จะประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถ ประสิทธิภาพและคุณลักษณะ ตามที่คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) กำหนด นอกจากนี้ การสร้าง และพัฒนาข้าราชการและบุคลากรภาครัฐในด้านดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามรัฐบาลดิจิทัลนั้น ควรส่งเสริมใน 5 มิติการเรียนรู้ และ 7 กลุ่มทักษะ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2560: 30-31)

มิติที่ 1 รู้เท่าทันและใช้เทคโนโลยีเป็น ประกอบด้วย 1 กลุ่มทักษะ ได้แก่ กลุ่มทักษะด้านความเข้าใจ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy Skill Set)

มิติที่ 2 เข้าใจนโยบาย กฎหมายและมาตรฐาน ประกอบด้วย 2 กลุ่มทักษะ ได้แก่ กลุ่มทักษะด้านการควบคุม กำกับ และการปฏิบัติตามกฎหมาย (Digital Governance, Standard and Compliance Skill Set)

มิติที่ 3 ใช้ดิจิทัลเพื่อการประยุกต์และพัฒนา ประกอบด้วย 2 กลุ่มทักษะ ได้แก่ กลุ่มทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร (Digital Technology Skill Set) และกลุ่มทักษะด้านการออกแบบกระบวนการและการให้บริการด้วยระบบดิจิทัลเพื่อการพัฒนาคุณภาพงานภาครัฐ (Digital Process and Service Design Skill Set)

มิติที่ 4 ใช้ดิจิทัลเพื่อการวางแผน บริหารจัดการ และสามารถนำองค์กร ประกอบด้วย 2 กลุ่มทักษะ ได้แก่ กลุ่มทักษะด้านการจัดการโครงการและการบริหารกลยุทธ์ (Project and Strategic Management Skill Set) และกลุ่มทักษะด้านผู้นำดิจิทัล (Digital Leadership Skill Set)

มิติที่ 5 ใช้ดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1 กลุ่มทักษะ ได้แก่ กลุ่มทักษะด้านการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Transformation Skill Set)



ภาพที่ 3 มิติการเรียนรู้ในการสร้างและพัฒนากำลังคน

ที่มา: [file:///C:/Users/USER/Downloads/process_dev_digital%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/process_dev_digital%20(4).pdf)

จากข้อมูล 3 กรอบสมรรถนะดังกล่าว ผู้เขียนจึงนำมาสังเคราะห์ได้ดังนี้

เนื่องจาก 3 กรอบสมรรถนะ สามารถนำไปปรับใช้และพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นในยุคดิจิทัล เพื่อช่วยยกระดับในการให้บริการประชาชนให้มีความทันสมัยและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสร้างตารางสังเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 3 การสังเคราะห์ 3 กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิด	ประกอบด้วย
กรอบแนวคิดของการจัดการสมรรถนะด้านดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์	- การกำหนดสมรรถนะ - การพัฒนาสมรรถนะ - การประเมินสมรรถนะ
กรอบสมรรถนะด้านดิจิทัล	ด้านการรู้ดิจิทัล - ด้านการใช้ดิจิทัล - ด้านการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล - ด้านการปรับตัวเปลี่ยนแปลงดิจิทัล

กรอบแนวคิด	ประกอบด้วย
ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐ เพื่อการ ปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล	มิติที่ 1 รู้เท่าทันและใช้เทคโนโลยีเป็น มิติที่ 2 เข้าใจนโยบาย กฎหมายและมาตรฐาน มิติที่ 3 ใช้ดิจิทัลเพื่อการประยุกต์และพัฒนา มิติที่ 4 ใช้ดิจิทัลเพื่อการวางแผน บริหารจัดการ และ สามารถนำองค์กร มิติที่ 5 ใช้ดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและ สร้างสรรค์

หมายเหตุ: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

สมรรถนะดิจิทัลของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นที่ควรจะมีในยุคดิจิทัล เพื่อการพัฒนาให้มีสมรรถนะที่เพียงพอในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการประชาชนให้มีความทันสมัยและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้น ควรจะมีดังนี้

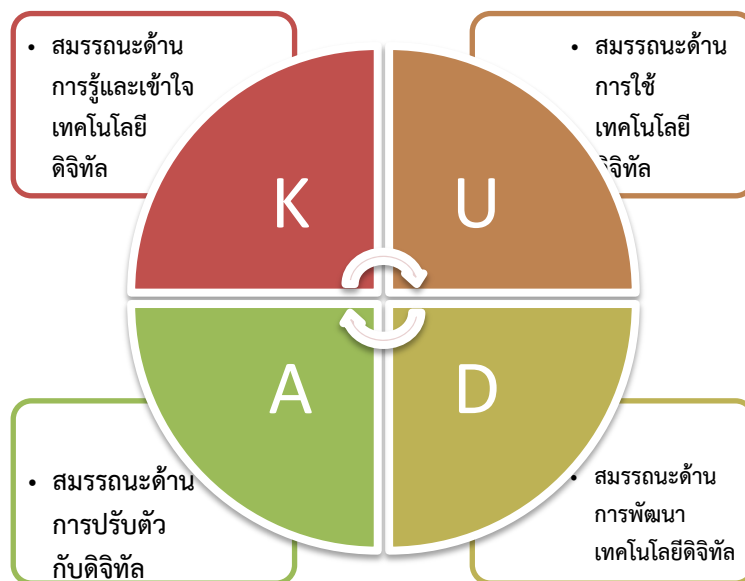
“K U D A”

1. สมรรถนะด้านการรู้และเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัล (Knowing and Understanding) ข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นสามารถรู้และเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัลมาปฏิบัติงานในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ

2. สมรรถนะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Using) ข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นสามารถวิเคราะห์และเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ มาใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล

3. สมรรถนะการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Development) ข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นสามารถออกแบบ สร้าง และปรับปรุงเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน รวมถึงพัฒนาการให้บริการประชาชนด้วยเครื่องมือดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายในและภายนอกองค์กร

4. สมรรถนะการปรับตัวกับดิจิทัล (Adaptivity) ข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นสามารถปรับตัวและเรียนรู้เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาในโลกดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ



ภาพที่ 4 สมรรถนะดิจิทัล K U D A

ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

บทสรุป

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่สำคัญในการเตรียมความพร้อมเพื่อให้บริการประชาชนในยุคดิจิทัล ซึ่งถือเป็นความท้าทายของข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นที่ถูกคาดหวังให้ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาความสามารถทางดิจิทัลที่จำเป็นและเป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องสมรรถนะดิจิทัลที่เป็นไปได้ และสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2580 ซึ่งมีเป้าหมายในภาพรวม คือ ปฏิรูปกระบวนการทำงานและการให้บริการของภาครัฐด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความโปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนี้ อีกทั้งมีการสร้างและการพัฒนาทักษะดิจิทัล (Digital Skillsets) ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) และทัศนคติ (Digital Mindset) ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 5 ปี พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิด รวมถึงวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทางด้านการให้บริการสาธารณะในรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันรวมถึงอนาคต และเป็นแนวทางในการบูรณาการกรอบการทำงานเข้ากับนโยบายของรัฐบาลได้อีกทางหนึ่ง โดยผู้วิจัยจึงขอเสนอ “สมรรถนะดิจิทัล K U D A” สำหรับข้าราชการและพนักงานส่วนท้องถิ่นที่จำเป็นในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 1. สมรรถนะด้านการรู้และเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัล (K: Knowing and Understanding) 2. สมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (U: Using) 3. สมรรถนะด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (D: Development) และ 4. สมรรถนะด้านการปรับตัวกับดิจิทัล (A: Adaptivity)

นอกจากนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับองค์กรให้เป็น "องค์กรดิจิทัล" รวมถึงสนับสนุนอำนวยความสะดวกในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความเป็นเลิศในการบริหารจัดการบริการสาธารณะให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2567). *แผนปฏิบัติการดิจิทัลกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ๕ ปี(พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก https://www.dla.go.th/upload/ebook/column/2566/8/23819_26621.pdf กรเอก กาญจนโกคิน, พลสิษฐ์ดิธนาธิม, อุดร สุวรรณโค และนิติธร ทัพเลื่อน. (2023). แนวทางการพัฒนา สมรรถนะดิจิทัลเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ (จป.ว). *วารสารศิลปการจัดการ*, 7 (2): 350-351
- จุฬารัตน์บุษบก. (2022). สมรรถนะดิจิทัล: ทักษะเพื่อการเรียนรู้อย่างยั่งยืนตามเป้าหมายของการประชุมเอเปคด้านการศึกษา 2022. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา*, 18 (24): 74
- เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์. (2566). การจัดการสมรรถนะด้านดิจิทัลของทรัพยากรมนุษย์กับการออกแบบรูปแบบการทำงานเป็นทีมที่มีความคล่องตัวสูง:ความท้าทายขององค์กรในยุคดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์นิติรัฐศาสตร์*, 7 (1) : 1-33
- นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580). (2562, 11 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. (เล่ม 136 ตอนที่ 47 ก, น 1).
- ประกาศคณะกรรมการกลางการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น (ก.ต.) เรื่อง กำหนดมาตรฐานกลางการบริหารงาน บุคคลส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 4). (2558, 13 กุมภาพันธ์). *ราชกิจจานุเบกษา* (เล่ม 132 ตอนพิเศษ 36 ง, น. 2-3).
- ประกาศคณะกรรมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เรื่อง แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570. (2566,10 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา* (เล่ม 140 ตอนพิเศษ 84 ง, น. 6).
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และ มารุต พัฒนาผล. (2564). *สมรรถนะดิจิทัล: Digital Competency*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ผู้นำนวัตกรรมหลักสูตรและการเรียนรู้.
- สำนักงาน ก.พ. (2560). *แนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยน เป็นรัฐบาลดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <file:///C:/Users/USER/Downloads/07092018-025313-5228.pdf>
- สุนันทา กุศลประเสริฐ. (2565). *การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร)*. พิษณุโลก. มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2567 เข้าถึงได้จาก <https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5516?mode=full>
- McClelland, David C. (1973). "Testing for Competence rather than Intelligence." *American Psychologist*. Retrieved from <https://www.ei.Haygroup.com>

นโยบายเงินดิจิทัลกับมุมมองการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่หลากหลาย

Digital Currency Policies and Diverse Perspectives on Grassroots Economic Development

สิรินทร์ทิพย์ อมรรัตนเมธีกุล¹, วิทยา คำเครือ²

ณรงค์ โฉมงาม³, ฉันทชนก จันกัน⁴

และพิษณุ บุญนิยม⁵

Sirintip Amornratanamethekul, Witthaya khamkhreua

Narong Chomngam, Tanchanok Jungun

and Phisanu Boonniyom

Received: 17/09/2567

Revised: 29/12/2567

Accepted: 30/12/2567

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอกระบวนการนโยบายสาธารณะเงินดิจิทัล และมุมมองความเห็นกลุ่มที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ นักวิจัยทางการเงิน นักการเมือง ผู้ประกอบการ และประชาชนต่อนโยบายเงินดิจิทัล โดยการรวบรวมข้อมูลจากสื่อช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ บทความวิชาการ คอลัมน์ข่าวออนไลน์ และการสัมภาษณ์ พบว่ามีความกังวลเกี่ยวกับรายละเอียดของนโยบายที่ไม่ชัดเจน แหล่งที่มาของเงินงบประมาณ ความคุ้มค่าจากนโยบายเงินดิจิทัลในการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้น การก่อให้เกิดพายุหมุนทางเศรษฐกิจกับการเติบโตของ GDP ร้อยละ 1.5 ความเสี่ยงต่อวินัยทางการคลัง หนี้สาธารณะ กฎหมาย หลักเกณฑ์ และพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน นโยบายเงินดิจิทัลจะประสบความสำเร็จตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลในการก่อพายุหมุนทางเศรษฐกิจ กระตุ้นระบบเศรษฐกิจฐานราก หรือสุดท้ายเงินงบประมาณที่ใช้จะอยู่ในกระเป๋าผู้ประกอบการรายใหญ่ จึงเป็นประเด็นที่น่าติดตามหลังจากดำเนินนโยบายเงินดิจิทัล

คำสำคัญ: นโยบายเงินดิจิทัล, เศรษฐกิจฐานราก, นโยบายสาธารณะ

Abstract

The aims of this academic article are to present the digital currency public policy process and various perspectives from 5 related groups including academics, financial researchers, politicians, business operators and the citizens towards digital wallet policy. The information data was collected from various media channels including academic articles, online news columns and interviews. It was discovered that there were some concerns

¹⁻⁴ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

¹⁻⁴ Master's degree student in Public Administration, Kamphaeng Phet Rajabhat University

⁵ อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁵ Lecturer, Master of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University Faculty of Humanities and Social Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University

*E-mail: tip.rung1@gmail.com

about the unclear details of the policy and the source of the budget funds. The value of digital money policy likely causes the economic stimulation in the short term. It may cause an economic storm with GDP growth of 1.5 percent due to the risks of fiscal discipline, public debt, laws, regulations, and people's consumption behavior. Whether the digital wallet policy will succeed in line with the government's intent to create an economic storm possibly stimulate the grassroots economic system or the budget money used will be in the pockets of large business operators in the end. Therefore, it is an issue worth following implementing the digital currency policy.

