

SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL

(Humanities and Social Sciences)



2024

Vol. 10 No.1 January - June



ISSN 2697 6595 (Online)

www.southeast.ac.th

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2567

ISSN 2697- 6595 (Online)

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

เจ้าของ : มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความทางวิชาการ บทความวิจัยในศาสตร์ของมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งบทความภาษาไทย และบทความภาษาอังกฤษ จากบุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการนำเสนอบทความด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts and Humanities) ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี (Business, Management and Accounting) และด้านสังคมศาสตร์ (Social Sciences)
3. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

การตรวจสอบทางวิชาการ

บทความทุกบทความได้ผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน

กำหนดการเผยแพร่ : กำหนดออกเผยแพร่ราย 6 เดือน ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

ประสานงานการผลิตและเผยแพร่ : กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

คำชี้แจง

ทัศนะหรือความคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกฉบับนี้เป็นของผู้เขียน โดยเฉพาะ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก บรรณาธิการและคณะผู้จัดทำ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไข ถ้อยคำหรือเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อทางกฎหมาย



SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2567

ISSN 2697-6595 (Online)

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ที่ปรึกษา

ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

บรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ผ่องพรรณ รัตนธนาวันต์	ที่ปรึกษาฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
รองศาสตราจารย์ ดร.จรรุวรรณ ขำเพชร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา เทพสิงห์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	ผู้ช่วยรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ไชยอุปถัมภ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ฝ่ายจัดการวารสารและพิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ญาณวัฒน์ พลอยเทศ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรสิริ ธรรมประดิษฐ์
ดร.ภัทรดา รุ่งเรือง	ดร.โคจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล
Maricel Nacpil Paras	อาจารย์เยาวภาณี รอดเพชร
อาจารย์ณาวีรัชฎ์ พรศิวารัญญ์	อาจารย์ภาณุวัฒน์ พิมพ์ทรัพย์
อาจารย์ชนมธิดา ยศปัน	นางสาวพัชรินทร์ ยิ่งยืน
อาจารย์บริสุทธิ์ ผึ้งผดุง	

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review)

ด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts and Humanities)

ลำดับ	รายชื่อ	สังกัด
1	รศ.ดร.ชุตินา ธรรมรักษา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2	รศ.ดร.สำราญ ผลดี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
3	รศ.เสาวภา วิชาดี	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
4	ผศ.ดร.ขจิตา ศรีฟุ่ม	มหาวิทยาลัยบูรพา
5	ผศ.ดร.ณัฐกานต์ สุขชื่น	มหาวิทยาลัยรังสิต
6	ผศ.ดร.ณัฐติญา บุญวิรัตน์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
7	ผศ.ดร.นักรบ นาคสุวรรณ	วิทยาลัยดุสิตธานี
8	ผศ.ดร.บรรเจิด จงอภิรัตนกุล	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
9	ผศ.ดร.พิชามณูญ์ จำรัสศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
10	ผศ.ดร.ลดาวัลย์ วัฒนบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
11	ผศ.ดร.ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
12	ผศ.ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
13	ผศ.ดร.อชิป ธรรมวิจิตร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี (Business, Management and Accounting)

ลำดับ	รายชื่อ	สังกัด
1	ศ.ดร.ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
2	รศ.ดร.การุณย์ ประทุม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
3	รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
4	รศ.ดร.เชาว์ ไรจน์แสง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช
5	รศ.ดร.ดวงตา สราญรมย์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
6	รศ.ดร.ทองฟู ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7	รศ.ดร.ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
8	รศ.ดร.นฤมล กิมภากรณ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
9	รศ.ดร.ปรียานุช อภิบุญโยภาส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
10	รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

11	รศ.ดร.ภทรวรรณ แสงนวกิจ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
12	รศ.ดร.ราณี อีสัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
13	รศ.ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
14	รศ.ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย	มหาวิทยาลัยบูรพา
15	รศ.ดร.ศิลปพร ศรีจันเพชร	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
16	รศ.ดร.สิทธิพร พิมพ์สกุล	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
17	รศ.ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
18	รศ.ดร.สุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
19	รศ.ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
20	รศ.ดร.อนันต์ชัย คงจันทร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
21	รศ.นภาพร ณ เชียงใหม่	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
22	รศ.ศิริ ภูพงษ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
23	ผศ.ดร.กรณีย์พัฒน์ อัมประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
24	ผศ.ดร.กิริติ สุลักษณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
25	ผศ.ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
26	ผศ.ดร. จีรวรรณ ดีประเสริฐ	วิทยาลัยการบิณนานาชาติ มหาวิทยาลัยนครพนม
27	ผศ.ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
28	ผศ.ดร.ดารารัตน์ สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
29	ผศ.ดร.ตลฤทัย ไกวรรณะกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
30	ผศ.ดร.นฤมล สุ่นสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
31	ผศ.ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
32	ผศ.ดร.พรพรรณ นันทแพทย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
33	ผศ.ดร.พัฒน์ พิธิษฐเกษม	มหาวิทยาลัยรังสิต
34	ผศ.ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
35	ผศ.ดร.วีระพันธ์ พ่อคำ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
36	ผศ.ดร.วีระพันธ์ อนันชัยวัช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
37	ผศ.ดร.ศักดิ์ชัย เศรษฐ์อนวัช	มหาวิทยาลัยบูรพา
38	ผศ.ดร.ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
39	ผศ.ดร.เสนีย์ พวงยาณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
40	ผศ.ดร.สมศักดิ์ ตันตาศนี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
41	ผศ.ดร.อนุชา ม่วงใหญ่	โรงเรียนนายเรือ กองทัพเรือ
42	ผศ.ดร.อภิญา อิงอาจ	มหาวิทยาลัยศิลปากร

- | | | |
|----|-------------------------|----------------------|
| 43 | ผศ.ดร.อนุพงษ์ อินฟ้าแสง | มหาวิทยาลัยธนบุรี |
| 44 | ผศ.ดร.อำภาสรี พอค้า | มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ |

ด้านสังคมศาสตร์ (Social Sciences)

ลำดับ	รายชื่อ	สังกัด
1	รศ.ดร.กานต์ เนตรกลาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
2	รศ.ดร.กิจบตี ก้องเบญจภูษ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3	รศ.ดร.ชุตินา วัฒนะศิริ	มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
4	รศ.ดร.บัญชา วิทยอนันต์	วิทยาลัยนครราชสีมา
5	รศ.ดร.บุญทิพย์ สิริธรรังศรี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
6	รศ.ดร.ภารดี อนันต์นาวิ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
7	รศ.ดร.โยธิน แสงวงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
8	รศ.ดร.วรรณดี สุทธิธรรกร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
9	รศ.ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
10	รศ.พัฒนะ เรือนใจดี	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
11	รศ.รุ่งฤดี แผลงศร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
12	ผศ.ดร.ชนิษฐา สุขสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
13	ผศ.ดร.จตุพล ยงศร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
14	ผศ.ดร.ฐิติมา ไห้ลำยอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
15	ผศ.ดร.ฐิตีวรดา พลเยี่ยม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
16	ผศ.ดร.ณัฐพงษ์ จันทร์อยู่	มหาวิทยาลัยมหิดล
17	ผศ.ดร.ณัฐพัชร เพ็ชรอาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
18	ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ วิเศษ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
19	ผศ.ดร.ทรงยศ แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
20	ผศ.ดร. ธนายุส ธนินติ	มหาวิทยาลัยมหิดล
21	ผศ.ดร.นฤมล จิตรเอื้อ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
22	ผศ.ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
23	ผศ.ดร.บัญชา เกียรติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
24	ผศ.ดร.ปริญญกิจ รุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยศิลปากร
25	ผศ.ดร.พินคม ศรีบุญลือ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
26	ผศ.ดร.พิชิต รัชตพิบูลภพ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

27	ผศ.ดร.เพชรารัตน์ ถิระวณิชพงศ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
28	ผศ.ดร.ภูษณิศ เทชเถกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
29	ผศ.ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
30	ผศ.ดร.ลัดดา หวังภาชิต	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
31	ผศ.ดร.สุดาร์ตน์ สารสว่าง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
32	ผศ.ดร.สุธาทิพย์ งามนิล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
33	ผศ.ดร.สุรีพร อนุศาสนันท์	มหาวิทยาลัยบูรพา
34	ผศ.ดร.สุวิมล พิษณุไพบูลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
35	ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
36	ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
37	ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
38	ผศ.ดร.อัครเดช มณีภาค	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
39	ผศ. โกญจนาท เจริญสุข	สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
40	ผศ. ชีรศักดิ์ ลีละพัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
41	พ.อ.ดร.เสนีย์ พรหมวิวัฒน์	กรมพระธรรมบุญ
42	รต.ดร. กมลภพ แก้วศรี	มหาวิทยาลัยธนบุรี

บทบรรณาธิการ

วิธีการสื่อสารของแต่ละคนมาจากทัศนคติ และพฤติกรรมของตน การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะในธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ต้องสื่อสารข้ามวัฒนธรรมของชาติต่างๆ วารสารวิชาการเชาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2567) นำเสนอบทความวิจัย มีทั้งว่าด้วยการสื่อสาร และการท่องเที่ยว หลายบทความ ในประเด็นต่างๆ เช่น การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของนักศึกษา การค้นหาปัจจัยสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งบทความด้านกฎหมาย ที่ให้ความรู้ว่าการเรียกชื่อกฎหมายไทย ควรเรียกให้ถูกต้อง โดยเฉพาะกรณีที่หากมีคติความต่อการเรียกชื่อกฎหมายให้ถูกต้องมีความสำคัญมากในการพิจารณาคดี การโต้แย้งว่าเรียกอย่างไรไทยเขียนอย่างไรที่เคยมาแต่ก่อนนั้น ควรต้องถูกพัฒนาปรับให้ถูกต้อง แม้แต่องค์กรที่เดิมยึดมั่นในกฎระเบียบ และอำนาจขององค์กรเดิม ก็มีการวิจัยว่าต้องปรับตัว เห็นได้จากบทความวิจัยเกี่ยวกับธนาคารอิสลามสุโขทัยเชิงแสงศรัทธา บทความวิจัยเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจในการให้บริการของศาลอาญา เป็นต้น ทั้งนี้ทุกการพัฒนาปรับเปลี่ยนของตนเองและองค์กร ล้วนปรับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของตนเองให้เป็นไปตามวิถีในสังคมปัจจุบันที่สิ่งรอบตัวมีการแข่งขันตลอดเวลา บทความหนึ่งสื่อในฉบับนี้คัดสรรมาให้สอดคล้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพตนเอง เรื่อง Productivity คิดแบบเยอรมัน ลงมือทำแบบญี่ปุ่น ทุกบทความในฉบับนี้ หวังอย่างยิ่งในการจุดประกายผู้อ่านให้มาช่วยกันเพิ่มประสิทธิภาพของตนเอง เพื่อนำพาสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของสังคมไทยในอนาคตต่อไป



ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย (Research Articles)

- ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง 1
SATISFACTION WITH THE SERVICE QUALITY OF RECEPTIONISTS
AT PHRA KHANONG CRIMINAL COURT
สมฤทัย แก้วใจ , อำพล นววงศ์เสถียร
Somruthai Kaewjai, Ampol Navavongsathian

- ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา 15
FACTORS AFFECTING TRAVELLING IN PHANGNGA PROVINCE
ชนมธิดา ยศปัน , ฌาวิรัชญ์ พรศิยาวารัญญ์ , พสุ ชัยเวฬุ , ประสงค์ อุทัย
Chontida Yotpan, Chaweerut Pornsiyawarun, Pasu Jayavelu, Prasong Uthai

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ 32
และพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า
MARKETING MIX FACTORS PERSONNEL IN DEFENSE INDUSTRY AND ENERGY
CENTER USED TO PURCHASE ELECTRIC VEHICLES
สมิตา ยะคะเรศ , สิทธิชัย ฝรั่งทอง
Smita Yakhareath, Sittichai Farangthong

- กลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง 51
MANAGEMENT STRATEGY OF ISLAMIC BANK OF THAILAND TO SOCIAL BANKING
สมบัติ บุญประธรรม
Sombat Boonpratham

- NEEDS ANALYSIS OF ENGLISH SKILLS AND INTERCULTURAL COMPETENCE IN 67
INTERCULTURAL COMMUNICATION OF THAI STUDENT TRAINEES AT A THAI
AIRPORT
การวิเคราะห์ความต้องการทักษะภาษาอังกฤษ และสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรม
ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของนักศึกษาฝึกงานที่สนามบินในประเทศไทย
Amini Sa-idi, Bair Pittpunt
อามินี สะอิดี , แบร์ พิตต์พันธุ์

สารบัญ	หน้า
● การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล THE STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN ATTITUDES AND BEHAVIORS TOWARD THE USE OF COMMUNICATION SKILLS IN DAILY LIFE OF UNDERGRADUATE STUDENTS AT SOUTHEAST BANGKOK UNIVERSITY IN COURSE 100212 INTERNATIONAL COMMUNICATION ETIQUETTE อนุชิต เพ็งบุปผา , นวพร บุญประสม , กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล Anuchit Pengbubpha, Nawaporn Boonprasom, Kantachart Mathachotmaneeekun	82
● การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจากความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหาร ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล THE FACTORS AFFECTING THE BEHAVIOR OF OVER ORDERING FROM USING FOOD DELIVERY APPLICATION DURING COVID - 19 PANDEMIC IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA รมยพร กิติเวียง , จุฑามาศ วงศ์กันทรารกร , ธนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย Romyaporn Kitivieng, Jutamas Wongkantarakorn, Thanomsak Suwannoi	96
● ปัญหาการเรียกชื่อกฎหมายไทย PROBLEMS WITH NAMING THAI LAWS พรรณรัตน์ โสธรประภากร , วรลักษณ์ ชูฤทธิ์ , ดวงพร อานันทศิริเกียรติ , กิจบดี ก้องเบญจบุช Phannarat Sothonpraphakorn, Woraluk Choorit, Taungporn Arnantasirikiat, Kijbodi Kongbenjapuch	113
บทความวิชาการ (Academic Articles)	
● ครูดิจิทัลภายใต้สื่อใหม่และการเรียนรู้ เพื่อความก้าวหน้าของมนุษยชาติ THE DIGITAL TEACHERS UNDER NEW MEDIA AND LEARNING FOR HUMANKIND ADVANCEMENT สุทิน โรจน์ประเสริฐ Suthin Rojprasert	126

สารบัญ	หน้า
● IMPROVEMENT GUIDELINES LAWS ON THE PRINCIPLE OF ALLOCATION OF INHERITANCE TO STATUTORY HEIRS OF THAILAND หลักการกั้นส่วนมรดกสำหรับทายาทโดยธรรมกรณีถูกตัดสิทธิโดยพินัยกรรมตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย Werapong Chaowalit , Niwat Wutti , Sumlit Ketyam , Thanyalak Thongkon , Thawip Srinuam วีระพงศ์ เชาวลิต, นิวัตี วุฒิ, สัมฤทธิ์ เกตุแย้ม, ธัญลักษณ์ ทองกร, ทวีป ศรีน่วม	138
บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)	
● Productivity คิดแบบเยอรมัน ลงมือทำแบบญี่ปุ่น วรสิริ ธรรมประดิษฐ์ Worasiri Thumpradit	151
รูปแบบการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก	159
แบบฟอร์มการส่งบทความ	166

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง
SATISFACTION WITH THE SERVICE QUALITY OF RECEPTIONISTS
AT PHRA KHANONG CRIMINAL COURT

สมฤทัย แก้วใจ¹, อัมพล นววงศ์เสถียร²

Somruthai Kaewjai¹, Ampol Navavongsathian²

(Received: September 1, 2023 ; Revised: October 22, 2023 ; Accepted: March 27, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง และ 2) เปรียบเทียบระดับของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มาติดต่อราชการศาลอาญาพระโขนง จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนงในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ 2) ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ คุณภาพการให้บริการ พนักงานต้อนรับ ศาลอาญาพระโขนง

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ Bangkok Students, Master of Business Administration Program, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University. e-mail: somruthai04@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ Bangkok Instructor, Master of Business Administration Program, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University. e-mail: n_ampol@yahoo.com

Abstract

This research aimed to 1) investigate the satisfaction towards the service quality of receptionists at Phra Khanong Criminal Court and 2) compare the level of satisfaction towards the service quality of receptionists at Phra Khanong Criminal Court based on personal factors such as gender, age, educational level, occupation, and status of the visitors. The sample was 385 visitors who visited Phra Khanong Criminal Court using accidental sampling. The instrument of this research was a questionnaire with 0.97 overall reliability. The statistical analyses were percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA. The research results showed that; 1) the overall satisfaction towards the service quality of receptionists at Phra Khanong Criminal Court was high. The reliability was the highest, followed by the service assurance, the responsiveness, and the empathy. 2) Overall, the service users with different genders, ages, educational levels, occupations, statuses, and income had 0.05 significant difference in satisfaction towards the service quality of receptionists at Phra Khanong Criminal Court.

Keywords: Satisfaction, Service Quality, Receptionists, Phra Khanong Criminal Court

บทนำ

ระบบราชการไทยในปัจจุบัน มีการบริหารราชการโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ วิธีการปฏิบัติงาน และการผลักดันให้หน่วยงานของรัฐกำหนดทิศทางการทำงาน โดยคำนึงถึงประโยชน์สุขของประชาชน เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็น เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ ทั้งวางระบบแก้ไขปัญหามาจากการร้องเรียนและความเดือดร้อนของประชาชน รวมทั้งมีระบบการบริหารในภาวะฉุกเฉินเพื่อช่วยประชาชนในภาวะวิกฤต การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ จึงเป็นแนวคิดพื้นฐานของการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบของภาครัฐและยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน กำหนดการวัดผลและการให้รางวัลแก่ผลการดำเนินงานทั้งในระดับองค์กรและระดับบุคคล เปิดกว้างต่อแนวคิดในเรื่องของการแข่งขัน ทั้งการแข่งขันระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกัน และระหว่างหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานของภาคเอกชน ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารให้แก่หน่วยงาน สร้างระบบสนับสนุนทั้งในด้านบุคลากรและเทคโนโลยี เพื่อช่วยให้หน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์ (ฉัตรชัย นาถาพลอย, 2563) ดังนั้นระบบราชการไทยในปัจจุบันจึงมุ่งเน้นการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) คือ

การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐโดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยการนำเอาแนวทางหรือวิธีการบริหารงาน ของภาคเอกชนมาปรับใช้กับการบริหารงานภาครัฐ เช่น การบริหารงานแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ การบริหารงานแบบมืออาชีพ การคำนึงถึงหลักความคุ้มค่า การจัดการโครงสร้างที่กะทัดรัด และแนวราบ การเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาแข่งขันการให้บริการสาธารณะ การให้ความสำคัญต่อค่านิยม จรรยาบรรณวิชาชีพ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนการมุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชน โดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ (อภิญา บำรุงจิตต์, 2566) จากที่กล่าวมาข้างต้น หน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการปรับโครงสร้างทางวัฒนธรรม จริยธรรม ค่านิยมขององค์กร การทำงานเป็นทีม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนต่อไป

ศาลยุติธรรมเป็นหน่วยงานอิสระซึ่งมีภารกิจหลักในการอำนวยความยุติธรรม และคุ้มครองสิทธิเสรีภาพแก่ประชาชน โดยมีสำนักงานศาลยุติธรรมเป็นหน่วยงานด้านธุรการในการสนับสนุนงานตุลาการให้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบ ศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรมมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรและการให้บริการเพื่ออำนวยความยุติธรรมให้แก่ประชาชนให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายของคู่ความ คุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน เสริมสร้างการอำนวยความยุติธรรมให้มีมาตรฐานระดับสากลในทุกชั้นศาล ซึ่งการพัฒนาและขับเคลื่อนผลสำเร็จเหล่านี้เป็นไปตามนโยบายประธานศาลฎีกา ประจำปี 2565-2566 “รักศาล ร่วมใจ รับผิดชอบต่อประชาชน” ข้อ 3 รับผิดชอบต่อประชาชน ยกระดับการอำนวยความยุติธรรมและการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน มุ่งให้บุคลากรมีจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่ ร่วมกันให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพและเต็มกำลังความสามารถ โดยถือความต้องการของประชาชนผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง เน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่มาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงาน เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการของศาลยุติธรรมโดยง่าย สะดวก ประหยัด รวดเร็ว เสมอภาค และเท่าเทียม เพื่ออรรถาธิบายความเชื่อมั่นและศรัทธาของประชาชนต่อองค์กรศาลยุติธรรม (สำนักงานศาลยุติธรรม, 2566)

ศาลอาญาพระโขนง เป็นศาลชั้นต้นตามพระธรรมนูญศาลยุติธรรม มีอำนาจพิจารณาพิพากษาคดีอาญาทั้งปวงที่มีได้อยู่ในอำนาจศาลยุติธรรมอื่น มีเขตตลอดท้องที่ของเขตบางนา เขตประเวศ เขตพระโขนง และเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โดยมีสถิติปริมาณคดีที่เข้าสู่การพิจารณาของศาล ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถิติปริมาณคดีของศาลอาญาพระโขนง

ประเภทคดี	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
คดีอาญา	4,755 คดี	2,914 คดี	3,972 คดี	3,010 คดี	4,572 คดี

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าศาลอาญาพระโขนงมีสถิติปริมาณคดีที่เข้าสู่การพิจารณาในแต่ละปีจำนวนมาก จึงส่งผลให้มีผู้มาติดต่อราชการที่ศาลจำนวนมากด้วยเช่นกัน โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นประชาชนหรือผู้มาติดต่อราชการที่ไม่เคยมาติดต่อกับศาลอาญาพระโขนง ทำให้เกิดปัญหาความไม่เข้าใจในขั้นตอนของการติดต่อราชการ เนื่องจากไม่ทราบว่าจะต้องปฏิบัติตนอย่างไร เริ่มต้นจากจุดไหน ด้วยความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว ศาลอาญาพระโขนง จึงได้นำระเบียบของคณะกรรมการบริหารศาลยุติธรรม ว่าด้วยการให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการศาลยุติธรรม พ.ศ. 2552 มาปรับใช้ในการให้บริการประชาชนที่มาติดต่อราชการ ซึ่งมีสาระสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพของข้าราชการศาลยุติธรรมให้มีจิตใจให้บริการและมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการแก่ประชาชน โดยจัดให้มีเครื่องแต่งกายหรือเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ในรูปแบบเดียวกันเพื่อให้ประชาชนสามารถทราบได้ทันที โดยศาลอาญาพระโขนงได้จัดให้มีพนักงานต้อนรับประจำศาล โดยมอบหมายให้บุคลากรภายในศาลสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันปฏิบัติหน้าที่ ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในช่วงเวลาที่มีผู้มาติดต่อราชการศาลจำนวนมาก และมีผู้อำนวยการสำนักอำนวยการประจำศาล หรือหัวหน้าส่วนหรือหัวหน้ากลุ่มงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้กำกับดูแล หลังจากการนำระเบียบของคณะกรรมการบริหารศาลยุติธรรม ว่าด้วยการให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการศาลยุติธรรม พ.ศ. 2552 มาปรับใช้ในการให้บริการประชาชนที่มาติดต่อราชการแล้ว แต่ศาลอาญาพระโขนงยังไม่เคยมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้มาติดต่อราชการที่ศาลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาล จึงทำให้ไม่ทราบผลของการปรับปรุงการให้บริการที่ผ่านมาสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนที่มาติดต่อราชการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลได้มากน้อยเพียงใด

จากความเป็นมาและความสำคัญของการให้บริการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติหน้าที่เจ้าพนักงานศาลยุติธรรม ประจำศาลอาญาพระโขนง มีหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่คู่ความตลอดจนประชาชนผู้มาติดต่อราชการ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจต่อคุณภาพ การให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง เพื่อนำผลการศึกษาไปกำหนด เป็นนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการ

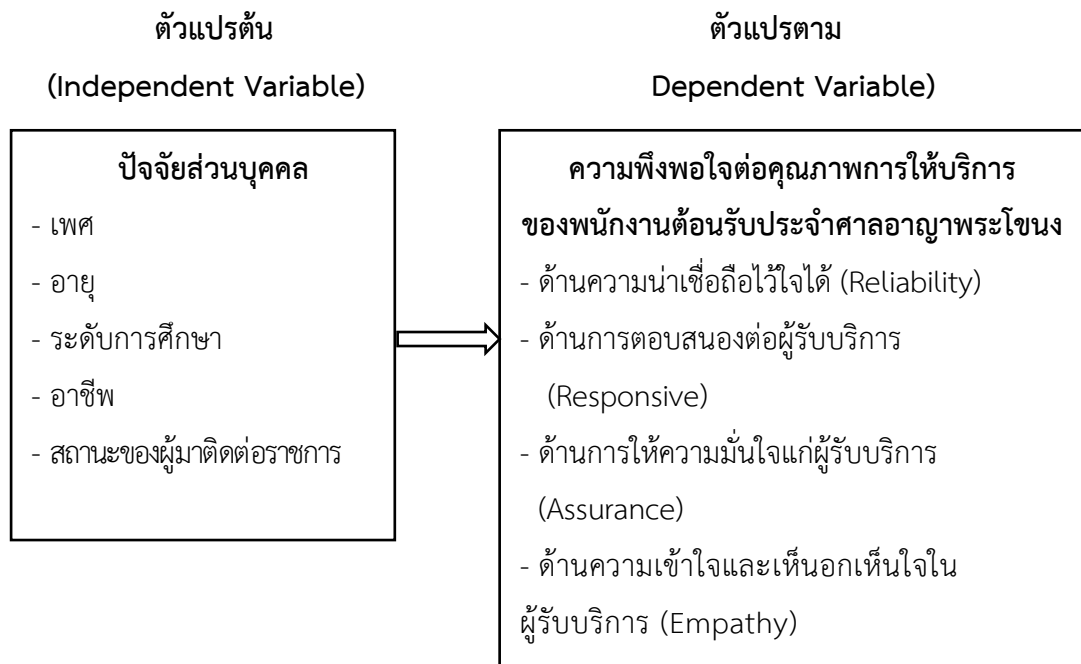
สมมติฐานการวิจัย

ผู้ใช้บริการติดต่อราชการศาลอาญาพระโขนง ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนงแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Ziethaml and Berry, 1985 (อ้างถึงใน นิลเนตร คฤหโกศล, 2559) ได้ระบุด้านหรือมิติที่สำคัญต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพไว้ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibles) 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsive) 4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และ 5) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ในผู้รับบริการ (Empathy) จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ใน 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 2) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsive) 3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และ 4) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ คู่ความหรือประชาชนที่มาติดต่อราชการศาลอาญาพระโขนง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คู่ความหรือประชาชนที่มาติดต่อราชการศาลอาญาพระโขนง จำนวน 385 คน โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Sangren, 1999) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2565)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ 4 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsive) 3. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และ 4. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา ได้ค่าความตรงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่ง พรณี ลีกิจวัฒน์ (2565) กล่าวว่า การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Concurrence: IOC) ข้อคำถามที่ใช้ได้จำเป็นจะต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แต่ถ้าได้ค่าต่ำกว่า 0.50 จะต้องปรับปรุงข้อคำถามให้เหมาะสมขึ้น หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับคู่ความหรือประชาชนที่มาติดต่อราชการศาลอาญาพระโขนง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์ หาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach, 1970) โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 ในการประเมินความเชื่อถือได้ของเครื่องมือซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามควรอยู่ในระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 หากได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเข้าใกล้กับ 1 แสดงว่าข้อคำถามข้อนั้นใช้ได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้ข้อคำถามทุกข้อควรมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลการวิเคราะห์ทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามหากน้อยกว่า 0.70 ควรปรับปรุงข้อคำถามของแบบสอบถามหรือตัดคำถามบางข้อออก จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความน่าเชื่อถือได้และพร้อมสำหรับนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับคู่ความหรือประชาชนที่มาติดต่อราชการ ศาลอาญาพระโขนง จำนวน 385 คน ด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566 และรอรับแบบสอบถามกลับคืน จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน พบว่ามีแบบสอบถามที่มีผู้ตอบสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 385 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา โดยแบบสอบถามตอนที่ 1 หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ แบบสอบถามตอนที่ 2 ใช้การหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย(พรณี ลีกิจวัฒน์, 2565) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

และ ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์หาค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการ

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	227	58.96
	หญิง	158	41.04
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	16	4.16
	20 - 30 ปี	72	18.70
	31 - 40 ปี	121	31.43
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	176	45.71

ตารางที่ 2 (ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	190	49.35
	ปริญญาตรี	151	39.22
	สูงกว่าปริญญาตรี	44	11.43
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	35	9.09
	ธุรกิจส่วนตัว	76	19.74
	พนักงานเอกชน	62	16.10
	รับจ้างทั่วไป	134	34.81
	นักเรียน/นักศึกษา	11	2.86
	อื่น ๆ	67	17.40
สถานะของผู้มา	โจทก์	26	6.75
ติดต่อราชการ	จำเลย	160	41.56
	ผู้เสียหาย	16	4.16
	พยาน	58	15.06
	ทนายความ	69	17.92
	อื่น ๆ	56	14.55
	รวม	385	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 ตามลำดับ

2. อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมา มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 มีอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 และมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 49.35 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.22 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตามลำดับ

4. อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.81 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ทนายความ ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน พนักงานขนส่ง ค้าขาย และดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.40

อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

5. สถานะของผู้มาติดต่อราชการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะเป็นจำเลยมากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 รองลงมา มีสถานะเป็นทนายความ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 มีสถานะเป็นพยาน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.06 มีสถานะอื่น ๆ ได้แก่ นายประกันจำเลย ล่ามแปลภาษา ตำรวจ เสมียนทนายความ ผู้รับมอบอำนาจโจทก์ ผู้รับมอบอำนาจจำเลย และพนักงานคุมประพฤติ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 มีสถานะเป็นโจทก์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และมีสถานะเป็นผู้เสียหาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง

การวิเคราะห์ข้อมูลความความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ในภาพรวมและรายด้าน ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ในภาพรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง	n = 385		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{x}$	sd.	
1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.27	0.67	มาก
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.18	0.73	มาก
3. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	4.24	0.71	มาก
4. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	4.16	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.22	0.68	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$, $sd. = 0.68$) โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{x} = 4.27$, $sd. = 0.67$) รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{x} = 4.24$, $sd. = 0.71$) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{x} = 4.18$, $sd. = 0.73$) และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ($\bar{x} = 4.16$, $sd. = 0.75$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์หาค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับ
ประจำศาลอาญาพระโขนง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถิติ	p - value	ผลการทดสอบ
เพศ	t = 0.31	0.76	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	F = 1.41	0.24	ไม่แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	F = 0.19	0.83	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	F = 1.76	0.12	ไม่แตกต่างกัน
สถานะของผู้มาติดต่อราชการ	F = 1.61	0.16	ไม่แตกต่างกัน

*p≤0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนงในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง สรุปดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนงในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ในผู้รับบริการ ตามลำดับ ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ พนักงานต้อนรับให้บริการด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน และมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Millet (1954) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของงานบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาคและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ช่อดาว เมืองพรหม (2562) พบว่า ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะพนักงานต้อนรับใช้ภาษาที่สุภาพและเหมาะสม สามารถสื่อสารด้วยความชัดเจนเข้าใจง่าย สอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร หมายถึง ความสามารถในการอธิบายการแจ้งข้อมูลแก่ผู้รับบริการโดยใช้ภาษาที่เหมาะสมเข้าใจง่าย และรับฟังลูกค้าเพื่อให้เข้าใจอย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับ ชิตชนก อดแก้ว (2562) พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อ

ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะ พนักงานต้อนรับสามารถอธิบายและแนะนำขั้นตอนในการให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน และมีความมุ่งมั่นเต็มใจที่จะให้บริการ สอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) กล่าวว่า การตอบสนองต่อความต้องการ หมายถึง ความตั้งใจและความพร้อมที่แสดงถึงการยินดีให้บริการเสมอและรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการเข้ามาติดต่อ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ผู้รับบริการไม่ต้องรอนาน และสอดคล้องกับ ปัทมวรรณ ช่วยบำรุง (2563) พบว่า ความพึงพอใจและความต้องการของสมาชิกต่อคุณภาพการบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบ้านควนฮาย จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะ พนักงานต้อนรับมีการปรับปรุงวิธีการบริการให้เหมาะสมกับผู้มาติดต่อราชการแต่ละคนได้เป็นอย่างดี สามารถรับฟังความคิดเห็น และให้ความดูแลเอาใจใส่ มีความสนใจต่อความต้องการเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) กล่าวว่า การดูแลเอาใจใส่ หมายถึง ความสามารถในการดูแลใส่ใจ ความเอื้ออาทร ให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ รวมไปถึงเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน และถือผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ และสอดคล้องกับ ปิ่นทองพันธ์ (2566) พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้มาติดต่อราชการที่มีต่อคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลจังหวัดเกาะสมุย ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานะของผู้มาติดต่อราชการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เป็นเพราะ พนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ได้นำนโยบายประธานศาลฎีกา ประจำปี 2565-2566 ได้แก่ “รักศาล ร่วมใจ รับใช้ประชาชน” ข้อ 3 รับใช้ประชาชน คือ ยกระดับการอำนวยความสะดวกยุติธรรมและการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน มุ่งให้บุคลากร มีจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่ ร่วมกันให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพและเต็มกำลังความสามารถ โดยถือความต้องการของประชาชนผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง เน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่มาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงาน เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการของศาลยุติธรรมโดยง่าย สะดวก ประหยัด รวดเร็ว เสมอภาค และเท่าเทียม เพื่อธำรงความเชื่อมั่นและศรัทธาของประชาชนต่อองค์กรศาลยุติธรรม มาเป็นแนวทางในการให้บริการคู่ความหรือประชาชนที่มาติดต่อราชการ อีกทั้งจากระเบียบคณะกรรมการบริหารศาลยุติธรรม ว่าด้วยการให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการศาลยุติธรรม พ.ศ. 2552 ได้กำหนดให้การให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการศาลเป็นภารกิจสำคัญ

โดยเน้นให้ประชาชนสามารถเข้าถึงความยุติธรรมได้โดยสะดวก รวดเร็ว เป็นธรรม ประหยัด และทั่วถึง ส่งผลให้พนักงานต้อนรับให้บริการผู้รับบริการโดยเท่าเทียมกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกันแม้จะมีความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับ ช่อดาว เมืองพรหม (2562) พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ ชิดชนก อุดแก้ว (2562) พบว่า ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3 ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ พนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ควรมีการติดตามผลภายหลังการให้บริการด้วยความสนใจ ว่าผู้มาติดต่อราชการต้องการให้พนักงานต้อนรับช่วยเหลือในเรื่องใดอีกหรือไม่
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับประจำศาลอาญาพระโขนง ให้บริการคู่ความหรือผู้ที่มาติดต่อราชการทันทีตามที่ผู้มาติดต่อราชการต้องการและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และหากไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ให้สอบถาม ผู้ที่มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ หรือส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของศาลอาญาพระโขนง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Bumrungjit, A. (2023, June 4). Kān padi rūp rāchakān Thai sū kānbōjīhān ngān phāk rat nāo mai. [Something government service Thai picture and new public management]. In *Public Affairs Management Under Thailand 4.0*. The 4th National Conference on Public Affairs Management, College of Local Administration, KhonKaen University. <https://conference.kku.ac.th/colaimg/files/articles/d9dd7-o-113-.pdf>
- อภิญญา บำรุงจิตต์. (4 มิถุนายน 2566). การปฏิรูปราชการไทยสู่การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่. ใน *การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0*. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการ

- บริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
<https://conference.kku.ac.th/colaimg/files/articles/d9dd7-o-113-.pdf>
- Chuaybumrung, P. (2020). *Khwaṁphungphoṁchāi læ khwaṁtongkān khōng samā chi koṭo khunnaphāp kān boṛikān khōng sahakōn khredit yu nī yō naba nakha won ha yō chāmkat chāngwat Surāt Thānī*. [Satisfaction and needs of members on the quality of service of Ban Khuan Hai Credit Union Cooperative Limited Surat Thani Province]. (Master's independent study, Sripatum University).
- ปัทมวรรณ ช่วยบำรุง. (2563). *ความพึงพอใจและความต้องการของสมาชิกต่อคุณภาพการบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบ้านควนฮาย จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- Court of Justice. (2023). *Nayobāi prathan sān dīkā Phō.Sō.2565-2566*. [Policies of the President of the Supreme Court. B.C.2022-2023]. Retrieved May 4, 2023, from <https://opsc.coj.go.th/th/content/category/detail/id/10/iid/316931>
- สำนักงานศาลยุติธรรม. (2566). *นโยบายประธานศาลฎีกา พ.ศ. 2565-2566*. สืบค้น 4 พฤษภาคม 2566, จาก <https://opsc.coj.go.th/th/content/category/detail/id/10/iid/316931>
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. New York: Happer and Row.
- Karuhakosol, N. (2016). *Khunnaphāp kānhai boṛikān khōng phanakngān toṅrap pracham sān chāngwat Nakhōn Sawan*. [Service Quality of Receptionist at the Court of Justice, Nakhon Sawan Province]. (Master's Independent Study, Maejo University).
- นิลเนตร คฤโกศล. (2559). *คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลจังหวัดนครสวรรค์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- Leekitwattana, P. (2022). *Withikān wichai thāngkān suksā*. [Educational Research Methodology] (12th ed.). Bangkok: Min Service Supply.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2565). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มินเซอร์วิสซัพพลาย.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service*. New York: McGraw-Hill.
- Muangprom, C. (2019). *Khwaṁphungphoṁchāi khōng prachā chon to khunnaphāp kānhai boṛikān khōng rōngphayabān Thon Burī*. [Public Satisfaction with the Service Quality of Thonburi Hospital]. (Master's Thesis, Siam University).

- ช่อดาว เมืองพรหม. (2562). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).
- Nathamploy, C. (2020). Kānbōrīhān chatkān phāk rat nǎo mai. [New Government Management]. *Liberal Arts Journal Rajamangala Suvarnabhumi*, 2(2), 469. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/issue/view/16597/3962>.
- ฉัตรชัย นาถาพลอย. (2563). การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่. *วารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ*, 2(2), 469. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/issue/view/16597/3962>.
- Oodkaew, C. (2019). *Khunnaphap kānhai bōrīkān lǎe 'ongprakop khong kansusan thi song phon to khwāmphungphoḥchai khong phu sia phasi ngoendai bukkhon thammada khong samnakngān sanphakoti phunthi Krung Thep Maha Nakhon 3. [Service Quality and Communication Component Affecting the Satisfaction of Individual Taxpayer in Bangkok Area Revenue Office 3]. (Master's Thesis, Rangsit University).*
- ชิดชนก อุดแก้ว. (2562). คุณภาพการให้บริการ และองค์ประกอบของการสื่อสาร ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pinthongphan, N. (2023). *Khwāmphungphoḥchai khong phu ma tittō rat kān to khunnaphap kānhai bōrīkān khong phanakngān toṅrap pracham san changwat ko samui. [The Satisfaction of Government Officials on the Quality of Service of the Reception staff at Koh Samui Provincial Court]. Retrieved May 6, 2023, from http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-6_1565782738.pdf*
- นิภา ปิ่นทองพันธ์. (2566). ความพึงพอใจของผู้มาติดต่อราชการต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับประจำศาลจังหวัดเกาะสมุย. สืบค้น 6 พฤษภาคม 2566, จาก http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-6_1565782738.pdf
- Sangren, S. (1999). *A Simple Solution to Nagging Questions About Survey, Sample Size and Validity. Retrieved May 4, 2023, from <https://www.quirks.com/articles/a-simple-solution-to-nagging-questions-about-survey-sample-size-and-validity>*

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา FACTORS AFFECTING TRAVELLING IN PHANGNGA PROVINCE

ชนมธิดา ยศปัน¹, ฌาวีร์ชญ์ พรศิยาวารุญ², พสุ ชัยเวฬุ³, ประสงค์ อุทัย⁴
Chontida Yotpan¹, Chaweerut Pornsiyawarun², Pasu Jayavelu³, Prasong Uthai⁴
(Received: November 15, 2023 ; Revised: March 6, 2024 ; Accepted: June 6, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำที่ส่งผลถึงผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดพังงาจำนวน 400 คน เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถามแบบ 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยเทคนิคการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ประกอบด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model) และการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement Model) ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงามากที่สุดรองลงมา คือ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ 2) โครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาประกอบไปด้วย ปัจจัยศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว โดยโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ ได้แก่ ค่า $\chi^2/df = 1.227$, P-value = 0.055, CFI = 0.936, GFI = 0.951, AGFI = 0.922, RMSEA

¹ อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัล คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์بانกอก
Instructor, Digital Marketing, Faculty of Accounting and Management Science,
Southeast Bangkok University. e-mail: chontida@southeast.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์بانกอก
Instructor, Digital Business Technology, Faculty of Science and Technology,
Southeast Bangkok University. e-mail: nittaya_g@southeast.ac.th

³ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์بانกอก
Instructor, Management, Faculty of Accounting and Management Science,
Southeast Bangkok University. e-mail: pasu@southeast.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
Instructor, Management, Faculty of Business Administration, Thonburi University.
e-mail: prasong_mn@thonburi-u.ac.th

0.028 และ $RMR = 0.011$ พบว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่งผลถึงการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ

คำสำคัญ : ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ จังหวัดพังงา

Abstract

The purposes of this study were to 1) to investigate the potential for tourism development, tourist destination image, and motivation for revisiting that affected tourism in Phang Nga Province of Thai tourists and 2) to explore the structure of factor relationship affecting the tourism in Phang Nga Province of Thai tourists. The sample was 400 Thai tourists who visited Phang Nga province. The instrument was a questionnaire with 5 levels. The statistical analyses were SEM comprising the structural and measurement model. The results showed that the potential for tourism development affected the tourism of Phang Nga province the highest, followed by tourist destination image, and the motivation for revisiting. The structure of factor relationship affecting the tourism in Phang Nga Province was the potential for tourism development, motivation for revisiting, and tourist destination image. The structural equation model developed by the researcher fitted the empirical data according to criteria as $\chi^2/df = 1.227$, P-value = 0.055, CFI = 0.936, GFI = 0.951, AGFI = 0.922, RMSEA 0.028, and $RMR = 0.011$. It was found that the potential for tourism development, tourist destination image, and motivation for revisiting all affected tourism in Phang Nga Province with 0.01 and 0.001 statistical significance difference.

Keywords: Effects on Tourism, Potential for Tourism Development, Destination Image, Motivation for Revisiting, Phang Nga Province

บทนำ

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเงินได้อันดับต้น ๆ ของประเทศ และส่งผลให้เกิดการลงทุนหลายภาคส่วนอย่างไรก็ตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยและทั่วโลกอย่างมาก นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วง

เดียวกันของปี พ.ศ. 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 83.2 นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2563 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ 332,013 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 ซึ่งอยู่ที่ 1,911,808 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 82.6) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ในปี พ.ศ. 2566 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งส่วนการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่งผลให้เศรษฐกิจไทยเกิดการฟื้นฟูอย่างต่อเนื่อง จังหวัดที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากที่สุดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในไทย เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี กระบี่ หรือพังงา เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติและฟื้นฟูสภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ซบเซาไป อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนและแรงดึงดูดสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ จังหวัดพังงา มีโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงกับจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งซึ่งยังไม่ได้มาตรฐานเพียงพอในการรองรับการท่องเที่ยว อาทิเช่น ถนนสี่เลน ท่าเทียบเรือ และสนามบิน แต่จังหวัดพังงาเป็นสถานที่ที่มีความหลากหลายในด้านการท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางทะเลที่เป็นที่รู้จัก ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรในพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์จึงค่อนข้างจำเป็นอย่างมาก (สำนักงานจังหวัดพังงา, 2561)

การพัฒนาจังหวัดพังงาให้มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Potential for Tourism Development) เป็นการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถพัฒนาหรือปรับปรุง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นต้องเกิดจากความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน (Wongbuangam & Poolsawat, 2013) โดยองค์ประกอบที่เป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต้องครอบคลุมทั้งด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ อำนวยความสะดวก กิจกรรมและกระบวนการ และการมีส่วนร่วม (วิภา ศรีระทุ, 2551) ซึ่งเมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการพัฒนาพร้อมทั้งผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเกิด แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Motivation for revisiting) เกิดขึ้นได้จากความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแรงจูงใจทางด้านกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ การให้บริการการคมนาคมขนส่ง การประชาสัมพันธ์ จะสามารถสร้างความประทับใจหรือความชอบให้กับนักท่องเที่ยวได้ (วนารัตน์ บุญธรรม และมนภัทร บุชปกฤษ, 2564) ซึ่งความตั้งใจกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนบุคคลที่ถูกกระตุ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลคือการได้รับการเอาใจใส่ ความรู้สึกด้านความปลอดภัย และสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความสำคัญและประโยชน์ของการกลับมาเที่ยวซ้ำจะส่งผลให้เกิดการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์และประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการที่ตนได้รับถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้อื่นส่งผลดีต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) (พบพร โอภาณนท์, 2555) ซึ่งภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีจะประกอบไปด้วยการมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งใน

เชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว และ
ท้ายที่สุดจะทำให้เกิดเป็นผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่จะช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งเสริมวัฒนธรรม
สังคมในชุมชน อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ในการนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบในการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาซึ่งเป็น
หนึ่งในจังหวัดที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันดับต้นๆของประเทศ เพื่อใช้ในการเสนอแนะแนวทางที่เป็น
ประโยชน์ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาโดยใช้โครงสร้าง
ความสัมพันธ์ของผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยศักยภาพในการพัฒนา ภาพลักษณ์
และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจใน
การกลับมาเที่ยวซ้ำ และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
พังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลกระทบ
ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว

Wongbuangam and Poolsawat (2013) ให้ความหมายศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุง หรือการทำให้เกิด
ความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นมีเพียงพอ ที่จะดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวให้
ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ และการประเมินศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมของ
แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยพิจารณาด้านลักษณะทางกายภาพ การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้าน
เศรษฐกิจและสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านการเกษตร และด้านการบริหารและการจัดการ

วิภา ศรีระทุ (2551) เสนอหลักเกณฑ์ของการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ต้อง
ครอบคลุมองค์ประกอบท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้านดังนี้

- 1) ด้านพื้นที่ คือการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์
วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ด้านการบริหารจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง
การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีด
ความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจกรรมในพื้นที่
- 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

4) ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

Echtner and Ritchie (2003) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คือ องค์กรรวมความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่ง ๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หนึ่ง ๆ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่หรือประเมินต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น ๆ โดยภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจะมีผลต่อประสบการณ์ที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีความสวยงาม มีความสะอาด และมีความปลอดภัย ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงที่จะ เดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกเดินทางไปยังสถานที่สกปรก สถานที่ที่ไม่ปลอดภัย สถานที่ที่มีความไม่มั่นคงทางการเมืองหรือเกิดการประท้วง การจลาจล เป็นต้น ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดเพราะคือด้านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกจุดหมายนั้น ๆ ในขณะที่ Zhang (2016) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในใจของนักท่องเที่ยว โดยการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม มีราคาเหมาะสมที่นักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้ การมีวัฒนธรรมทางสังคมที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์การมีอาหารและที่พักหลากหลาย และมีการคมนาคมที่สะดวกสบาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีจะประกอบไปด้วย การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งในเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม มีความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว

3. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ

พบบร โอแกนนท์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความตั้งใจกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนบุคคลที่ถูกกระตุ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ปัจจัยที่อิทธิพลคือการได้รับการเอาใจใส่รองลงมาคือความรู้สึกด้านความปลอดภัยและสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับความสำคัญและประโยชน์ของการกลับมาเยือนซ้ำต่อการท่องเที่ยวการกลับมาเยือนหรือใช้บริการซ้ำเกิดจากความตั้งใจของบุคคลโดยจะมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์และประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการที่ตนได้รับถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้อื่นส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

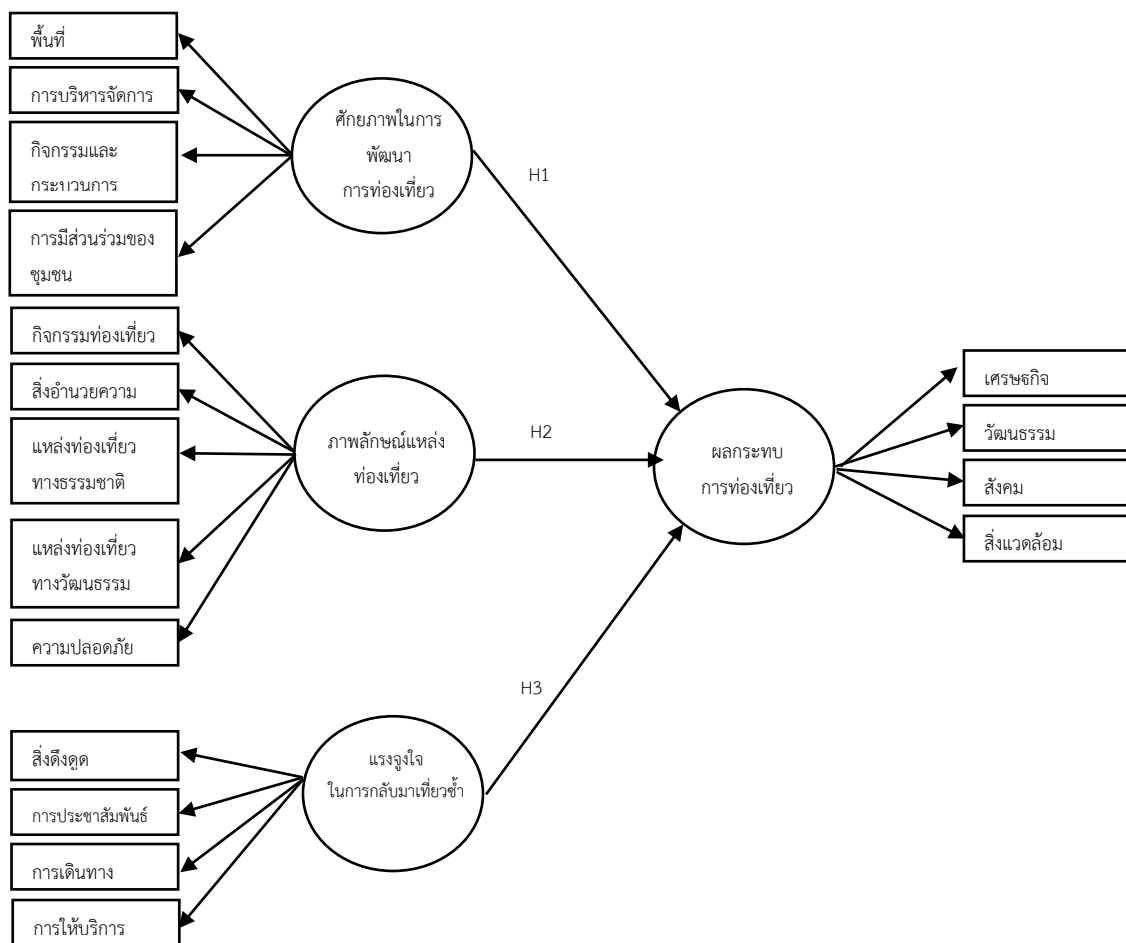
4. ผลกระทบการท่องเที่ยว

ภีรวัฒน์ นนทะโชติ (2557) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อชุมชนท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์: กรณีศึกษาชุมชนบ้านรวมมิตร ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ภายใต้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และทำให้ทราบว่า

ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องประกอบไปด้วยการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากการขยายตัวของสภาพแวดล้อมในชุมชนอย่างรวดเร็ว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีการร่างกฎและกติกาสังคมของชุมชนในการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ของผลกระทบการท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพร้อมในการพัฒนาการปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ และทำให้เกิดเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วยศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ดังแสดงในรูปที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อผลกระทบการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 : ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อผลกระทบการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 : แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำส่งผลต่อผลกระทบการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. ประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน โดยนงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับจำนวนตัวแปรสังเกตได้คูณด้วย 20 ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดเท่ากับ $18 \times 20 = 360$ ตัวอย่าง ทำการเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

2. สร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอน ดังนี้ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา จากนั้นกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. การทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีตามด้วยค่าเที่ยงตรง IOC (Index of item Objective Congruence) ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน มีค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่า 0.5 ทุกข้อ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's Alpha ได้หาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.80 ซึ่งผ่านเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.70 สามารถนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้

5. วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) และพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องซึ่งประกอบด้วย χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนี CFI, TLI, GFI และ AGFI มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA และ ดัชนี RMR มีค่าต่ำกว่า 0.05 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ถือว่ารูปแบบนั้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด จำนวน 299 ราย โดยข้อมูลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ โดยทำการวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	192	53.3
	หญิง	168	46.7
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	78	21.7
	31 - 35 ปี	136	37.8
	36 - 40 ปี	38	10.6
	41-45 ปี	108	30.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	32.2
	ปริญญาตรี	209	58.1
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	9.7
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	96	26.6
	15,000-30,000 บาท	164	45.6
	30,001 บาทขึ้นไป	100	27.8
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	68	18.9
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	116	32.2
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	87	24.2
	นักเรียน/นักศึกษา	89	24.7
สถานภาพ	โสด	270	75.0
	สมรส	90	25.0
รวม		360	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 360 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 โดยมีช่วงอายุส่วนใหญ่ 31-35 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คิดเป็นร้อยละ 58.1 มีรายได้ส่วนใหญ่ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และมีสถานภาพโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

รายการ	$\bar{x}$	sd.	ระดับความคิดเห็น
ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว (POTEN)	4.05	0.51	มาก
1. พื้นที่ (AREA)	4.06	0.59	มาก
2. การบริหารจัดการ (MAN)	4.04	0.65	มาก
3. กิจกรรมและกระบวนการ (PROC)	4.01	0.63	มาก
4. การมีส่วนร่วมของชุมชน (COMP)	4.06	0.59	มาก
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (DI)	4.04	0.47	มาก
5. กิจกรรมท่องเที่ยว (ACT)	4.08	0.57	มาก
6. สิ่งอำนวยความสะดวก (FAC)	4.01	0.61	มาก
7. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (NTA)	4.01	0.64	มาก
8. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (CA)	4.06	0.63	มาก
9. ความปลอดภัย (SAFE)	4.03	0.57	มาก
แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ (MR)	3.95	0.50	มาก
10. สิ่งดึงดูด (ATT)	3.93	0.56	มาก
11. การประชาสัมพันธ์ (PR)	4.01	0.59	มาก
12. การเดินทาง/คมนาคม (TRA)	4.08	0.64	มาก
13. การให้บริการ (PS)	3.93	0.56	มาก
ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (TI)	3.99	0.49	มาก
14. เศรษฐกิจ (ECN)	3.94	0.51	มาก
15. วัฒนธรรม (CUL)	4.02	0.63	มาก
16. สังคม (SOC)	3.91	0.61	มาก
17. สิ่งแวดล้อม (ENV)	3.94	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเท่ากับ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 รองลงมา คือ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 และ

แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ได้แก่ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ และผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยใช้ Pearson's Correlation Coefficient แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	POTEN	DI	MR	TI
POTEN	1.000	0.718**	0.779**	0.751**
DI		1.000	0.687**	0.690**
MR			1.000	0.738**
TI				1.000

** p-value < 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอยู่ในช่วง 0.687 ถึง 0.779 โดยตัวแปร ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ($r=0.751$) รองลงมา คือ แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ($r=0.738$) และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ($r=0.690$) ตามลำดับ โดยจะพบว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ตารางที่ 4 ค่า VIF และ Tolerance

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
POTEN	0.360	2.781
DI	0.432	2.313
MR	0.389	2.571

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าอยู่ระหว่าง 2.313 ถึง 2.781 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.360 ถึง 0.432 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหา มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า VIF ต้องไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ต้องใกล้เคียงศูนย์

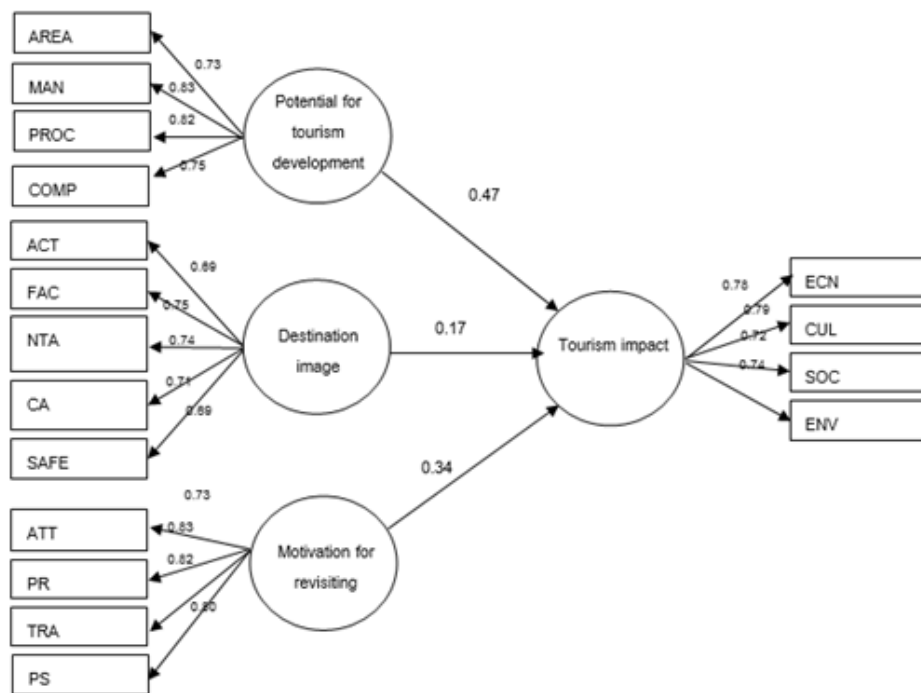
ตารางที่ 5 ค่าความเบ้และความโด่ง

ตัวแปร	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
AREA	-0.008	-0.080
MAN	-0.043	-0.618
PROC	-0.009	-0.490
COMP	-0.011	-0.103
ACT	0.005	0.015
FAC	-0.006	-0.301
NTA	-0.013	-0.575
CA	-0.048	-0.463
SAFE	0.003	0.068
ATT	-0.025	0.170
PR	-0.002	-0.081
TRA	-0.067	-0.525
PS	-0.018	0.117
ECN	-0.007	0.067
CUL	-0.015	-0.472
SOC	0.052	-0.365
ENV	0.031	-0.315

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 18 ตัว มีค่าความเบ้อยู่ในช่วง -0.067 ถึง 0.052 และค่าความโด่งอยู่ในช่วง -0.618 ถึง 0.068 เมื่อพิจารณาจากเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) และ Bryne (2010) ซึ่งกล่าวว่าตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าความเบ้ในช่วง -2 ถึง +2 และค่าความเบ้ในช่วง -7 ถึง +7 จะถือว่าเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ในงานวิจัยชิ้นนี้มีการแจกแจงแบบปกติ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สมการเชิงโครงสร้าง

ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาและเมื่อทำการตรวจสอบความสัมพันธ์แล้วผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในเชิงเหตุและผลดังแสดงในภาพที่ 2



รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

พบว่า โครงสร้างของผลกระทบการท่องเที่ยว (TI) ประกอบไปด้วยศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยพบว่า ค่า $\chi^2/df = 1.844$ และ $p\text{-value} = 0.001$ โดยมีค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.978 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.950 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (AGFI) เท่ากับ 0.920 และค่ารากค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.048 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือ (RMR) เท่ากับ 0.010 โดยจะเห็นว่าดัชนีทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่บ่งบอกได้ว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบโครงสร้างปัจจัยผลกระทบต่อการท่องเที่ยว จังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ค่าดัชนี	เกณฑ์	หลังปรับ	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2/df	< 3	1.844	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.950	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	0.920	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.95	0.978	ผ่านเกณฑ์
TLI	> 0.90	0.969	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.10	0.010	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.048	ผ่านเกณฑ์

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปร	β	S.E.	C.R.	P-value	ผลการทดสอบ
H1	TI <--- POTEN	0.486	0.094	5.161	0.000***	ยอมรับสมมติฐาน
H2	TI <--- DI	0.189	0.089	2.12	0.034*	ยอมรับสมมติฐาน
H3	TI <--- MR	0.376	0.09	4.166	0.000***	ยอมรับสมมติฐาน

*p-value < 0.05 ** p-value < 0.01 *** p-value < 0.001

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลกระทบการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปมาตรฐาน (β) = 0.486 และค่า C.R. = 5.161 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลกระทบการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปมาตรฐาน (β) = 0.189 และค่า C.R. = 2.12 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า แรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำส่งผลเชิงบวกต่อผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปมาตรฐาน (β) = 0.376 และค่า C.R. = 4.166 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 แสดงว่าแรงจูงใจที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อผลกระทบการท่องเที่ยวมากตามไปด้วย

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุส่วนใหญ่ 31-35 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนใหญ่ 15,001 – 30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง และมีสถานภาพโสด

จากการศึกษาผลกระทบต่อการท่องเที่ยว พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ

นอกจากนี้จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่งผลถึงการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าผลกระทบต่อการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลายด้านทั้งศักยภาพในการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งองค์ประกอบของ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยการพัฒนาด้านพื้นที่ การบริหารจัดการกิจกรรม และกระบวนการ และการมีส่วนร่วมในชุมชน ซึ่งการเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือของชุมชนกับภาครัฐเพื่อสร้างการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และสามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับของนักท่องเที่ยว และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวส่งต่อข้อมูลที่น่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวรายต่อไปได้ สอดคล้องกับ พรศิลป์ บัวงาม และอุทุมพร ศรีโยม (2564) งานวิจัยชื่อแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอหนองบัว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอหนองบัว ตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีการมีส่วนร่วม 2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี คือ ควรส่งเสริมความรู้ ทักษะในการสร้างอาชีพ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพ เพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิต 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน คือ จัดการข้อมูลทางมรดกวัฒนธรรมชุมชน พัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่น 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน คือการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสร้างความตระหนักรู้ความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติผ่านการท่องเที่ยวและ 5) ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว โดยชุมชน คือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก อบรมให้ความรู้แก่ชุมชน ผู้ประกอบการ และการรักษาความปลอดภัย สอดคล้องกับ พบพร โอภาณนท์ (2555) ในงานวิจัยเรื่องรูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากการกระตุ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล เช่น การได้รับการเอาใจใส่ ความรู้สึกด้านความปลอดภัย และสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ความสำคัญและประโยชน์ของการกลับมาเยือนซ้ำต่อการท่องเที่ยวการกลับมาเยือนหรือใช้บริการซ้ำเกิดจากความตั้งใจของบุคคลโดยจะมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์และประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการที่ตนได้รับถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้อื่นส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ ทศน์พล นพสุวรรณ และวิลาวัลย์ จันทร์ศรี (2564) ซึ่งศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ซึ่งกล่าวว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเกิดจากสิ่งที่ได้รับจากท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจไม่ว่าจะเป็นการประทับใจใน

ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งชี้ให้เห็นว่าหากมีการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลให้ภาพลักษณ์เหล่านั้นให้ดีขึ้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีมากขึ้นเช่นกัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการที่แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนา มีการเตรียมความพร้อมที่เกิดจากการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและชุมชนร่วมมือกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และถึงแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดนี้คือองค์ประกอบของผลกระทบในการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพ (Quality Research) ในเรื่องของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความแตกต่างในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในการหาข้อมูลเชิงลึก
2. ควรเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติรวมถึงการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการและในส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในด้านการท่องเที่ยวสัมผัสเชิงลึก

เอกสารอ้างอิง

- Boontum, V. & Bussaparoek, M. (2021). Kānsuksā phruttkam lāe rāeng chūngchai nai kān tangchai klap mā thōngthīeo sam kōrānī suksā chāngwat Surin. [A Study of Behavior and Motivation Toward Intention to Repeat to Travel: A Case Study of Surin]. *Journal of Management Science Review*, 23(2), 39-49.
- วนรัตน์ บุญธรรม และมนภัทร บุซปฤกษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(2), 39-49.
- Buangam, P. & Sriyom, U. (2021). Nāeōthāng kānphatthana sakkayaphāp kānthōngthīeo tām kēn mātrathān kānthōngthīeo chumchon 'amphoe nop phi tam chāngwat Nakhōn Sī Thammarāt. [Potentiality Development Approach on Community-Based Tourism Standard in Nopphitam District, Nakhon Si Thammarat Province]. *Rajapark Journal*, 15(41), 230-241.
- พรศิลป์ บัวงาม และอุทุมพร ศรีโยม. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอหนองบัวลำภู จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(41), 230-241.

- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. New York: Routledge.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Hair, J. Black, W. C. Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Educational International.
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). *Sathanakān kānthōngthīeo pī 2562 lāe nāonōm pī 2563*. [Tourism Situation in 2019 and Trends in 2020]. Retrieved March 3, 2023, from <https://www.thaipost.net/economy-news/391725/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2562 และแนวโน้มปี 2563*. สืบค้น 3 มีนาคม 2566, จาก <https://www.thaipost.net/economy-news/391725/>
- Nobsuwan, T. & Jansri, W. (2021). Phāplak lāeng thōngthīeo thī mī 'itthi phon tō khwāmphungphōchāi lāe khwām chongrakphakdī khōng nak thōngthīeo yān mūāng kao chāngwat Songkhla. [The Influence of Tourist Attraction's Image on Tourist's Satisfaction and Loyalty in Songkhla Old Town]. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 13(2), 145-162.
- ทัศนพล นพสุวรรณ และวิลาวลัย จันทรศรี. (2564). ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 13(2), 145-162.
- Nonthachot, P. (2014). Phonkrathop khōng kānthōngthīeo choēng Niwēt tō chumchon thōngthin thī mī khwāmākklāi thāng chāttiphan: kōrānī suksā chumchon bā nōra wom mit tambon mae yao 'Amphoe Mueang Changwat Chiang Rai. [The Impact of Ecotourism on Local Community with Various Ethnic Groups: a Case Study of Ruam-mitr Village, Mae-Yaaw Sub District, Muang District, Chiangrai Province]. *Kasalongkham Research Journal Chiangrai Rajabhat University*, 8(2), 123-136.
- ธีรวัฒน์ นนทะโชติ. (2557). ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อชุมชนท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์: กรณีศึกษาชุมชนบ้านรวมมิตร ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารการวิจัยกาสะลองคำ*, 8(2), 123-136.
- Otakanon, P. (2012). *Rupbaep khunnaphap kān bōrikān phāplak lāeng thōngthīeo lāe khwāmphungphōchāi thī song phon tō khwām tangchāi choēng phruttikam kānthōngthīeo bāp phamnāk raya yao khōng chao Yurob lāe 'amerikan*. [The

- Model of Service Quality, Destination Image, and Satisfaction Influencing Behavioral Intention of European and American Visitors in Long Stay Tourism*]. (Doctoral Dissertation, Eastern Asia University).
- พบบพร โอิกานนท์. (2555). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย)
- Phangnga Provincial Governor's Office. (2018). *Phæñ phatthanā chāngwat Phangngā hā pī* (2561-2565). [*Phangnga Province 5-Year Development Plan (2018-2022)*]. Retrieved March 20, 2023, from <http://www.phangnga.go.th/index.php/th/phangnga-plan/2016-10-11-07-01-57>
- สำนักงานจังหวัดพังงา. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดพังงา 5 ปี (2561-2565). สืบค้น 20 มีนาคม 2566, จาก <http://www.phangnga.go.th/index.php/th/phangnga-plan/2016-10-11-07-01-57>
- Srirathu, V. (2008). *Sakkayaphāp læng thoṅgthiēo choēng Niwēt nai ‘amphœ̄ khao khō chāngwat Phetchabun̄*. [*Eco-Tourism Potential of Amphoe Khao Kho, Phetchabun Province*]. (Master' Thesis, Srinakarinwirot University).
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- Wiratchai, N. (1999). *Khwāmsamphan khroṅgsāng choēng sēn LISREAL: sathiti wi khō samrap kānwichai thāng sangkhommasāt læ phruttkam sāt*. [*LISREAL Linear Structural Relationships: Statistical Analysis for Social and Behavioral Science Research*]. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- นางลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น LISREAL: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Wongbuangam, B. & Poolsawat, M. (2013). *Potential Assessment of Agro Tourism Awarded by the Philosophy of Sufficiency Economy Project in Bangkok and its Vicinity*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- Zhang, B. (2016). *The Impacts of Perceived Risk and Destination Image on Chinese Visitor's Decision and Destination Loyalty for Visiting Thailand*. (Master' Thesis, Bangkok University).

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ และพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

MARKETING MIX FACTORS PERSONNEL IN DEFENSE INDUSTRY AND ENERGY CENTER USED TO PURCHASE ELECTRIC VEHICLES

สมิตา ยะคะเรศ¹, สิทธิชัย ฝรั่งทอง²

Smita Yakhareath¹, Sittichai Farangthong²

(Received: January 8, 2024 ; Revised: February 14, 2024 ; Accepted: March 27, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร ใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร จำนวน 220 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ และพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้าในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากค่ามาก ไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุและระดับชั้นยศต่างกัน มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าไม่ต่างกัน ข้อเสนอแนะ ควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพแบบเจาะลึกถึงมูลเหตุที่มีอิทธิพลหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่จะทำให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าเป็นนวัตกรรมใหม่อาจมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นทั้งการพัฒนาแบตเตอรี่ กักเก็บพลังงาน สถานีพลังงานสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า ความแตกต่าง ด้านการใช้งานของรถยนต์ไฟฟ้าในแต่ละตราสินค้า เป็นต้น รวมถึงศึกษา

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Student, Master of Business Administration Graduate School, Dhonburi Rajabhat University.

e-mail: icesmita@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Instructor, Master of Business Administration Graduate School, Dhonburi Rajabhat University.

e-mail: icesmita@gmail.com

ปัจจัยนำมาใช้ในการวางแผนกำหนดแนวทางในการดำเนินการทั้งในภาครัฐและเอกชน เพื่อรองรับการ
ใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร
รถยนต์ไฟฟ้า

Abstract

The purposes of this study was to investigate and compare the importance of marketing mix factors that personnel in the Defense Industrial and Military Energy Center used to buy an electric vehicle based on personal factors. The sample was 220 personnel in the Defense Industrial and Military Energy Center. The results showed that, overall, marketing mix factors that personnel in the Defense Industrial Center and Energy Center used to purchase electric vehicles were high. Physical characteristics was the highest followed by personal characteristics, promotion, process, distribution channel, product, and price. The results of the hypothesis testing revealed that personnel with different ages and ranks were 0.05 statistical differences in using marketing mix to buy electric vehicles. Personnel with different gender, education level, and monthly incomes were not different in using marketing mix factors to buy electric vehicles. There should be an in-depth qualitative study to investigate the influencing causes or factors that would lead to the discovery of new factors affecting the decision to buy electric vehicles since electric vehicles were a new innovation that might be developed and changed for the better in terms of batteries, energy capacity, power stations for electric vehicles, and different uses of electric vehicles of each brand, etc., In addition, there should be an investigation of the factors used in planning and setting guidelines for operations in both the public and private sectors to support the future use of electric vehicles in Thailand.

Keywords: Marketing Mix, Defense Industry and Military Energy Center, Electric Cars

บทนำ

รถยนต์ถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญของมนุษย์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่การคมนาคมขนส่งสาธารณะยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ อีกทั้งการขยายตัวของเมืองทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อที่

อยู่อาศัยบริเวณชานเมืองหรือนอกเมือง ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อรถยนต์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า ปัจจุบันวิกฤตมลพิษสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทวีความรุนแรงไปทั่วโลก ทำให้แนวโน้มการรักษาสภาพแวดล้อมและความยั่งยืนได้รับความนิยมสูงขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเลือกซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งรถยนต์ไฟฟ้าก็นับว่าเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ายุคใหม่ที่ต้องการเลือกซื้อรถยนต์ใช้น้ำมันเครื่องยนต์สันดาปภายใน (Internal Combustion Engine: ICE) กลายมาเป็นรถยนต์ที่ใช้พลังงานจากไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) ที่ใช้พลังงานควบคู่กันทั้งจากเครื่องยนต์สันดาปที่ใช้น้ำมันและมอเตอร์ไฟฟ้ามาขับเคลื่อนร่วมกัน รถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด (Plug-in Hybrid Electric Vehicle: PHEV) ที่ใช้พลังงาน 2 ประเภทควบคู่กันเหมือน HEV แต่สามารถเสียบปลั๊กเพื่อชาร์จได้เหมือนเครื่องใช้ไฟฟ้าและรถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) ที่มีมอเตอร์ไฟฟ้าขับเคลื่อนเพียงอย่างเดียวโดยปราศจากเครื่องยนต์แต่ใช้พลังงานไฟฟ้าจากการชาร์จภายนอกเท่านั้น (รชฎ เลียงจันทร์, 2565)

ต่อมาบริษัทรถยนต์ต่างๆ จึงเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และเทคโนโลยียานยนต์ ให้มีความทันสมัยตอบรับกับปัญหาด้านพลังงาน เมื่อเวลาผ่านไปความเป็นไปได้ของการพัฒนาการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าเริ่มมีมากขึ้น หลังจากนั้น บริษัทรถยนต์แบรนด์อื่น ๆ ก็ได้เริ่มพัฒนารถยนต์ไฟฟ้าเพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งหากบริษัทรถยนต์เหล่านี้สามารถผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของตนเองได้จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์รถยนต์ไฟฟ้าได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลได้มีมาตรการสนับสนุนส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าด้วยมาตรการจูงใจทางภาษีและการให้เงินอุดหนุนกับค่ายรถยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ได้รับการลดอัตราหรือยกเว้นอากรขาเข้า การลดอัตราภาษีสรรพสามิต และการให้เงินอุดหนุนแก่ผู้ได้รับสิทธิตามมาตรการ โดยค่ายรถยนต์จะต้องลงนามเข้าร่วมโครงการสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้า (BEV) ของรัฐบาลไทย จึงจะได้รับส่วนลดดังกล่าว เพื่อให้ราคารถยนต์และรถจักรยานยนต์แบบพลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) ลดลงใกล้เคียงกับราคารถยนต์และรถจักรยานยนต์ประเภทเครื่องยนต์สันดาปภายใน บริษัทรถยนต์เกิดการปรับปรุงพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ทำให้ความจุของแบตเตอรี่ดีขึ้นกว่าเดิมถึง 3 เท่า ส่งผลให้ต้นทุนราคาแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มลดลง ซึ่งจะช่วยลดความกังวลในการขับขี่จากข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ สถานีชาร์จไฟฟ้าที่ไม่เพียงพอและกระจุกในพื้นที่เขตเมืองเป็นหลักแล้วยังทำให้รถยนต์ไฟฟ้ามีราคาถูกลงอีกด้วย อีกทั้งมาตรการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาลยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจใช้รถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายน้ำมันและลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาแล้ว รถยนต์ไฟฟ้ายังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีการปล่อยมลพิษที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานสะอาด (กรมประชาสัมพันธ์, 2565) จากมาตรการของภาครัฐดังกล่าว ทำให้สภาพการณ์แข่งขันในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าของค่ายรถยนต์ต่าง ๆ มีการแข่งขันรุนแรงเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากบริษัทค่ายรถยนต์ไฟฟ้าต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับหน่วยงาน

ภาครัฐและเอกชน รวมถึงมีการร่วมมือกับสถาบันการเงิน ธนาคาร ไฟแนนซ์ หรือลีสซิ่งต่าง ๆ จัดการส่งเสริมการตลาดหรือโปรโมชั่นให้กับกลุ่มข้าราชการและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นหมอ ทันตแพทย์ พยาบาล เภสัชกร สัตวแพทย์ ตำรวจ ทหาร และครู เช่น สามารถออกรถได้เลยไม่ต้องจ่ายดาวน์ ระยะเวลาการผ่อนชำระที่นานกว่าบุคคลทั่วไป อนุมัติวงเงินสำหรับการขอสินเชื่อ 100% ของมูลค่ารถ ดอกเบี้ยค่างวดรถต่ำกว่าดอกเบี้ยปกติ หรือการทำประกันอุบัติเหตุให้กับรถยนต์โดยไม่ต้องตรวจเช็คสภาพรถก่อน เป็นต้น

อีกทั้งกรมการขนส่งทางบกได้ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาล กระทรวงคมนาคม ในการสนับสนุนให้ประชาชนหันมาใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV - Electric Vehicle) เพื่อลดการปล่อยมลพิษและฝุ่นละออง PM 2.5 ผ่านมาตรการลดภาษีประจำปีสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่เป็นรถใหม่จากโรงงานและนำมาจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ซึ่งได้ผลตอบรับจากประชาชนเป็นอย่างดี โดยพบว่าสถิติการจดทะเบียนรถพลังงานไฟฟ้าตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ทั่วประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ระหว่างวันที่ 1 ต.ค. 2565 - 30 ก.ย. 2566) มีจำนวนทั้งสิ้น 73,341 คัน เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 14,696 คัน (เพิ่มขึ้น 58,645 คัน) คิดเป็นอัตราการเติบโต 399.05% ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบกยังคงเดินหน้ามาตรการลดภาษีประจำปีสำหรับรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าที่เป็นรถใหม่สำเร็จรูปจากโรงงาน และนำมาจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ไปจนถึงวันที่ 10 พฤศจิกายน 2568 โดยให้ลดภาษีลงร้อยละ 80 จากอัตราที่กำหนดตามมาตรา 11 ของอัตราภาษีประจำปีท้ายกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่รถนั้นจดทะเบียนเป็นระยะเวลา 1 ปี (Sanook, 2565)

ดังนั้น ทางศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ส่งเสริมและดำเนินงานเกี่ยวกับงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร ได้มีการส่งเสริมสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลที่ให้ทุกภาคส่วนจัดซื้อจัดจ้างรถยนต์ไฟฟ้ามาใช้ในราชการแทนรถยนต์เดิมที่จะหมดอายุการใช้งานหรือที่ต้องจัดซื้อจัดจ้างขึ้นใหม่รวมทั้งเข้าร่วมโครงการกับค่ายรถยนต์เพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่ข้าราชการทหาร ซึ่งผู้วิจัยสังกัดหน่วยงานดังกล่าวจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อ รถยนต์ไฟฟ้าเพื่อให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นำผลวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐ อันจะเพิ่มความพึงพอใจสูงสุดและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีการวิจัย

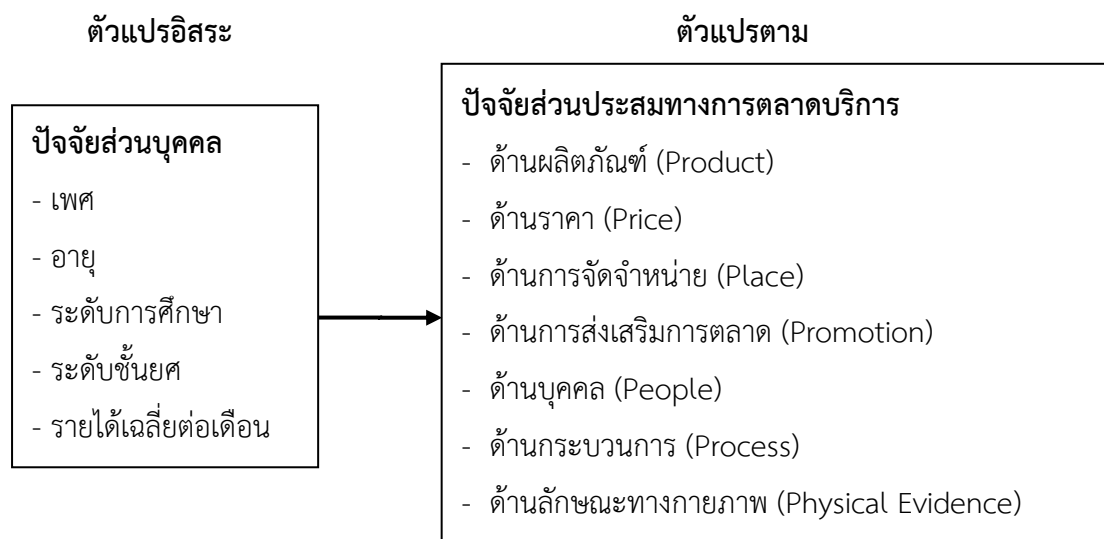
ประชากร ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง ของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร จำนวน 490 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง ของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร จำนวน 490 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 220 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Sample random sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variables) ประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าจากตำราหนังสือ และเอกสารต่าง ๆ โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด Kotler and Keller (2016) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ Armstrong and Kotler (2015) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ นำมาสังกัดตัวแปรแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า แตกต่างกัน
4. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับชั้นยศต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า แตกต่างกัน
5. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

เครื่องมือการวิจัย ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บแบบรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้า ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการกำหนดราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ (Rating Scale) และนำมาหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับเท่ากับ 1.00 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ใช้สูตรหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อถือของแบบสอบถามต้องมากกว่า 0.70 ซึ่งได้ผลเท่ากับ 0.96 แสดงว่าข้อมูล ในแบบสอบถามมีความเชื่อถือ

การรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แจกแบบสอบถามโดยตรงและผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Google Form) จากประชากรจำนวน 490 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973) ได้จำนวน 220 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับนำกลับมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนการดำเนินการคือข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

เพื่อแสดงถึงการเปรียบเทียบของข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย t-test, One-way ANOVA

เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับ

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้ค่าน้ำหนัก	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก	1	คะแนน

โดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอัตราภาคชั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	111	50.45
	หญิง	109	49.55
อายุ	25-35 ปี	62	28.18
	36-45 ปี	59	26.82
	46-55 ปี	72	32.73
	มากกว่า 55 ปี	27	12.27
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	16	7.27
	อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	39	17.73
	ปริญญาตรี	116	52.73
	ปริญญาโท	49	22.27
ระดับชั้นยศ	นายทหารสัญญาบัตร	91	41.36
	นายทหารประทวน	61	27.73
	พนักงานราชการ	30	13.64
	พนักงานเงินทุนหมุนเวียนฯ	20	9.09
	ลูกจ้างประจำ	12	5.45
	ลูกจ้างชั่วคราว	6	2.73
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	10,001 - 20,000 บาท	62	28.18
	20,001 - 30,000 บาท	60	27.27
	30,001 - 40,000 บาท	49	22.27
	40,001 - 50,000 บาท	29	13.18
	50,001 บาท ขึ้นไป	20	9.09
รวม		220	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 คน

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 50.45 และหญิง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 49.55

2. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 46-55 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.73 รองลงมาคือ อายุ 25-35 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 28.18 อายุ 36-45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 และอายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.27 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 22.27 อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.73 และมีธยมศึกษา หรือ ปวช. จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27

4 ระดับชั้นยศ ในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับชั้นยศเป็นนายทหารสัญญาบัตร จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 41.36 รองลงมาคือ นายทหารประทวน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 27.73 พนักงานราชการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 พนักงานเงินทุนหมุนเวียนฯ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ลูกจ้างประจำ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 28.18 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รายได้ 30,001- 40,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 22.27 รายได้ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.18 และรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.89$) รองลงมาคือ ด้านบุคคล ($\bar{x} = 4.87$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.87$) ด้านกระบวนการจัดการ ($\bar{x} = 4.86$) ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.85$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.72$) และด้านราคา ($\bar{x} = 4.49$) ตามลำดับดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาพรวมและรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 220		ระดับความคิดเห็น	อันดับ
	$\bar{x}$	sd.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.72	0.47	มากที่สุด	6
2. ด้านราคา	4.49	0.64	มากที่สุด	7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.85	0.41	มากที่สุด	5
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.87	0.38	มากที่สุด	3
5. ด้านบุคคล	4.87	0.37	มากที่สุด	2
6. ด้านกระบวนการ	4.86	0.39	มากที่สุด	4
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.89	0.36	มากที่สุด	1
รวม	4.79	0.36	มากที่สุด	

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามีความแตกต่างกันเมื่อแยกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารที่มีอายุและระดับชั้นยศต่างกันใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานส่วนบุคคลของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามีความแตกต่างกันเมื่อแยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปรต้น	ผลการทดสอบสมมติฐาน		
	Sig.	ยอมรับ	ปฏิเสธ
เพศ	.533	-	✓
อายุ	.003*	✓	-
ระดับการศึกษา	.807	-	✓
ระดับชั้นยศ	.002*	✓	-
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.367	-	✓

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.1) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ที่มีอายุต่างกัน ตามภาพรวม รายคู่ พบว่า อายุ 25-35 ปี ความเห็นที่แตกต่างกับ อายุ 36-45 ปี อายุ 46-55 ปี และอายุมากกว่า 55 ปี ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ที่มีอายุต่างกัน ตามภาพรวมรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	25-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี
		4.65	4.82	4.86	4.86
25-35 ปี	4.65	-	-.165*	-.211*	-.211*
36-45 ปี	4.82	-	-	-.046	-.046
46-55 ปี	4.86	-	-	-	.000
มากกว่า 55 ปี	4.86	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าที่มีระดับชั้นยศต่างกัน ด้านลักษณะทางกายภาพรายคู่ พบว่า นายทหารสัญญาบัตรและนายทหารประทวน มีความเห็นที่แตกต่างกับพนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราว และพนักงานราชการมีความเห็นที่แตกต่างกับพนักงานเงินทุนหมุนเวียนฯ และลูกจ้างชั่วคราว และพนักงานเงินทุนหมุนเวียนฯ มีความเห็นที่แตกต่างกับลูกจ้างชั่วคราว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรของศูนย์การ
อุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ที่มีระดับชั้น
ยศต่างกัน ภาพรวม รายคู่

	$\bar{x}$	นายทหาร สัญญาบัตร	นายทหาร ประทวน	พนักงาน ราชการ	พนักงาน เงินทุน หมุนเวียนฯ	ลูกจ้างประจำ	ลูกจ้าง ชั่วคราว
		4.84	4.82	4.66	4.89	4.67	4.34
นายทหาร สัญญาบัตร	4.84	-	.014	.175*	-.048	.163	.498*
นายทหาร ประทวน	4.82	-	-	.161*	-.062	.149	.484*
พนักงาน ราชการ	4.66	-	-	-	-.223*	-.012	.323*
พนักงานเงินทุน หมุนเวียนฯ	4.89	-	-	-	-	.211	.546*
ลูกจ้างประจำ	4.67	-	-	-	-	-	.335
ลูกจ้างชั่วคราว	4.34	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและ
พลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บุคลากรในศูนย์การ
อุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารใช้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในภาพรวม มีความคิดเห็น
อยู่ในระดับมากที่สุด โดยแต่ละด้านมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด เพราะว่ารถยนต์ไฟฟ้ามีรูปลักษณ์และการดีไซน์สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน
แบบครบครัน สมรรถนะการขับเคลื่อนเหมาะสมกับขนาดรถ พื้นที่ใช้สอยกว้าง นั่งได้หลายคนหรือ
บรรทุกของได้มาก ยี่ห้อรถยนต์/ชื่อเสียงตราสินค้าของรถยนต์ไฟฟ้าเป็นที่รู้จัก มีคุณภาพและได้รับ
การรับรองที่น่าเชื่อถือ ยี่ห้อรถยนต์ไฟฟ้ามีความน่าเชื่อถือ รถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่มีประสิทธิภาพการ
ทำงานสูง ระยะทางวิ่งที่ไกลต่อการชาร์จไฟหนึ่งครั้ง และสถานีชาร์จไฟฟ้ามีจำนวนมากและกระจาย
ในทุกพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ดิกขนา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย
พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดุสิต อยู่ในระดับความ
คิดเห็นมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์ (2563)

ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

1.2 ด้านราคา (Price) ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากราคาแบตเตอรี่มีความเหมาะสมและมีอายุการใช้งานนาน ราคาเครื่องยนต์มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับรถยนต์ในกลุ่มเดียวกัน (C-segment) ราคาเครื่องยนต์มีความเหมาะสมกับขนาดและสมรรถนะของรถ ราคาอะไหล่และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาและราคาเครื่องยนต์เมื่อขายต่อในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ดิกขะนา (2564) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เป็นปัจจัยหลักและเป็นปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า รวมทั้งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนจะตัดสินใจซื้อ และในสถานการณ์ปัจจุบันรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าเริ่มเข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี ประกอบกับคุณสมบัติของรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้บริโภคจึงมีความเชื่อมั่นที่จะใช้รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า ผู้บริโภคใช้แล้วรู้สึกถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการแสดงรถยนต์ในงานมอเตอร์โชว์ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย สถานที่ตั้งของศูนย์บริการสะดวกในการเข้าใช้บริการ เช่น ติดถนน หาได้ง่าย จอดรถสะดวกสบายและศูนย์บริการมีจำนวนมากเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทไฮบริดปลั๊กอินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ดิกขะนา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้ามีช่องทางการให้เลือกรซื้อตามศูนย์บริการมากมายที่มีมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการบริการหลังการขายของศูนย์บริการ มีช่องทางการสื่อสารกับผู้ให้บริการ ในช่องทางต่างๆ หลากหลาย เช่น Facebook, Line, Instagram รูปแบบและเนื้อหาโฆษณาที่น่าสนใจและดึงดูด มีการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ มีกิจกรรมการตลาดแบบ ประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมกับขนาดและสมรรถนะของรถ มีการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เช่น แคมเปญเพิ่มเติม (ขัดเคลือบแก้ว, ล้างรถฟรีมือถือ, บัตรกำนัล, อื่นๆ) เป็นต้น และการมีข้อเสนอเงินดาวน์ อัตราดอกเบี้ยระยะเวลาการผ่อนชำระ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอินในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ดิกขะนา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์บริการได้ทำการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี เช่น ให้ส่วนลดเงินสด หรืออุปกรณ์ตกแต่งรถ ข้อเสนอเงินดาวน์และอัตราดอกเบี้ย

1.5 ด้านบุคคล (People) ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากพนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานบริการด้วยความสุภาพ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีอัธยาศัยดี และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการ และพนักงานสามารถบริการได้ถูกต้อง เช่น แก้ไขปัญหาเครื่องยนต์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้านบุคลากรบริการ มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตาภา จันทรโต (2566) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของข้าราชการกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคลากรบริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของข้าราชการกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

1.6 ด้านกระบวนการบริการ (Process) ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากระบบที่ผู้จำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าสามารถแก้ไขปัญหาแบบชัดเจนได้ในวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของโชว์รูม และศูนย์บริการมีความชัดเจน และกระบวนการจัดการด้านการบริการลูกค้าที่ถูกต้อง และรวดเร็วในการดำเนินการซื้อขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของ

ผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้านกระบวนการบริการ มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิดาภา จันทรโต (2566) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของข้าราชการกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านกระบวนการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของข้าราชการกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีโชว์รูม และศูนย์บริการมีความทันสมัยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรอเข้ารับบริการอย่างครบครัน โชว์รูมและศูนย์บริการมีคุณภาพมีมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ และโชว์รูมและศูนย์บริการของแต่ละสาขามีระเบียบและขั้นตอนในการบริการที่เป็นแบบแผนเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ดิกขะนา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตอุตสาหกรรม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตอุตสาหกรรม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมัลย์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทไฮบริดปลั๊กอินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารที่มีอายุและระดับชั้นยศในปัจจุบันต่างกันใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน ส่วนบุคลากรของศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกมล จิปีภพ (2566) เรื่อง อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ากับปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ความแตกต่างของ อายุที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมัลย์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ากับปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่า อายุที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนเพศที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เนื่องจากในประเทศไทยมีรถยนต์ไฟฟ้าจำนวนยังมีน้อยเมื่อเทียบกับรถยนต์ที่ใช้ใช้น้ำมัน และระยะเวลาในการชาร์จยังต้องใช้เวลาชาริมากกว่ารถยนต์ที่ใช้ใช้น้ำมันอยู่เล็กน้อยหากมีการเดินทางไกลก็จะไม่ปลอดภัย ดังนั้น ผู้ประกอบการผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบยานยนต์ควรมีการพัฒนาแบตเตอรี่ รูปทรง ประโยชน์การใช้งานให้คุ้มค่า และพัฒนาการของเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ตัวรถที่มีความหลากหลายมากขึ้น ระยะเวลาในการชาร์จไฟระยะทางที่วิ่งได้ต่อการชาร์จ 1 ครั้ง เป็นต้น รวมถึงควรมีการวางแผนหาตำแหน่งสถานที่ตั้งของสถานีอัดประจุให้ครอบคลุมทุกพื้นที่มากยิ่งขึ้น
2. ด้านราคา (Price) เนื่องจากการผลักดันของนโยบายภาครัฐและค่ายรถยนต์ผู้ผลิตรถไฟฟ้าทำให้ปัจจุบันแม้ยังมีผู้ใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าไม่แพร่หลายมากนัก แต่ปัจจุบันนี้ทำให้ผู้ใช้มีจำนวนเพิ่มขึ้น ดังนั้น ราคาของรถยนต์ในอนาคตจะมีราคาที่ลดลงมากกว่าราคารถยนต์ที่ใช้ใช้น้ำมัน ผู้ประกอบการผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบยานยนต์ ควรมีนโยบายปรับราคาค่าบริการ ค่าอะไหล่ และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการบำรุงรักษา เช่น กรณีเกิดฝนตกหนัก น้ำท่วม หากต้องขับรถยนต์ไฟฟ้า แบตเตอรี่เพื่อลุยน้ำท่วมจะส่งผลเสียและด้วยความเฉพาะของระบบจึงอาจจะทำให้ระยะเวลาการซ่อมบำรุงใช้เวลานานกว่าปกติ ไม่สามารถทำได้ตามอู่ซ่อมรถทั่วไป ก็ต้องเข้าศูนย์บริการเท่านั้น
3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เนื่องจากปัจจุบันศูนย์บริการโชว์รูมหรือศูนย์ซ่อมแซมรถไฟฟ้ามีจำนวนที่น้อยมาก ไม่ได้หาง่ายเหมือนกับอู่ซ่อมรถยนต์ที่ใช้ใช้น้ำมัน หากเกิดปัญหาที่ต้องเข้าศูนย์บริการเท่านั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการผู้ผลิตรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ควรมีนโยบายกระจายเพิ่มศูนย์บริการหลังการขายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) นับว่าเป็นเครื่องมือในกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น แคมเปญเพิ่มเติม ขีดเคลือบแก้ว ล้างรถฟรีมือถือ บัตรกำนัล เป็นต้น รวมถึงผ่านช่องทางการสื่อสารทางการตลาดหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Line, Instagram หรือ TikTok นับว่าเป็นการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคที่สำคัญในยุคนี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการผู้ผลิตรถยนต์ ควรให้มีการสื่อสารให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแก่พนักงานและลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะพนักงานขาย พนักงานบริการ หรือทีมช่างบริการ เพื่อสร้างความเข้าใจและ ลดความกังวลของผู้บริโภคในเรื่องของรถยนต์ไฟฟ้าต่างๆเหล่านี้ได้