Keywords: the digital wallet policy, grassroots economic, public policy

บทนำ

เศรษฐกิจฐานรากเป็นระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างงาน และเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในระดับฐานราก หรือกลุ่มคนที่มียาได้น้อยและอยู่ในชนบท สร้างความยั่งยืนและการพึ่งพาตนเองของชุมชน (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 16 เศรษฐกิจฐานราก, 2566, น.16-1) ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจฐานรากกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDGs) การลดความยากจน (SDG 1) การส่งเสริมการเกษตรที่ยั่งยืน (SDG 2) การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน (SDG 8) และการลดความเหลื่อมล้ำ (SDG 10) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับหลักการของ SDGs ที่มุ่งหวังให้การพัฒนามีความยั่งยืนและครอบคลุมทุกกลุ่มคน (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2564) ในขณะที่สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทย รายงานของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ GDP ในประเทศ ไตรมาส ที่ 1/2567 ขยายตัวร้อยละ 1.5 ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ 1.7 ในไตรมาส 4/2566 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจไทย

ที่ผ่านมารัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ดำเนินงานโดยกรมที่ดิน และกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เพื่อสนับสนุนการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากผ่าน หมายเหตุที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง งบประมาณ 369.8707 ล้านบาท และหมายเหตุที่ 9 ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม งบประมาณ 679.7926 ล้านบาท รวมทั้งสิ้น 1,049.6633 ล้านบาท (สำนักงบประมาณ, 2567) นอกจากนี้ภาครัฐได้มีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) เพื่อดำเนินการขับเคลื่อน ส่งเสริมงานเศรษฐกิจฐานราก โดยทำการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชนกับองค์กรชุมชนทั่วประเทศ ให้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน และแผนธุรกิจเพื่อชุมชน (CBMC : Community Business Model Canvas) ในคลัสเตอร์การผลิต

(เกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย วัสดุธรรมชาติ) คลัสเตอร์การแปรรูป-การตลาด (ตลาดสีเขียว ตลาดชุมชน) และคลัสเตอร์การบริการ (ท่องเที่ยวโดยชุมชน) ผลการดำเนินการตั้งแต่ปี 2560-2563 รวม 1,799 ตำบล นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้นำตำบลแผนธุรกิจเพื่อชุมชน ให้มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน จัดทำคู่มือ จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจและทุนชุมชนระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด และจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์-สินค้าชุมชนเพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูล เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า และสร้างเครือข่าย (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2564) และจากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสถานการณ์ปัจจุบันที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนานโยบายเศรษฐกิจฐานราก คือ การกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยกิจกรรมรูปแบบใหม่ เช่น ตลาดอินทรีย์ ตลาดอนุรักษ์ ตลาดย้อนยุค การท่องเที่ยวชุมชน การส่งเสริมทักษะอาชีพ การส่งเสริมด้านการรักษาสีเขียว การส่งเสริมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/นวัตกรรม การส่งเสริมด้านการตลาดออนไลน์ การส่งเสริมความรู้ด้านธุรกิจ การบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และระบบการเงินบัญชี (กาญจนา รอดแก้ว ฤชงค์ เสนานุช และณรงค์ จันใด, 2564) เห็นได้ว่านโยบายสาธารณะในการกระตุ้นเศรษฐกิจมีผลโดยตรงต่อการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจฐานราก

รัฐบาลได้มีการดำเนินนโยบายสาธารณะเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก เช่น โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย ใช้งบประมาณเฉลี่ย 55,000 ล้านบาทต่อปี มีผลตอบรับด้านบวก คือช่วยลดความยากจนและเพิ่มการบริโภคของประชาชนผู้มีรายได้น้อย ด้านลบคือการพึ่งพาความช่วยเหลือและการขาดความยั่งยืนในระยะยาว (ไทยพีบีเอส (Thai PBS), 2566) สำหรับนโยบายเงินดิจิทัล เป็นนโยบายที่ตั้งเป้าหมายในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยแจกเงินในรูปแบบเงินดิจิทัลแก่ประชาชน เพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการภายในชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น เพิ่มการหมุนเวียนของเงินในท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก (BBC, 2566)

อย่างไรก็ตามการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะที่ผ่านมา พบว่า การจัดการและความโปร่งใสในการดำเนินนโยบาย เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบาย (สุทธิ บุญมี, 2561) การกำหนดนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้น โดยการแจกเงินให้ประชาชนซื้อสินค้าจะช่วยบรรเทาความยากจน และสามารถสร้างความยั่งยืน การพึ่งพาตนเอง ตลอดจนการเข้าถึงนโยบายของประชาชน ความสำเร็จของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจะช่วยส่งเสริมระบบเศรษฐกิจฐานราก จะสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน และสามารถสร้างความยั่งยืนได้หรือไม่ รัฐบาลในฐานะผู้กำหนดนโยบายจึงต้องศึกษาแนวทางในการนำนโยบายไปปฏิบัติ การประเมินผลนโยบาย เพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ประชาชน และความคุ้มค่าของการนำงบประมาณ 500,000 ล้านบาท มาใช้ในการขับเคลื่อนนโยบายเงินดิจิทัล

นโยบายสาธารณะ (Public Policy) เป็นสหวิทยาการในการบูรณาการความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยาการบริหารธุรกิจ มาใช้ประยุกต์ปรับปรุงการบริหารภาครัฐให้ดีขึ้น (สัญญา เคนาภูมิ, 2561, น.1-19) ประกอบกับทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ (Public Choice Theory) ที่มีการพัฒนาเพื่อใช้ในสาขาการบริหารราชการ โดยเน้นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลและหน่วยงานในระบบราชการ โดยใช้หลักการเศรษฐศาสตร์ในการอธิบายพฤติกรรมของระบบราชการ ภายใต้สมมติฐาน ได้แก่ (1) สิ่งกระตุ้น

(2) ทางเลือก (3) การรับฟัง (4) การกระจายอำนาจ (5) การมีส่วนร่วมของประชาชน และ (6) ประชาชนร่วมผลิต ซึ่งเน้นการบริหารแบบประชาธิปไตย นำจุดเด่นของเอกชนมาประยุกต์ใช้ผ่านกลไกทางตลาด โดยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการออกแบบทางเลือกในการให้บริการ การพัฒนาระบบ ในการจัดโครงสร้างในการให้บริการที่เหมาะสมแก่ประชาชน (สุธิณี อัคราภกร, 2560, น.25-39) นอกจากนี้ยังมีการใช้ทฤษฎีทางเลือกสาธารณะหรือทฤษฎีการบริหารแบบประชาธิปไตยเป็นเครื่องมือในการศึกษาว่าสินค้าและบริการสาธารณะที่มีอยู่อย่างจำกัดควรจะถูกจัดสรรให้เหมาะสมอย่างไรในสังคม (สัญญา เคนาภูมิ, 2561, น.92-104) เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะแล้ว จะเข้าสู่กระบวนการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญเช่นเดียวกัน หากนำไปปฏิบัติแล้วเกิดความล้มเหลวจะส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในนโยบายสาธารณะ ผู้เกี่ยวข้องต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติประกอบด้วย

1) ฝ่ายการเมือง (Politics) มีบทบาทใช้อำนาจในการควบคุม กำกับ ติดตาม พิจารณาปรับปรุงนโยบาย ตลอดจนยุติหรือถ่วงนโยบาย

2) ระบบราชการ (Bureaucracy) หน่วยงานของรัฐมีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมประสานฝ่ายการเมืองและนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ

3) ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ (Bureaucrats) บุคลากรเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการในการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ และเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

4) ผู้ได้รับผลจากนโยบาย (People affected by policy) ประชาชนหรือผู้รับบริการซึ่งได้รับผลกระทบจากการนำนโยบายไปปฏิบัติทั้งเชิงบวกและเชิงลบ อาจเป็นบุคคล กลุ่ม และภาคเอกชน (สัญญา เคนาภูมิ, 2562, น.95-115)

รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะนโยบายด้านการคลัง ซึ่งมีผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (บุษรา มัยอั้ง และคณะ, 2566, น.273-280) นโยบายเงินดิจิทัลเป็นนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยการใส่เงินเข้าไปในระบบเศรษฐกิจ และกระจายไปยังทุกพื้นที่ให้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจให้ถึงฐานราก เกิดการจับจ่ายใช้สอย ยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของประชาชน ภาคธุรกิจขยายการลงทุน ขยายกิจการ เกิดการผลิตสินค้าที่มากขึ้น นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ เกิดการหมุนเวียนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ส่วนรัฐบาลจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของภาษี และเป็นการวางรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัลให้กับประเทศ เตรียมความพร้อมของประเทศให้เข้าสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ โดยเสริมขีดความสามารถให้กับประชาชน ผ่านการสร้างรายได้ ลดรายจ่าย สร้างโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับประชาชนทุกคน โดยปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2566)

เส้นทางของนโยบายเงินดิจิทัลในประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการอัดฉีดเงินจำนวนมากเข้าสู่กระเป๋าเงินดิจิทัลของประชาชน เป็นเส้นทางที่เต็มไปด้วยการถกเถียงทางการเมือง ความกังวลด้านเศรษฐกิจ และอุปสรรคทางราชการ โครงการนี้เปิดตัวโดยพรรคเพื่อไทยเป็นการกำหนดนโยบาย

สาธารณะเพื่อการหาเสียง โดยหวังว่าจะเพิ่มการใช้จ่ายและกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้มีความเฟื่องฟู สรุปกระบวนการนโยบายสาธารณะเงินดิจิทัล ดังนี้

การเริ่มต้นนโยบายเงินดิจิทัล

ในวันที่ 17 มีนาคม 2566 พรรคเพื่อไทยได้ประกาศนโยบายเงินดิจิทัลในระหว่างการเปิดตัวผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำนวน 400 คน นโยบายนี้มีแผนจะจัดสรรเงิน 10,000 บาท ให้กับประชาชนผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัล โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ความกังวลได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเกี่ยวกับแหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการจัดสรรจำนวนมากนี้

ในวันที่ 21 เมษายน 2566 มีการเปิดเผยเอกสารที่กำหนดความต้องการเงินทุนของนโยบาย ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 560,000 ล้านบาท สิ่งนี้ก่อให้เกิดคำถามและการถกเถียงอย่างมากเกี่ยวกับความเป็นไปได้และความยั่งยืนของการใช้จ่ายจำนวนมากเช่นนี้

กระบวนการนโยบายเงินดิจิทัล

วันที่ 2 มิถุนายน 2566 พรรคเพื่อไทยได้ชี้แจงว่าไม่ได้ใช้คำว่า "ยุดิ" หรือ "พับ" โครงการ แต่ "ชะลอ" เพื่อใช้เวลาในการเจรจาร่วมกับพรรคแกนนำจัดตั้งรัฐบาล ต่อมาในวันที่ 24 สิงหาคม 2566 พรรคเพื่อไทยในฐานะพรรคแกนนำจัดตั้งรัฐบาล ยืนยันว่าจะผลักดัน Digital Wallet 10,000 บาททันที คาดว่าจะใช้ได้ก่อนเทศกาลสงกรานต์ปี 2567

ในวันที่ 6 ตุลาคม 2566 กลุ่มนักวิชาการและนักเศรษฐศาสตร์จำนวน 99 คน ออกแถลงการณ์คัดค้านนโยบายนี้โดยระบุว่าไม่คุ้มค่า ส่งผลให้เกิดการโต้ตอบกันอย่างดุเดือดระหว่างสมาชิกพรรคเพื่อไทยและพรรคฝ่ายค้านในวันที่ 8 ตุลาคม 2566 โดยนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เศรษฐา ทวีสิน โพสต์ข้อความในวันที่ 14 ตุลาคม 2566 ว่าอย่าให้ผู้ที่คัดค้านโดยไร้เหตุผลมาหยุดโครงการนี้

การประชุมคณะกรรมการโครงการเติมเงิน 10,000 บาท ผ่าน Digital Wallet หลายครั้งเกิดขึ้นตลอดช่วงปลายปี 2566 และต้นปี 2567 โดยในวันที่ 19 มีนาคม 2567 เศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเปิดเผยว่าเตรียมนัดประชุมคณะกรรมการนโยบายโครงการเติมเงิน 10,000 บาท ผ่าน Digital Wallet ในอีก 1-2 สัปดาห์ข้างหน้า

ในวันที่ 10 กรกฎาคม 2567 กระทรวงการคลังยอมถอยไม่ใช้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โดยลดงบประมาณเหลือ 450,000 ล้านบาท และในวันที่ 15 กรกฎาคม 2567 คณะกรรมการฯ มีมติเห็นชอบกรอบวงเงิน 450,000 ล้านบาท และแหล่งที่มาของเงินใหม่โดยไม่กู้เงินจาก ธ.ก.ส.

สุดท้าย ในวันที่ 24 กรกฎาคม 2567 พิชัย ชุนทวิชิต รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ได้แถลงเปิดให้ประชาชนลงทะเบียนในระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม - 15 กันยายน 2567 และมีกำหนดเริ่มใช้จ่ายในไตรมาส 4 ของปีนี้ (Thai PBS POLICY WATCH, 2567)

คณะผู้เขียนบทความได้ทำการรวบรวมมุมมอง ความเห็น ของกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ “เงินดิจิทัล” ตลอดจนทำการสัมภาษณ์ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับนโยบายสาธารณะดังกล่าว รวม 5 กลุ่ม ประกอบด้วย นักวิชาการ นักวิจัยทางการเงิน นักการเมือง ผู้ประกอบกิจการ และประชาชน รายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความเห็นนักวิชาการ

โครงการเงินดิจิทัลเป็นโครงการเพิ่มรายจ่ายเพื่อการบริโภคในระยะสั้น การกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยการโอนเงินจากรัฐสู่ประชาชนเพื่อจับจ่ายใช้สอย 5 แสนล้านบาท จากการกู้เงินจากสถาบันการเงินภาครัฐ จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองเศรษฐกิจมหภาคของนิด้า และแบบจำลอง VAR พบว่า ผลของนโยบายเงินดิจิทัล 10,000 บาท ช่วยกระตุ้นอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ในปี 2568 ได้ร้อยละ 1.5 อาจทำให้เศรษฐกิจในปี 2568 ขยายตัวได้ร้อยละ 4 ถึง 5 (ยุทธนา เศรษฐปราโมทย์, 2566) ธนาคารโลกได้วิเคราะห์ว่า โครงการเงินดิจิทัล 10,000 บาท ช่วยเศรษฐกิจขยายตัว 0.5-1.0% ของ GDP ในช่วงระยะเวลา 2 ปี อาจทำให้ขาดดุลการคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 4-5 ของ GDP และหนี้สาธารณะอาจสูงขึ้นเป็นร้อยละ 65-66 ของ GDP จากร้อยละ 62 ความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณร้อยละ 2.7 ของ GDP เพื่อเพิ่มเศรษฐกิจร้อยละ 0.5-1.0 ของ GDP ในขณะที่เศรษฐกิจไทยกำลังฟื้นตัว จึงไม่จำเป็นต้องกระตุ้นการบริโภค ควรใช้จ่ายงบประมาณเพื่อเป็นรายจ่ายเพื่อการลงทุนสร้างศักยภาพระยะยาว การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสร้าง Digital Infrastructure (ทีปกร จิริจิตกุลชัย, 2567) สถานการณ์การคลังของไทยหลังจกดำเนินนโยบายเงินดิจิทัล 10,000 บาท เพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ร้อยละ 1 ของ GDP ทำให้งบประมาณของประเทศอยู่ในภาวะขาดดุล และนำมาสู่ความอ่อนแอของวินัยการคลัง ที่มีการดำเนินนโยบายการคลังแบบขาดดุลมาเกือบ 30 ปี อาจทำให้หนี้สาธารณะคงค้างของไทยเกินกรอบวินัยทางการคลัง มากกว่าร้อยละ 70 ของ GDP เสี่ยงสูญเสียความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนต่างประเทศ (ดวงมณี เลาวกุล, 2567)

กลุ่มที่ 2 ความเห็นจากนักวิจัยทางการเงิน

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ให้ความเห็นต่อนโยบายเงินดิจิทัล 3 ประเด็น 1) แหล่งที่มาของเงินงบประมาณ หากใช้งบประมาณแผ่นดิน ควรมีการศึกษาและนำเสนอข้อมูลแหล่งเงินงบประมาณ งบประมาณการวงเงินงบประมาณ และแนวทางในการบริหารงบประมาณรายจ่ายรายการต่าง ๆ และการใช้เงินงบประมาณต้องสอดคล้องกับกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง หากมีประเด็นข้อกฎหมายที่ต้องตีความหรือวินิจฉัย ควรหารือคณะกรรมการกฤษฎีกาให้ได้ข้อยุติ ประกอบกับด้านวินัยการเงินการคลัง ควรชี้แจงได้ว่าการดำเนินนโยบายเงินดิจิทัล เป็นการดำเนินนโยบายการคลังที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และได้มีการศึกษาความคุ้มค่า ต้นทุน ผลประโยชน์ เสถียรภาพ และความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนความยั่งยืนทางการคลังของรัฐ โดยครบถ้วนครอบคลุม 2) การพัฒนาและดำเนินการระบบเติมเงินผ่าน Digital Wallet ต้องมีข้อมูลที่ชัดเจน ทั้งในส่วนของผู้พัฒนาและดำเนินการระบบ หากไม่ใช้ระบบที่มีอยู่แล้ว ควรมียุทธศาสตร์ของระบบใหม่ที่ชัดเจน 3) แนวทางลดการทุจริตของโครงการ ต้องมีแนวทางในการเข้าร่วมโครงการของประชาชนและร้านค้าที่ชัดเจน และแนวทางในการป้องกันการทุจริตในลักษณะต่าง ๆ เช่น การทำธุรกรรมที่ไม่สอดคล้องกับเงื่อนไขโครงการ การโอนสิทธิ์ และการขายสิทธิ์ในการเข้าร่วมโครงการ เป็นต้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

นโยบายเงินดิจิทัลอาจส่งผลต่อยอดขายปลีกในปี พ.ศ. 2567 ร้อยละ 4 จากการคาดการณ์ว่าจะมีการขยายตัวร้อยละ 3 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 อาจไม่ทำให้การใช้จ่ายของประชาชนเปลี่ยนแปลง เนื่องจาก

ประชาชนนำเงินที่ได้รับจากรัฐบาลมาใช้จ่ายแทนเงินของตนเอง เงื่อนไขในการใช้เงินดิจิทัลอาจส่งผลกระทบต่อร้านค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค จากการกำหนดพื้นที่การใช้เงิน ระยะเวลาในการใช้เงิน ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายกระจุกตัวอยู่แค่บางร้านค้าและบางสินค้าเท่านั้น และการกำหนดเงื่อนไขประเภทร้านค้า การถอนเงินสดผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) ทั้งหมด 1.4 ล้านราย เป็นร้านค้าที่จดทะเบียนนิติบุคคลเพียง 2.8 แสนราย หรือร้อยละ 20 และร้านค้าไม่สามารถถอนเงินสดได้ทันทีหลังจากประชาชนใช้จ่าย ต้องไปใช้จ่ายกับร้านค้าที่อยู่ในระบบภาษี จึงสามารถถอนเงินสดได้ อาจทำให้จำกัดร้านที่สามารถเข้าร่วมโครงการฯ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

กลุ่มที่ 3 ความเห็นของนักการเมือง

โครงการแจกเงินดิจิทัล 10,000 บาท อาจส่งผลกระทบต่อสถานะการเงินของประเทศ อาจทำให้ต้นทุนการเงินและการคลังสูงขึ้น แม้รายได้รัฐบาลเพิ่มขึ้นแต่รายจ่ายเพิ่มขึ้นมากกว่า จนนำไปสู่การขาดดุลและหนี้สาธารณะที่สูงขึ้น สร้างภาระทางการคลังในอนาคต (กรณ์ จาติกวณิช, 2566)

ในขณะที่ส.ส.บัญชีรายชื่อและรองหัวหน้าพรรคก้าวไกล มีความเห็นต่อนโยบายเงินดิจิทัล รัฐบาลพยายามบอกว่าประเทศกำลังมีวิกฤตทางเศรษฐกิจ ซึ่งวิกฤตที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาเรื้อรัง สืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การแก้ไขปัญหาด้วยการกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้น จึงไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ และการนำนโยบายเงินดิจิทัลไปใช้จะสอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาวิกฤตที่เรื้อรังหรือไม่ เนื่องจากกว่าจะนำนโยบายไปดำเนินการอาจใช้เวลา ที่มาของแหล่งเงินงบประมาณ และพระราชบัญญัติกู้เงินไม่น่าจะผ่าน และอาจขัดต่อพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลัง อีกทั้งคณะกรรมการกฤษฎีกาไม่น่าจะเห็นด้วย เพราะผลกระทบจากนโยบายเงินดิจิทัลในหลาย ๆ เรื่อง (ศิริกัญญา ตันสกุล, 2566)

กลุ่มที่ 4 มุมมองจากผู้ประกอบการ

จากการสำรวจผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs) ทั่วประเทศ ต่อนโยบายเงินดิจิทัล 10,000 บาท พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs สนใจในการเข้าร่วมโครงการฯ 75.2% จากเดิม 82.9% มีสาเหตุมาจากความกังวลเรื่องการใช้สิทธิและการเบิกจ่ายเงิน เงื่อนไขของโครงการที่ให้ธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่สามารถเข้าร่วมได้ ทำให้ธุรกิจรายเล็กมีความกังวลต่อจำนวนผู้ใช้บริการ การขาดความพร้อมด้านอุปกรณ์ ทักษะความรู้ในการใช้งาน Super App และกลัวโดนเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง (มติชนออนไลน์, 2567)

จากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าโชห่วย ร้านขายยาแพ็บราณ ร้านขายหมูปิ้งมีความคาดหวังว่าโครงการนี้จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ช่วยทำให้ยอดขายเพิ่ม แต่ยังไม่เข้าใจเรื่องการใช้ระบบใหม่ที่ไม่ใช่แอปเปิ้ลหรือถุงเงิน และมีความลังเล เนื่องจากไม่ทราบรายละเอียดของนโยบาย เงื่อนไขของร้านค้าที่จะเข้าร่วมโครงการฯ และกังวลว่าจะไม่สามารถนำเงินออกมาเป็นเงินสดได้ ทำให้ร้านขาดสภาพคล่อง อีกทั้งเกรงว่าจะเหมือนโครงการคนละครึ่งที่ต้องรอในวันถัดไปถึงจะได้เงินมาใช้จ่าย ทำให้ไม่สามารถนำเงินที่ได้จากการค้าขายมาต่อยอดได้ทันที ในส่วนของผู้บริโภคอาจนำเงินก้อนนี้ไปใช้จ่ายซื้อของชิ้นใหญ่ มากกว่าจะมาซื้อหมูปิ้ง หรือของชิ้นเล็ก ๆ เม็ดเงินอาจไม่กระจายไปสู่ร้านค้ารายย่อย จึงเสนอความเห็นให้ปรับเงื่อนไขของ

ร้านค้าเล็ก ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษี เพราะร้านค้าเหล่านี้เป็นชนชั้นล่าง และต้องเอาเงินไปที่ขายได้มาไปซื้อของกับร้านใหญ่ ๆ ที่เข้าขึ้นทะเบียนภาษีอีกที สุดท้ายแล้วเงินก็จะเข้ากระเป๋านายทุนไม่กระจายสู่ฐานราก (PPTV HD 36, 2566) (ThaiPBSNews, 2566)

หลังจากที่รัฐบาลได้แถลงความคืบหน้าเกี่ยวกับนโยบายเงินดิจิทัล เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2567 นายสนั่น อังอุบลกุล ประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่า หากประชาชนได้ใช้เงินดิจิทัล ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2567 ทำให้มีเงินหมุนเวียนจากโครงการฯ 2 เดือน ช่วยกระตุ้น GDP ไตรมาส 4/2567 ได้ร้อยละ 0.5-1.0 ส่งผลให้ทั้งไตรมาส 4 GDP ขยายตัวรวมร้อยละ 3.5-4.0 และเพิ่ม GDP ทั้งปี 2567 อีกร้อยละ 0.2 ทำให้ GDP ขยายตัวเป็นร้อยละ 2.6-2.7 จากเดิมที่คาดการณ์ไว้ร้อยละ 2.4-2.5 (มติชนออนไลน์, 2567)