5. ด้านบุคคล (People) หากพนักงานสามารถบริการได้ถูกต้องตามมาตรฐานการบริการ จะเป็นจุดขายที่สำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการรถยนต์ ควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานบริการ และทีมช่างบริการ โดยมีการประเมินคุณภาพการบริการทุกไตรมาส เพื่อให้ลูกค้าเกิดสร้างความเข้าใจ และพนักงานสามารถแนะนำลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ด้านกระบวนการ (Process) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการที่ถูกต้อง และรวดเร็วในการดำเนินการซื้อขาย หรือแก้ไขปัญหาอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า แต่ในระบบการจัดการสมัยใหม่ ไม่ได้มองเพียงแค่การบริการที่สร้างความพึงพอใจเท่านั้น แต่ต้องสร้างความจงรักภักดี ให้เกิดกับลูกค้าด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการรถยนต์ ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้วางระบบกระบวนการบริการก่อนบริการ ระหว่างบริการ และหลังการบริการ โดยนำระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) มาใช้ในการสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่ผ่านมาผู้ประกอบการรถยนต์ส่วนใหญ่ เน้นโชว์รูมรถยนต์ในรุ่นต่าง ๆ และศูนย์บริการของแต่ละสาขามีความสะอาด เป็นระเบียบ และ ขั้นตอน ในการบริการที่เป็นแบบแผนเดียวกัน รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมีความทันสมัย แต่ลักษณะทางกายภาพยังส่งผลต่อความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความพึงพอใจต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือการบอกต่อของลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการรถยนต์ควรมีการเน้นคุณภาพการบริการในเรื่องการตกแต่งบรรยากาศภายใน การแต่งกายของพนักงาน การบริการที่รวดเร็ว รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวกกับลูกค้าด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ แบบเจาะลึก เพื่อให้รับรู้ถึงมูลเหตุที่มีอิทธิพลหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่จะทำให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าเป็นนวัตกรรมใหม่ อาจมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลง ไปในทางที่ดีขึ้นทั้งการพัฒนาแบตเตอรี่ กักเก็บพลังงาน สถานีพลังงานสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าความแตกต่าง ด้านการใช้งานของรถยนต์ไฟฟ้าในแต่ละตราสินค้า เป็นต้น รวมถึงศึกษาปัจจัยนำมาใช้ในการวางแผนกำหนดแนวทางในการดำเนินการทั้งในภาครัฐและเอกชน เพื่อรองรับการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า ในประเทศไทยที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Armstrong, G. , & Kotler, P. (2015). *Principles of Marketing* (Global ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Chanto, C. (2023). *patchai thi mi phon to 'akan tatsin chai 'on tho yon faifa khong kharatchakan Krungr Thep Maha Nakhon*. [Factors Affecting the Decisions to

- Purchase Electric Vehicle of Government Officer of Bangkok Metropolitan Administration]. (Master's Independent Study, Ramkhamhaeng University).
- ชนิดาภา จันทรโต. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของข้าราชการกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- Jipiphob, N. (2023). 'itthiphon kho'ong so'won prasom thangka' talat to'akan tatsin chai 'on tho'yon faifa nai changwat Krung Thep Maha Nakhon. [The Influence of Marketing Mix on Electric Car Purchase Decision in Bangkok Metropolis]. (Master's Independent Study, Ramkhamhaeng University).
- ณัฐกมล จิปปภ. (2566). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Leingchan, R. (2022). *rotyon faifa : khwa'mto'ngkan lae 'oka't thi kamlang ma' thung. [Electric Cars: Upcoming Needs and Opportunities]*. Retrieved January 8, 2023, from <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ev-survey-22>.
- รชฏ เลียงจันทร์. (2565). รถยนต์ไฟฟ้า: ความต้องการและโอกาสที่กำลังมาถึง. สืบค้น 8 มกราคม 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligenceev-survey-22>.
- Pankla, S., & Keawpromman, C. (2020). patchai thi mi phon to'akan tatsinchai luak su khong phuboriphok thi mi to' on tho'yon faifa pra phet hai ka'in nai khet Krung Thep Maha Nakhon. [Factors Affecting to Consumers' Purchasing Plug-in Hybrid Electric Vehicle of Consumer in Bangkok Metropolitan]. *Journal of the Association of Researchers*, 25(2), 117-132.
- สุภาพร ปานกล้า และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทไฮบริดปลั๊กอิน ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 25(2), 117-132.
- Sanook. (2022). *khonsong lot phasi pracham pi rotyon faifa paetsip poesen raya wela nung pi mi phon bang khap chai laeo*. [The Ministry of Transport has Reduced the AnnualT on Electric Cars by 80% for a Period of 1 Year. It is Now Effective]. Retrieved March 8, 2023, from <https://www.sanook.com/auto/85387/>
- Sanook. (2565). *ขนส่งฯ ลดภาษีประจำปีรถยนต์ไฟฟ้า 80% ระยะเวลา 1 ปี มีผลบังคับใช้แล้ว*. สืบค้น 8 มีนาคม 2566, จาก <https://www.sanook.com/auto/85387/>

- The Government Public Relations Department. (2022). *krommakān khonsong thāng bok chāēn chuān khon Thai chai rotyon phalangngān faifa lot phāsī rot pracham pī rotyon faifa long roīla pætsip pen wela nung pī chapho rotyon faifa thī chōthabian rawāng wan thī nung Tulākhom sōngphanhārōihoksipha - samsip Kanyayon sōngphanhārōihoksippæē*. Retrieved March 8, 2023, from <https://www.prd.go.th/th/content/page/index/id/110200>
- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). *กรมการขนส่งทางบกเชิญชวนคนไทยใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้าลดภาษีรถประจำปีรถยนต์ไฟฟ้าลดร้อยละ 80 เป็นเวลา 1 ปี เฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าที่จดทะเบียนระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2568. สืบค้น 8 มีนาคม 2566, จาก* <https://www.prd.go.th/th/content/page/index/id/110200>
- Tigkana, B. (2021). *patchai thī mī phon to ākan tatsin chai ōn tho yon thī khapkhluān duai phalangngān faifa khōng phubōriphok nai khēt Dusit Krung Thep Maha Nakho*. [Factors Affecting Decisions to Purchase Electric Vehicle of Customers in Dusit District, Bangkok]. (Master's Independent Study, Ramkhamhaeng University).
- เบญจวรรณ ติกขณา. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).*
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

กลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง MANAGEMENT STRATEGY OF ISLAMIC BANK OF THAILAND TO SOCIAL BANKING

สมบัติ บุญประธรรม¹

Sombat Boonpratham¹

(Received: October 17, 2023 ; Revised: March 11, 2024 ; Accepted: March 27, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคเดลฟาย ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และสังเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาฉันทามติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ด้านโซเซียลแบงก์กิ้ง จำนวน 17 คน โดยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1) กลยุทธ์องค์การนวัตกรรม 2) กลยุทธ์องค์การแห่งการเรียนรู้ 3) กลยุทธ์วัฒนธรรมองค์การมุ่งความสำเร็จตามเป้าหมาย 4) กลยุทธ์ประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน 5) กลยุทธ์องค์การยืดหยุ่นการเปลี่ยนแปลง 6) กลยุทธ์ผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ 7) กลยุทธ์ส่งเสริมบุคลากรมีส่วนร่วมในการจัดการองค์การ ทั้งนี้เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการให้บริการทางการเงินในรูปแบบเงินสดผ่านตัวกลาง และการเงินดิจิทัล ผสานร่วมกับสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ และยกระดับการพัฒนาการเงินอิสลาม เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งบริการทางตามหลักการของศาสนาอิสลามได้อย่างทั่วถึง

คำสำคัญ : กลยุทธ์การบริหารจัดการ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย โซเซียลแบงก์กิ้ง

Abstract

The purpose of this research was to explore the adaptation strategy of the Islamic Bank of Thailand towards social banking. The qualitative research was employed using Delphi technique. Data were collected from relevant documents and in-depth interviews with 17 experts in social banking using purposive sampling. The results showed that: the adaptation strategies of the Islamic Bank of Thailand towards

¹ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Instructor, Business Administration Faculty, Kasem Bandit University.

e-mail: sombat.bun@kbu.ac.th

social banking were 7 main strategies: 1) innovative organization strategy, 2) learning organization strategy, 3) goal-oriented organizational culture strategy, 4) effective internal communication strategy, 5) resilient organization strategy, 6) leader of change strategy, and 7) employee involvement strategy. The strategies could create a balance between providing financial services in the form of cash through intermediaries. and digital financial formats in combination with society, culture, environment and economy while increasing development and competitiveness of Islamic finance and expanding the access to services in accordance with Islamic principles.

Keywords: Management Strategies, Islamic Bank of Thailand, Social Banking

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีในทศวรรษนี้ ส่งผลกระทบต่อทุกภาคอุตสาหกรรมต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทางการเงินที่ได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) สถาบันการเงินจะสูญเสียรายได้ประมาณร้อยละ 29 ถึง ร้อยละ 35 ต่อคู่แข่งรายใหม่ การเพิ่มขึ้นจากการแข่งขันนวัตกรรมและเทคโนโลยีส่งผลให้รูปแบบบริการทางการเงินเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (สฤณี อาชวานันทกุล, 2560) ดังนั้นสถาบันการเงินต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการคิดค้นรูปแบบการให้บริการทางการเงินผ่านโซเชียล ซึ่งสามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงผู้ใช้บริการทางการเงินได้จำนวนมาก ประกอบกับโซเชียลเสมือนแหล่งรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของผู้ใช้บริการเพื่อการนำไปประมวลผลพฤติกรรมและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโซเชียลแบงก์ก็มีความแตกต่างกับโมบายล์แบงก์กึ่ง ซึ่งโซเชียลแบงก์กึ่งจะมีลักษณะการใช้งานคล้ายกับรูปแบบของโซเชียลมีเดียในอดีต หากต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ได้จากหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ เมื่อโซเชียลมีเดียได้เปลี่ยนแปลงพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพขึ้น สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียแทนการออกอากาศผ่านช่องสถานีทางโทรทัศน์ ขณะที่โซเชียลแบงก์กึ่ง เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโซเชียล โดยผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องเปิดบัญชีหรือเป็นลูกค้ากับสถาบันการเงินก่อน เพียงแค่ผู้ใช้บริการเป็นผู้ใช้ (User) ของโซเชียลเท่านั้นก็สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน การโอนเงิน การฝากเงิน การกู้ยืม ได้โดยตรง

จะเห็นได้ว่าโซเชียลแบงก์กึ่ง มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของสถาบันการเงิน ทำให้ลดบทบาทของสถาบันการเงินลง หากสถาบันการเงินไม่เข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการทางการเงิน ในยุคที่นวัตกรรมและเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็ว ซึ่งบริษัทผู้พัฒนาเทคโนโลยีจะมีบทบาทเพิ่มขึ้นและสามารถปิดช่องว่างระหว่างผู้ใช้บริการทางการเงินบางกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าถึงสถาบันการเงิน จากขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อนในการเปิดบัญชี ค่าธรรมเนียมจากการทำธุรกรรมการเงิน ซึ่งบริษัทผู้พัฒนาเทคโนโลยีนั้นก็จะกลายเป็นคู่แข่งรายใหม่ต่อสถาบันการเงินที่สามารถให้บริการทางการเงิน ไม่ใช่เพียงสถาบันการเงินเท่านั้นที่จะเป็นผู้ให้บริการทางการเงินอีกต่อไป ด้วยจุดเด่นด้านต้นทุน ความสะดวกรวดเร็ว มีศักยภาพสูงในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการเงิน สามารถขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินได้จำนวนมาก

จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบบริการทางการเงินและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ สถาบันการเงินจำเป็นต้องหาแนวทางตั้งรับความท้าทายและเตรียมความพร้อมขององค์กรสู่ยุคหน้า มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก และให้ความสำคัญกับแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ให้มีบทบาทในการสร้างสรรค์ เศรษฐกิจและสังคมไทยในอนาคต ผู้วิจัยสนใจศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ต่อความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางการเงินและการเปลี่ยนแปลงบทบาทของสถาบันการเงินในอนาคต เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการให้บริการทางการเงินในรูปแบบเงินสด ผ่านตัวกลางและการเงินดิจิทัล ผสานร่วมกับสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ทำให้ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาการเงินอิสลาม (Islamic Finance) และการระดมทุนจากภายในและภายนอกประเทศ รองรับการแข่งขันของสถาบันการเงิน ตลอดจนขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลามได้อย่างทั่วถึง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง

วิธีการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดและเลือกผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) ด้วยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริหาร ผู้อำนวยการ ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านโซเซียลแบงก์กิ้ง ไม่น้อยกว่า 8 ปี จำนวน 17 คน ประกอบด้วย

1. ผู้บริหารระดับสูง ผู้อำนวยการ ผู้ที่ส่วนร่วมกับการกำหนดแนวทางการวางแผนการดำเนินงาน การบริหารแผนยุทธศาสตร์ ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย จำนวน 12 คน
2. นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโซเซียลแบงก์กิ้ง จำนวน 5 คน

ซึ่งการกำหนดจำนวนผู้เชี่ยวชาญ ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ผลการศึกษาของ Macmillan (1971) พบว่า หากจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Reduction) จะมีค่าเท่ากับ 0.02

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. นำข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และร่างกรอบกลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง

2. นำข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาสร้างเป็นแบบสอบถามปลายปิด ซึ่งในแบบสอบถามจะประกอบด้วยกลยุทธ์และองค์ประกอบของแต่ละกลยุทธ์ในการปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง โดยให้น้ำหนักตามความสำคัญของกลยุทธ์และส่วนประกอบของกลยุทธ์ ผู้วิจัยกำหนดค่าของระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามมาตรวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่าของ Likert Scale 5 ระดับ

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งไม่ได้รวมอยู่ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน พิจารณาความสอดคล้องของระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยใช้สูตรในการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของ ข้อคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องจะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (Rovinelli & Hambleton, 1977)

4. ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญทางไปรษณีย์พร้อมซองเปล่าติดอากรแสตมป์เจ้าหน้าที่ผู้วิจัย เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญส่งแบบสอบถามกลับมาภายหลังจากแสดงความคิดเห็นในระยะเวลาที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลรอบที่ 1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) มาทำการวิเคราะห์กรอบกลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง และสร้างแบบสอบถามปลายปิด

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม รอบที่ 2 และ 3 ด้วยสถิติค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าความแตกต่างของค่าฐานนิยม (Mode) กับค่ามัธยฐาน (Median) ไม่เกิน 1.00 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter Quartile Range) มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 ทดสอบความ

สอดคล้องเพื่อหาฉันทามติ (Consensus) และกำหนดกลยุทธ์และองค์ประกอบของกลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง

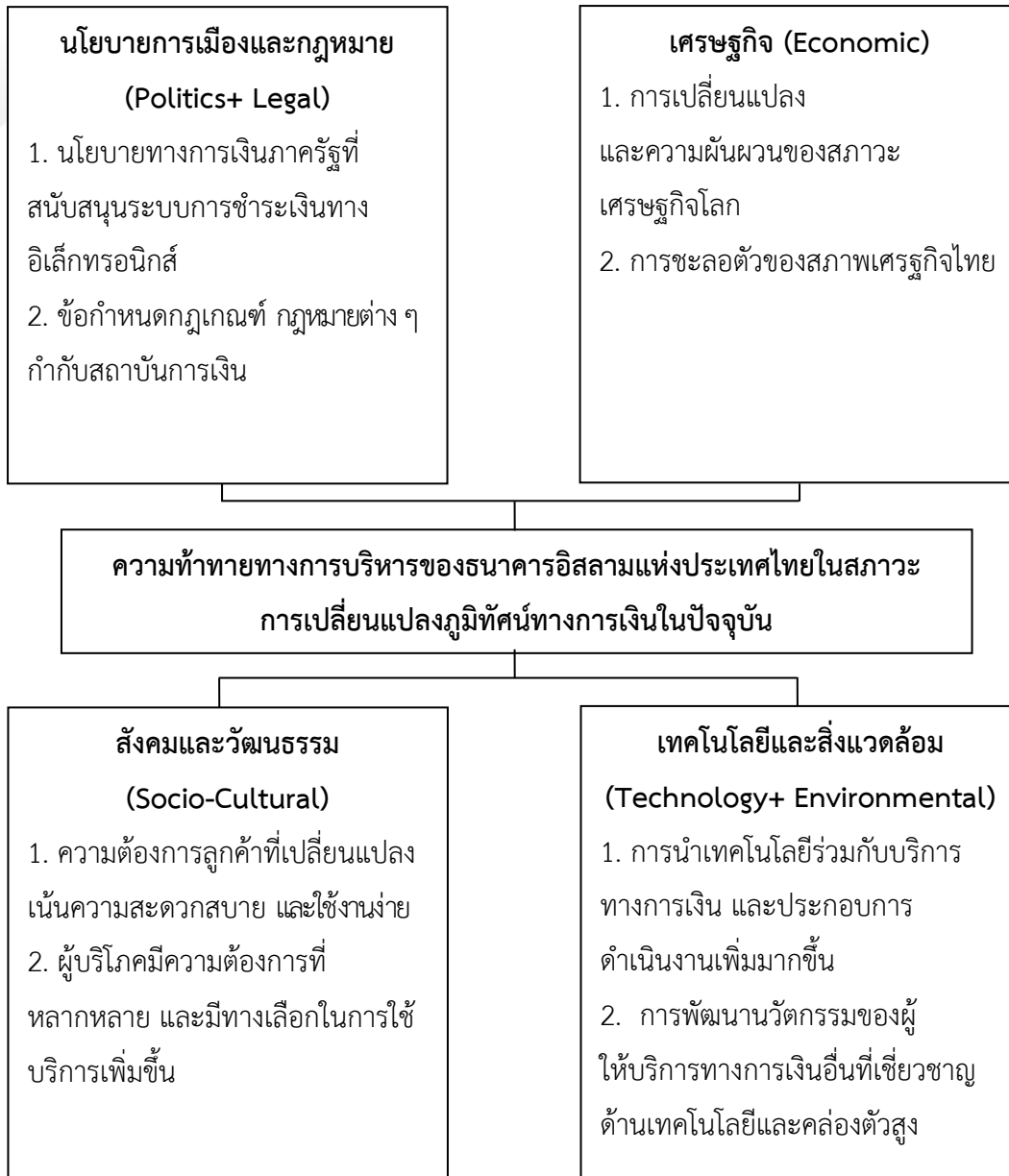
ผลการวิจัย

1. ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในรอบที่ 1 จากข้อคำถาม “การเปลี่ยนแปลงแปลงภูมิทัศน์ทางการเงินในปัจจุบันเรื่องใดที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย”

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่า “เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ได้เปลี่ยนโฉมในทุกภาคธุรกิจ ซึ่งธนาคารเองก็ได้รับผลกระทบที่เร็วและรุนแรง เพราะผู้ใช้บริการล้วนต้องการผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงได้ง่าย ราคาถูก และตอบโจทย์ความต้องการ แต่การปรับตัวของธนาคารยังต้องรอความชัดเจนของหน่วยงานกำกับดูแล และการออกกฎหมายการกำกับดูแลสถาบันการเงิน รวมถึงระบบการให้บริการทางการเงินสมัยใหม่จะมีจำนวนผู้ให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นไม่เฉพาะแต่สถาบันการเงินเท่านั้น ยังรวมถึงธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ ๆ ที่เข้ามาร่วมพัฒนารูปแบบการชำระเงินร่วมกัน ซึ่งระบบสมัยใหม่มีการเชื่อมโยงกันทั้งหมด มีความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน ส่งผลให้ธนาคารต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น”

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความคิดเห็นว่า “ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงและกระแส Technology Disruption ซึ่งส่งผลกระทบต่อดำเนินงานต่าง ๆ ของธนาคาร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา ควบคู่กับการปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมีความรัดกุมและสอดคล้องกับบริบททางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว”

จากการรวบรวมความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปประเด็นความท้าทายการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางการเงินด้วย PEST Analysis สรุปได้ดังนี้



รูปที่ 1 สรุปประเด็นความเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับความท้าทายการบริหารของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยในสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางการเงินในปัจจุบัน ด้วย PEST Analysis ด้านนโยบายการเมืองและกฎหมาย (Politics+ Legal) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural) และด้านเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม (Technology+ Environmental)

2. ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในรอบที่ 1 จากข้อคำถาม “ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมภายในองค์กรด้านใดที่จะทำให้ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสามารถปรับตัวสู่โซเชียลแบงก์กิ้ง ได้” และ “ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านใดที่ส่งผลต่อการบริหารของธนาคารแห่งประเทศไทยให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่โซเชียลแบงก์กิ้ง ได้”

ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการบริหารงานธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยว่า “ธนาคารอิสลามเป็นธนาคารเฉพาะกิจมีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินตามนโยบายของรัฐในการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจ และสนับสนุนการลงทุนต่าง ๆ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวง การดำเนินงานของธนาคารเฉพาะกิจจะอยู่ภายใต้นโยบายต่าง ๆ ของรัฐตลอดเวลา ไม่เพียงแต่ดำเนินงานเพื่อหารายได้มาเลี้ยงตัวเองเท่านั้น จะต้องหารายได้ส่งกลับเข้ารัฐด้วย รวมถึงธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นธนาคารขนาดเล็ก เงินลงทุนทางด้านเทคโนโลยีมีจำนวนไม่มาก ทำให้มีเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ไม่เอื้อต่อการแข่งขัน และการให้สำคัญกับอุปกรณ์ Hardware และ Software ของระบบสารสนเทศเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของพนักงานผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานภายในธนาคารโดยนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิบัติงานและพัฒนาสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น”

ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่า “การดำเนินงานของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยอาจมีบางจุดที่ต้องเร่งทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการภายในองค์กรที่ยังขาดการสื่อสารที่จะช่วยให้พนักงานหรือหน่วยงานต่าง ๆ เข้าใจในนโยบายการบริหารงานจัดการขององค์กรซึ่งเป็นส่วนที่มีความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้หากการสื่อสารภายในองค์กรชัดเจน ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากรในองค์กรเกิดความพึงพอใจ จากความเข้าใจนโยบายอย่างชัดเจน เกิดความร่วมมือ และการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่าง ๆ ภายในองค์กรเดียวกัน ให้เกิดความไว้วางใจต่อกันโดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กร”

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า “การพัฒนาบริการทางการเงินในปัจจุบัน จำเป็นต้องมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่รองรับการเติบโตของบริการทางการเงิน ซึ่งผลักดันให้องค์กรต้องวางเป้าหมายเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล ด้วยทรัพยากรและเครื่องมือที่ตนเองมีอยู่ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลมีความหมายมากกว่าการจัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีเข้ามาในองค์กร แต่ต้องมีการคิดค้นสิ่งใหม่และปรับปรุงโครงสร้างองค์กรทั้งหมดอย่างครบวงจร เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบการปรับเปลี่ยนซึ่งนำไปสู่ผลกระทบในหลายส่วน เช่น ลูกค้า องค์กร รูปแบบการดำเนินงาน กระบวนการดำเนินงาน บุคลากรในองค์กร รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน”

จากการรวบรวมความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปประเด็นเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมการบริหารงานของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยร่วมกับความคิดเห็นผลกระทบการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางการเงินภายนอกองค์กรนำมาเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดกลยุทธ์การปรับตัวสู่ไซเบอร์แบงก์กิ้ง ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การสรุปประเด็นความเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) เพื่อค้นหา จุดแข็ง (Strength : S) จุดอ่อน (Weakness : W) โอกาส (O : Opportunity) และอุปสรรค (T : Threat) ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ในการวางกรอบกลยุทธ์การบริหารจัดการ

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strength –S)	จุดอ่อน (Weakness –W)
1. เป็นธนาคารอิสลามแห่งเดียวในประเทศไทย ที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการทางการเงินเต็มรูปแบบตามหลักศาสนาอิสลาม	1. พนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน หน่วยงานยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการ
2. เป็นธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ (Specialised Financial Institutions; SFIs) ที่มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่การกำกับดูแล โดยกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ได้รับความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน	2. วัฒนธรรมองค์กรยังไม่เข้มแข็งและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
3. เป็นธนาคารที่มีพันธกิจในการให้บริการลูกค้ามุสลิมซึ่งมีความเชื่อมั่นศรัทธาในหลักศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด โดยเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ใน AEC และทั่วโลก	3. กระบวนการ และเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และการให้บริการและการปฏิบัติงาน และช่องทางการให้บริการของธนาคารมีจำนวนน้อย ทำให้เสียโอกาสในการแข่งขัน
	4. ขาดระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสำหรับการเชื่อมโยงภายในและภายนอก
	5. ธนาคารขนาดเล็กมีข้อจำกัดด้านเงินทุน

ตารางที่ 1 ต่อ

ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (O : Opportunity)	อุปสรรค (T : Threat)
1. มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) จากฐานลูกค้ากลุ่มมุสลิม และเป็นทางเลือกของลูกค้าทั่วไป	1. การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลายเพิ่มขึ้น
2. เป็นช่องทางช่วยเหลือและสนับสนุนทางการเงินกับชาวมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	2. เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเงิน
3. ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจฮาลาล	3. การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นของสถาบันการเงิน และไม่ใช้สถาบันการเงิน
4. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) ซึ่งเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศมุสลิมต่าง ๆ	4. การเปลี่ยนแปลงและความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ
	5. กฎเกณฑ์ กฎหมาย ต่าง ๆ จากหน่วยงานกำกับเพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อกระบวนการให้บริการและกระบวนการดำเนินงาน อาทิ PDPA, Market Conduct เป็นต้น

3. ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นกรอบแนวทางกลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเชี่ยลแบงก์กิ้ง จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในรอบที่ 1 จากข้อคำถาม “ท่านคิดว่าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยควรวางแผนกลยุทธ์อย่างไรต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่โซเชี่ยลแบงก์กิ้ง”

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความคิดเห็นว่า “ธนาคารต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาองค์การให้เป็นองค์กรที่มีนวัตกรรมทางการเงินรองรับการเปลี่ยนแปลง มีความสะดวกรวดเร็วสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของลูกค้า โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน และการให้บริการให้มีความทันสมัย รวดเร็ว พัฒนากระบวนการดำเนินงาน และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง การพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ สม่่าเสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน”

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังให้ความคิดเห็นว่า “ต้องส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการปฏิบัติงานในสถานการณ์ต่าง ๆ การสนับสนุนให้บุคลากรในองค์การมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และการแสวงหาความรู้จากการปฏิบัติงานควบคู่ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน ปรับปรุง

กระบวนการปฏิบัติงาน และการให้บริการที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงาน การให้บริการที่หลากหลายและทันสมัย”

จากการรวบรวมความเห็นของผู้เชี่ยวชาญกรอบแนวทางกลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง สามารถสรุปแนวทางการจัดวางแผนกลยุทธ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 กรอบแนวทางกลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นเพื่อค้นหากลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงก์กิ้ง

กลยุทธ์การบริหารจัดการ	องค์ประกอบกลยุทธ์
กลยุทธ์การพัฒนาเป็นองค์กรนวัตกรรมรองรับการเปลี่ยนแปลง (Innovative Organization Strategy)	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ ในกระบวนการดำเนินงาน และการให้บริการ/พัฒนากระบวนการดำเนินงาน และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง/สร้างสรรค์กระบวนการดำเนินงาน และรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ สม่่าเสมอ/การจัดสรรงบประมาณการพัฒนา นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน
กลยุทธ์พัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง (Learning Organization Strategy)	ส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมการฝึกอบรม เพิ่มพูนความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง/สนับสนุนให้บุคลากรในองค์การมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และการแสวงหาความรู้จาก การปฏิบัติงานควบคู่รวมกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย/สนับสนุน การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมที่ทันสมัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และสร้างการเรียนรู้แก่บุคลากรอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง/ส่งเสริมให้บุคลากรนำความรู้ใหม่ ๆ มาปรับเปลี่ยน กระบวนการทำงาน และนำประสบการณ์ในอดีตมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน
กลยุทธ์สร้างวัฒนธรรมองค์การมุ่งความสำเร็จตามเป้าหมาย Goal-Oriented Organizational Culture Strategy	สนับสนุนให้บุคลากรมีการกำหนดเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายองค์การ/สนับสนุนให้บุคลากรมีการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักขององค์การ/ส่งเสริมให้บุคลากรเรียนรู้ทำความเข้าใจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์การอย่างถูกต้อง

ตารางที่ 2 ต่อ

กลยุทธ์การบริหารจัดการ	องค์ประกอบกลยุทธ์
กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร (Effective Internal Communication Strategy)	การสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีความทันสมัย/การพัฒนารูปแบบ วิธีการ และช่องทางให้เหมาะสมกับความต้องการของบุคลากรทุกระดับ/การสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรเรียนรู้ช่องทางการสื่อสารเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง
กลยุทธ์องค์กรที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง (Resilient Organization Strategy)	ปรับเปลี่ยนกระบวนการปฏิบัติงาน และการให้บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน และการให้บริการที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง/พัฒนากระบวนการปฏิบัติงาน และการให้บริการที่หลากหลายและทันสมัย
กลยุทธ์พัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Leader of Change Strategy)	การปรับกลยุทธ์ และนโยบายองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง/การสนับสนุนให้บุคลากรได้แสดงความสามารถในการปฏิบัติงาน และการให้บริการใหม่ๆ อย่างเต็มที่/การสนับสนุนให้บุคลากรเปลี่ยนแปลง และใช้แนวทางการปฏิบัติงาน และการให้บริการใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ
กลยุทธ์ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วม ร้องรับ การเปลี่ยนแปลง (Employee Involvement Strategy)	การส่งเสริมให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การวางแผนการปฏิบัติงาน/การส่งเสริมบุคลากรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา โดยนำข้อมูลมาพัฒนาการดำเนินงาน/การส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการสร้างการวิเคราะห์ และการปรับปรุงรูปแบบการบริหารงาน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับกลยุทธ์การปรับตัวของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเซียลแบงค์กิ้ง จากแบบสอบถามในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 ค่ามัธยฐาน (Median) อยู่ในช่วงตั้งแต่ 4.00-5.00 ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ค่าความแตกต่างของค่าฐานนิยม (Mode) กับค่ามัธยฐาน (Median) อยู่ในช่วงตั้งแต่ 0-1 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter Quartile Range) อยู่ในช่วงตั้งแต่ 0-1 และผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องเพื่อหาฉันทามติ (Consensus) พบว่า

กลยุทธ์การพัฒนาเป็นองค์กรนวัตกรรมรองรับการเปลี่ยนแปลง (Innovative Organization Strategy) ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นในทุก ๆ องค์ประกอบอยู่ในระดับมากที่สุด กลยุทธ์การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง (Learning Organization Strategy) พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดขององค์ประกอบ การสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และการแสวงหาความรู้จากการปฏิบัติงานควบคู่

ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สนับสนุนการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมที่ทันสมัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และสร้างการเรียนรู้แก่บุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ส่งเสริมให้บุคลากรนำความรู้ใหม่ ๆ มาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน และนำประสบการณ์ในอดีตมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน กลยุทธ์สร้างวัฒนธรรมองค์การมุ่งความสำเร็จตามเป้าหมาย (Goal-Oriented Organizational Culture Strategy) พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นในทุก ๆ องค์ประกอบอยู่ในระดับมาก กลยุทธ์ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์การ (Effective Internal Communication Strategy) พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดขององค์ประกอบ คือ การพัฒนารูปแบบ วิธีการ และช่องทางให้เหมาะสมกับความต้องการของบุคลากรทุกระดับ เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสารอย่างครอบคลุมทั่วถึง กลยุทธ์องค์การที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง (Resilient Organization Strategy) พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดขององค์ประกอบ ได้แก่ การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน และการให้บริการที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานและการให้บริการที่หลากหลายและทันสมัย กลยุทธ์ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Leader of Change Strategy) พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดขององค์ประกอบ และกลยุทธ์ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมรองรับการเปลี่ยนแปลง (Employee Involvement Strategy) พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นในทุก ๆ องค์ประกอบอยู่ในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยสู่โซเชี่ยลแบงก์กิ้ง ผลการวิจัยพบ กลยุทธ์ที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ การพัฒนาเป็นองค์กรนวัตกรรมรองรับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการ และการบริหารจัดการภายในองค์กร ด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ อาทิเช่น เทคโนโลยี AI การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud computing) ระบบอัตโนมัติ (Automation) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (Immersive technology) และเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain Technology) เพื่อลดต้นทุนกระบวนการดำเนินงานและพัฒนารูปแบบบริการทางการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเทคโนโลยีสามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละราย จะช่วยให้ธนาคารสามารถออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือทำการตลาดแบบตรงเป้า (One-to-one marketing) ไปจนถึงสร้างความภักดี (Loyalty) ของลูกค้าให้กับธนาคารสอดคล้องกับ โกศล จิตวิรัตน์ (2561) การปรับตัวสู่องค์กรดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรม โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น สร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการ รวมทั้งนวัตกรรมด้านรูปแบบธุรกิจใหม่

นอกจากนี้ผลการวิจัยด้านกลยุทธ์การบริหารองค์การที่มีความยืดหยุ่น เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันส่งผลให้แนวทางการบริหารงานองค์การจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นกับการการ

เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ยึดติดกับแนวทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น สามารถปรับเปลี่ยนได้ ถ้าสถานการณ์แตกต่างกัน ด้วยกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรในองค์กรทุกระดับให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยี โดยการจัดการฝึกอบรม และการพัฒนาทักษะส่วนบุคคลด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมทางการเงินต่าง ๆ ตลอดจนให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรสามารถใช้ทักษะร่วมกับเทคโนโลยีในบริการทางการเงินในการให้คำแนะนำ แก้ไข ปัญหา ตลอดจนการให้คำปรึกษาทางด้านการเงินการลงทุน รวมถึงการปรับบทบาทให้สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ธิดารัตน์ อริยะประเสริฐ (2564) พบปัจจัยสำคัญการ เสถียรภาพขององค์กรและความยืดหยุ่นการปรับเปลี่ยนที่รวดเร็ว แต่สิ่งสำคัญที่จะผลักดันให้ องค์กรสามารถดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนคือผู้นำขององค์กร

ด้านกลยุทธ์ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผลการวิจัยพบว่าบทบาทของผู้นำในองค์กรมีความ สำคัญในการเป็นผู้นำในกระบวนการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้วยการนำเสนอ และกำหนดเป้าหมายเรื่องเทคโนโลยีและนวัตกรรม สามารถถ่ายทอดและนำเสนอวิสัยทัศน์ของการ เปลี่ยนแปลงให้ผู้อื่นเข้าใจ การสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาพัฒนาทักษะใหม่ เพื่อให้บุคลากรใน องค์กรสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม การสร้างวัฒนธรรมการนำเสนอและ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง การสร้างความกระตือรือร้นในการนำเสนอและท้าทายสิ่งเก่าในองค์กร ด้วยการให้รางวัลผู้มีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรม และมีระบบการวัดผลและประเมินผล เพื่อให้ ทราบว่าการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อองค์กรอย่างไร ตลอดจนผู้นำควรทำหน้าที่เป็นแรงผลักดัน เบื้องหลังการขึ้นและทีมงาน และนำองค์กรผ่านความท้าทาย สร้างโอกาสที่นำเสนอการเปลี่ยนแปลง ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ผู้นำไม่เพียงแต่การมีอำนาจเท่านั้น แต่ต้องเป็นผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดนวัตกรรม และมีความตระหนักรู้ต่อสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ธิดารัตน์ อริยะประเสริฐ (2564) พบว่า สิ่งสำคัญที่จะผลักดันให้องค์กรสามารถ ดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนคือผู้นำขององค์กร

ด้านกลยุทธ์การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า การสร้างเสริมขีด ความสามารถและรักษาบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทางด้านดิจิทัล การพัฒนาการบริหารทรัพยากร บุคคลเชิงกลยุทธ์อย่างมีแบบแผน และมีเป้าหมาย ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับความสมดุลของ การทำงานและการใช้ชีวิต ด้วยการกำหนดนโยบายการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทุกระดับให้ สามารถใช้เทคโนโลยีและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับองค์กร ประเมิน ค่าตอบแทน หน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งงาน และกำหนดตำแหน่งงานที่เหมาะสม มีการลดความซ้ำซ้อนของตำแหน่งงานภายในหน่วยงาน กำหนดขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบ ให้ชัดเจนและครอบคลุมยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับใช้ระบบบริหารผลการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ของการทำงาน ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้และทักษะการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) โดยการจัดอบรมเพิ่มทักษะและการฝึกปฏิบัติทางด้านเทคโนโลยี

และนวัตกรรมทางการเงินใหม่ ๆ แก่บุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึง และการจัดหาบุคลากรที่มีศักยภาพและเป็นที่ต้องการเพิ่มเติม การปรับสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานให้มีความทันสมัย มีระบบการทำงานที่ยืดหยุ่นและเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ ช่วยให้องค์การดึงดูดและรักษาแรงงานที่มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีให้เป็นที่กำลังสำคัญขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับสุภาวดี บัวบน (2565) พบว่า การเข้ามาของบริการทางการเงินดิจิทัล พนักงานในองค์กรต้องปรับเปลี่ยนแนวทางในการทำงาน พัฒนาความรู้ ทักษะด้านเทคโนโลยี ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีความทันสมัยเหมาะสมกับความต้องการของบุคลากรทุกระดับ รวมถึงการสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรเรียนรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ด้านกลยุทธ์วัฒนธรรมองค์กรมุ่งความสำเร็จตามเป้าหมาย ผลการวิจัยพบการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กร ด้วยการเสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งความคล่องตัว (Agile Organization) ซึ่งเป็นแนวคิดในการบูรณาการเทคโนโลยีเข้าสู่วิถีการทำงาน การเรียนรู้แบบใหม่ให้กับบุคลากร เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรดึงศักยภาพมาใช้ในการทำงานและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ มีวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven Culture) ภายในหน่วยงาน ซึ่งการสร้างวัฒนธรรมที่เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง จะทำให้บุคลากรในองค์กรเต็มใจที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร และนำไปสู่เป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ได้สำเร็จ ซึ่งสอดคล้องจิรารัตน์ อริยะประเสริฐ (2564) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรควรเน้นให้บุคลากรมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่นการปรับปรุงด้วยเทคโนโลยี อันจะส่งผลดีต่อความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนองค์กรอย่างแน่นอน

ด้านกลยุทธ์ประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการการบริหารจัดการการสื่อสารภายในองค์กรมีบทบาทสำคัญ ทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นหรือทัศนคติ ไม่เกิดความผิดพลาด สับสน เข้าใจตรงกัน สร้างความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร ลดความขัดแย้ง ซึ่งการสื่อสารในปัจจุบันเป็นผสานกันระหว่างทักษะด้านการสื่อสารและทักษะด้านเทคโนโลยี โดยการนำเครื่องมือการสื่อสาร เช่น จดหมายข่าว (Newsletters) วิดีโอ (Video) การประชุมผ่านวิดีโอ (Video Conference) แอปพลิเคชัน (Application) พอดแคสต์ (Podcast) เครื่องมือในการทำงานร่วมกัน (Collaboration Tools) เครื่องมือใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในการทำงานร่วมกันของคนในองค์กร เช่น Trello, Salesforce, Taskwork, JIRA, Slack ก็นับเป็นเครื่องมือที่อาจนำมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร และช่องทางโซเชียล (Social) ซึ่งการพัฒนากระบวนการสื่อสารและการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งเหล่านี้ย่อมเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันให้องค์กร และสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับสุภาวดี บัวบน (2565) พบว่า การสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้องค์กรสามารถสร้างรายได้เปรียบคู่แข่ง

และผลการวิจัยยังพบ กลยุทธ์ส่งเสริมบุคลากรมีส่วนร่วมในการจัดการองค์การ การสร้าง การมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์การ โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหา ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงแสดงถึงความต้องการพัฒนาในด้าน ดิจิทัล ของตนเองและหน่วยงาน การปรับเปลี่ยนหน่วยงาน การใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน และการสร้าง เครือข่ายการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับธิดารัตน์ อริยะประเสริฐ (2564) พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างเป็นระบบและรอบคอบ นำมาซึ่ง ประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงและในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ควรปรับกลยุทธ์การนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการบริหารจัดการภายในองค์การ ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ เช่น เทคโนโลยี AI การประมวลผลแบบคลาวด์ ระบบอัตโนมัติ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง และเทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อลดต้นทุนกระบวนการดำเนินงาน สามารถพัฒนารูปแบบบริการทางการเงิน และผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ควรการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้วยการจัดอบรมเพิ่มทักษะทางด้านเทคโนโลยีหรือการทำงานร่วมกับ เทคโนโลยีแก่บุคลากรในองค์การและจัดหาบุคลากรที่มีศักยภาพเพิ่มเติม รวมถึงการปรับสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานให้มีความทันสมัย มีระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ตลอดจนการปรับปรุงแบบ การดำเนิน เช่น การดำเนินงานร่วมมือกับฟินเทค การร่วมลงทุนในบริษัทผู้นำด้านดิจิทัล การวิจัยและ พัฒนานวัตกรรมใหม่ และการสร้าง Business Model ใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้ สามารถใช้ประโยชน์จากการ พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินร่วมกับโซเชี่ยลแบงก์กิ้ง การให้บริการทางการเงินลูกค้าที่ ไม่มีบัญชีเงินฝากธนาคารหรือไม่สามารถขอสินเชื่อจากธนาคาร อันเนื่องจากไม่มีหลักฐานยืนยัน รายได้ เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งบริการทางตามหลักการของศาสนาอิสลามได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และการพัฒนาแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุ เพื่อให้ได้มาซึ่ง องค์ประกอบ และปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแนวโน้มในอนาคตกับการปรับกลยุทธ์การบริหารจัดการของ สถาบันการเงิน ทั้งนี้เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่หลากหลายและสามารถนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมตัวชี้วัดผลการดำเนินการตามกลยุทธ์ และหลักเกณฑ์การประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูลย้อนกลับ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ ของสถาบันการเงิน และภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- Achavanuntakul, S. (2017). *Kāntoēpto khōng Fintech kap 'ōkā kānsāng sēthakit thī phatthana yāng thuathung*. [The Growth of Financial Technology and its Potential for Inclusive Economy]. Retrieved April 9, 2022, from <http://www.salforest.com/knowledge/fitech-financial-access>
- สถณีนี อาชวนันทกุล. (2560). การเติบโตของ Fintech กับโอกาสการสร้างเศรษฐกิจที่พัฒนาอย่างทั่วถึง. สืบค้น 15 สิงหาคม 2565, จาก <http://www.salforest.com/knowledge/fitech-financial-access>
- Ariyaprasert, T. (2021). Withī kān prap tuā sū kān pen 'ongkān thurakit 'utsāha ra rom thī prāprieo nai yuk sēthakit phlik phan. [Adjusting to Become an Agile Business Organization]. *Journal of Business and Industrial Development*, 1(1), 1-11.
- ธิดารัตน์ อริยะประเสริฐ. (2564). วิธีการปรับตัวสู่การเป็นองค์กรธุรกิจที่ปราดเปรียว. *วารสารพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม*, 1(1), 1-11.
- Buabon, S. (2565). *Kān prap tuā khōng thanākhañ phānit nai yu khōdi chí than* [Adoping digital technology at Thai Commercial Bank]. (Master' s thesis, Burapha University).
- สุภาวดี บัวบน. (2565). การปรับตัวของธนาคารพาณิชย์ในยุคดิจิทัล. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- Jitvirat, K. (2018). Mō de lakan prap tuā khōng 'ongkān thurakit thī dai rap phonkrathop chāk kāntham lā yalāng khōng theknōlōyī di chí than nai satawat thī yīsip'et. [A Model for Adapting Business Organizations to the Disruptive Effects of Digital Technology in The 21st Century]. *Journal of the Researchers Association*, 23(2), 74-87.
- โกศล จิตวิรัตน์. (2561). โมเดลการปรับตัวขององค์กรธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(2), 74-87.
- Macmillan, T. T. (1971). *The Delphi Technique: Paper Presented at the Annual Meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on research and development*. Monterey: California.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49-60.

NEEDS ANALYSIS OF ENGLISH SKILLS AND INTERCULTURAL COMPETENCE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION OF THAI STUDENT TRAINEES AT A THAI AIRPORT

การวิเคราะห์ความต้องการทักษะภาษาอังกฤษ และสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรม
ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของนักศึกษาฝึกงานที่สนามบินในประเทศไทย

Amini Sa-idi¹, Bair Pittpant²

อามินี สะอีดี¹, แบร์ พิตต์พันธุ์²

(Received: January 12, 2024 ; Revised: March 20, 2024 ; Accepted: April 25, 2024)

Abstract

To provide work-based learning experiences for Thai university students, the Office of the Higher Education Commission has promoted a cooperative education programme for higher education combining university courses with real-life working situations. This can be challenging to those students who work with international organisations where English is used for communication. In such a context, not only English is required, but also intercultural competence plays an important role. This study, then, was conducted to explore and analyse the needs for English skills and intercultural competence. Eighty Thai student trainees working for airline companies at a Thai airport were selected as participants. Employing a mixed-methods approach, data was collected through questionnaires and semi-structured interviews. A statistical software was utilised to calculate data while interpretive analysis was employed to interpret data. The findings showed that the participants' needs for English skills were at mostly needed level. Among four skills, speaking had the highest score followed by listening, reading, and writing. The participants' needs for intercultural competence were at extremely needed level. Attitudes had the highest

¹ Lecturer, Department of English Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University. e-mail: amini.s@psu.ac.th

อาจารย์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

² Lecturer, Department of Western Languages, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University. e-mail: bair@tsu.ac.th

อาจารย์ สาขาวิชาภาษาตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

score followed by intercultural knowledge, awareness, and intercultural skills. The findings of this study also contribute to the understanding of the needs for English skills and intercultural competence in higher education and a cooperative education programme. This study is hoped to provide those in higher education with useful ideas in integrating English language and intercultural contents to design appropriate courses which might benefit students in higher education for their job trainings.

Keywords: Needs Analysis, English Skills, Intercultural Competence, Intercultural Communication

บทคัดย่อ

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งประเทศไทยได้ผลักดันหลักสูตรสหกิจศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีการผนวกแผนการเรียนของมหาวิทยาลัยกับการทำงานจริงเข้าด้วยกันเพื่อจัดประสบการณ์การเรียนรู้แบบอิงการทำงานจริงให้กับผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา โดยหลักสูตรดังกล่าวนับเป็นความท้าทายต่อผู้เรียนที่เข้าฝึกงานในองค์กรระดับนานาชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารในบริบทดังกล่าว ไม่เพียงแต่ภาษาอังกฤษที่มีความจำเป็น สมรรถนะระหว่างวัฒนธรรมยังมีบทบาทสำคัญอีกด้วย ดังนั้น การวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายในการค้นหาและวิเคราะห์ความต้องการทักษะภาษาอังกฤษและสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรม อาสาสมัครของโครงการวิจัยนี้ประกอบด้วยนักศึกษาฝึกงานด้านสายการบินจำนวน 80 คนที่ปฏิบัติงาน ณ สนามบินในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานที่ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในการเก็บข้อมูลโดยใช้ซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการคำนวณข้อมูลและใช้การวิเคราะห์แบบตีความข้อมูลเพื่อตีความข้อมูลที่ได้ ผลการวิจัยพบว่าอาสาสมัครมีความต้องการทักษะภาษาอังกฤษในระดับมาก โดยต้องการทักษะการพูดมากที่สุด ตามมาด้วยทักษะการฟัง ทักษะการอ่าน และทักษะการเขียน นอกจากนี้อาสาสมัครมีความต้องการสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรมในระดับมากที่สุด โดยต้องการสมรรถนะด้านทัศนคติมากที่สุด ตามมาด้วยความรู้ระหว่างวัฒนธรรม ความตระหนักรู้ และทักษะระหว่างวัฒนธรรม ผลการวิจัยนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจเรื่องความต้องการทักษะภาษาอังกฤษและสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรมในการศึกษาระดับอุดมศึกษาและหลักสูตรสหกิจศึกษา โดยมุ่งหวังให้บุคลากรด้านการศึกษาระดับอุดมศึกษาได้รับแนวคิดสำคัญในการผสมผสานเนื้อหาการเรียนภาษาอังกฤษกับเนื้อหาระหว่างวัฒนธรรม และออกแบบรายวิชาที่เหมาะสมที่จะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาและการฝึกงาน

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ความต้องการ ทักษะภาษาอังกฤษ สมรรถนะระหว่างวัฒนธรรม การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

Introduction

In Thailand, the role of English has been stressed in many parts of the country, such as education, tourism, business, and media. Pittpant (2023) states that many Thai people tend to expose themselves to intercultural communication using English in order to communicate with foreigners through various channels such as online and face-to-face communication. However, the English proficiency, especially oral skills, of Thai people is reported to lag behind many countries. Khamkhien (2014) notes that English can be a main obstacle for Thai people who have inadequate knowledge and exposure to the language. English language teaching in Thai classrooms is reported to focus on reading, writing, and English grammar in order to pass the exams while listening and speaking are normally ignored. Phothongsunan (2016) claims that although the English language has been taught in all schools and universities, many Thai students are still not able to perform well in English. Moreover, Phithakphongphan (2021) adds that the exposure to English in real-life situations of many Thai students is limited. What is more, in his arguments, internal factors such as foreign language anxiety and lack of self-confidence have been discussed as factors obstructing Thai people's English speaking performance as well. With less interaction using English with people from other countries, this not only obstructs them to sharpen their English skills but also hinders them from being aware of cultural diversity. In fact, in an intercultural context, both English skills and intercultural competence play important roles (Fantini, 2020). Therefore, in intercultural contexts using English, it needs to highlight the needs for English skills and intercultural competence in order to raise awareness that potential problems regarding the use of English, various cultural backgrounds, traditions, religious and social practices etc. may occur in the interactions. Therefore, having effective English skills and intercultural competence in intercultural communication is necessary since it involves both language skills and competencies to understand the complexities of cultures between one's own and other people from different cultural backgrounds.

Due to the concerns about English skills and intercultural competencies of Thai students, in 2013, the Office of the Higher Education Commission announced the cooperative education programme as an elective course for higher education (Pinpetch & Baum, 2016). It combines university courses with relevant work-based

learning experience at private companies and governmental organisations. This programme is expected to provide higher education students with opportunities to experience real-life employment situations to enhance their educational and working skills. However, based on direct experiences of the researchers as supervisors of student trainees, many English major students are not able to communicate in English effectively and negotiate appropriately with other people from different cultural backgrounds as they lack effective English skills and understanding of cultural diversity. These situations have led the researchers to interests and investigations of the needs for English skills and intercultural competence of student trainees. It is hoped to document the needs for English skills and intercultural competence in real-life intercultural communication where the students perform as trainees at an airport. Moreover, although previous studies from Phithakphongphan (2016) and Chiaravijit (2022) shed light on the needs of English skills in intercultural situations at hotels and airports, they suggest that there is still a particular need to focus on intercultural competence. For those reasons, a study on the needs for English skills and intercultural competence was conducted.

The main objectives of this study were to investigate the needs for English skills and intercultural competence of Thai student trainees at Donmueang international airport and understand more about those needs. The objectives were reached by the investigation through the two main research questions below.

1. What are the needs for English skills of Thai student trainees in intercultural communication?
2. What are the needs for intercultural competence of Thai student trainees in intercultural communication?

Research methodology

Research participants

Participants of this study included 80 student trainees from different universities working for international-related flights at Donmueang international airport. Although they shared some similarities such as educational backgrounds, there were some differences such as their genders, their challenges they experience during daily intercultural communication.

Research instruments

This study employed a mixed methods approach. The data was collected through questionnaires and interviews. A 5-point Likert scale questionnaire, written in Thai, consisted of three main parts 1) Participant Information 2) The needs for English skills and 3) The needs for intercultural competence. Semi-structured interview was also employed to collect in-depth information from the participants. All interviews were conducted in Thai. To ensure the validity and reliability, the items of questions, contents, and questionnaire structure were checked and revised under the supervision of the research supervisor. Moreover, the responses from the initial pool of 15 participants were used for checking and revising the items of questions, contents, and questionnaire structure.

Data collection procedure

Employing snowballing sampling, 15 participants were directly contacted by phone, explained the research project, and asked to complete the questionnaire before the number of participants expanded to 80. Once agreed, the questionnaire together with the information sheets and consent forms were sent to them by email and/ or LINE application. Thirty-two participants were contacted for individual interviews. These participants were selected following their overall scores from the questionnaires ranging from the lowest score to the highest score. These participants possessed different levels of needs for English skills and intercultural competence. All the interviews were scheduled following participants' convenience. The interview duration was expected to be not over 30 minutes in order not to exhaust both the participants and the researcher. The researchers agreed that only one researcher conducted all the interviews in order to keep the consistency of the way interviews were conducted including researcher's techniques, questions used, and bias towards interviewers the interviewees might have. However, after finished the interviews, the collected data was analysed by two researchers for reliability.

Data analysis

The collected data was analysed by two researchers for reliability. For the questionnaire, the data was analysed using a statistical software. A 5-point Likert scale, ranging from 1 (Least needed) to 5 (Extremely needed), was used to rate the participants' level of needs for English skills and intercultural competence.

Table 1 Mean range of the needs for English skills and intercultural competence

Scale	Needs for English Skills and Intercultural Competence	Mean Range
5	Extremely needed	4.21 - 5.00
4	Mostly needed	3.41 - 4.20
3	Moderately needed	2.61 - 3.40
2	Slightly needed	1.81 - 2.60
1	Least needed	1.00 - 1.80

Interpretive analysis was used to analyse the data collected from the interviews. In interpretative analysis, Bhattacharjee (2012) notes that the data may be interpreted differently due to different frames of references of researchers such as personal backgrounds and experiences, areas of interests, contexts of studies, and research philosophy. In this study, the researchers interpreted data based on their backgrounds and experiences through the views of ELF speakers whose English is not the first language and the speakers who exposed themselves to various intercultural communication. Therefore, the data interpretation might be different if the researchers of this study were native English speakers or those who never interacted in intercultural situations.

Research ethics

Since this research involves human sensitivities, ethical consideration must be taken into account. This study is approved by the Research Ethics Committee for Humanities, Social Sciences, and Education, Prince of Songkla University (REC Number: psu.pn.2-030/66).

Results

This section presents some findings from the questionnaire and includes some extracts from the interviews as evidence to support each finding.

The needs for English skills

Listening skills

The findings revealed that the participants needed listening skills at the level of ‘extremely needed’. This is clearly shown by the average mean score of 4.73 (sd. = 0.45). All three items were rated ‘extremely needed’ by the participants. From

the results, item ‘3. Listening to different accents (e.g. British, Indian, and Singaporean)’ had the highest mean score of 4.83 (sd. = 0.38) followed by item ‘2. Listening to passengers’ requests’ ($\bar{x}$ = 4.70, sd. = 0.47) and item ‘1. Listening to passengers’ personal details and information’ ($\bar{x}$ = 4.66, sd. = 0.52).

Extract 1: An opinion towards Item 3

“I extremely need listening skills because of difficult English accents I have to deal with every day. Some passengers speak with difficult English accents like Indian and Japanese. I talked to my friends about this difficulty and they felt the same. I think we urgently need effective listening skills to deal with different English accents.”

(Participant 21, personal communication, September 10, 2023)

Speaking skills

The findings revealed that the participants needed speaking skills at the level of ‘extremely needed’. This is clearly shown by the average mean score of 4.76 (sd.= 0.46). All three items were rated ‘extremely needed’ by the participants. From the results, item ‘4. Providing information about flight itineraries and other services and explaining mistakes (if any)’ had the highest mean score of 4.87 (sd.= 0.40) followed by item ‘6. Suggesting travel information (e.g. accommodation, tourist attractions)’ ($\bar{x}$ = 4.73, sd. = 0.46) and item ‘5. Offering assistance to passengers’ ($\bar{x}$ = 4.68, sd. = 0.52).

Extract 2: An opinion towards Item 4

“I think we extremely need this skill especial when we communicate with passengers. Passengers always approach me and ask questions about their flights. A few times I had to give answers to them about the delayed flights. I did try my best but I believe that if I was more fluent in speaking English I would be able to handle the situations better. I also asked my supervisor and she told me that particular situations such as explaining mistakes to passengers required good English speaking skills. Passengers would get the message and understand the situation better if we could give them clear explanation in English.”

(Participant 2, personal communication, September 2, 2023)

Reading skills

Findings revealed that the participants needed reading skills at the level of ‘mostly needed’. This is clearly shown by the average mean score of 3.56 (sd. = 0.55). Two items (item 7 and 8) were rated ‘mostly needed’ while one item (item 9) was rated ‘moderately needed’ by the participants. From the results, item ‘7. Reading passengers’ travel documents’ had the highest mean score of 3.85 (sd. = 0.54) followed by item ‘8. Reading any English manuals (e.g. Passenger Handling Manuals)’ ($\bar{x}$ = 3.82, sd. = 0.57). Item ‘9. Reading e-mails, telexes, faxes’ had the lowest mean score of 3.38 (sd. = 0.54).

Extract 3: An opinion towards Item 9

“To be honest, student trainees rarely have a chance to read email or faxes between the airlines and passengers. It might be because they are confidential or they might be beyond our job responsibilities as student trainees. So, I think this item is least needed for me.”

(Participant 10, personal communication, September 5, 2023)

Writing skills

Findings revealed that the participants needed writing skills at the level of ‘slightly needed’. This is clearly shown by the average mean score of 2.60 (sd.= 0.48). Two items (item 10 and 12) were rated ‘slightly needed’ while one item (item 11) was rated ‘moderately needed’ by the participants. From the results, item ‘11. Writing daily reports’ had the highest mean score of 3.21 (sd. = 0.53) followed by item ‘12. Writing e-mails, telexes, faxes’ ($\bar{x}$ = 2.35, sd. = 0.48). Item ‘10. Writing messages for passengers’ had the lowest mean score of 2.25 (sd. = 0.43).

Extract 4: An opinion towards Item 10

“I’m not sure if writing skill is needed for student trainees because I’ve never wrote anything to passengers. I’ve been working here for two months. But I do speak English with passengers all the time. If they want some information from me, I talk to them instead of writing messages. So, I feel that student trainees should better improve listening and speaking skills.”

(Participant 24, personal communication, September 11, 2023)

Table 2 Summary of the needs for English skills

English skills	$\bar{x}$	sd.	Level
Listening	4.73	0.45	Extremely needed
Speaking	4.76	0.46	Extremely needed
Reading	3.56	0.55	Mostly needed
Writing	2.60	0.48	Slightly needed
Total	3.91	0.48	Mostly needed

Table 2 presents the summary of the needs for English skills including listening, speaking, reading, and writing. The table reveals that the participants' level of needs for English skills is 'mostly needed'. This is clearly shown by the average mean score of 3.91 (sd. = 0.48). From the results, speaking skills had the highest mean score of 4.76 (sd. = 0.46) at the 'extremely needed' level followed by listening skills ($\bar{x}$ = 4.73, sd. = 0.45) at the same level. Reading skills had the average mean score of 3.56 (sd. = 0.55) at the 'mostly needed' level while writing skills had the lowest mean score of 2.60 (sd. = 0.48) at the 'slightly needed' level.

The needs for intercultural competence

Intercultural knowledge

The findings revealed that the participants needed intercultural knowledge at the level of 'extremely needed'. This is clearly shown by the average mean score of 4.34 (sd. = 0.55). All three items were rated 'extremely needed' by the participants. From the results, item '1. Essential norms and taboos of the different cultures' had the highest mean score of 4.46 (S.D. = 0.52) followed by item '3. Various behavioural patterns in different cultures' ($\bar{x}$ = 4.35, sd. = 0.57) and item '2. Important historical and socio-political factors of the different cultures' ($\bar{x}$ = 4.23, sd. = 0.58).

Extract 5: An opinion towards Item 1

"Since we have to deal with passengers from all around the world, I think we need to learn more about their norms, Dos and Don'ts. I feel that the knowledge about norms and taboos should be taught in classrooms at our universities because we can apply that knowledge in our real-life situations when we perform our job training. So, I feel that this kind of knowledge is needed for student trainees."

(Participant 4, personal communication, September 2, 2023)

Attitudes

The findings revealed that the participants needed attitudes at the level of ‘extremely needed’. This is clearly shown by the average mean score of 4.44 (sd. = 0.52). All three items were rated ‘extremely needed’ by the participants. From the results, item ‘5. Willingness to communicate in English and behave in appropriate ways, as judged by passengers’ had the highest mean score of 4.51 (sd. = 0.48) followed by item ‘4. Willingness to learn passengers’ language and culture’ (M = 4.46, sd. = 0.51) and item ‘6. Willingness to adapt my behavior to communicate appropriately in intercultural communication’ ($\bar{x}$ = 4.35, sd. = 0.57).

Extract 6: An opinion towards Item 5

“This kind of attitude is important and it is really needed in intercultural communication. I think when we’re communicating with foreign passengers, we have to behave appropriately because we don’t want to offend them or make them feel awkward. This attitude will motivate student trainees to adjust their behaviors. For example, we cannot be too friendly with passengers. We don’t touch passengers when we talk to them. Something like that. If we talk to our friends and we touch them in a friendly way, that’s OK. But it’s not OK if we do that to passengers.”

(Participant 16, personal communication, September 8, 2023)

Intercultural skills

The findings revealed that the participants needed intercultural skills at the level of ‘mostly needed’. This is clearly shown by the average mean score of 4.05 (sd. = 0.57). One item (item 7) was rated ‘extremely needed’ while two items (item 8 and 9) were rated ‘mostly needed’ by the participants. From the results, item ‘7. Capacity to interact appropriately in a variety of different intercultural situations’ had the highest mean score of 4.34 (sd. = 0.57) followed by item ‘8. Adjustments of my behaviour, dress, etc., as appropriate, to avoid offending others from different cultures’ ($\bar{x}$ = 4.08, sd. = 0.52). Item ‘9. Ability to resolve cross-cultural conflicts and misunderstandings when they arose’ had the lowest mean score of 3.75 (sd. = 0.64).

Extract 7: An opinion towards Item 9

“Personally, I don’t think we really need this skill. It’s because we are student trainees and we don’t have that power to resolve any conflicts. I don’t want to get involved in any conflicts. It’s not my business. I only work here as a student trainee. I’ll let my supervisor do her job. Sometimes, it’s difficult for student trainees to deal with conflicts.”

(Participant 32, personal communication, September 15, 2023)

Awareness

The findings revealed that the participants needed awareness at the level of ‘extremely needed’. This is clearly shown by the average mean score of 4.29 (sd. = 0.50). One item (item 12) was rated ‘extremely needed’ while two items (item 10 and 11) were rated ‘mostly needed’ by the participants. From the results, item ‘12. The importance of diversity in the culture (such as differences in race, class, gender, age, ability, etc.)’ had the highest mean score of 4.61 (sd. = 0.41) followed by item ‘10. The importance of differences and similarities across my own and those of different language and culture’ ($\bar{x}$ = 4.14, sd. = 0.53). Item ‘11. The importance of dangers of generalising individual behaviours as representative of the whole culture’ had the lowest mean score of 4.12 (sd. = 0.58).

Extract 8: An opinion towards Item 12

“This is the most important thing that we need now, not just student trainees but all people in this world. They must be aware of diversity and appreciate the differences. They have to be aware that the diversity of cultures, people, races are real. If they are aware of it, I believe that will respect each other more. I think we’re in globalisation, we have to be able to open our minds and embrace the diversity. And I insist that this awareness is extremely needed not only for us as student trainees but also for airline staff, passengers, and all human beings.”