กลุ่มที่ 5 มุมมองจากประชาชน

ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน “การแจกเงินดิจิทัลวอลเล็ต ควรไปต่อหรือพอแค่นี้?” ระหว่างวันที่ 9 - 11 ตุลาคม 2566 จากประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ทั่วประเทศ จำนวน 1,310 ตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 47.10 ระบุว่า ดำเนินนโยบายต่อ แต่ควรมีการปรับให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน รองลงมา ร้อยละ 32.52 ระบุว่า ดำเนินนโยบายต่อตามที่ได้หาเสียง ร้อยละ 18.85 ระบุว่า ควรหยุดการดำเนินการในนโยบายนี้ได้แล้ว และร้อยละ 1.53 ระบุว่า ไม่ทราบ/ไม่ตอบ/ไม่สนใจ (ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า))

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลวังเจ้า อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก มีความเห็นเกี่ยวกับนโยบายเงินดิจิทัล 10,000 บาท เป็นโครงการที่ดีของรัฐบาล ช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายชีวิตประจำวัน มีเงินหมุนเวียนในชุมชน ที่แต่กังวลใจเรื่องข้อจำกัดการใช้เงินไม่สอดคล้องกับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ข้อจำกัดพื้นที่การใช้เงิน การจัดเก็บภาษีในอนาคต รวมทั้งงบประมาณและแหล่งที่มางบประมาณไม่ชัดเจน (นาย ก. อายุ 20 ปี) ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินในร้านค้าชุมชน สามารถแลกเปลี่ยนค่าในชีวิตประจำวัน แต่กังวลเรื่องการจัดเก็บภาษีในอนาคตและเป็นโครงการที่ใช้งบประมาณค่อนข้างมาก (นางสาว ข. อายุ 31 ปี) ในขณะที่ประชาชนบางรายไม่มีความเชื่อมั่นนโยบายดิจิทัล 10,000 บาท จะสามารถตอบสนองความต้องการผู้มีรายได้น้อย ระยะเวลาของการดำเนินการของนโยบายมีความล่าช้า ไม่มีความเหมาะสมของการนำงบประมาณมาใช้เมื่อเปรียบเทียบกับเบี้ยผู้สูงอายุ คิดว่าไม่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนได้ แต่ถ้าเป็นเงินสดจะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนได้ (นางสาว ค. อายุ 41 ปี) และมีข้อกังวลใจเรื่องการกระจายเงินไม่ทั่วถึง และความเหลื่อมล้ำระหว่างคนรวยกับคนจน (นาง ง. อายุ 55 ปี)

สรุปความเห็น มุมมองของ 5 กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักวิชาการ นักวิจัยทางการเงิน นักการเมือง ผู้ประกอบกิจการ และประชาชนต่อนโยบายเงินดิจิทัล รายละเอียดดังภาพ

สรุป มุมมองทั้ง 5 ด้าน

มุมมองด้านนักวิชาการ

- การใช้งบประมาณ 500,000 ล้านบาทกับโครงการเงินดิจิทัลคาดว่าจะสามารถกระตุ้นอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ได้ร้อยละ 1.5
- การดำเนินนโยบายดังกล่าวอาจนำไปสู่การขาดดุลการคลังที่เพิ่มขึ้น
- การขาดดุลการคลังอาจส่งผลกระทบต่อนโยบายการคลังในระยะยาว
- การจัดสรรงบประมาณเพื่อกระตุ้นการบริโภคควรพิจารณาเปลี่ยนไปใช้ในการลงทุนเพื่อสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจในระยะยาว

มุมมองด้านนักการเมือง

- มีผลกระทบต่อคลังในอนาคต โดยอาจเพิ่มหนี้สาธารณะและต้นทุนวินัยทางการคลัง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระยะยาว
- รายละเอียดไม่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทาง การดำเนินนโยบายเงินดิจิทัล ทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับการดำเนินงานและประสิทธิภาพของโครงการ
- แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับโครงการยังไม่แน่นอน อาจส่งผลกระทบต่อการวางแผนการคลังและการบริหารจัดการงบ

มุมมองด้านประชาชน

- ประชาชนส่วนใหญ่เห็นควรให้ดำเนินนโยบายต่อ แต่ต้องปรับให้เหมาะสม
- มีความกังวลเกี่ยวกับแหล่งที่มาของเงินงบประมาณและข้อจำกัดในการใช้เงินดิจิทัล
- มีการเสนอแนะให้ปรับรูปแบบจากเงินดิจิทัลวอลเล็ตเป็นเงินสด

มุมมองด้านนักวิจัยทางการเงิน

- รายละเอียดของโครงการเงินดิจิทัลวอลเล็ตยังไม่ชัดเจนรวมถึงแหล่งที่มาของงบประมาณที่ยังไม่แน่นอน
- กฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับการพิจารณาและตรวจสอบอย่างรอบคอบ
- การดำเนินนโยบายนี้อาจช่วยเพิ่มการขยายตัวของยอดขายปลีกได้เพียง 1%
- มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากข้อจำกัดในการใช้เงินดิจิทัลที่อาจจำกัด
- ข้อจำกัดของร้านค้าในการเข้าร่วมโครงการยังคงเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขเพื่อให้มีการกระจายการใช้จ่ายอย่างทั่วถึง

มุมมองด้านผู้ประกอบการ

- ความสนใจในการเข้าร่วมโครงการของผู้ประกอบการลดลง เนื่องจากรายละเอียดและเงื่อนไขของนโยบายยังไม่ชัดเจน โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าและธุรกิจขนาดเล็ก
- ผู้ประกอบการมีความกังวลเกี่ยวกับการถอนเงินออกจากระบบดิจิทัล โดยเสนอให้สามารถถอนเงินออกมาใช้ได้แบบวันต่อวัน เพื่อรักษาสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 1 สรุปความเห็น มุมมองของกลุ่มที่เกี่ยวข้องต่อนโยบายเงินดิจิทัล

บทสรุป

นโยบายสาธารณะที่ดีต้องผ่านกระบวนการศึกษาวิเคราะห์ตามหลักวิชาการก่อนนำนโยบายมาประยุกต์ใช้ การกำหนดนโยบายสาธารณะที่ดีต้องมาจากความต้องการของประชาชน และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายตามกฎหมายที่เลือกสาธารณะ ตลอดจนต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความเหมาะสมของนโยบายในมิติทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ (สัญญา เคนาภูมิ, 2564, น.43-68) ซึ่งจากนโยบายเงินดิจิทัลดังกล่าว คณะผู้เขียนมีข้อสังเกตว่านโยบายเงินดิจิทัลเป็นนโยบายที่กำหนด

มาเพื่อหาเสียงก่อนการเลือกตั้ง มีลักษณะคล้ายตัวแบบผู้นำ (Elite Model) โดยรัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายสาธารณะ และระบบราชการโดยข้าราชการเป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยประชาชนคือผู้ได้รับผลประโยชน์ เป็นการกำหนดนโยบายในลักษณะของบนลงล่าง (Top Down) จากรัฐบาลลงสู่ประชาชน กลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์จากนโยบายดังกล่าวก็จะเห็นด้วยกับนโยบาย และให้การสนับสนุนนโยบายดังกล่าว (ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์, 2561, น. 70-81) กระบวนการกำหนดนโยบายขาดการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น แหล่งที่มาของเงินงบประมาณ กลุ่มผลประโยชน์ การคาดการณ์ผลที่จะได้รับจากนโยบาย เป็นต้น อีกทั้งขาดการวิเคราะห์ความเหมาะสม การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบาย ความเป็นไปได้ของนโยบาย ตลอดจนกระบวนการในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และผลที่จะได้รับจากนโยบาย

นโยบายเงินดิจิทัลกับเศรษฐกิจฐานราก เป็นนโยบายเรือธงของรัฐบาลมีเป้าหมายเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ งบประมาณที่นำมาลงทุน 500,000 ล้านบาท ที่มาของงบประมาณจากการกู้เงิน และเงินเหลือจ่ายของงบประมาณ ปี พ.ศ. 2567 ความคาดหวังของรัฐบาลในการขับเคลื่อนนโยบายนี้ เพื่อทำให้เกิด “พายุหมุนทางเศรษฐกิจ” แต่่นโยบายเงินดิจิทัล ในมุมมองนักวิชาการ นักวิจัยทางการเงิน นักการเมือง ผู้ประกอบการ และประชาชน พบว่า มีข้อสังเกตของแหล่งที่มาของงบประมาณ ความชัดเจนและกระบวนการดำเนินการทางนโยบายที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ความคุ้มค่าของงบประมาณ 500,000 ล้านบาท ต่อการสร้างพายุทางเศรษฐกิจมีความเป็นไปได้หรือไม่ เมื่อเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ร้อยละ 1.5 กับความเสี่ยงด้านเสถียรภาพทางการคลังและหนี้สาธารณะของประเทศ การบริหารจัดการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ การป้องกันการทุจริตในการดำเนินนโยบาย และการดำเนินนโยบายดังกล่าวเกิดผลประโยชน์และความคุ้มค่าแก่ประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนฐานรากซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการดำเนินนโยบายเงินดิจิทัลในครั้งนี้ ประกอบกับยังมีข้อถกเถียงในสภาผู้แทนราษฎรถึงข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องว่า อาจขัดต่อพระราชบัญญัติกู้เงิน รวมทั้งการดำเนินนโยบายเพื่อรักษาสัญญาตามนโยบายที่ได้ให้สัญญาแก่ประชาชนก่อนการเลือกตั้ง

“พายุหมุนทางเศรษฐกิจ” นโยบายเงินดิจิทัลจะสามารถสร้างพายุหมุนทางเศรษฐกิจได้หรือไม่ ในขณะที่ประเทศไทยและทั่วโลกกำลังเผชิญปัญหาเศรษฐกิจ และศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี ได้ประเมินสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ณ สิ้นปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 91.4 หรือ 16.9 ล้านล้านบาท (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2567) อีกทั้งการลงทุนรวมของไทยลดลงอย่างรวดเร็ว สวนทางกับการบริโภคภาคเอกชนที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจถึงร้อยละ 3.1 ส่วนหนึ่งเนื่องจากนโยบายการกระตุ้นการบริโภคเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ผ่านมาพบว่าเศรษฐกิจไทยเจริญเติบโตได้จากแรงขับเคลื่อนของการบริโภคอย่างแท้จริง และพบว่าการลงทุนรวมของไทยอยู่ในระดับต่ำเกินไป มีส่วนทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโตช้าลง เมื่อพิจารณาการลงทุนในมิติของภาครัฐ พบว่ามีการจัดสรรงบประมาณในการลงทุนคิดเป็น 1 ใน 4 ของงบประมาณที่จัดสรรในแต่ละปี และงบประมาณที่ใช้เป็นงบประมาณเพื่อการซ่อม สร้างด้านสาธารณูปโภคและถนน ส่วนมิติเอกชนพบว่ามิติตางชะลอตัวจากปี 2547-2555 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.2 เหลือเพียงร้อยละ 1 ในปี 2556-2566 (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2567) ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การปิดตัวของโรงงาน พบว่าจากต้นปี 2566 โรงงานปิดรวม 1,700 แห่ง เฉลี่ยเดือนละ 159 โรงงาน กระทบจ้างงาน 42,000 ตำแหน่ง โดยโรงงานปิดตัว

สูงสุด 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการผลิตเครื่องหนัง การผลิตยาง อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมไม้ และการผลิตเครื่องจักร (ประชาชาติธุรกิจ, 2567) เห็นได้ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยอยู่ในระดับขาลง และนโยบายเงินดิจิทัลมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างพายุทางเศรษฐกิจในการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับครัวเรือนหรือฐานราก เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม กระตุ้นให้เกิดการลงทุน และการจ้างงานของภาคเอกชนเพิ่มมากขึ้น

“ประชาชน” จากนโยบายเศรษฐกิจฐานราก และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ต้องการสร้างงานสร้างอาชีพ ให้ประชาชนสามารถประกอบอาชีพ ทหารายได้ด้วยตนเอง มีการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ปรับตัวสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน นโยบายเงินดิจิทัลที่แจกเงินให้ประชาชนจับจ่ายใช้สอย 10,000 บาท เพื่อหวังให้ประชาชนนำไปซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภค-บริโภค ภายในพื้นที่อำเภอตามฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ ดังนั้น ประชาชนกลุ่มรากหญ้าที่อยู่ห่างไกล จะใช้สิทธิในการซื้อสินค้าอย่างไร และร้านค้าชุมชนที่จัดตั้งตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากไม่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด อีกทั้ง ความชัดเจนในการใช้สิทธิตามโครงการมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ประชาชนที่ได้รับสิทธิจะทำการซื้อสินค้าในร้านค้าชุมชน ร้านค้าธงฟ้า หรือไม่ เมื่อร้านสะดวกซื้อเข้าขายร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการฯ ประชาชนจะหันไปซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อมากกว่าหรือไม่ ทำให้เงินงบประมาณ 500,000 ล้านบาท ตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลที่ประสงค์ใช้ในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก สุดท้ายเงินงบประมาณจะถึงประชาชน หรือผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือเจ้าสัวตลอดจนเป็นการสร้างวินัย พฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสมแก่ประชาชนหรือไม่ หรือจะเป็นการสร้างวินัยด้านการใช้จ่ายของประชาชนที่ไม่ดี เนื่องจากต้องใช้เวลาให้หมดในระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้น จึงเหมือนเป็นการจุดพลุให้คนใช้จ่าย เม็ดเงินเข้าสู่ระบบ หลังจากนั้นเงียบ เนื่องจากประชาชนไม่ใช้จ่ายและมีสินค้าที่เหลืออยู่จากการกักตุนสินค้า

ในทัศนะของคณะผู้เขียนบทความ เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการนโยบายสาธารณะ ซึ่งควรมีการรวบรวมข้อมูลจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การรับฟังความเห็นของประชาชน การศึกษาความเป็นไปได้ ความเหมาะสมของนโยบาย ตลอดจนกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการกำหนดนโยบาย อีกทั้ง ความไม่ชัดเจนของนโยบาย แหล่งที่มาของเงินงบประมาณ ภายใต้เสียงวิพากษ์วิจารณ์ของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ออกมาคัดค้านนโยบายเงินดิจิทัล ที่เกรงว่าได้มีผลกระทบจากการนำนโยบายไปปฏิบัติในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก และไม่คุ้มค่ากับการนำงบประมาณ 500,000 ล้านบาท มาใช้ในการลงทุนเมื่อเทียบกับภาวะวินัยการคลังที่สั่นคลอน และหนี้สาธารณะของประเทศที่เพิ่มมากขึ้น คณะผู้เขียนบทความได้รวบรวมและวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวก พบว่านโยบายที่ให้ความสำคัญกับประชาชนส่วนใหญ่ที่เป็นรากฐานของประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก โดยการเพิ่มเม็ดเงินเข้าในระบบของเศรษฐกิจภายในประเทศ เพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้รับบริการ และเป็นการสร้างวินัยทางการเงินในรูปแบบดิจิทัลให้แก่ภาคประชาชน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต อย่างไรก็ตามผลกระทบเชิงลบมีข้อสังเกตว่านโยบายเงินดิจิทัล ยังขาดความเชื่อมั่นในกระบวนการกำหนดนโยบาย รายละเอียดของนโยบายที่ชัดเจน กระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และการประเมินผลนโยบาย ความคุ้มค่าของนโยบาย และผลกระทบจากการดำเนินนโยบาย เช่น ความคุ้มค่าด้านเศรษฐกิจ การส่งผลกระทบต่อวินัยการคลังของประเทศ หนี้สาธารณะ การทุจริตจากการดำเนินนโยบาย เป็นต้น แหล่งที่มาของงบประมาณ ความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลของประชาชน และ

การจัดเก็บภาษีหลังจากดำเนินนโยบาย เป็นต้น อีกทั้ง ความชัดเจน รายละเอียดของการเข้าร่วมโครงการฯ กลุ่มเป้าหมายทั้งประชาชนผู้ได้รับสิทธิซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง และร้านค้า ผู้ประกอบกิจการที่รับการใช้สิทธิจากประชาชนที่มีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดอย่างต่อเนื่อง ทำให้นโยบายเงินดิจิทัลยังไม่มีความชัดเจนแต่อย่างใด นโยบายเงินดิจิทัลจึงยังเป็นที่น่าสนใจของทิศทางกระบวนการดำเนินการตามนโยบาย และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งบประมาณ 500,000 ล้านบาท ต่อการเจริญเติบโตของ GDP เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 และจะสามารถก่อพายุหมุนทางเศรษฐกิจตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล

เอกสารอ้างอิง

กรณ์ จาติกวณิช. (2566). “กรณ์” เตือน แจกเงินดิจิทัล 10,000 บาท อาจสะท้อนต้นทุนการเงิน-การคลัง.

สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.springnews.co.th/news/กรุงเทพธุรกิจ>. (2567). เปิดความเห็น 'แบงก์ชาติ' ตั้ง 3 ประเด็น ดิจิทัลวอลเล็ต หนุนรัฐแจก 'แหล่งเงิน'.

สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก

<https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1121619>

กาญจนา รอดแก้ว ภูงศ์ เสนานุช และธนรงค์ จันใด. (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์ และริจิกัญจน์ สานนท์. (2561, พฤษภาคม-สิงหาคม). นโยบายสาธารณะและตัวแบบการกำหนดนโยบายสาธารณะ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 1(1): 70-81.

ดวงมณี เลาวกุล. (2567). “ดิจิทัลวอลเล็ต” เสี่ยงได้ไม่คุ้มเสียเหตุ “เพิ่มภาระหนี้สิน” กระตุ้นเศรษฐกิจระยะยาวไม่ได้. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <https://tu.ac.th/thammasat-030567-digital-wallet>

ทีปกร จิริจิตกุลชัย (2567). เศรษฐศาสตร์เรื่องการแจกเงินดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2567 เข้าถึงได้จาก <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-19>

นิด้าโพล. (2567). การแจกเงินดิจิทัลวอลเล็ต ควรไปต่อหรือพอแค่นี้. สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 มิถุนายน 2567 เข้าถึงได้จาก https://nidapoll.nida.ac.th/survey_detail?survey_id=660

บุษรา มัยอึ้ง และคณะ. (2566). ผลของนโยบายการคลังต่อเศรษฐกิจไทย. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12(1): 273-280

ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580).

ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 140 ตอนพิเศษ 51 ง, น. 16-1). วันที่ 15 มิถุนายน 2567 เข้าถึงได้จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>

ประชาชาติธุรกิจ. (2567). สัญญาณอันตราย 5 จุดฯ “ปิดกิจการ” สูงสุด เฉลี่ย 159 โรงงาน/เดือน. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-1583213>

มติชนออนไลน์. (2567). โพลเอสเอ็มอี ชี้สนใจเงินดิจิทัล 10,000 บาท น้อยลงเหตุกังวลเงื่อนไข-เบิกจ่าย. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก

https://www.matichon.co.th/economy/news_4608379

มติชนออนไลน์. (2567). ส่องน่านาทรศนะความเห็นนักการเมือง แจกเงินดิจิทัล 5 แสนล้าน. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก https://www.matichon.co.th/politics/news_4295684

มติชนออนไลน์. (2567). หอการค้าชี้เงินดิจิทัล 2 เดือนช่วยดันจีดีพี 1% หวังใช้จ่ายตกล้างเอสเอ็มอี.

สืบค้นเมื่อ (28 กรกฎาคม) จาก https://www.matichon.co.th/economy/news_4697734

ยุทธนา เศรษฐบรรณ (2566). โครงการแจกเงินดิจิทัล 10,000 บาท กับความยั่งยืนของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก

<https://thaipublica.org/2023/10/nida-sustainable-move54/>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). Digital wallet คาดกระตุ้นค้าปลีกปี' 67 เพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์เดิมเพียง 1 %. กระแสทรรศน์. ฉบับที่ 3483. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2567 เข้าถึงได้จาก

<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business>

ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move). (2559). Sustainable Development Goal. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 256, เข้าถึงได้จาก <https://www.sdgport-th.org/2021/06/sustainable-development-goal-sdg-booklet/>

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2567). ttb analytics ประเมินสัดส่วนหนี้ครัวเรือนไทยสิ้นปี 2567

อาจเพิ่มขึ้นแตะระดับ 91.4% ต่อจีดีพี. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก

<https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-thai-household-debt-end-2024>

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2567). ttb analytics ชี้การลงทุนไทยอยู่ในภาวะ “Under Investment”.

สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.ttbbank.com/th/newsroom>

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2564). เศรษฐกิจฐานราก. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก https://web.codi.or.th/development_project/20201125-20029/

สัญญา เคนาภูมิ. (2561). กระบวนการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะภายใต้กรอบแนวคิด ทางรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารนวัตกรรมการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 6(2): 1-19.

สัญญา เคนาภูมิ. (2561). กระบวนทัศน์ทางเลือกสาธารณะ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 9(2): 92-104.

สัญญา เคนาภูมิ. (2562). ตัวแบบทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 3(1): 95-115.

สัญญา เคนาภูมิ. (2564). การวิเคราะห์การกำหนดนโยบายสาธารณะในมิติรัฐศาสตร์. วารสารการจัดการภาครัฐและเอกชน. 28(2): 43-68.

สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 1/2567*

วันจันทร์ที่ 20 พฤษภาคม 2567. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก

https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13214&filename=QGDP_report

สำนักงบประมาณ (2567). *เอกสารงบประมาณ ฉบับที่ 3 เล่มที่ 8 งบประมาณรายจ่ายฉบับปรับปรุง*

ตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 กระทรวงมหาดไทย.

สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.bb.go.th/topic-detail.php>

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2566). *คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นายเศรษฐา ทวีสิน*

นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา วันจันทร์ที่ 11 กันยายน 2566. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา

สิริภคภมณ ตรัยตริงตริคุณ. ลักษณะ หมาจระเข้. (2565). *บทวิเคราะห์ 6 ปี “บัตรสวัสดิการ” งบประมาณ*

3.3 แล้งแล้ว ช่วย “คนจน” จริงไหม? สืบค้นเมื่อ (7 มิถุนายน 2567). จาก

<https://www.thaipbs.or.th/news/content/325546>

สุทธิ บุญมี. (2561). *ผลกระทบจากการทุจริตโครงการรับจำนำข้าว: กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก.*

วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ)

คณะรัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุทิน อรรถกร. (2560). *ทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ : ฐานคติและการนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการ*

บริหารภาครัฐของไทย. *วารสารการจัดการภาครัฐและเอกชน*. 24(1): 25-39

British Broadcasting Corporation New Thailand (BBC New Thai). (2565). *เทียบตัวเลขรัฐบาล*

ประยุทธ์ ใช้หนี้จำนำข้าว-ก่อหนี้ประกันรายได้เกษตรกร. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2567, เข้าถึง

ได้จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-61659180>

British Broadcasting Corporation New Thailand (BBC New Thai). (2566). *ตรวจการบ้านรัฐบาล*

เศรษฐา ดิจิทัลวอลเล็ต 10,000 บาท ยังไร้บทสรุป-ส่อลดผู้ได้รับอานิสงส์. สืบค้นเมื่อวันที่

7 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.bbc.com/thai/articles/cn393rgn2x5o>

Thai PBS POLICY WATCH. (2567). *ดิจิทัลวอลเล็ต 10,000 บาท*. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567,

เข้าถึงได้จาก <https://policywatch.thaipbs.or.th/policy/economy-2>

ผลลัพธ์ของแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย

Consequences of Employee Work Motivation in Thai Organizations

Received: 06/09/2567

Revised: 25/12/2567

Accepted: 28/12/2567

ณัชชา แนวศุณย์¹ และชุติกอร์ พรุ่งเกียรติ²

Natcha Naewsoon¹ and Chutikorn Prungkiat²

บทคัดย่อ

แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาองค์กรในระยะยาว บทความนี้มุ่งเสนอผลลัพธ์ที่เกิดจากแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย โดยอ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมในฐานข้อมูลที่ได้รับการยอมรับ ได้แก่ ไทยโจ และกูเกิล สโคลาร์ จำนวน 31 บทความ ผลการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อ (2) ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในกรอบระยะเวลา และทรัพยากรที่กำหนด (1) ความผูกพันต่อองค์กร สะท้อนถึงความตั้งใจของบุคลากรที่จะทำงานร่วมกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และแสดงถึงความภักดีต่อองค์กร (4) ความสุขในการทำงาน เกี่ยวข้องกับระดับความพึงพอใจและความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการทำงาน และ (3) คุณภาพชีวิตในการทำงาน รวมถึงความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ความปลอดภัยในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรที่ต้องการศึกษาและพัฒนาแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร โดยเฉพาะการทดสอบเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ รวมถึงเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการปรับกลยุทธ์ ด้านทรัพยากรมนุษย์ให้เหมาะสม นอกจากนี้ การสร้างแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและพนักงาน ส่งเสริมการทำงานอย่างยั่งยืน และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระดับองค์กร

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน, ความผูกพันต่อองค์กร, ประสิทธิภาพในการทำงาน

Abstract

Employee work motivation is a pivotal factor in enhancing organizational competitiveness and driving long-term development. This article presents the outcomes of employee work motivation within Thai organizations, derived from a comprehensive review of 31 scholarly articles obtained from reputable databases, including ThaiJo and Google Scholar. The review identifies that work motivation significantly influences four key

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

¹ Bachelor's Degree Student in Management Department, Faculty of Management Technology, RMUTI Surin Campus

² อาจารย์ ดร. ประจำสาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

² Lect. Dr. in Management Department, Faculty of Management Technology, RMUTI Surin Campus

* E-mail Chutikorn.pr@rmuti.ac.th เบอร์โทรศัพท์ 044-513236

dimensions: (1) Work Performance, defined as the ability to achieve set targets within specified timeframes and resource constraints. (2) Organizational Commitment, reflecting employees' dedication and loyalty, evidenced through their continuous engagement with organizational objectives. (3) Job Satisfaction, associated with the level of fulfillment and enjoyment derived from job responsibilities. And (4) Quality of Work Life, encompassing work-life balance, job security, and a supportive operational environment. These findings hold substantial implications for organizations seeking to study and improve employee motivation. They provide a foundation for empirical investigations into factors influencing work motivation and serve as a critical resource for refining human resource management (HRM) strategies. The effective application of motivational strategies can strengthen organizational-employee relationships, foster sustainable workforce engagement, and enhance organizational competitiveness in an increasingly dynamic business environment.