(Participant 4, personal communication, September 2, 2023)

Table 3 Summary of the needs for intercultural competence

Intercultural competence	$\bar{x}$	sd.	Level
Intercultural knowledge	4.34	0.55	Extremely needed
Attitudes	4.44	0.52	Extremely needed
Intercultural skills	4.05	0.57	Mostly needed
Awareness	4.29	0.50	Extremely needed
Total	4.28	0.53	Extremely needed

Table 3 presents the summary of the needs for intercultural competence including intercultural knowledge, attitudes, intercultural skills, and awareness. The table reveals that the participants' level of needs for intercultural competence is 'extremely needed'. This is clearly shown by the average mean score of 4.28 (sd. = 0.53). From the results, attitudes had the highest mean score of 4.44 (sd. = 0.52) at the 'extremely needed' level followed by intercultural knowledge ($\bar{x}$ = 4.34, sd. = 0.55) and awareness ($\bar{x}$ = 4.29, S.D. = 0.50) at the same level. Intercultural skills had the lowest mean score of 4.05 (sd. = 0.57) at the 'mostly needed' level.

Discussion and conclusion

In the discussion of the needs for English skills, speaking and listening skills were the greatest needs for the Thai student trainees at 'extremely needed' level while reading skill had the 'mostly needed' level. Writing skill had the lowest need at the 'slightly needed' level. Due to job responsibilities, speaking and listening skills were needed more than reading and writing skills since they communicated using English with passengers as much as they listened to them in their daily routine jobs. Moreover, in some situations, the access to use reading and writing skills is limited by job responsibilities as assigned by supervisors. It can be said that job responsibilities concerning customer services, especially face-to-face communication, tend to use listening and speaking skills as medium of communication most. Among all items of the needs for English skills, English speaking skill in providing information about flight itineraries and other services and explaining mistakes had the highest score while writing skills in writing messages for passengers had the lowest score. These findings are in line with Phithakphonphan (2016) and Chiaravijit (2022) findings that the use

of English speaking skills is highly important among ground service staff and the appropriate communication consequently increases more passengers' satisfaction.

In the discussion of the needs for intercultural competence, attitudes had the greatest need at the 'extremely needed' level followed by intercultural knowledge and awareness at the same level. Intercultural skills had the lowest need at the 'mostly needed' level. The discussion reveals some factors which participants brought with them to their intercultural communication through English in their job training experiences. These include participants' attitudes, intercultural experiences, and own cultural background. These factors are crucial elements needed for successful intercultural communication since they have impacts on participants' needs for intercultural competence. Among all items of the needs for intercultural competence, the awareness of the importance of diversity in the culture (such as differences in race, class, gender, age, ability, etc.) had the highest score while the intercultural skill of ability to resolve cross-cultural conflicts and misunderstandings when they arose had the lowest score. In addition, the participants of this study needed intercultural competence (extremely needed level) more than English skills (mostly needed level) during their job trainings. It may imply that English language education in the Thailand lacks the integration of cultural content into their curricula. This need is emphasised by many participants who mutually reported that the knowledge about norms and taboos should be taught in classrooms at their universities since they could apply that knowledge in their real-life situations when they performed their duties. This is also in line with Fantini (2020) and Phithakphongphan (2020) studies which reports that intercultural competence is necessary among speakers of different cultural backgrounds. It integrates culturally relevant contents, attitudes, and intercultural experiences, and own cultural background as they play roles in the development of their participants' intercultural competence and awareness which are crucial elements needed for successful intercultural communication.

This study has fulfilled its objective to investigate the needs for English skills and intercultural competence of Thai student trainees in intercultural communication at Donmueang international airport. The participants' needs for English skills are at 'mostly needed' level while their needs for intercultural competence are at 'extremely needed' level. The discussion reveals some factors which participants brought with them to their intercultural communication through

English in their job training experiences. These include participants' attitudes, intercultural experiences, and own cultural background. Comparing the needs for English skills and the needs for intercultural competence, the level of the needs for intercultural competence is higher than the needs for English skills. It may imply that English language education in the Thailand lacks the integration of cultural content into their curricula. This also sheds light on the need for the selection and integration of contents and learning activities for intercultural education.

Contribution

This study might provide those in higher education such as lecturers, academic staff, and educational practitioners with useful ideas in implementing and designing appropriate contents for the English language, airlines-related, and cooperative education courses since this study documents needs for English skills and intercultural competence reported by Thai student trainees. It is important to seriously focus on the exact and existing needs required for intercultural communication using English. More effective English teaching and intercultural contents should be added in higher education courses and employee training courses. The contribution of this study would benefit students in higher education for their job training in airline businesses and related fields and employees for their work. Therefore, the integration of the findings in this study should be promoted and incorporated into university courses and training courses.

Limitation and recommendation

This study mainly focused on 80 participants. Although the number of participants could represent the whole group of student trainees in airlines at Donmueang international airport, this small number and a single research context still make generalisations difficult. With a larger number of participants, the level of needs for English skills and intercultural competence may be different. However, it is hoped that the findings will be useful to other airports and relevant contexts and can be transferred to the application of the research findings in other similar situations. Therefore, further studies replicating a similar research design in different contexts could be of great value such as hotels and tourism.

For further studies, more extensive study in different group of participants and field sites is recommended since it may give rise to different results. New

emerging data will be beneficial for relevant contexts and can contribute to understandings of needs for English skills and intercultural competence and implementing those understandings with their own contexts.

References

- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. Florida: Open University Press.
- Chiaravijit, P. (2022). *Barriers in English Communication of Ground Passenger Service at Suvarnabhumi Airport*. (Unpublished Master's Thesis, Thammasat University).
- Fantini, A. E. (2020). *Exploring and Assessing Intercultural Competence*. St. Louis, MO: Washington University, Center for Social Development.
- Khamkhien, A. (2014). Teaching English Speaking and English Speaking Test in the Thai Context: A Reflection from Thai Perspective. *English Language Teaching*, 31, 184-190.
- Phithakphongphan, T. (2016). A Study on the Needs of English Skills of Airline Ground Staff. *Journal of Humanities and Social Sciences, Thaksin University*, 11, 37-54.
- Phithakphongphan, T. (2020) *The Role of Intercultural Awareness in Intercultural Communication: A Case Study of English Student Trainees at a Thai Airport*. (Unpublished Doctoral Dissertation, York St John University).
- Phithakphongphan, T. (2021). Internal Factors Obstructing Thai Students' English Speaking Skill: The Influence of Thai Cultural Concepts. *Inthaninthaksin Journal*, 16(2), 53-69.
- Phothongsunan, S. (2016). Examining and Exploiting Language Learning Strategies of Successful Thai University Students: The Role of the Social Context. *ABAC Journal*, 26(2), 31-47.
- Pinpetch, S. & Baum, T. (2016). Development of Cooperative Education in Tourism and Hospitality Industry: Issues in the Context of Thailand. *Journal of Thai Cooperative Education*, 1(2), 21-42.
- Pittpunt, B. (2023). Perspectives on Diversity of English and its Current Use as a Lingua Franca in Thailand. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences)*, 9(1), 140-152.

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสาร
ในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล

THE STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN ATTITUDES AND BEHAVIORS TOWARD
THE USE OF COMMUNICATION SKILLS IN DAILY LIFE OF UNDERGRADUATE STUDENTS
AT SOUTHEAST BANGKOK UNIVERSITY IN COURSE 100212 INTERNATIONAL
COMMUNICATION ETIQUETTE

อนุชิต เพ็งบุปผา¹, นวพร บุญประสม², กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล³

Anuchit Pengbubpha¹, Nawaporn Boonprasom², Kantachart Mathachotmaneeekun³

(Received: January 24, 2024 ; Revised: March 21, 2024 ; Accepted: April 29, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกละและด้านพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก 2) ศึกษาพฤติกรรม ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ที่ลงทะเบียนในรายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 25 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยมีวิเคราะห์ผลทางสถิติพื้นฐาน และวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์ Pearson Correlation ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกละและ

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มงานพัฒนานักศึกษาและศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Instructor, Group of Student Development and Arts and Culture, Southeast Bangkok University.
e-mail: aj.notdekthai@gmail.com

² อาจารย์ หลักสูตรการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Instructor, Tourism and Hospitality Industry, Faculty of Liberal Arts, Southeast Bangkok University.
e-mail: nawaporn@southeast.ac.th

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพาณิชย์การ

Instructor, Digital Marketing, Attawit Commercial Technology College.
e-mail: kantachart48@gmail.com

ด้านพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก อยู่ในระดับความคิดเห็น มากที่สุด ($\bar{x} = 4.51$, $sd. = 0.63$) 2) พฤติกรรม ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก อยู่ในระดับความคิดเห็น มาก ($\bar{x} = 4.33$, $sd. = 0.76$) และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เท่ากับ 0.951 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เท่ากับ 0.915 อยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

คำสำคัญ : ทัศนคติ พฤติกรรม ทักษะการสื่อสาร

Abstract

The purposes of this study was to 1) investigate attitudes, knowledge, feelings, and behaviors towards the use of daily-life communicative skills of undergraduate students of Southeast Bangkok University, 2) explore behaviors, knowledge, attitudes, and practices towards the use of daily-life communicative skills of undergraduate students of Southeast Bangkok University, and 3) examine the relationship between attitudes and behaviors towards the use of daily-life communicative skills of undergraduate students of Southeast Bangkok University. This research employed a quantitative approach, utilizing online questionnaires (Google Forms) for data collection. The sample consisted of 25 undergraduate students in Group 1. in the regular program and enrolled in 100212: International Communication Etiquette course in the first academic year 2021 at Southeast Bangkok University.using Group sampling. The statistical analyses were basic statistical and Pearson Correlation coefficient. The results showed that 1) attitudes, knowledge, feelings, and behaviors towards the use of daily-life communicative skills of undergraduate students were the highest ($\bar{x} = 4.51$, $sd. = 0.63$) 2) Behavior, knowledge, attitudes, and practice towards the use of daily-life communicative skills of undergraduate students were high ($\bar{x} = 4.33$, $sd.=0.76$) and 3) for the relationship between attitudes and behaviors towards the use of daily-life communicative skills of undergraduate students, the relationship between attitudes and use of daily-life

communicative skills was 0.951 and the relationship between behaviors and use of daily-life communicative skills was 0.915 which was positive with 0.05 statistical significance.

Keywords: Attitude, Behavior, Communication Skill

บทนำ

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นปกติวิสัยของคนทุกคนและมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องกันอยู่ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น ในสภาพสังคมเช่นปัจจุบัน การสื่อสารยังมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ ความเข้าใจในการสื่อสารไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ ความคิดหรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันได้ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2552)

การใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบันล้วนจำเป็นต้องใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารด้วยกันทั้งสิ้นไม่จำเป็นที่จะเป็นการสื่อสารด้วยวจนภาษาในลักษณะของการพูด การเขียนหรือการพิมพ์ก็ตาม และการสื่อสารด้วยรูปแบบอวจนภาษา ซึ่งก็เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่มีกระบวนการสื่อสารต่างจากวจนภาษา โดยการสื่อสารด้วยวิธีการใช้ภาษาท่าทางหรือสัญลักษณ์มาประกอบการสื่อสารเพื่อการอธิบายความหมาย แต่ไม่จำเป็นจะเป็นรูปแบบการสื่อสารในวิธีการใด หากเราสื่อสารผิดหรือไม่ตรงตามความหมายที่ควรจะเป็นแล้ว ก็นำมาสู่ความเข้าใจผิดอาจก่อให้เกิดปัญหาได้ ทั้งนี้ทักษะการสื่อสารนั้นมีปัจจัยมาจากพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจและการอบรมถ่ายทอดในการนำไปใช้อันเกี่ยวเนื่องกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีผลสืบเนื่องกัน

รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล มีขอบเขตของเนื้อหาที่ประสงค์ให้นักศึกษามหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ได้มีความรู้ ความเข้าใจและตระหนักในทักษะการสื่อสารอย่างมีมารยาท ทั้งการสื่อสารในรูปแบบวจนภาษาและอวจนภาษา ทั้งนี้รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล โดยที่ผ่านมานักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะเพื่อการสื่อสารในระดับพอใช้ และบางครั้งยังใช้ทักษะการสื่อสารไม่ถูกต้องตามกาลเทศะที่ควรปฏิบัติอย่างเหมาะสม เนื่องจากนักศึกษาจะใช้ความรู้สึกของตนเองในการสื่อสาร มากกว่าการคำนึงถึงการใช้ความรู้ทางภาษาที่มุ่งเน้นความถูกต้องในการสื่อสาร จึงมีผลต่อการใช้ทักษะเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษา ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลเอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับทัศนคติ (นวลศิริ เปาโรหิตย์, 2554) พบว่าทัศนคติของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม และเมื่อศึกษาปัจจัยทางพฤติกรรมของมนุษย์ (Bloom, 1975 อ้างถึงในบุรณัฏฐ จันทร์แดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติ อัมพร และสัญญา เคนาภูมิ, 2562) พบว่ามีองค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติ

ปัจจัยดังกล่าวนี้จึงเกิดแนวคิดต่อการทำวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม และเพื่อศึกษาพฤติกรรม ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติ นำไปสู่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล งานวิจัยนี้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยในรูปแบบการวิจัยในชั้นเรียน ซึ่งผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้สามารถนำมาสู่การถ่ายทอดเชิงวิชาการด้านเนื้อหาและการพัฒนาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพในเชิงบวกมากขึ้นและเป็นแนวทางการศึกษาการเรียนรู้เกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาในกลุ่มรายวิชาอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วยวิธีระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอกที่ลงทะเบียนในรายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ด้านข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาทฤษฎี แนวความคิดด้านทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษา รวมถึงแนวคิดด้านการสื่อสาร การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ผลงานทางวิชาการงานวิจัย บทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมารวบรวมเป็นระบบและเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ตามขั้นตอนของการวิจัยตามลำดับ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร - นักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซนต์อีส์ท์บางกอก ที่ลงทะเบียนในรายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 100 คน

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 50 คน (การกำหนดจำนวนจากข้อมูลงานทะเบียนออนไลน์ สำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564)

กลุ่มตัวอย่าง - กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ที่ลงทะเบียนในรายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 กลุ่มที่ 1 จำนวน 25 คน (จำนวนที่ลงทะเบียนเรียนจริงจาก 50 คน) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยทฤษฎีตามเกณฑ์ร้อยละ (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2565 : 163)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น

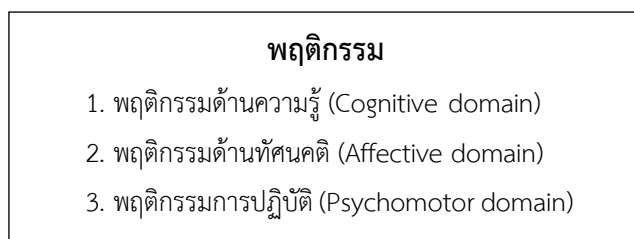
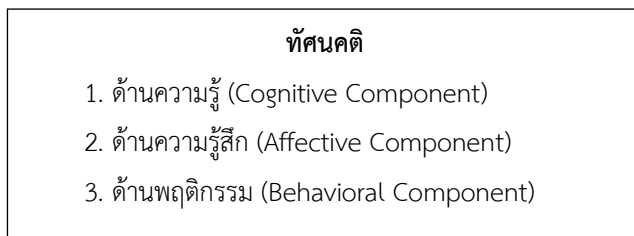
1. ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประกอบด้วย ด้านความรู้ (Cognitive Component) ด้านความรู้สึก (Affective Component) และด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)

2. พฤติกรรมที่มีต่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประกอบด้วย ด้านความรู้ (Cognitive domain) ด้านทัศนคติ (Affective domain) และด้านการปฏิบัติ (Psychomotor domain)

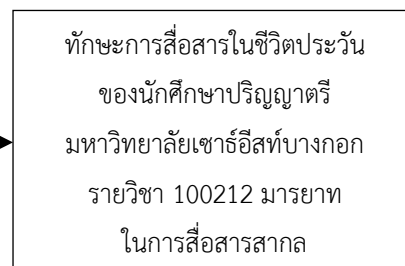
ตัวแปรตาม - ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 ภาพกรอบแนวคิด

เครื่องมือการวิจัย

ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ประกอบด้วย 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะ และ ชั้นปี ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการสื่อสาร

การสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษา เป็นลักษณะข้อคำถามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษา เป็นลักษณะข้อคำถามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) ส่วนที่ 4 ประเด็นข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถาม โดยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเสนอไปยังผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยทางสถิติ ด้านหลักสูตรและการสอนสาขาภาษาไทยและด้านทักษะการสื่อสารภาษาไทย ได้รับการตรวจสอบและนำข้อเสนอแนะการแก้ไขกลับมาปรับปรุงแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ในรูปแบบของ IOC (Index of item objective congruence) ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) โดยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีค่าเท่ากับ 0.67 และได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงโดยผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วมาทดสอบกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างหลัก โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ หาค่าความสอดคล้องด้วยสัมประสิทธิ์คอนบราทแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าความสอดคล้องด้วยสัมประสิทธิ์คอนบราทแอลฟาและมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.80 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่สามารถนำมาใช้กับการวิจัยได้

การรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ด้านทัศนคติกับพฤติกรรม ความคิดเห็นจากนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นบางกอก ที่ลงทะเบียนรายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาควิชาการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ด้านข้อมูลทุติยภูมิใช้วิธีการศึกษาทฤษฎี แนวความคิดด้านพฤติกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและการวิจัยในชั้นเรียนและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารผลงานทางวิชาการ งานวิจัย และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและการวิจัยในชั้นเรียน มารวบรวมเป็นระบบและเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ตามขั้นตอน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทัศนคติและข้อมูลพฤติกรรมการสื่อสาร โดยวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาแปลผลเพื่อวิเคราะห์ผลเชิงคุณภาพและอภิปรายผล
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติเชิงอนุมานด้วยสัมประสิทธิ์

Pearson correlation ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	11	44.00
	หญิง	14	56.00
	รวม	25	100.00
อายุ	20-21 ปี	15	60.00
	22-23 ปี	6	24.00
	24 ปี ขึ้นไป	4	16.00
	รวม	25	100.00
คณะวิชา	บัญชีและวิทยาการจัดการ	4	16.00
	ศิลปศาสตร์	9	36.00
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	11	44.00
	โลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน	1	4.00
	รวม	25	100.00
ชั้นปีที่	1	2	8.00
	2	11	44.00
	3	6	24.00
	4	6	24.00
	รวม	25	100.00

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรมของนักศึกษาต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	n = 25		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{x}$	sd.	
1. ด้านความรู้ (Cognitive Component)	4.48	0.69	มาก
2. ด้านความรู้สึก (Affective Component)	4.54	0.59	มากที่สุด
3. ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)	4.53	0.62	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	0.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของนักศึกษาต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด จำนวน 2 ด้าน และ อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็น สูงสุด ได้แก่ ด้านความรู้สึก ระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.54$) รองลงมาเป็นด้านพฤติกรรม ระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.53$) และด้านความรู้ ระดับมาก ($\bar{x}=4.48$) ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าว อธิบายได้ว่า ในภาพรวมของนักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันทั้งในด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม กล่าวคือ มีความรู้ความเข้าใจในทักษะของการสื่อสารที่ถูกต้อง มีวุฒิภาวะขณะสื่อสารด้วยเหตุผลและมีพฤติกรรมการสื่อสารอย่างเหมาะสมกับบุคคลและกาลเทศะ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติในขั้นต่อมา

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติของนักศึกษาต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	n = 25		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{x}$	sd.	
1. ด้านความรู้ (Cognitive Component)	4.25	0.77	มาก
2. ด้านทัศนคติ (Affective Component)	4.39	0.72	มาก
3. ด้านการปฏิบัติ (Psychomotor domain)	4.34	0.80	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.76	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักศึกษาต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.33$) โดยด้านที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ ด้านทัศนคติ ($\bar{X}=4.39$) รองลงมาเป็น ด้านการปฏิบัติ ($\bar{X}=4.34$) และด้านความรู้ ($\bar{X}=4.25$) ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าว อธิบายได้ว่า ในภาพรวมของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมเชิงบวก ต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติ กล่าวคือ มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการพูด การอ่าน การเขียนอย่างถูกต้อง มีการตอบสนองการสื่อสารอย่างมีมารยาท มีเหตุผลและสามารถใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสมกับบุคคลและกาลเทศะ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ของนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ในภาพรวม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) การใช้ทักษะภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	การแปลผลระดับ ความสัมพันธ์
1. ทัศนคติ		
ด้านความรู้	0.977	สูงมาก
ด้านความรู้สึกล	0.943	สูงมาก
ด้านพฤติกรรม	0.934	สูงมาก
รวมเฉลี่ย	0.951	สูงมาก
2. พฤติกรรม		
ด้านความรู้	0.916	สูงมาก
ด้านทัศนคติ	0.891	สูงมาก
ด้านการปฏิบัติ	0.940	สูงมาก
รวมเฉลี่ย	0.915	สูงมาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ความสัมพันธ์ตัวแปรของทัศนคติ รวมเฉลี่ย 0.951 อยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์สูงมาก เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์สูงมากทุกด้าน โดยด้านความรู้ เท่ากับ 0.977 ด้านความรู้สึกล เท่ากับ 0.943 และด้านพฤติกรรม เท่ากับ 0.934 ตามลำดับ และ ความสัมพันธ์ตัวแปรของพฤติกรรม รวมเฉลี่ย 0.915 อยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์สูงมาก เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์สูงมากทุกด้าน โดยด้านความรู้ เท่ากับ 0.916 ด้านทัศนคติ เท่ากับ 0.891 และด้านการปฏิบัติเท่ากับ 0.940 ตามลำดับ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากข้อมูลดังกล่าว อธิบายได้ว่า ทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวัน อยู่ในเกณฑ์ความสัมพันธ์เชิงบวก สะท้อนให้เห็นว่า นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปี

การศึกษา 2564 มีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างมีความรู้ มีเหตุผลและการปฏิบัติอย่างสร้างสรรค์ เป็นความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งสองด้าน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาทัศนคติ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ระดับ มากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า นักศึกษามีทัศนคติในเชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของดวงทิพย์ เจริญรุขซ์ เพื่อนโชติ (2557) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติและพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อรายวิชา COM 218 ภาษาอังกฤษสำหรับนักนิเทศศาสตร์ 1 พบว่า ทัศนคติของนักศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ที่มีต่อรายวิชา COM 218 ภาษาอังกฤษสำหรับนักนิเทศศาสตร์ 1 มีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยระดับมาก อยู่ในทัศนคติเชิงบวก ทั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของนักศึกษาเท่านั้น ทำให้เข้าใจได้ว่าทัศนคติเชิงบวกมีผลต่อพฤติกรรมในการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยเฉพาะปัจจัยด้านความรู้ หากนักศึกษาได้รับความรู้ที่ถูกต้องในเนื้อหาที่ส่งผลในการตอบสนองด้านความรู้สึกเชิงบวกและจะแสดงออกมาทางพฤติกรรมภายนอกที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาในเชิงบวกเช่นกัน

2. ผลการศึกษาพฤติกรรม ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและด้านการปฏิบัติที่มีต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวงศ์สิริ แจ่มฟ้า และสุกัญญา ปานเจริญ (2556) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการเรียนรู้ในการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางกับทักษะกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล และมีผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับชำนาญ ด่านคำ, สนิท ดีเมืองชัย และประวิทย์ สิมมาทัน (2559) ที่ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า พฤติกรรมการเรียนรู้ด้านทัศนคติในการเรียน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมเชิงบวกในการเรียนรู้ ซึ่งพฤติกรรมในการปฏิบัตินั้นมีผลแสดงออกเชิงบวกได้ ต้องเป็นผลปัจจัยด้านความรู้ ด้านทัศนคติที่สะท้อนผลให้เกิดการปฏิบัติตามมา กล่าวคือ พฤติกรรมที่มาจากปัจจัยด้านความรู้ ด้านทัศนคติเชิงบวก จะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติเชิงบวกต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาเช่นเดียวกัน

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกรายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล พบว่า ความสัมพันธ์ของทัศนคติ อยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์เฉลี่ยเท่ากับ

0.951 และความสัมพันธ์ของพฤติกรรมรวมเฉลี่ยเท่ากับ 0.915 สะท้อนให้เห็นว่า ทักษะคิดและพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล อยู่ในระดับความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งคู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวงศ์สิริ แจ่มฟ้า และสุตกัญญา ปานเจริญ (2556) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการเรียนรู้ในการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง กับทักษะกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล และมีผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมในการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางอยู่ในเกณฑ์ระดับความสัมพันธ์เชิงบวก ส่วนประเด็นการศึกษาด้านการสื่อสารของนักศึกษาอีกด้านมีความสอดคล้องกับบทกฤษ ภพชนกนันท์, ภัสวดี นิติเกษตร สุทร และธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้การสื่อสารและผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่ นักศึกษาสื่อสารด้วยการใช้ภาษาไทยในการโพสต์ข้อความเพื่อคลายความตึงเครียดและต้องการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันสมัย โดยลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการใช้สื่อเฟซบุ๊กและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ทักษะคิดและพฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน โดยผลของการมีทัศนคติเชิงบวกมีปัจจัยมาจากด้านความรู้ ด้านความรู้สึกมีผลต่อด้านพฤติกรรม

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาการสื่อสารของผู้เรียน หากการให้ความรู้การใช้ทักษะการสื่อสารที่ถูกต้อง ก็จะมีผลต่อการใช้ทักษะการสื่อสารของนักศึกษาเช่นกัน และผู้สอนจะต้องเน้นย้ำความถูกต้องจากการให้ความรู้ทางภาษาเพื่อการสื่อสารอย่างชัดเจน และอธิบายให้นักศึกษาใช้ความรู้อันเป็นเหตุเป็นผล มากกว่าการใช้อารมณ์ความรู้สึกที่ตอบสนองการสื่อสารในทางไม่เหมาะสม เพื่อให้เกิดพฤติกรรมสื่อสารในทางสร้างสรรค์และเกิดผลดีต่อผู้เรียน อีกทั้งได้เข้าใจถึงปัญหาการสื่อสารของนักศึกษา และทำให้ผู้สอนจะต้องพัฒนาเนื้อหาวิชาการให้มีความรู้ด้านการสื่อสารที่ถูกต้องให้เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงประเด็นการวิจัย

1) งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยในชั้นเรียน ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมต่อการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รายวิชา 100212 มารยาทในการสื่อสารสากล ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เท่านั้น ผู้ที่สนใจงานวิจัยในชั้นเรียนสามารถนำประเด็นอื่น ๆ มาต่อยอดเพื่อการศึกษาวิจัยด้านทัศนคติและพฤติกรรมในรายวิชาอื่นได้ เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในการออกแบบเนื้อหาการเรียนการสอนอย่างเหมาะสมกับผู้เรียน

2) ประเด็นการวิจัยในชั้นเรียนอาจทำการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมชั้นเรียน หรือ การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาผู้เรียนในรายวิชาอื่น ๆ ได้

3) พัฒนาการทำงานวิจัยจากประเด็นในชั้นเรียนสู่การทำงานวิจัยในระดับที่กว้างขึ้น เพื่อเป็นการขยายมิติการสร้างงานวิจัยออกสู่สังคม

4) งานวิจัยในชั้นเรียนเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ควรเพิ่มประเด็นการศึกษาวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนารูปแบบงานวิจัยให้มีน้ำหนักเชิงคุณภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1) ผลลัพธ์ของการวิจัยที่สมบูรณ์ตามกระบวนการ สามารถนำมาสู่การปรับแก้หรือพัฒนาเนื้อหาการเรียนเอกสารประกอบการสอน ตำราเรียน ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้เรียนได้

2) ผลลัพธ์จากงานวิจัยที่สะท้อนด้านทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก สามารถนำมาสู่การถ่ายทอดเชิงวิชาการด้านเนื้อหาและพัฒนาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ทักษะการสื่อสารในชีวิตประจำวันในเชิงบวกได้อย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

- Dankham, C., Timuangsa, S., & Simmatan, P. (2016). Kānsuksā phruttkam kānrīanrū khōng naksuksā radap parinyā trī mahāwitthayaīlai rāchaphat Mahā Sārakhām. [The Study of Bachelor Degree Undergraduates' Learning Behavior, Rajabhat Mahasarakham University]. *Journal of Nakhonratchasima College*, 10(1), 23-24.
- ชำนาญ ด่านคำ, สนิท ตีเมืองซ้าย และประวิทย์ สิมมาตัน. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 10(1), 23-24.
- Jamfa, W., & Pancharoen, S. (2013). Suksā khwāmsamphan rawāng thatsanakhati lāe phruttkam kānrīanrū nai kān rīan kānsōn thī nēn phū rīan pen sūnklāng kap thaksa krabūānkān rīanrū khōng naksuksā phayabān. [The Relationship Among Attitude, Learning Behavior in Student-Centered Instruction and Learning Process Skill of Nursing Student]. *Journal of Nursing and Education*, 6(1), 95-102.
- วงศ์สิริ แจ่มฟ้า และสุตกัญญา ปานเจริญ (2556). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม การเรียนรู้ในการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางกับทักษะกระบวนการเรียนรู้ของ นักศึกษาพยาบาล. *วารสารการพยาบาลและการศึกษา*, 6(1), 95-102.

- Jandaeng, B., Kosolkittiampon, S., & Kenaphoom, S. (2019). Patchai thī mī phon tō 'ākān plānplāeng phruttkam. [Factors that Affecting Behavior Change]. *Dhammathas Academic Journal*, 19(4), 235-244.
- บุรฉัตร จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม. *วารสารวิชาการธรรมศาสตร์*, 19(4), 235-244.
- Leekitwattana, P. (2022). *Withikān wichai thāngkān suksā*. [Educational Research Methodology]. Bangkok: Faculty of Industrial Education King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2565). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (2009). *Phāsā kap kānsūsān*. [Language and Communication. (2nd ed.)]. Bangkok: Nawasan Printing.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2552). *ภาษากับการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: นวสาน์การพิมพ์.
- Paorohit, N. (2011). *Khonhatuā 'ēngphuāplianchākphuāphæpenphuāchana*. [Find Yourself to Change from a Loser to a Winner]. Bangkok: 108 idea.
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2554). *ค้นหาตัวเอง เพื่อเปลี่ยนจากผู้แพ้เป็นผู้ชนะ*. กรุงเทพฯ: 108 สดุดยอดไอดี.
- Phopchanoknan, N., Nitikasetsuntorn, P., & Phothisuwan, T. (2016). Phruttkam kānchai kānsūsān lāe phonkrathop chāk kānchai fē sabuk khōng naksuksā hāwitthayalai Pathum Thānī. [Usage, Communication Behaviors and Impact on Using Facebook of College Students in Pathumthani University]. *Journal of Management Science Suan Sunandha Rajabhat University*, 3(1), 38-39.
- นนทฤช ภพชนนันท์, ภัสวดี นิติเกษตรสุทร และธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. (2559). พฤติกรรมการใช้การสื่อสารและผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยปทุมธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(1), 38-39.
- Phuenchote, D. C. (2014, April 3). Thatsanakhati lāe phruttkam kān rian khōng naksuksā khana nithetsāt Mahāwitthayalai Rangsit thī mī tō 'arāi wichā COM 218 phāsā 'angkrit samrap nak nithetsāt 1. [Attitudes and Study Behaviors of Faculty of Communication Arts' Students, Rangsit University Toward COM 218: English for Communication Arts 1]. *National Research Conference 2014*. (pp.799-808).