Keywords: Work Motivation, Organizational Commitment, Work Performance

บทนำ

ภาคเอกชนในประเทศไทย เป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสนับสนุนการพัฒนาประเทศ โดยมีบทบาทหลากหลาย เช่น การสร้างงาน การผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาใช้ในภาคอุตสาหกรรม ความสำคัญนี้สะท้อนถึงศักยภาพในการสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนและการปรับตัวต่อเศรษฐกิจและการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลก อย่างไรก็ตาม องค์กรในปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เช่น การแข่งขันที่รุนแรง สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน และสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น โรคระบาดและความเปลี่ยนแปลงในระบบการบริหารจัดการ (ชนาธิพย์ พันพุ่ม และณกมล จันทรสม, 2564) ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2565 ระบุว่า อัตราการลาออกของพนักงานในภาคเอกชนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี โดยมีปัจจัยหลัก เช่น การขาดแรงจูงใจความไม่สมดุลระหว่างชีวิตและงาน และการขาดโอกาสพัฒนาทักษะ ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนและศักยภาพการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

แรงจูงใจในการทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงาน โดยหมายถึงแรงผลักดันหรือเหตุผลที่กระตุ้นให้บุคคลมุ่งมั่นและกระตือรือร้นในการทำงาน ซึ่งอาจมาจากการรับรู้บทบาทสำคัญในงานและการตอบแทนที่เหมาะสม แรงจูงใจมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา และการพัฒนาตนเอง บุคลากรที่มีแรงจูงใจสูงมักแสดงถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาทักษะ ลดการขาดงาน และสร้างผลลัพธ์เชิงบวกให้แก่องค์กร นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ลดอัตราการลาออก และสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพในระยะยาว (จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และสุรศักดิ์ อุดมืองเพีย, 2563) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์นี้ ทฤษฎีแรงจูงใจ เช่น ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) และทฤษฎีความต้องการสามประการของ McClelland (1973) ช่วย

ให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ทฤษฎีของ Herzberg แบ่งแรงจูงใจออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivators) ซึ่งส่งเสริมความพึงพอใจและกระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เช่น ความสำเร็จและการยอมรับในงาน และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ที่ช่วยป้องกันความไม่พึงพอใจ เช่น ค่าตอบแทนและสภาพแวดล้อมการทำงาน ในขณะที่ทฤษฎีของ McClelland เน้นว่าบุคคลมีแรงจูงใจจากความต้องการด้านความสำเร็จ (Achievement) การมีอำนาจ (Power) และการสร้างสัมพันธภาพ (Affiliation) ทั้งสองทฤษฎีชี้ให้เห็นว่า การเข้าใจและตอบสนองต่อแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกของพนักงานมีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในองค์กรอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการศึกษา นี้อ้างอิงจาก ทฤษฎีระบบ (System Theory) โดยวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การป้อนเข้า (Input) เช่น ระดับแรงจูงใจและกลยุทธ์การมีส่วนร่วม การดำเนินการ (Process) เช่น การฝึกอบรมและขั้นตอนที่ช่วยกระตุ้นแรงจูงใจ ผลลัพธ์ (Output) เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และผลกระทบ (Impact) ต่อการดำเนินงานในองค์กร การศึกษาใช้ข้อมูลจากบทความวิจัย 31 บทความ จากฐานข้อมูล ไทยโจ (ThaiJo) และกูเกิล สโคลาร์ (Google Scholar) ระหว่างปี พ.ศ. 2560–2567 พร้อมข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งอื่น ๆ เช่น หนังสือ รายงานวิจัย และข้อมูลออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอกรอบแนวคิดเชิงลึกที่สามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนานโยบายด้านแรงจูงใจในองค์กร

ผลลัพธ์แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย

แรงจูงใจในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพและความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งสามารถส่งผลต่อความตั้งใจและความกระตือรือร้นในการทำงาน ตัวอย่างเช่น Herzberg (1959) อธิบายว่าแรงจูงใจมาจากปัจจัยภายในที่กระตุ้นให้บุคคลพยายามทำงานให้สำเร็จหรือพึงพอใจในสิ่งที่ทำ เช่น พนักงานที่มีความรู้สึกว่าการทำงานที่เขาทำมีความหมายและมีคุณค่าจะมีแนวโน้มที่จะทุ่มเทและทำงานอย่างเต็มที่ เมื่อพนักงานได้รับการยอมรับและรู้สึกถึงความสำเร็จในงานที่ทำ จะทำให้เขามีแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ในระยะยาว ในขณะที่ Ryan & Deci (2000) ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการเลือกทำกิจกรรมหนึ่งๆ โดยมีแรงผลักดันจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เช่น การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ หรือการได้รับผลตอบแทนจากการทำงาน เช่น เงินเดือนหรือรางวัลจากการทำงานดี ตัวอย่างเช่น หากองค์กรมีการให้รางวัลหรือโบนัสสำหรับพนักงานที่ทำงานได้ดี ก็จะกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรับผลตอบแทนที่มีมูลค่า

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของแรงจูงใจในการทำงาน สามารถแบ่งออกเป็นสามมิติหลัก ได้แก่ ทิศทาง (Direction) ความทุ่มเท (Intensity) และความสม่ำเสมอ (Persistence) โดยทิศทางหมายถึงการเลือกที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งตามความสนใจและความตั้งใจในการบรรลุผล เช่น พนักงานที่เลือกทำงานที่มีความท้าทายเพื่อพัฒนาตนเองแทนการทำงานที่สะดวกๆ เป็นการแสดงออกถึงทิศทางที่มีแรงจูงใจสูง (Locke & Latham, 2002) ส่วนความทุ่มเท (Intensity) คือความมุ่งมั่นในการทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ ตัวอย่างเช่น พนักงานที่ทุ่มเทในการทำงานหนักเพื่อให้โครงการสำเร็จตามเป้าหมายแสดงถึงความทุ่มเทที่มีต่อการทำงาน

นั้น (Ryan & Deci, 2000) ความสม่ำเสมอ (Persistence) หมายถึงความสามารถในการรักษาความพยายามในการทำงานให้ต่อเนื่อง แม้จะเผชิญกับอุปสรรค ตัวอย่างเช่น พนักงานที่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างโครงการและยังคงทำงานให้เสร็จตามเวลาแม้จะมีความท้าทายแสดงถึงความสม่ำเสมอในการทำงาน (Ivancevich & Matteson, 2011)

การเข้าใจองค์ประกอบของแรงจูงใจเหล่านี้ช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบและสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสม โดยใช้ทั้งการจูงใจเชิงบวก เช่น การให้รางวัลและคำชื่นชม เพื่อกระตุ้นให้พนักงานทำงานด้วยความตั้งใจ และการจูงใจเชิงลบ เช่น การลงโทษหากไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานอย่างเต็มที่ ตัวอย่างเช่น หากบริษัทให้รางวัลแก่พนักงานที่มีผลงานดีอย่างสม่ำเสมอ ก็จะกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและตั้งใจทำงานมากขึ้น การสร้างแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพเช่นนี้จะช่วยเพิ่มความผูกพันของพนักงานกับองค์กรส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจและมีความสุขในการทำงาน ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญ ได้แก่ ความผูกพันกับองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความสุขในการทำงาน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลลัพธ์ที่เกิดจากแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย

นักวิจัย	ปัจจัยผลลัพธ์				
	ความผูกพันต่อองค์กร	ประสิทธิภาพในการทำงาน	คุณภาพชีวิตในการทำงาน	ความสุขในการทำงาน	
อติทยา เล็กประทุม และเฉลิมขวัญ สิงห์วี (2563)	✓				
กฤตพล ณ พัทลุง และ ปิยะมาศ สือสวัสดิ์วินัย (2567)		✓			
มฤดี ปรีเส, สุมิตรา ยาประดิษฐ์, พีระฉัตร คชลี, จันจิรา เผือกแสงทิพย์ และวิจิตรา พนมทิพย์ทศพล (2565)	✓				
ชลปวีร์ เดชขุนทด และสุมิตรา ยาประดิษฐ์ (2566)	✓				
อรรถพงษ์ ชุ่มเขียว, จินดา ทับทิมดี, วนัส เพ็ชรรัตน์, กนกวรรณ อ่วมคำ, ภิญญาพัชญ์ พรหมมา และจิราพร คันชัง (2565)	✓				
ศิริรัตน์ ช้องวงศ์, เอกสิทธิ์ สนามทอง และนิธิเดช คูหาทอง สัมฤทธิ์ (2566)	✓				
กฤตภาคิน มิ่งโสภา, บุษกร วัฒนบุตร และวิโรจน์ หมั่นเทพ (2566)		✓			
กิงฉัตร โธหารวัตร (2561)			✓		

นักวิจัย	ปัจจัยผลลัพธ์			
	ความผูกพันต่อองค์กร	ประสิทธิภาพในการทำงาน	คุณภาพชีวิตในการทำงาน	ความสุขในการทำงาน
ชัยญานูช อาจคำ (2566)		✓		
พีระพัฒน์ สมศรี (2564)		✓		
วัลลีย์ พุทโธสม และจิระภา จันทร์บัว (2564)		✓		
ณัฐนันท์ ศรีนุกูล, สามารถ อัยกร และชาติชัย อุดมกิจมงคล (2565)				✓
ปาริฉัตร สุรเดช และกฤษฎา มูฮัมหมัด (2560)	✓			
ธิภาพร ทองทักษิณ และศิริพร เลิศยังยศ (2564)		✓		
ประยูร ศรีอุดมกุล และสุมาลี รามัญ (2565)		✓		
ภัคกร อินทราพรรณ, สมพล ทุ่มหว่า, ทองฟู ศิริวงศ์ และธรรมศักดิ์ ค่วยเทศ (2566)	✓			
ชนาธิพย์ พันพุ่ม และณกมล จันทร์สม (2564)		✓		
สุกัญญา นันทะจันทร์, สุมาลี รามัญ และธัญนันท์ บุญอยู่ (2565)				✓
	7	8	1	2

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงผลลัพธ์แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรในประเทศไทยมีทั้งหมด 18 งานวิจัย พิจารณาถึงผลลัพธ์ที่สำคัญ ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความสุขในการทำงาน โดยสัดส่วนของการศึกษาตัวแปรต่างๆ มีดังนี้ (1) ประสิทธิภาพในการทำงาน ได้รับการศึกษาใน 8 งานวิจัย (ร้อยละ 44) (2) ความผูกพันต่อองค์กร ได้รับการศึกษาใน 7 งานวิจัย (ร้อยละ 39) (3) ความสุขในการทำงาน ได้รับการศึกษาใน 2 งานวิจัย (ร้อยละ 11) และ (4) คุณภาพชีวิตในการทำงาน ได้รับการศึกษาใน 1 งานวิจัย (ร้อยละ 6) ดังนั้น ปัจจัยที่ได้รับการศึกษาและนำไปใช้อย่างแพร่หลายในประเทศไทย ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงาน รองลงมา ความผูกพันต่อองค์กร ความสุขใน การทำงาน และ คุณภาพชีวิตในการทำงาน ตามลำดับ

1. ประสิทธิภาพในการทำงาน (Work Performance)

ประสิทธิภาพในการทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในยุคที่การแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานนั้นมีหลายปัจจัย เช่น ความสามารถ ทักษะ และการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ที่สำคัญที่สุดคือ "แรงจูงใจ" ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นให้พนักงานพยายามทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ประยูร ศรีอุดมกุล และสุมาลี รามัญญ, 2565) การมีแรงจูงใจที่สูงช่วยกระตุ้นให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานและทำให้งานออกมามีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานยังเกี่ยวข้องโดยตรงกับความพอใจและความสุขในการทำงาน เนื่องจากพนักงานที่รู้สึกพึงพอใจและมีความสุขในการทำงานมักจะมีแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน ซึ่งส่งผลให้พวกเขาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (อัครเดช ไม้จันทร์, 2560) องค์ประกอบที่สำคัญของประสิทธิภาพในการทำงานประกอบด้วยหลายมิติ เช่น คุณภาพของงาน ปริมาณงาน และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (ประยูร ศรีอุดมกุล และสุมาลี รามัญญ, 2565) คุณภาพของงานหมายถึงการทำงานที่มีมาตรฐานและสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรได้อย่างครบถ้วน เช่น พนักงานที่สามารถทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลาและมีคุณภาพสูงตามที่องค์กรคาดหวัง ส่วนปริมาณงานหมายถึงจำนวนงานที่พนักงานสามารถทำได้ในเวลาที่กำหนด การทำงานที่มีประสิทธิภาพจึงต้องสามารถทำงานได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการขององค์กรในขณะเดียวกัน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดก็เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการทำงานเพื่อให้สามารถทำงานได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น องค์กรที่ใช้ระบบการจัดการข้อมูลอัตโนมัติในการประมวลผลข้อมูลสามารถลดเวลาในการทำงานและเพิ่มความแม่นยำในการทำงานได้อย่างมาก

จากการศึกษาหลายๆ งานวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการทำงานไม่เพียงแต่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในระดับบุคคล แต่ยังส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าและความยั่งยืนขององค์กรด้วย (กฤตพล ณ พัทลุง และปิยะมาศ สือสวัสดิ์วิชัย, 2567) การพัฒนาแรงจูงใจให้แก่พนักงานผ่านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การพัฒนาทักษะ และการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในที่ทำงาน สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างมั่นคง ดังนั้น แรงจูงใจในการทำงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและช่วยให้องค์กรและบุคลากรประสบความสำเร็จในระยะยาว

นำไปสู่ **ข้อเสนอที่ 1: แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน**

2. ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment)

จากการทบทวนการศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ความผูกพันที่ดีของพนักงานสามารถเกิดขึ้นจากแรงจูงใจในการทำงานที่มีความหมายและมีคุณค่า การมีความผูกพันต่อองค์กรหมายถึงการที่พนักงานรู้สึกมีบทบาทสำคัญในองค์กรและเชื่อมั่นในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงานในระยะยาว โดยความผูกพันที่สูงสามารถช่วยลด

อัตราการลาออก เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และกระตุ้นให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานอย่างเต็มที่ เมื่อพนักงานมีความผูกพันสูง พวกเขาจะแสดงความทุ่มเทและมุ่งมั่นในการทำงาน ส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างนวัตกรรมและขับเคลื่อนการเติบโตได้อย่างยั่งยืน และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดีกว่า

การสร้างความผูกพันในองค์กรไม่เพียงแต่ต้องอาศัยแรงจูงใจจากการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน แต่ยังต้องมีการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งเสริมความผูกพันอย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบที่สำคัญของความผูกพันในองค์กรประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในความยุติธรรมของการบริหาร การได้รับการยอมรับ และการสนับสนุนจากผู้บริหาร รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่มีผลต่อการทำงานขององค์กร (จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และ สุรศักดิ์ อุดเมืองเพีย, 2563) ตัวอย่างเช่น การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับความเห็นของพนักงานในการกำหนดทิศทางขององค์กร หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและผู้บริหาร อาจช่วยเพิ่มความรู้สึกผูกพันและทำให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กร ยิ่งไปกว่านั้น การสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรและเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ เช่น การจัดฝึกอบรม หรือการมอบหมายงานที่ท้าทาย ก็จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรได้ดีขึ้น

การศึกษาโดยภัคกร อินทร์พรหม (2566) พบว่า การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีและการให้รางวัลมีผลอย่างชัดเจนต่อความผูกพันของพนักงาน เช่น การให้คำชมในการทำงานที่มีคุณภาพ หรือการให้รางวัลที่เหมาะสมกับความพยายามของพนักงาน สามารถกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกถึงการยอมรับและมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ตัวอย่างเช่น ในองค์กรที่มีการจัดโปรแกรมพัฒนาทักษะพนักงานอย่างต่อเนื่อง และให้รางวัลตามผลการทำงานที่ดี พนักงานมักจะรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและเชื่อมโยงกับความสำเร็จขององค์กร ส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นและกระตุ้นให้พนักงานทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น นำไปสู่ **ข้อเสนอที่ 2: แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร**

3. ความสุขในการทำงาน (Job Satisfaction)

ความสุขในการทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างราบรื่น และมีบทบาทในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเติบโตขององค์กร โดยความสุขในการทำงานสามารถส่งผลให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ ลดความเครียด และลดความขัดแย้งภายในองค์กร ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา องค์ประกอบสำคัญของความสุขในการทำงาน ได้แก่ การได้รับความภาคภูมิใจในงานที่ทำ การรับรู้ถึงความสำคัญของงาน และการได้รับการยอมรับในคุณค่าของงาน ซึ่งส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกมีความพึงพอใจใน การทำงานและมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดีที่สุด นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การมีความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน ความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หรือการได้รับความรู้สึกถึงการได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และการส่งเสริมวัฒนธรรมที่เป็นบวกสามารถเพิ่มความสุขในการทำงาน ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างเช่น การสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ในที่ทำงาน เช่น การจัดกิจกรรมสังสรรค์ประจำปีหรือการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการสร้างการเข้าใจระหว่างพนักงานกับผู้บังคับบัญชา การให้การสนับสนุนในการพัฒนาความสามารถของพนักงานผ่านการอบรมหรือการมอบหมายงานที่ท้าทาย เพื่อให้

พนักงานรู้สึกว่าการได้รับการสนับสนุนและมีโอกาสพัฒนา โดยกิจกรรมเหล่านี้สามารถสร้างความสุขในการทำงานและเสริมสร้างการทำงานร่วมกันที่ดีในองค์กร การศึกษาโดยณัฐนันท์ ศรีนุกูล, สามารถ อัยกร และชาติชัย อุดมกิจมงคล (2565) พบว่า แรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจและความสุขในการทำงานของบุคลากร โดยแรงจูงใจภายใน เช่น การได้รับการยอมรับและการได้รับโอกาสในการพัฒนาอาชีพ จะส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ส่วนแรงจูงใจภายนอก เช่น การได้รับรางวัลหรือสวัสดิการที่ดี สามารถกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกภูมิใจและมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีและการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นบวก เช่น การมีการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารและพนักงาน จะช่วยเสริมสร้างความสุขในการทำงานและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

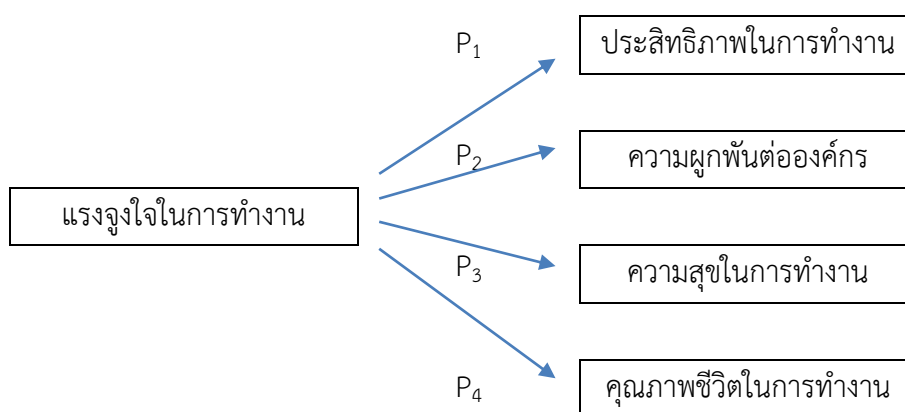
ด้วยเหตุนี้ การสร้างความสุขในการทำงานไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองต่อความต้องการทางกายภาพและอารมณ์ของพนักงานเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความผูกพันกับองค์กรและส่งเสริมการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การให้ความสำคัญกับแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่สามารถกระตุ้นความสุขในการทำงาน เป็นการลงทุนที่มีผลตอบแทนสูงในการพัฒนาประสิทธิภาพและความสำเร็จขององค์กรนำไปสู่ **ข้อเสนอที่ 3: แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความสุขในการทำงาน**

4. คุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life)

คุณภาพชีวิตในการทำงานหมายถึงระดับความพึงพอใจและความสมดุลที่บุคคลสามารถสร้างได้ในชีวิตการทำงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานประกอบด้วยหลายด้าน เช่น คุณลักษณะบุคคล สภาพจิตใจ สังคม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดมีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตทั่วไปและคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Kahn et al., 1964) การบริหารจัดการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายและนโยบายขององค์กร จะช่วยส่งเสริมให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นและเต็มใจในการทำงานอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมที่ดี บุคลากรจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและมีเป้าหมายร่วมกับองค์กร ซึ่งนำไปสู่ผลตอบแทนที่ดีและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ลักษณะสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงานประกอบด้วย 8 ประการ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย ลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับสังคมโดยตรง ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ลักษณะงานที่ส่งเสริมการบูรณาการทางสังคม โอกาสในการพัฒนาความรู้และทักษะ การทำงานที่สนับสนุนการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์ที่ดีในทีม และการปฏิบัติงานตามกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม เพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรม การศึกษาของกิงฉัตร โอฬารวัตร (2561) พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานประกอบด้วยปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน โดยปัจจัยจูงใจเน้นการสร้าง ความพึงพอใจในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ปฏิบัติงานเอง ขณะที่ปัจจัยค้ำจุนมุ่งเน้นไปที่ความต้องการที่ไม่สามารถตอบสนองได้ทั้งหมด เช่น ความต้องการสิ่งแวดล้อมที่ดีในการทำงาน (Herzberg et al., 1959) ตัวอย่างเช่น ความพึงพอใจจากการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานหรือการได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะในองค์กร ซึ่งส่งเสริมให้บุคลากรรู้สึกมีคุณค่าและเป็นส่วนสำคัญขององค์กร

ตามทฤษฎีความต้องการของ McClelland (1973) ซึ่งมีสามประเภทหลัก ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการการมีอำนาจ และความต้องการสัมพันธ์ภาพที่ดี การกระตุ้นให้บุคคลตอบสนองต่อความต้องการที่สูงขึ้นช่วยสร้างพฤติกรรมที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน ตัวอย่างเช่น การที่องค์กรจัดโครงการส่งเสริมความสำเร็จส่วนบุคคลหรือการสร้างโอกาสในการพัฒนาผู้นำภายในทีม สิ่งเหล่านี้ส่งเสริมให้บุคลากรมีความพึงพอใจในงานและสร้างความมุ่งมั่นในการทำงานมากยิ่งขึ้น นำไปสู่ **ข้อเสนอที่ 4: แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน** จากการศึกษาผลลัพธ์ของแรงจูงใจในการทำงานทั้ง 4 ตัวแปร สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในอนาคตได้ ดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดปัจจัยเชิงผลลัพธ์ของแรงจูงใจ

บทสรุป

บทความนี้วิเคราะห์และเสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยผลลัพธ์ที่เกิดจากแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรประเทศไทย โดยระบุว่าแรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานในองค์กร ท่ามกลางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล การสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ส่งเสริมคุณภาพชีวิต และสร้างความสุขในการทำงาน ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความสำเร็จขององค์กร ในมิติของ (1) ความผูกพันต่อองค์กร พบว่าแรงจูงใจช่วยให้พนักงานมีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายขององค์กร เพิ่มความภักดีและลดอัตราการลาออก ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ในมิติของ (2) ประสิทธิภาพการทำงาน แรงจูงใจช่วยให้พนักงานบรรลุเป้าหมายด้วยประสิทธิภาพสูงขึ้น พัฒนาทักษะและความสามารถเพื่อเพิ่มผลผลิตและสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร ส่วน (3) คุณภาพชีวิตในการทำงาน แรงจูงใจส่งผลต่อสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน โดยสนับสนุนให้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน เช่น สวัสดิการที่เหมาะสมและโอกาสในการพัฒนาตนเอง สุดท้าย (4) ความสุขในการทำงาน เกิดจากการยอมรับและรางวัล ช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงาน และสร้างทัศนคติเชิงบวก ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และบรรยากาศการทำงานที่ดี ผลการศึกษานี้มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนานโยบายทรัพยากรบุคคล โดยสามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนแรงจูงใจและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในระยะยาว กรอบแนวคิดที่นำเสนอในบทความนี้ยังสามารถเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ เพื่อสำรวจ

ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในประเทศไทย นอกจากการสร้างความสำเร็จในประเด็นสำคัญของแรงจูงใจแล้ว ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ระหว่างแรงจูงใจและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรในระดับชาติและนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กฤตพล ณ พัทลุง, & ปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์ดิษฐ์. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสงขลา. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 9(1): 218–233.
- กฤตภาคนิ มิ่งโสภา, บุษกร วัฒนบุตร, & วิโรจน์ หมั่นเทพ. (2566). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 12(3): 31–50.
- กิ่งฉัตร โอฬารวัตร. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจ การทำงานเป็นทีม และสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 1–46.
- จักรี ศรีจารุเมธีญาณ, & สุรศักดิ์ อุดเมืองเพีย. (2563). แรงจูงใจในการทำงาน. *วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์*, 5(1): 424–436.
- ชนาทิพย์ พันพุ่ม, & ณกมล จันทรสม. (2564). แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม กรณีศึกษา สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 16(1), 1278–1287.
- ชลปวีร์ เดชขุนทด, & สมิตรา ยาประดิษฐ์. (2566). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดราชบุรี. *วารสารมหาจุฬานาครพรรณ์*, 10(7): 158–167.
- ชัยญานุช อาจคำ. (2566). แนวทางการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้นโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: รป.ม. (นโยบายสาธารณะ), มหาวิทยาลัยพะเยา, 1–112.
- ณัฐนันท์ ศรีบุญ, สามารณ อัยกร, & ชชาติชัย อุดมกิจมงคล. (2565). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรสังกัดกระทรวงแรงงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 2(5): 253–272.
- ธิภาพร ทองทักษิณ. (2565). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานต่างด้าว. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(1): 16–30.
- ประยูร ศรีอุดมกุล, & สุมาลี รามัญ. (2565). ความพอใจในการทำงานระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(45): 250–265.

- ปาริฉัตร สุรเดช, & กฤษฎา มุฮัมหมัด. (2560). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันกับองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต*, (12): 274–287.
- พีระพัฒน์ สมศรี. (2564). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของกรมชลประทาน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 18(1): 172–183.
- ภัคกร อินทรพรรณ, สมพล ทุ่มหว่า, ทองฟู ศิริวงศ์, & ธรรมศักดิ์ ค่วยเทศ. (2566). บรรยากาศองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฟิตเนสแบรนด์หนึ่งในประเทศไทย. *วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 2(3): 40–53.
- มลฤดี ปุริส, สุมิตรา ยาประดิษฐ์, พีระฉัตร คชลี, จันจิรา เผือกแสงทิพย์, & วิจิตรา พนมทิพย์ทศพล. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันองค์กรของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1): 270–285.
- วัลลี พุทโสม, & จิระภา จันทรบัว. (2564). อิทธิพลของบทบาทการทำงาน กระบวนการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาในสถาบันการศึกษาสามแห่ง. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 27(1): 94–112.
- ศิริรัตน์ ช้องวงศ์, เอกสิทธิ์ สนามทอง และนิติเดช คูหาทองสัมฤทธิ์. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานล่ามภาษาอาหรับ โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 3(4): 495–518.
- สุกัญญา นันทะจันทร์. (2565). อิทธิพลระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและความสุขในการทำงานของพนักงาน. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1): 121–136.
- อติยา เล็กประทุม, & เฉลิมขวัญ สิงห์วี. (2563). แรงจูงใจในการทำงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชนแห่งหนึ่ง. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 46(1): 174–217.
- อรรถพงษ์ ชุ่มเขียว, จินดา ทับทิมดี, วนัส เพ็ชรรัตน์, กนกวรรณ อ่วมคำ, ภิญญาพัชญ์ พรหมมา, & จิราพร คันซัง. (2565). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทเอกชนในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 13(2): 84–97.
- อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ บัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Ivancevich, J. M., & Matteson, M. T. (2011). *Organizational behavior and management* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

- Kahn, W. A., Wolfe, D. M., Quinn, R. P., Snoek, J. D., & Rosenthal, R. A. (1964). *Organizational stress: Studies in role conflict and ambiguity*. Wiley.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task performance. *American Psychologist*, 57(9): 705–717.
<https://doi.org/10.1037/0003-06657.9.705>
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist*, 28(1): 1–14. <https://doi.org/10.1037/h0034693>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 101860.
<https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>

คู่มือสำหรับผู้เขียนบทความ

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

1. ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยเสนอหรือกำลังเสนอตีพิมพ์ในวารสารวิชาการใดมาก่อน
2. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
3. วารสารฯ รับตีพิมพ์บทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) ที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์
4. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่ได้ลอกเลียนหรือดัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่น หรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือปราศจากการอ้างอิงที่ถูกต้อง
5. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากกองบรรณาธิการและการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์และได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์บทความอย่างน้อย 3 คน จากผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยผู้พิจารณาไม่ทราบผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-Blind Peer Review)
6. ผู้เขียนต้องจัดเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบตามข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับอย่างเคร่งครัด
7. ผู้เขียนต้องยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการวารสารกำหนดและผู้พิมพ์ต้องยินยอมให้บรรณาธิการแก้ไขความสมบูรณ์ของบทความได้ในขั้นสุดท้ายก่อนเผยแพร่
8. การอนุมัติให้ลงตีพิมพ์ได้หรือไม่นั้น ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการวารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ถือเป็นที่สุด

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับบทความ

การจัดพิมพ์ต้นฉบับ ผลงานที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ควรมีความยาวประมาณ 8-15 หน้ากระดาษ A4 บทความภาษาไทยพิมพ์ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point บทความภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point

ส่วนประกอบของบทความ

บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับ เนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็นอย่างสมบูรณ์ โดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบที่แตกต่าง)

1.1 ชื่อเรื่อง (Title) ความสอดคล้องกับสาระสำคัญของการวิจัย การใช้คำศัพท์ทางวิชาการได้อย่างถูกต้องตามศัพท์ บัญญัติของแต่ละสาขาวิชา (discipline) และความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนในแวดวงวิชาการและวิชาชีพ

1.2 บทคัดย่อ (Abstract) สรุปเนื้อหาของบทความให้ได้ใจความชัดเจน และควรมีทั้ง

ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ให้มีจำนวนคำควรอยู่ระหว่าง 200-300 คำควรเป็นบทคัดย่อที่สั้น ใช้คำได้กระชับและให้สาระสำคัญตรงประเด็น

1.3 คำสำคัญ (Keywords) ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหาเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นตัวค้นในระบบฐานข้อมูล

1.4 บทนำ (Introduction) เป็นส่วนแนะนำและปูพื้นเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา รวมทั้งระบุ ถึงขอบเขตเนื้อหาของบทความ

1.5 หัวข้อเนื้อเรื่อง (Body of Text) เป็นส่วนหลักของเนื้อหาบทความ มีการแบ่งประเด็นออกเป็นย่อๆ และมีการจัดเรียงลำดับเป็นหัวข้อตามรายละเอียดของเนื้อหา

1.6 บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปเนื้อหาในบทความทั้งหมดออกมาอย่างชัดเจน และกระชับ โดยมีการสรุป ปิดท้ายเนื้อหาที่เราได้นำเสนอว่ามีข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ผลดี หรือผลเสียเป็นอย่างไร

1.7 เอกสารอ้างอิง (Reference) เขียนบรรณานุกรมในรูปแบบ APA 6 th edition (American Psychological Association)

บทความวิจัย ควรมีการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้รับอย่างเป็นระบบ โดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

2.1 ชื่อเรื่อง (Title) ชื่อควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา ความสอดคล้องกับสาระสำคัญของการวิจัย การใช้คำศัพท์ทางวิชาการได้อย่างถูกต้องตามศัพท์ บัญญัติของแต่ละสาขาวิชา (discipline) และความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนในแวดวงวิชาการและวิชาชีพ

2.2 ชื่อผู้เขียนและหน่วยงานสังกัด ให้ระบุชื่อ-นามสกุลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่ต้องระบุตำแหน่งหรือคำนำหน้าชื่อแต่ให้ระบุงานประจำและหน่วยงานสังกัดที่เชิงอรรถ

2.3 บทคัดย่อ (Abstract) ควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด (การเขียนบทคัดย่อ คือการสรุปสาระสำคัญของเรื่องโดยเฉพาะวัตถุประสงค์ วิธีการ และผลการวิจัย)

2.4 คำสำคัญ (Keyword) ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหาเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นตัวค้นในระบบฐานข้อมูล

2.5 บทนำ (Introduction) เป็นการอธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา และเหตุผลที่นำไปสู่การวิจัยมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนหรือโต้แย้ง รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.6 วัตถุประสงค์ (Research Objectives) ระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

2.7 วิธีการวิจัย (Research Methodology) อธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจน ประกอบด้วยหัวข้อย่อยดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง พื้นที่ศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

2.8 ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการวิจัยที่ตรงประเด็นตามลำดับขั้นของการวิจัย การใช้ตารางหรือแผนภูมิไม่ควรเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิโดยมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบอย่างชัดเจน

2.9 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ (Conclusion Discussion and Suggestions)
สรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย ผสมผสานเปรียบเทียบและตีความผลการวิจัยให้เข้ากับหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเชื่อมโยงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ประโยชน์

2.11 เอกสารอ้างอิง (Reference) เขียนบรรณานุกรมในรูปแบบของ APA (American Psychological Association)

จริยธรรมของการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน (Duties of Authors)

1. ผลงานของผู้เขียนต้องเป็นผลงานใหม่และไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งจากที่ใดมาก่อน
2. ผู้เขียนต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำข้อความใด ๆ มาใช้ประกอบการเขียนบทความของตนเอง รวมทั้งมีการจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความให้ครบถ้วน
4. ผู้เขียนต้องเขียนบทความวิจัยให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้ในวารสาร
5. ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคนต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยจริง
6. ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำวิจัยนี้ (ถ้ามี)
7. ผู้เขียนต้องไม่นำผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่กับวารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการไปตีพิมพ์หรือเผยแพร่กับแหล่งอื่นในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความ ทั้งรูปแบบ ความครบถ้วน และคุณภาพของบทความ ก่อนเริ่มกระบวนการประเมินบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ
2. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณาบทความโดยปราศจากอคติที่มีต่อผู้เขียนทั้งในด้านเชื้อชาติ เพศ ศาสนา วัฒนธรรม การเมือง และสังกัดของผู้เขียน
3. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ ให้แก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง
4. บรรณาธิการจะเป็นผู้ตัดสินใจคัดเลือกบทความเข้าสู่กระบวนการตีพิมพ์ โดยพิจารณาจากผลการประเมินของผู้ประเมินบทความ รวมทั้งความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตเนื้อหาของวารสาร
5. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งจากที่อื่นมาแล้ว
6. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความ และทีมผู้บริหาร
7. บรรณาธิการต้องไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานวิชาการของตนเอง
8. บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่มีความน่าเชื่อถือ โดยหากมีหลักฐานชัดเจนว่ามีการคัดลอกผลงานผู้อื่น

บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมิน และทำการติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงตามหลักวิชาการ ประกอบการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้น

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ตลอดระยะเวลาของการประเมินบทความ
2. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือรู้จักผู้เขียน เป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นที่ทำให้ไม่สามารถประเมินบทความหรือให้ข้อเสนอแนะได้อย่างเป็นอิสระ
3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเนื้อหาในบทความที่จะมีต่อสาขานั้น ๆ คุณภาพของการวิเคราะห์และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความวิจัย
4. ผู้ประเมินบทความต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญและสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมินในกรณีที่ผู้เขียนไม่ได้อ้างถึง เข้าไปในการประเมินบทความด้วย
5. หากผู้ประเมินบทความตรวจสอบพบว่ามีส่วนใดของบทความที่มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นโดยมีหลักฐานชัดเจน ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ

วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

**JOURNAL OF LOCAL MANAGEMENT AND DEVELOPMENT
PIBULSONGKRAM RAJABHAT UNIVERSITY**

**ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2567
Vol.4, No.2 July-December 2024**

ISSN: 3027-7612 (Online)