RSU International Research Conference. <https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/nation2014/G4-45.pdf>

ดวงทิพย์ เจริญรุรักษ์ เพื่อนโชติ. (3 เมษายน 2557). ทักษะคิด และพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาคณะ
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่มีต่อรายวิชา COM 218 ภาษาอังกฤษสำหรับนักนิเทศศาสตร์ 1.
ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2557 (น.799-808). RSU International Research
Conference. <https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/nation2014/G4-45.pdf>

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไป
จากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

THE FACTORS AFFECTING THE BEHAVIOR OF OVER ORDERING
FROM USING FOOD DELIVERY APPLICATION DURING COVID - 19 PANDEMIC IN
BANGKOK AND METROPOLITAN AREA

รมยพร กิติเวียง¹, จุฑามาศ วงศ์กันทรากกร², ธนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย³

Romyaporn Kitivieng¹, Jutamas Wongkantarakorn², Thanomsak Suwannoi³

(Received: February 6, 2024 ; Revised: March 27, 2024 ; Accepted: April 29, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไป ความจำเป็น จากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 464 คน จากผู้ใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 โดยแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุและความถี่ในการใช้บริการ เพื่อตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจากความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 ได้แก่ การรับรู้ความรุนแรง จิตสำนึกด้านสุขอนามัย ความเชื่อมั่น ปัญหาด้านคุณภาพ ความคุ้มค่าด้านราคา แรงจูงใจด้านความสะดวก บรรทัดฐานทางจริยธรรม และปัญหาด้านแพลตฟอร์ม ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคนั้น Gen Z (อายุน้อยกว่า 25 ปี) และ Gen Y

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Doctoral Student, Doctor of Business Administration Program, College of Innovation Management,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin. e-mail: romyaporn.kit@rmutr.ac.th

² อาจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Lecturer, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
e-mail: jutamas.won@rmutr.ac.th

³ อาจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Lecturer, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
e-mail: thanomsak.suw@rmutr.ac.th

(อายุ 25 - 39 ปี) ให้ความสำคัญกับการรับรู้ความรุนแรง จิตสำนึกด้านสุขอนามัย และบรรทัดฐานทางจริยธรรม มากกว่าปัจจัยอื่น และกลุ่มผู้บริโภคที่มีการใช้งานมากกว่า 10 ครั้ง/เดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคา ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม และปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าปัจจัยอื่น ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาในด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ การพัฒนาแพลตฟอร์ม การวางแผนกลยุทธ์ด้านราคา รวมถึงการพัฒนาการบริการ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

คำสำคัญ : ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม โควิด-19 แอปพลิเคชันส่งอาหาร

Abstract

The purposes of this study were to investigate the factors influencing food delivery over-order behaviors through applications during the COVID-19 pandemic in Bangkok and suburb based on the research conceptual framework Theory of Planned Behavior (TPB) and Behavioral Reasoning Theory (BRT). The sample was 464 food delivery application consumers during the COVID-19 pandemic based on generations and frequency of application usage using simple random sampling. The instruments were the questionnaires. The statistical analysis was structural equation modeling (SEM). The results revealed that the factors influencing food delivery over-order behaviors through applications during the COVID-19 pandemic were Perceived Severity, Hygiene Consciousness, Trust, Quality Issue, Price Advantage, Convenience motivation, Moral Norm, and Interface Issue. The consumers in Gen Z (Younger than 25 years old) and Gen Y (26 – 39 years old) placed more importance on Perceived Severity, Hygiene Consciousness, and Moral Norm than other factors. The consumers who used application more than ten times per month placed more importance on Price Advantage, Moral Norm, and Environment Knowledge than other factors. The research contribution was applying the findings to product presentation, platform development, pricing strategic planning, and to service development to meet the prospective consumers' needs.

Keywords: Theory of Planned Behavior, Behavioral Reasoning Theory, COVID - 19, Food Delivery Applications

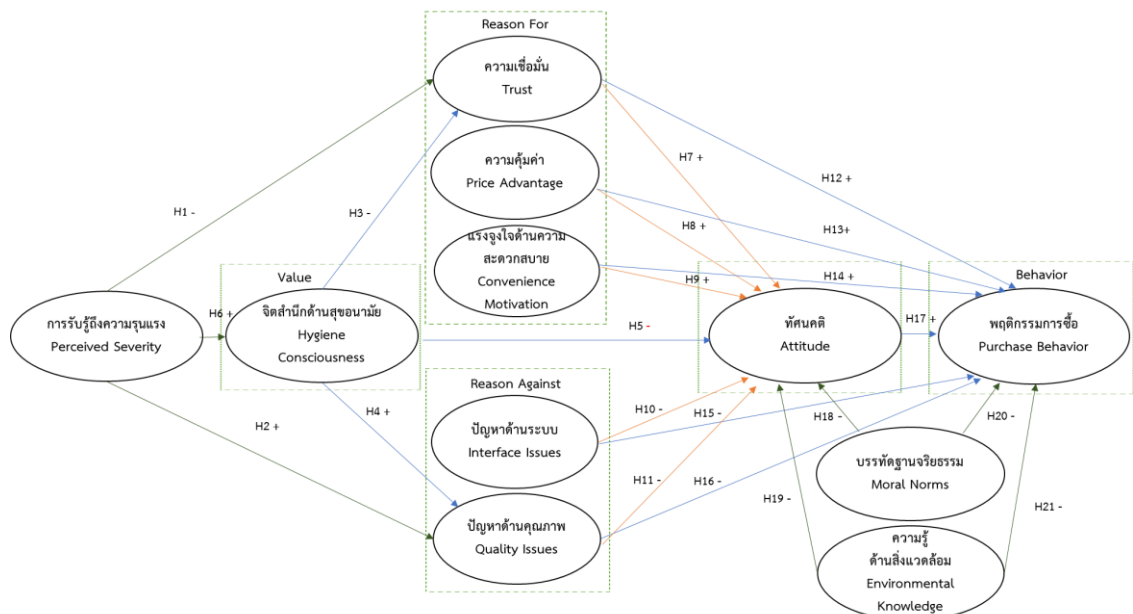
บทนำ

ธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรีมีการเติบโตมาแล้วในระยะหนึ่งพร้อม ๆ กับการเติบโตของระบบ Online Shopping ซึ่งได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายที่เพิ่มมากขึ้น ที่ผ่านมามีการขยายตัวของบริการออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรีมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยการเกิดขึ้นของสถานการณ์โควิด-19 ในปี 2563 กลายเป็นปัจจัยในการทำให้ฟู้ดเดลิเวอรีทั้งช่องทางของร้านอาหารเอง และ Food Aggregator มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เป็นที่สังเกตได้ว่าฟู้ดเดลิเวอรีกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนทั่วไป และที่สำคัญทำให้ธุรกิจร้านอาหารหลาย ๆ ร้านมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามไปด้วย (Ray et al., 2019) ต่อมาสถานการณ์ในปี 2564 ได้เกิดการระบาดของโรคไวรัสโควิด - 19 ซึ่งทำให้ผู้บริโภคใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารหรือฟู้ดเดลิเวอรีเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sharma et al. (2021) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชัน พบว่าในขณะที่เกิดโรคระบาดของโควิด - 19 ผู้ใช้บริการมีการสั่งซื้ออาหารที่มากกว่าปกติ จนทำให้เกิดอาหารส่วนเกิน (Food Surplus) และขยะอาหาร (Food Waste) ซึ่งขยะอาหารที่มีจำนวนมากนั้นไม่ได้ถูกกำจัดอย่างถูกวิธี

ขยะอาหาร (Food Waste) มีสัดส่วนเป็น 1 ใน 3 ของอาหารที่ผลิตได้ทั้งหมดของโลก อันตรายของขยะอาหารที่เน่าเสียจะทำให้เกิดก๊าซมีเทน ที่มีศักยภาพเป็นก๊าซเรือนกระจก ที่เป็นปัจจัยที่ทำให้โลกร้อนมากกว่าคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 25 เท่า ซึ่งในแต่ละปีจะมีขยะอาหารที่ต้องฝังกลบประมาณ 1,300 ล้านตัน ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษคิดเป็น 8% ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่ปล่อยสู่ชั้นบรรยากาศ ในประเทศไทยจากข้อมูล ของกรมควบคุมมลพิษระบุว่า ขยะอาหาร คิดเป็น 64% ของขยะทั้งหมด หรือประมาณ 17.6 ล้านตัน ขยะอาหารในประเทศไทยมีจำนวนมาก และยังจัดการไม่ดีพอ ข้อมูลจากกรมควบคุมมลพิษ ระบุว่าในปี 2560 มีขยะอาหารคิดเป็นร้อยละ 64 ของปริมาณทั้งหมด หรือ 254 กิโลกรัมต่อคนต่อปี แต่ประเทศไทยมีการนำขยะอาหารไปใช้ประโยชน์ได้น้อยมาก เนื่องจากเทศบาลส่วนมากไม่มีการแยกขยะ และในส่วนของกรุงเทพมหานคร สามารถรีไซเคิลขยะอาหารได้เพียง 2% เท่านั้น จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจนความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19

แนวคิดของงานวิจัยนี้ ประยุกต์จากทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม Behavioral Reasoning Theory (BRT) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) และกรอบแนวคิด IT Continuance Framework ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่กรอบแนวคิดงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดดังกล่าว มาประยุกต์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 และได้นำปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความสะดวกสบาย หรือ Convenience Motivation (Yeo et al., 2017) มาใช้ใน

งานวิจัยนี้ ซึ่งต้องการที่จะศึกษาว่าความสับสนจากการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 จะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติ หรือพฤติกรรมการซื้ออาหารผ่าน แอปพลิเคชันส่งอาหารเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร จากการสรุปข้อมูลดังกล่าวจึงสามารถสร้างกรอบแนวคิด และกำหนดสมมติฐานของงานวิจัย สามารถแสดงได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจากความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารช่วงการระบาดของโควิด-19 ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยสำรวจในช่วงเวลาเดือนธันวาคม 2564 - มกราคม 2565 โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารช่วงการระบาดของโควิด-19 ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงเลือกใช้วิธีการหาจำนวนตัวอย่างในการวิจัย ที่ความเชื่อมั่นได้ 95% และค่าคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่ม

ตัวอย่างที่น้อยที่สุด 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนหรือข้อผิดพลาดจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 464 ราย เพื่อให้เป็นตัวแทนประชากรที่ดีในการศึกษา โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม Behavioral Reasoning Theory (BRT) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน Theory of Planned Behavior (TPB) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability)

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
1. จิตสำนึกด้านสุขอนามัย (Hygiene Consciousness) (อ้างอิง : Talwar et al., 2020)		0.7261	0.6218
1.1 ฉันตื่นตัวที่จะเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติด้านสุขอนามัย สำหรับการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหาร เนื่องจากความกลัวการ ระบาดของโควิด-19	0.8521		
1.2 ฉันตระหนักถึงการปฏิบัติด้านสุขอนามัยของร้านอาหาร และการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหาร เนื่องจากการแพร่ระบาดของ โควิด-19	0.8521		
2. ความเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหาร (Trust) (อ้างอิง : Kaur et al., 2020; Cho et al., 2019)		0.5784	0.7544
2.1 ฉันเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารเพื่อสั่งอาหาร ในช่วง โควิด-19 ระบาด	0.7966		
2.2 ฉันรู้สึกปลอดภัยเมื่อสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหาร ในช่วง โควิด-19 ระบาด	0.7994		
2.3 ฉันคิดว่าฉันสามารถพึ่งพาแอปพลิเคชันส่งอาหาร ในการ สั่งอาหารในช่วงการระบาดของ โควิด-19 ได้	0.7123		
2.4 ฉันรู้สึกว่าคุณสมบัติที่แอปพลิเคชันส่งอาหารให้มานั้นเชื่อถือได้	0.7298		
3. ความคุ้มค่าด้านราคา (Price Advantage) (อ้างอิง : Talwar et al., 2020)		0.7749	0.8454
3.1 แอปพลิเคชันส่งอาหารกำหนดราคาอาหารได้อย่างสมเหตุสมผล	0.8511		
3.2 การสั่งอาหารผ่านบริการแอปพลิเคชันส่งอาหารมีความประหยัด	0.9080		
3.3 แอปพลิเคชันส่งอาหารให้ความคุ้มค่ากับเงินที่ได้จ่ายไป	0.8808		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
4. แรงจูงใจด้านความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร (Convenience Motivation) (อ้างอิง : Anderson and Srinivasan, 2003; Childers et al., 2002)		0.6025	0.7796
4.1 ฉันพบว่าการทำรายการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	0.7880		
4.2 ฉันพบว่าการเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารสามารถทำได้ง่าย	0.8192		
4.3 ฉันพบว่าการซื้อสินค้าและการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารเป็นเรื่องที่ง่าย	0.7185		
5. ปัญหาด้านการใช้งานของแพลตฟอร์ม (Interface Issues) (อ้างอิง : Kaur et al., 2020; Cho et al., 2019)		0.8465	0.9545
5.1 แถบค้นหาของแอปพลิเคชันส่งอาหารมักจะทำงานไม่ถูกต้อง	0.9118		
5.2 แอปพลิเคชันส่งอาหารมักจะทำงานล่าช้าหรือค้าง	0.9366		
5.3 แอปพลิเคชันส่งอาหารมักจะใช้เวลานานในการประมวลผลคำสั่งซื้อ	0.9332		
5.4 แอปพลิเคชันส่งอาหารไม่อัปเดตเวลาเปิดปิดของร้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ	0.9170		
5.5 คำสั่งซื้อที่สั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารมักจะถูกยกเลิกหลังจากได้รับคำสั่งซื้อไปแล้ว	0.9012		
6. ปัญหาด้านคุณภาพของสินค้า (Quality Issues) (อ้างอิง : Kaur et al., 2020; Cho et al., 2019)		0.8532	0.9134
6.1 ภาชนะบรรจุอาหารมักจะไม่ปิดสนิท ทำให้เกิดข้อสงสัยว่าอาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหาร ถูกดัดแปลงแก้ไข	0.8977		
6.2 ร้านอาหารมักส่งอาหารในปริมาณน้อยลงเมื่อสั่งผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหาร ในช่วงการระบาดของ โควิด-19	0.9355		
6.3 ร้านอาหารมักส่งอาหารคุณภาพลดลงเมื่อสั่งผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหาร ในช่วงการระบาดของ โควิด-19	0.9373		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
7. ทักษะการมีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร (Attitude) (อ้างอิง : Armitage & Conner, 1999; Juschten et al., 2019)		0.7134	0.7979
7.1 การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วง โควิด-19 ระบาด เป็นที่น่าพอใจ	0.8034		
7.2 การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วง โควิด-19 ระบาด เป็นเรื่องที่ดี	0.8606		
7.3 การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วง โควิด-19 ระบาด เป็นเรื่องที่น่ายินดี	0.8684		
8. พฤติกรรมการซื้อ (Purchase Behavior) (อ้างอิง : Stancu et al., 2016)		0.7705	0.8997
8.1 ฉันมักจะสั่งอาหารที่ไม่ตั้งใจจะซื้อ เมื่อสั่งผ่านแอปพลิเคชัน ส่งอาหาร ในช่วงการระบาดของ โควิด-19	0.8536		
8.2 ฉันมักจะสั่งอาหารมากเกินไป เมื่อสั่งผ่านแอปพลิเคชันส่ง อาหาร ในช่วงการระบาดของ โควิด-19	0.9093		
8.3 ฉันมักจะสั่งอาหารเกินความจำเป็น หากแอปพลิเคชันส่ง อาหาร เสนอโปรโมชั่นที่คุ้มค่า	0.8835		
8.4 ฉันสั่งอาหารที่เน่าเสียง่าย (เช่น สลัด) ผ่านแอปพลิเคชันส่ง อาหารมากขึ้น โดยเป็นส่วนหนึ่งในความคิดที่จะกินอาหารที่ดีต่อ สุขภาพในช่วงที่ โควิด-19 ระบาด	0.8637		
9. บรรทัดฐานทางจริยธรรม (Moral norms) (อ้างอิง : Olsen et al., 2010; Yuan et al., 2016; Wan et al., 2017)		0.5609	0.8423
9.1 การกินทิ้งกินขว้างทำให้ฉันรู้สึกผิดต่อผู้ที่ขาดแคลนอาหาร	0.6517		
9.2 การกินทิ้งกินขว้างทำให้ฉันรู้สึกผิดต่อสิ่งแวดล้อม	0.6365		
9.3 การกินทิ้งกินขว้างทำให้ฉันรู้สึกชอบชั่วดี	0.7689		
9.4 การกินทิ้งกินขว้างเป็นการกระทำที่ขัดต่อศีลธรรมของฉัน	0.7891		
9.5 การกินทิ้งกินขว้างเป็นการกระทำที่ขัดต่อหลักการของฉัน	0.8059		
9.6 การกินทิ้งกินขว้างทำให้ฉันรู้สึกมีความละอายใจ แม้คนอื่นจะไม่ รู้ก็ตาม	0.8199		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
10. ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Knowledge) (อ้างอิง : Su et al., 2020)		0.6584	0.8260
10.1 การบริโภคอาหารในแต่ละวันการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีบทบาทสำคัญในการปกป้องสิ่งแวดล้อม	0.7997		
10.2 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นผลดีต่อสุขภาพ	0.8008		
10.3 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีส่วนช่วยในการป้องกันสภาวะโลกร้อน	0.8304		
10.4 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถย่อยสลายได้ง่าย	0.8143		
11. การรับรู้ความรุนแรงของ โควิด-19 (Perceived Severity) (อ้างอิง : Ling et al., 2019, Li et al., 2020)		0.5077	0.8040
11.1 ผลกระทบด้านลบของการติดเชื้อ โควิด-19 อยู่ในระดับสูง	0.5764		
11.2 การติดเชื้อ โควิด-19 เป็นอันตรายสำหรับฉัน	0.7556		
11.3 การติดเชื้อ โควิด-19 เป็นอันตรายถึงชีวิตได้สำหรับคนอื่นๆ	0.6800		
11.4 การติดเชื้อ โควิด-19 เป็นเรื่องที่ร้ายแรงมากสำหรับฉัน	0.7324		
11.5 การติดเชื้อ โควิด-19 เป็นโรคที่ร้ายแรง	0.7483		
11.6 การติดเชื้อ โควิด-19 มีการเจ็บป่วยที่รุนแรง	0.7645		

ทำการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 464 ชุด โดยแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรง ซึ่งคำถามแต่ละด้านเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัย มีระดับความเที่ยงตรงอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน สามารถรวมเป็นองค์ประกอบและปัจจัยเดียวกันได้ และผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามจากค่า %Total Variance ของแบบสอบถาม และผลของค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคของแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรงที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ยกเว้นด้านความเชื่อมั่น (Trust) ด้านแรงจูงใจด้านความสะดวก (Convenience Motivation) ด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม (Moral Norms) ด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Knowledge) และด้านการรับรู้ความรุนแรง (Perceived Severity) ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (%Total Variance) ซึ่งอธิบายได้ว่า ด้านความเชื่อมั่นในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างจะมองถึงความเชื่อมั่นของตัวเอง และความเชื่อมั่นที่เกิดจากสิ่งที่แอปพลิเคชันมอบให้

ด้านแรงจูงใจด้านความสะดวกในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างจะมองด้านการใช้งานการสั่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชันและการทำธุรกรรมในขั้นตอนของการจ่ายเงินที่แตกต่างกันไป เช่นเดียวกับด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม ด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการรับรู้ความรุนแรง ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างจะมองแยกเป็น 2 มิติ คือในด้านที่ส่งผลต่อตัวบุคคลเองและด้านที่ส่งผลต่อบุคคลอื่น ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะให้แบบสอบถามของงานวิจัยนี้ครอบคลุมในทุกมิติจึงไม่สามารถตัดข้อคำถามออกไปได้ ซึ่งทำให้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ และค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามไม่ถึง 0.7 อยู่ในเกณฑ์พอใช้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนธันวาคม 2564 - มกราคม 2565 สามารถเก็บข้อมูลที่มีความครบสมบูรณ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 464 ตัวอย่าง

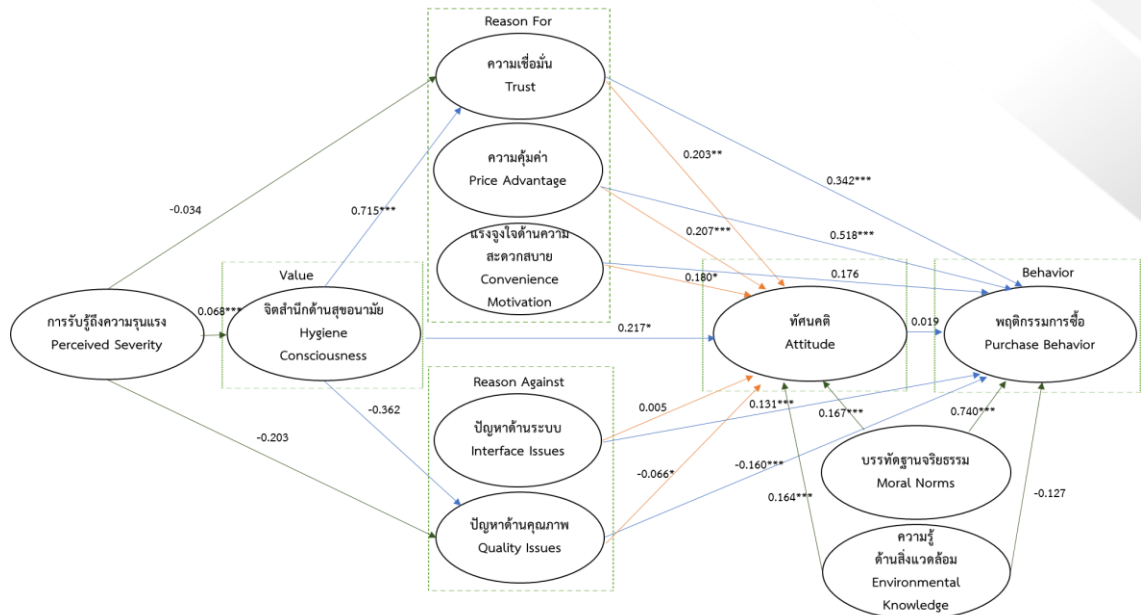
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ แบ่งกลุ่มข้อคำถามตามตัวแปรแฝงใช้ค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha) วิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ ของมาตรวัดตัวแปรแต่ละตัว และค่า Variance ในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของคำตอบที่ได้จากตัวแปรแต่ละตัว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ด้วยวิธีวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยวิธีการประมาณค่าแบบความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) โดยทำการพิจารณาตัวแปร จำนวน 11 ตัวแปรพร้อมกัน เพื่อทำการทดสอบความสอดคล้องของข้อมูล (Model Fit) และทดสอบความสัมพันธ์กันของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ค่าดัชนี Log-likelihood, Chi-squared MS, Chi-squared BS, RMSEA, SRMR, CFI และ TLI ในการทดสอบความสอดคล้องและกลมกลืนของโมเดล

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจากความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด-19 ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) โดยทำการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองสมการโครงสร้างพร้อมกันทั้งหมด ด้วยระบบสมการ (Simultaneous Equation) จึงเป็นโมเดลทางสถิติที่สามารถประยุกต์ใช้ในการหาคำตอบของงานวิจัยที่เป็น ข้อเท็จจริง ตามแบบจำลอง (Model) ของกรอบแนวคิดการวิจัย โดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติได้ผลดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามแบบจำลองกรอบแนวคิดงานวิจัย ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่ามีหลายตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจากความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด - 19 ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามแบบจำลองกรอบแนวคิดงานวิจัย

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM)

Variable		Total	อายุ				ความถี่ในการใช้งาน/เดือน	
			Gen Z	Gen Y	Gen X	Gen BB	น้อยกว่า 10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง
**								
HC ← PS	0.608*	0.763***	0.511***	1.009*	-0.007		0.620***	0.430***
TR ← HC	0.745***	0.564***	0.801***	1.616***	0.702		1.511***	0.440***
TR ← PS	-0.034	-0.117	0.216	1.114	0.127		-0.486***	0.015
QI ← HC	-0.362**	-0.701 *	0.233	1.071	-0.988		-0.500 *	-0.184
QI ← PS	-0.203	0.457	-0.305	0.714	-0.784		0.185	-0.721**
ATT ← HC	0.217*	0.171	0.245	0.890*	-0.221		1.249**	0.199*
ATT ← TR	0.203**	0.243	0.293**	0.175	0.298		-0.560	0.334***
ATT ← QI	-0.066*	-0.052	-0.068	0.061	-0.216***		-0.032	-0.132***
ATT ← PA	0.207***	0.309***	0.174**	0.039	0.368***		0.215***	0.224***
ATT ← CM	0.180**	0.294 *	0.249**	0.165	0.058		0.259***	-0.211
ATT ← II	0.005	-0.010	-0.032	0.066	0.104*		0.031	-0.004
ATT ← MN	0.167***	0.109	0.031	1.774*	0.212		0.103	0.303***
ATT ← EK	0.164***	0.217 *	0.147*	0.113	0.184		0.025	0.228***

ตารางที่ 2 (ต่อ)

Variable	Total	อายุ				ความถี่ในการใช้งาน/เดือน	
		Gen Z	Gen Y	Gen X	Gen BB	น้อยกว่า 10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง
PB ← TR	0.342***	0.137	0.202	0.820**	0.550**	0.285 **	0.493*
PB ← QI	-0.160***	-0.107	-0.099	0.011	-0.234*	-0.209 **	-0.083
PB ← ATT	0.019	-0.037	0.183	1.274	0.276	0.134	-0.441
PB ← PA	0.518***	0.460***	0.503***	0.310	0.234	0.499 ***	0.575***
PB ← CM	0.176	0.389 *	-0.153	0.711**	0.381	0.055	0.438*
PB ← II	0.131***	0.115	0.152	0.019	0.139	0.223 ***	-0.012
PB ← MN	0.740***	0.975 ***	0.599***	5.345	-0.004	0.780 ***	0.412*
PB ← EK	-0.127	-0.158	-0.062	0.376*	-0.161	-0.231 **	0.187
N	464	118	136	111	99	250	214
ll	-18467.4	-4421.1	-5709.5	053.1	-3708.3	-10209.3	-7944.9
chi2_bs	12934.3	4065.8	5360.3	540.9	3524.1	8279.4	5270.3
chi2_ms	3176.2	1665.7	2020.1	678.0	1557.2	2354.4	1921.9
RMSEA	0.075	0.087	0.098	0.091	0.089	0.082	0.074
CFI	0.809	0.748	0.742	0.693	0.738	0.799	0.759
TLI	0.794	0.730	0.723	0.670	0.718	0.784	0.742

* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1, ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, และ *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

หมายเหตุ : MN = Moral norms, EK = Environmental Knowledge, PS = Perceived severity, HC = Hygiene Consciousness, TR = Trust, PA = Price Advantage, CM = Convenience Motivation, II = Interface Issues, QI = Quality Issues, ATT = Attitude, PB = Purchase Behavior

ค่าสถิติ Chi-Square (χ^2)_ms เท่ากับ 3176.2 โดยมีค่า chi2_bs เท่ากับ 12934.3 ซึ่งโดยรวมแล้วมีค่าค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al, (1998) ที่กล่าวว่า การทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองด้วยสถิติ χ^2 จะมีความอ่อนไหวต่อจำนวนตัวอย่าง หากจำนวนตัวอย่างที่มีมากกว่า 200 ตัวอย่าง ขึ้นไป แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัยมักจะมีค่าแตกต่างจากข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงแนะนำให้ใช้ สถิติ χ^2 ร่วมกับค่าสถิติวัดความกลมกลืนอื่น ๆ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI) ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า เท่ากับ 0.809 โดยรวมแล้วค่าที่ได้จะมีค่าใกล้เคียงกัน ซึ่งตามเกณฑ์ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 1.00 คือแบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยทั่วไปแล้วถ้ามีค่ามากกว่า 0.90 แสดงว่าแบบจำลองสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สำหรับแบบจำลองที่ใช้งานวิจัยนี้มีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแต่ก็มีค่าที่ใกล้เคียงอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจากความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด - 19 ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่ามีปัจจัยหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัยจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ในทุกกลุ่มช่วงอายุมีปัจจัยด้านการรับรู้ความรุนแรง ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคา ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความสะดวก ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม และปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มช่วงอายุ Gen Y (อายุ 25 - 39 ปี) มีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพิ่มมาคือปัจจัยด้านความเชื่อมั่น และในกลุ่มอายุช่วงอายุ Gen BB (อายุ 56 ปีขึ้นไป) มีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพิ่มมาคือ ปัจจัยด้านปัญหาด้านแพลตฟอร์ม และปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพ

สรุปผลการวิจัยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ความรุนแรง ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคา ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความสะดวก ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านปัญหาด้านแพลตฟอร์ม ปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพ และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง/เดือน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ความรุนแรง ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคา ปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม

ส่วนการสรุปผลการวิจัยโดยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความรุนแรง ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านสุขอนามัย ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคา ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความสะดวก ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม และปัจจัยด้านปัญหาด้านแพลตฟอร์ม ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านทัศนคติไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็น สรุปได้ว่าหากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด - 19 ลดลงจนเป็นปกติแล้ว จะสามารถทำให้พฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นลดลงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างและแสดงการเปรียบเทียบผลวิเคราะห์ของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารช่วงการระบาดของโควิด-19 ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจำแนกความสัมพันธ์ตามลักษณะทั่วไป 2 ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง คือ ช่วงอายุ และความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารช่วงการระบาดของ โควิด-19 ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) ตามแบบจำลองของกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ พบว่ามีตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มากเกินไปจนความจำเป็นจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด - 19 ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติและมีค่าสัมประสิทธิ์ที่สอดคล้องกับทฤษฎีโดยแยกวิเคราะห์ในแต่ละด้านของปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็น โดยตามทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม Behavioral Reasoning Theory (BRT) ทัศนคติจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน กล่าวคือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีในการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร ซึ่งเป็นผลมาจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น การใช้งานที่สะดวก และรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารมีการกำหนดราคาที่คุ้มค่า อีกทั้งผู้บริโภคไม่พบปัญหาจากการใช้งานของแพลตฟอร์ม สรุปว่าเมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหารก็จะทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นเพิ่มขึ้นด้วย แต่เนื่องจากผลการศึกษาที่ไม่เป็นไปตามทฤษฎีข้างต้น และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sharma et al. (2021) ที่ได้กล่าวว่าทัศนคติของผู้บริโภคจะมีส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร เนื่องมาจากการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงการระบาดของโควิด - 19 ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑลนั้น ผู้บริโภคอาจพบปัญหาในการใช้แพลตฟอร์มที่มากกว่าช่วงเวลาปกติที่ไม่มี การระบาดของโรคโควิด - 19 อาจเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคมีการใช้งานแพลตฟอร์มพร้อมกันเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการใช้งานซึ่งส่งผลให้ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการให้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร ซึ่งเป็นผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้งานที่ไม่เพิ่มขึ้น ในส่วนของปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ความคุ้มค่าด้านราคา แรงจูงใจด้านความสะดวก ปัญหาด้านคุณภาพ บรรทัดฐานทางจริยธรรม และความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็นไปตามสมมติฐาน แต่ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านสุขอนามัยกลับส่งผลทางบวกต่อทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวได้ว่าแม้ผู้บริโภคจะมีความตระหนักรู้ด้านสุขอนามัยมาก แต่ผู้บริโภคก็มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงของการระบาดของโควิด - 19 เพราะมีความสะดวกสบาย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นต้น

ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ความคุ้มค่าด้านราคา ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในงานวิจัย กล่าวคือผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงของการระบาดของโควิด - 19 ว่าสิ่งที่แอปพลิเคชันให้มาตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถพึ่งพาแอปพลิเคชันนี้ได้ อีกทั้งราคาอาหารที่ส่งผ่านแอปพลิเคชันก็มีความสมเหตุสมผล คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป จึงเกิดเป็นพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็น และบรรเทาฐานทางจริยธรรมกลับส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แม้ว่าการตระหนักถึงบรรทัดฐานทางสังคม ที่เกี่ยวกับการทานแบบฟอดี้ไม่เหลือทิ้ง แต่ด้วยสถานการณ์โควิดที่มีความรุนแรงก็อาจทำให้ไม่อยากสั่งอาหารมาทานบ่อย ๆ เนื่องจากการกลัวเชื้อโรคเลยส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นได้ ส่วนปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพส่งผลทางลบต่อพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐานในงานวิจัย กล่าวคือ ผู้บริโภคอาจได้รับอาหารที่คุณภาพลดลง หรือภาชนะปิดไม่สนิท ไม่เหมาะกับการไปซื้ออาหารรับประทานด้วยตนเอง จึงทำให้พฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นไม่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีการให้เหตุผลเชิงพฤติกรรม Westaby (2005) และงานวิจัยของ Sharma et al. (2021)

การวิเคราะห์แยกในด้านอายุ พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความรุนแรงที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านสุขอนามัยในกลุ่มช่วงอายุ Gen Z (น้อยกว่า 25 ปี) และ Gen Y (อายุ 25 - 39 ปี) นั้นส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่ากลุ่มช่วงอายุ Gen X (อายุ 40 - 55 ปี) ส่วนกลุ่มช่วงอายุ Gen BB (อายุ 56 ปีขึ้นไป) นั้นกลับส่งผลเชิงลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปนั้น ไม่ค่อยตระหนักถึงความรุนแรงของการระบาดของโรคไวรัสโควิด - 19 ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มช่วงอายุดังกล่าวไม่ค่อยใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารอยู่แล้ว ส่วนปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพส่งผลเชิงลบต่อปัจจัยด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างมีเพียงกลุ่มช่วงอายุ Gen BB (อายุ 56 ปีขึ้นไป) เท่านั้นที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่อายุ 56 ปีขึ้นไปนั้น หากพบปัญหาด้านคุณภาพของสินค้า จะทำให้ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหารแย่งลงทันที สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sharma et al. (2021) ส่วนปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มช่วงอายุ Gen Z (น้อยกว่า 25 ปี) และ Gen Y (อายุ 25 - 39 ปี) นั้นส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งในกลุ่มช่วงอายุ Gen X (อายุ 40 - 55 ปี) และ Gen BB (อายุ 56 ปีขึ้นไป) ไม่ส่งผล ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มช่วงอายุที่น้อยกว่า 39 ปี นั้นเติบโตมาในช่วงที่เกิดสภาวะโลกร้อน อันเนื่องมาจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกก็เป็นส่วนหนึ่งของการเกิดสภาวะโลกร้อนเช่นเดียวกัน เลยทำให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีการตระหนักเกี่ยวกับปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุมากกว่า 40 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen et al. (2020) ที่กล่าวว่าหากมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมากจะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรมส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อเกินความจำเป็นของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มช่วงอายุ Gen Z (น้อยกว่า 25

ปี) Gen Y (อายุ 25 - 39 ปี) และ Gen X (อายุ 40 - 55 ปี) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ Gen BB (อายุ 56 ปีขึ้นไป) ไม่ส่งผล กล่าวได้ว่าในกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไปนั้น คิดว่าการกินทิ้งกินขว้างนั้นไม่ได้เป็นปัญหาสำหรับพวกเขา

การวิเคราะห์แยกในด้านความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน เป็นเพียงกลุ่มเดียวที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรับรู้ความรุนแรงที่ส่งผลเชิงลบต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารน้อยครั้ง เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับโรคโควิด - 19 มาก กลัวว่าจะเกิดอันตรายต่อชีวิตตนเองและผู้อื่นหากได้รับเชื้อ จึงทำให้ความเชื่อมั่นที่มีต่อการสั่งอาหารมารับประทานผ่านการใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารนั้นลดลง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง/เดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเชื่อมั่น และปัจจัยด้านปัญหาด้านคุณภาพที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน เนื่องมาจากผู้ที่มีการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารบ่อย อาจมีโอกาสดังกล่าวพบปัญหาด้านคุณภาพของสินค้าจากการสั่งอาหารที่มากกว่าผู้ที่มีการใช้บริการน้อย รวมไปถึงผู้ที่ใช้งานบ่อยย่อมเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารมากกว่าผู้ที่ใช้บริการน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ Sharma et al. (2021) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง/เดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางจริยธรรม และปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านทัศนคติในการใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน อธิบายได้ว่าถึงแม้จะสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบ่อยผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารก็ยังให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานที่ใช้บรรจุอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ใช้บริการอาจทำได้โดยการไม่รับช้อนส้อมพลาสติก ตามข้อเสนอที่แอปพลิเคชันส่งอาหารได้กำหนดตัวเลือกไว้ให้ อีกทั้งยังสั่งอาหารในปริมาณที่พอดีในแต่ละมื้อ ทำให้ไม่เหลือทิ้งจนเกิดเป็นขยะอาหาร เลยทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง/เดือน นั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหารในช่วงของการระบาดของโรคโควิด - 19 สอดคล้องกับ Nguyen (2020) และ Sharma et al. (2021)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ สามารถจำแนกประเภทในการนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันส่งอาหารสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคได้ โดยผู้ให้บริการแพลตฟอร์มควรให้ความสำคัญกับทัศนคติของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพราะทัศนคติของผู้บริโภคส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งาน ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการปรับปรุง หรือพัฒนาสินค้าในด้านบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เพราะปัจจัยด้านความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อขายความจำเป็นของผู้บริโภค รวมไปถึงคุณภาพของสินค้า ในด้านความสะอาด ถูกสุขอนามัย และการกำหนดราคาของสินค้าต้องมีความเหมาะสมผล

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในช่วงที่สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด - 19 ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑลนั้น (ธันวาคม 2564 - มกราคม 2565) อยู่ในภาวะที่ค่อนข้างไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับช่วงที่มีการระบาดใหม่ อีกทั้งประชาชนยังได้รับวัคซีนอยู่ในอัตราส่วนที่มากพอ ซึ่งถ้าการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ที่ไม่มีการระบาดของโรคติดต่อ อาจทำให้ผลของการวิจัยนั้นแตกต่างกันออกไปเช่นเดียวกัน

ข้อจำกัดในงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลจากผู้บริโภคด้านเดียว เพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วนทุกด้านของงานวิจัยควรเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร เพื่อให้ผลของการวิจัยสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T. D. (2020). How will Country-based Mitigation Measures Influence the Course of the Covid-19 Epidemic?. *The Lancet*, 395(10228), 931-934.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (1999). The Theory of Planned Behavior: Assessment of Predictive Validity and Perceived Control. *British Journal of Social Psychology*, 38(1), 35-54.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511-535.
- Cho, M., Bonn, M. A., & Li, J. J. (2019). Differences in Perceptions about Food Delivery Apps Between Single-Person and Multi-Person Households. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 108-116.
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Technique* (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Prentice-Hall: Upper Saddle River, New Jersey.
- Juschten, M., Jiricka-Pürner, A., Unbehauen, W., & Hössinger, R. (2019). The Mountains are Calling! an Extended TPB Model for Understanding Metropolitan Residents' Intentions to Visit Nearby Alpine Destinations in Summer. *Tourism Management*, 75, 293-306.

- Kaur, P., Dhir, A., Ray, A., Bala, P. K., & Khalil, A. (2020). Innovation Resistance Theory Perspective on the Use of Food Delivery Applications. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1746-1768.
- Nguyen, N. T., Nguyen, L. H. A., & Tran, T. T. (2021). Purchase Behavior of Young Consumers toward Green Packaged Products in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 985-996.
- Olsen, N. V., Sijtsma, S. J., & Hall, G. (2010). Predicting Consumers' Intention to Consume Ready-to-eat Meals: The Role of Moral A. *Appetite*, 55(3), 534-539.
- Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why do People use Food Delivery Apps (FDA)? a Uses and Gratification Theory Perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 221-230.
- Sharma, R., Dhir, A., Talwar, S., & Kaur, P. (2021). Over-ordering and Food Waste: the Use of Food Delivery Apps During a Pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102977.
- Stancu, V., Haugaard, P., & Lähteenmäki, L. (2016). Determinants of Consumer Food Waste Behavior: Two Routes to Food Waste. *Appetite*, 96, 7-17.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2020). Why do People Purchase from Online Travel agencies (OTAs)? A Consumption values Perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102534.
- Wan, C., Shen, G. Q., & Choi, S. (2017). Experiential and Instrumental Attitudes: Interaction Effect of Attitude and Subjective Norm on Recycling Intention. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 69-79.
- Westaby, J. D. (2005). Behavioral Reasoning Theory: Identifying New Linkages Underlying Intentions and Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98(2), 97-120.
- Yeo, V. C. S., Goh, S. K., & Rezaei, S. (2017). Consumer Experiences, Attitude and Behavioral Intention toward Online Food Delivery (OFD) Services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 150-162.
- Yuan, Y., Nomura, H., Takahashi, Y., & Yabe, M. (2016). Model of Chinese Household Kitchen Waste Separation Behavior: A Case Study in Beijing City. *Sustainability*, 8(10), 1083.

ปัญหาการเรียกชื่อกฎหมายไทย PROBLEMS WITH NAMING THAI LAWS

พรรณรัตน์ โสธรประภากร¹, วรลักษณ์ ชูฤทธิ์², ดวงพร อานันทศิริเกียรติ³, กิจบติ ก้องเบญจบุช⁴
Phannarat Sothonpraphakorn¹, Woraluk Choorit², Taungporn Amantasirikiat³, Kijbodi Kongbenjapuch⁴

(Received: March 21, 2024 ; Revised: April 29, 2024 ; Accepted: May 14, 2024)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิจัยเอกสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชื่อของ “กฎหมาย” และ “กฎ” ตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยจนถึงปัจจุบันว่าแต่ละยุคแต่ละสมัยมีการบัญญัติกฎหมาย และกฎในชื่ออะไรบ้าง มีความเหมือนหรือแตกต่างจากกฎหมาย และกฎตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หรือไม่อย่างไร อีกทั้ง เพื่อทราบว่าตำรา เอกสารทางวิชาการ หนังสือ รวมทั้งเอกสารประกอบการสอน ที่ปรากฏอยู่เป็นสาธารณะ เรียกชื่อกฎหมายถูกต้องตาม บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า “กฎหมาย” และ “กฎ” ในแต่ละยุคแต่ละสมัย มีกระบวนการบัญญัติแตกต่างกัน เนื่องจากการปกครองในแต่ละยุคแต่ละสมัยแตกต่างกัน แต่ชื่อของ กฎหมายและกฎมีความพ้องหรือเหมือนกันอยู่บ้างแต่อยู่ในความหมายที่แตกต่างกัน ในส่วนของ กฎหมายและกฎในปัจจุบัน จะต้องเป็นไปตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2560) เนื่องจากรัฐธรรมนูญบัญญัติว่า “รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ บทบัญญัติของกฎหมาย กฎ หรือข้อบังคับ หรือการกระทำใดขัด หรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ บทบัญญัติหรือการกระทำนั้นเป็นอัน ใช้บังคับไม่ได้” สรุปผลการวิจัยพบว่า ตำรา หนังสือ เอกสารทางวิชาการ เอกสารประกอบการสอน เรียกชื่อกฎหมายขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญ เช่น เรียกพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติฉบับใดฉบับหนึ่งหรือหลายฉบับ เป็นกฎหมายมหาชนบ้าง หรือเป็นกฎหมายรองบ้าง หรือเรียกกฎเป็นกฎหมาย หรือเป็นกฎหมายรอง หรือเป็นกฎหมายลูก ซึ่งชื่อกฎหมายดังกล่าวไม่เคย

¹ อาจารย์ สาขาวิชากฎหมายมหาชน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Instructor, Department of Public Law, Faculty of Law, Rambhaibarni Rajabhat University.
e-mail: tuk3399@hotmail.com

² นิติกร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Legal Officer, Office of the President, Rambhaibarni Rajabhat University. e-mail: voraluk_rbru@hotmail.com

³ อาจารย์ สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย
Instructor, Business Law Branch, Faculty of Law, Asian Graduate College.
e-mail: taunporn@cas.ac.th

⁴ นักวิชาการอิสระ สาขากฎหมายมหาชน
Independent Scholar in Public Law. e-mail: kijbodi@hotmail.com

ปรากฏในสารบบการบัญญัติกฎหมายของไทย กฎหมายและกฎของไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันมีชื่อชัดเจนทุกฉบับ การเรียกชื่อกฎหมายไม่เป็นไปตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ จึงเป็นการกระทำที่ขัดรัฐธรรมนูญ

คำสำคัญ : กฎหมาย กฎ ศาล

Abstract

This research article was a qualitative research. The purpose of this study was to investigate the names of “laws” and “rules” from the Sukhothai Period until present to see what names of laws and rules were established in each era, if it was similar or different from the laws and rules according to the provisions of the Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 or not, and if adocuments, books, including teaching materials that appeared publicly, the names of the laws were correctly called according to the provisions of the constitution. The results showed that “laws” and “rules” in each era had different enactment processes because of different government. The names of laws and rules were somewhat similar or synonymous but different meanings. Any current laws and rules must be in accordance with the provisions of the current constitution (2017) because the Constitution is the highest law of the country. “ Any provisions of laws, rules or regulations. or any action contrary to or contradicting the constitution is unenforceable.” Textbooks, books, academic documents, and teaching materials misusing or conflicting terms with that written in the law, for instance, they may use phrases like "Constitution-related Act," "Act No. X or Y," or "subordinate law," which were not officially recognized in the Thai legal system, since every Thai law and regulation up to the present has a clear and specific name, violated the provisions of the Constitution.

Keywords: Law, Rule, Court

บทนำ

เนื่องมาจากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญไทยฉบับปัจจุบัน บัญญัติว่า “รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ บทบัญญัติใดของกฎหมาย กฎหรือข้อบังคับ หรือการกระทำใดขัด หรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ บทบัญญัติหรือการกระทำนั้นเป็นอันใช้บังคับมิได้” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 5 วรรคหนึ่ง) (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2560) จากบทบัญญัติของ

รัฐธรรมนูญดังกล่าวพบว่า หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ เอกสารประกอบการสอน ตลอดจนสื่อทุกแขนง กล่าวถึงรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ พระราชกำหนดฉบับใดฉบับหนึ่ง หรือหลายฉบับว่าเป็นกฎหมายมหาชนบ้าง เป็นกฎหมายปกครองบ้าง หรือเรียกชื่อกฎหมายเป็นกฎหมายบ้าง หรือเรียกกฎหมายหรือกฎหมาย เป็นกฎหมายลูก หรือเป็นกฎหมายรองบ้าง เป็นการขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญ อีกทั้ง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาทุกยุคทุกสมัยในสารบบของการบัญญัติกฎหมายของไทย ไม่ปรากฏว่ามีชื่อกฎหมายดังกล่าว

ปัญหาจึงมีอยู่ว่าการเรียกชื่อกฎหมายและกฎที่ผิดเพี้ยนไปจากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ ยังคงใช้ได้หรือไม่ และจะใช้บทบัญญัติใดเป็นบรรทัดฐานเพราะในปัจจุบันยังคงให้คำจำกัดความว่า กฎหมายและกฎแตกต่างไปจากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ ในเอกสาร ตำรา หนังสือที่ปรากฏอยู่ทั่วไป และหากเป็นงานวิชาการผู้หนึ่งเรียกชื่อถูกต้องตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแต่อีกท่านหนึ่งนำเอาชื่อกฎหมายที่มีได้บัญญัติอยู่ในรัฐธรรมนูญมาตรวจงานทางวิชาการจะทำให้เกิดความเสียหายต่อสาธารณะและตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องยากที่จะแก้ไข

จากข้อเท็จจริงดังกล่าว จึงนำไปสู่การศึกษาประวัติความเป็นมาของกฎหมายและกฎ ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงปัจจุบันว่ากฎหมายไทยถูกบัญญัติออกมาใช้ในชื่ออะไรบ้าง มีความหมายเหมือนหรือแตกต่างจากกฎหมายและกฎที่บัญญัติอยู่ในรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2560) หรือไม่อย่างไร หากยังคงปล่อยให้เอกสาร หนังสือ ตำรา ที่เรียกชื่อกฎหมายและกฎ ผิดไปจากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ จะทำให้เกิดความเสียหายต่อสังคมส่วนรวม เนื่องจากการบริหารราชการแผ่นดินทุกระดับ ตลอดจนการใช้อำนาจในหน่วยงานราชการต่าง ๆ ทั่วประเทศต้องมีกฎหมายบัญญัติ หากมีการเรียกชื่อกฎหมายผิดเพี้ยนไปจากรัฐธรรมนูญบัญญัติจะเกิดความเสียหายต่อส่วนรวมได้เนื่องจากกฎหมายและกฎเป็นเครื่องมือของเจ้าหน้าที่ในการบริหารราชการแผ่นดิน

มูลเหตุทางวิชาการอื่นที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือปัจจุบันการศึกษากฎหมายเริ่มตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาและในทุกสาขาวิชาในมหาวิทยาลัยจะต้องมีวิชากฎหมายเข้าไปเกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนทุกคนจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกฎหมาย ดังนั้น การเรียนการสอนการสื่อสารระหว่างหน่วยราชการทุกระดับกับประชาชนจะต้องเป็นต้นแบบที่ถูกต้องในการเรียกชื่อกฎหมายแต่ละฉบับให้ถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันทุกหน่วยงานและประชาชนทุกคนจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญเป็นการรักษาไว้ซึ่งความเป็นกฎหมายสูงสุดของรัฐธรรมนูญ และทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจตรงกันของประชาชนทุกคนในประเทศ

ในการนี้หากทางรัฐบาลและสถานศึกษาปล่อยปละละเลยจะนำไปสู่ปัญหาอื่น ๆ ที่ยากจะแก้ไขซึ่งจะเห็นได้จากอาจารย์มหาวิทยาลัยมีความเห็นทางกฎหมายที่แตกต่างกัน เพราะการเรียกชื่อกฎหมายที่ต่างกันไปจากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ และออกสื่อที่ประชาชนรับรู้รับทราบโดยทั่วไป จนเกิดความขัดแย้งในทางวิชาการและทางสังคมหากปล่อยไว้จะเกิดความเสียหายที่ยากจะคาดเดาได้และยากที่จะแก้ไข

วัตถุประสงค์การวิจัย

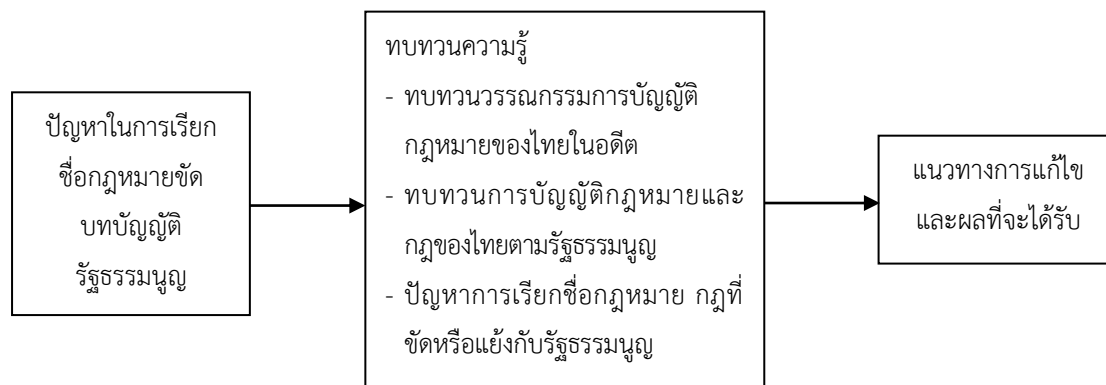
1. เพื่อศึกษาชื่อของกฎหมายและกฎ ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง พุทธศักราช 2475
2. เพื่อศึกษาชื่อของกฎหมายและกฎ ที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 20 (ฉบับปัจจุบัน พุทธศักราช 2560) ว่ามีชื่ออะไรบ้าง
3. เพื่อศึกษาว่าในปัจจุบันมีตำรา เอกสารทางวิชาการ หนังสือ เอกสารประกอบการสอน และการสื่อสาร มีการเรียกชื่อกฎหมายและกฎขัดหรือแย้งกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญหรือไม่

วิธีการวิจัย

ศึกษาโดยค้นคว้าวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยจากเอกสารรัฐธรรมนูญของไทยทุกฉบับ กฎหมายตราสามดวง ตำรา เอกสาร บทความ หนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับปัญหา ตลอดจนประกาศราชกิจจานุเบกษาที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ในการวิจัย ขั้นตอนและวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูลตามที่กล่าวมา สามารถนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาชื่อของกฎหมายและกฎ ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง พุทธศักราช 2475

จากการศึกษาพบว่าในสมัยสุโขทัย มิได้มีการบัญญัติกฎหมายไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน หลักฐานที่ปรากฏบนหลักศิลาจารึกต่าง ๆ นั้น เป็นเพียงหลักเกณฑ์ที่ปฏิบัติกันในสังคมสมัยนั้น เนื่องจากการปกครองในขณะนั้นพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์กลางของอำนาจและความยุติธรรม ผู้ปกครองเป็นทั้งตัวบทกฎหมายและเป็นทั้งผู้ตัดสินคดีความ หลักในการพิจารณาคดีคงเป็นไปตามจารีตประเพณีและความยุติธรรม แต่หลังจากพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ประดิษฐ์ลายสือไทยขึ้นมาใช้

แล้วในเวลาต่อมาเกิด “คัมภีร์พระธรรมศาสตร์” แต่ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าผู้ใดร่างขึ้นหรือมาจากที่ใด สันนิษฐานว่าน่าจะได้อาจมาจากอินเดีย “คัมภีร์พระธรรมศาสตร์” ถือได้ว่าเป็นกฎหมายลายลักษณ์อักษร ฉบับแรกของไทย อีกทั้ง ถือว่าเป็นกฎหมายสูงสุดที่พระมหากษัตริย์ใช้เป็นแนวทางในการปกครอง และตุลาการที่ประจำอยู่ในหัวเมืองที่อยู่ห่างไกล ใช้เป็นหลักในการตัดสินคดีความ ประกอบกับ ข้อเท็จจริงในการปกครองสมัยกรุงศรีอยุธยา ทำให้ทราบว่ากฎหมายและกระบวนการยุติธรรมของไทย พัฒนามาพร้อม ๆ กับการปกครอง จะเห็นได้ว่าศาลเกิดขึ้นในกรมกองต่าง ๆ และในหัวเมือง ที่อยู่ห่างไกล มีผู้ปกครองในแต่ละกรมกองเป็นผู้ตัดสินคดีในนามพระมหากษัตริย์โดยใช้คัมภีร์พระธรรมศาสตร์เป็นกฎหมายแม่บทหรือเป็นหลักในการตัดสินคดี จึงมีศาลอยู่เป็นจำนวนมากที่ แยกอยู่ในแต่ละกรมกอง

ต่อมาในปี พ.ศ. 2310 กรุงศรีอยุธยาถูกเผา เอกสารต่าง ๆ ได้ถูกเผาและสูญหายไปเป็น จำนวนมาก จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (รัชกาลที่ 1) แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้ โปรดเกล้าฯ ให้รวบรวมกฎหมายสมัยกรุงศรีอยุธยาที่ยังคงเหลืออยู่ตามหัวเมืองต่าง ๆ ประมาณร้อยละ 10 จากของเดิม มาชำระให้ถูกต้องครบถ้วนด้วยการตัดทอนสิ่งที่ผิดเพี้ยนไปจากจารีตประเพณีในปัจจุบัน และเพิ่มเติมสิ่งใหม่ให้ถูกต้องตามประเพณีที่เปลี่ยนแปลงไป และบันทึกรวมไว้เรียกว่า “กฎหมายตราสามดวง” ซึ่งกฎหมายไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นนี้มีชาวตะวันตกได้บันทึกเกี่ยวกับการยุติธรรมของ ไทยไว้ว่า ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยามาถึงสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ประเทศไทยมี กฎหมายที่แน่นอนและให้ความยุติธรรมพอสมควร และจากการวิจัยพบว่า ชื่อของกฎหมายที่ปรากฏใน กฎหมายตราสามดวง มีกฎหมายอยู่ 9 ชื่อได้แก่ (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548: 6)

1. พระธรรมศาสตร์ (พระธรรมสาตรา)
2. หลักอันทภาษ
3. กฎมณเฑียรบาล
4. พระธรรมนูญ
5. พระไอยการ
6. พิสูจน์ดำเนินาลุยเพลิง
7. กฎ
8. พระราชบัญญัติ และ
9. พระราชกำหนด

ในส่วนพระไอยการ มีทั้งหมด 19 ชื่อ ได้แก่

1. พระไอยการพรมศักดิ์
2. พระไอยการตำแหน่งนาพลเรือน
3. พระไอยการตำแหน่งนาทหารหัวเมือง
4. พระไอยการบานผแนก

5. พระไอยการลักษณะรับฟ้อง
6. พระไอยการลักษณะฎาน
7. พระไอยการลักษณะตระลาการ
8. พระไอยการลักษณะอุธร
9. พระไอยการลักษณะผัวเมีย
10. พระไอยการทาส
11. พระไอยการลักภลูกเมียผู้คนท่าน
12. พระไอยการลักษณะมรดก
13. พระไอยการลักษณะกัณฑ์
14. พระไอยการเบตเสรจ
15. พระไอยการลักษณะวิวาทตีต่อกัน
16. พระไอยการลักษณะโจร
17. พระไอยการอาชาหลวง
18. พระไอยการอาชาราช และ
19. พระไอยการกระบดศึก

ในส่วนของกฎ มีทั้งหมด 2 ชื่อ ได้แก่

1. กฎพระสงฆ์ และ
2. กฎ 36 ข้อ

ในส่วนพระราชกำหนด แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. พระราชกำหนดเก่า และ
2. พระราชกำหนดใหม่

กฎหมายที่ออกมาบังคับใช้หลังจากกฎหมายตราสามดวง ตั้งแต่ปลายสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (รัชกาลที่ 1) ถึงต้นสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 อำนาจการออกกฎหมายยังอยู่กับพระมหากษัตริย์ เพราะประเทศไทยยังไม่มีองค์กรที่บัญญัติกฎหมายโดยเฉพาะเช่นปัจจุบันและกฎหมายที่พระมหากษัตริย์ออกมาใช้นั้น จะอยู่ในชื่อของ “พระราชบัญญัติ” “พระราชกำหนด” “ประกาศ” ซึ่งพระราชบัญญัติ พระราชกำหนด ประกาศ ที่ออกมาในช่วงสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (รัชกาลที่ 1) ถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ดังกล่าว ถึงแม้จะมีชื่อเหมือนกัน เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด และประกาศที่ปรากฏในกฎหมายตราสามดวง เป็นกฎหมายสมัยกรุงศรีอยุธยาแล้ว ก็มีความหมายแตกต่างกัน

การปฏิรูปกฎหมาย กระบวนการยุติธรรมและศาล ได้เริ่มขึ้นอย่างจริงจังในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ขึ้นครองราชย์ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.

2411 ถึงวันที่ 23 ตุลาคม พ.ศ. 2453 และกฎหมายที่ออกใช้ก็ยังคงอยู่ในชื่อของ “พระราชบัญญัติ” “พระราชกำหนด” “ประกาศ” เช่นเดียวกับสมัยรัชกาลที่ผ่าน ๆ มา แต่เนื่องจากประเทศไทยจะต้องเร่งแก้ไขปัญหาให้เป็นที่ยอมรับของประเทศต่าง ๆ โดยเร็ว จึงเกิดความคิดแบ่งออกเป็นสองกลุ่มว่าประเทศไทยจะใช้ระบบกฎหมายแบบประเทศต่าง ๆ ในยุโรปภาคพื้นทวีป หรือจะใช้ระบบกฎหมายแบบอังกฤษ ซึ่งความคิดเห็นของนักกฎหมายฝรั่งเศส คือ มองซิเออร์ ปาดูช และกรมพระยาดำรงราชานุภาพ รวมทั้งพระสวัสดิวัดนวิศิษฎ์ มีความเห็นว่าการใช้ระบบกฎหมายของประเทศยุโรปภาคพื้นทวีปที่เรียกว่า ระบบประมวลกฎหมาย (Civil law) คือมีการบัญญัติกฎหมายออกมาใช้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมเป็น “ประมวลกฎหมาย” อีกทั้ง มีความเห็นว่าจะต้องพัฒนาการเรียนการสอนในโรงเรียนกฎหมาย ให้สอดคล้องกับระบบกฎหมายด้วย ในขณะที่กรมหมื่นราชบุรีดิเรกฤทธิ์มีความเห็นไปอีกทางหนึ่งคือ เห็นควรใช้ระบบกฎหมาย (Common Law) หรือกฎหมายจารีตประเพณีเช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ ถึงแม้จะมีความเห็นแตกต่างกันดังกล่าว แต่เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลโดยทั่วไปแล้ว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ทรงตัดสินพระทัยที่จะจัดทำกฎหมายไทยเป็นระบบประมวลกฎหมายเช่นเดียวกับประเทศต่าง ๆ ในยุโรปภาคพื้นทวีป และได้จัดตั้งคณะกรรมการโดยมีกรมหมื่นราชบุรีดิเรกฤทธิ์เป็นประธานตรวจชำระและร่างประมวลกฎหมายขึ้น (แสง บุญเฉลิมวิภาส, 2552: 199-205)

กฎหมายที่จัดทำเป็นลำดับแรก คือกฎหมายอาญา และเมื่อร่างเสร็จ นำร่างทูลเกล้าฯ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) และได้ตั้งคณะกรรมการขึ้นมาอีกชุดหนึ่งมีพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทยเป็นประธานเพื่อตรวจทาน เมื่อเสร็จเรียบร้อยได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2451 เรียกว่า “กฎหมายลักษณะอาญา รศ. 127” เป็นประมวลกฎหมายของไทยฉบับแรก แต่คำว่าประมวลกฎหมาย หมายถึง การนำกฎหมายลักษณะเดียวกันมารวมไว้ด้วยกัน กฎหมายลักษณะอาญา รศ.127 นี้ใช้ประมาณ 50 ปี จนกระทั่งประกาศใช้ “ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. 2500” (แสง บุญเฉลิมวิภาส, 2552: 126-128)

หลังจากที่ร่างประมวลกฎหมายอาญาเสร็จ และได้ประกาศใช้ ต่อมาได้ตั้งคณะกรรมการขึ้นมาคณะหนึ่ง เพื่อร่างประมวลกฎหมายแพ่งใช้เวลาร่างหลายปี และเปลี่ยนคณะกรรมการร่างกฎหมายหลายชุด ประมวลกฎหมายแพ่งบรรพ 1 และบรรพ 2 ประกาศใช้ เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2468 แต่ได้ประกาศยกเลิกในเวลาต่อมา และประกาศให้ใช้ฉบับใหม่แทน เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2468 และบรรพ 3 ที่ชำระใหม่นั้นได้ประกาศใช้ เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2472 และประกาศใช้บรรพ 4 เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2475 และประกาศใช้บรรพ 5 และบรรพ 6 เมื่อปี พ.ศ. 2478 โดยตราเป็นพระราชบัญญัติ เพราะเป็นช่วงเปลี่ยนแปลงการปกครองและมีรัฐสภาเป็นองค์กรที่บัญญัติกฎหมายและกฎหมายที่ผ่านความเห็นชอบของสภาจะเป็น “พระราชบัญญัติ”

สำหรับประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ยังมีทันได้ร่างขึ้น แต่ได้ให้ร่าง “กฎหมายวิธีสบัญญัติ” ใช้ไปพลางก่อน กฎหมายวิธี

สบัญญัติ คือกฎหมายที่กำหนดขั้นตอน วิธีการ หลักเกณฑ์ในการนำกฎหมายไปใช้ และต่อมาวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2478 จึงได้ประกาศ ใช้พระธรรมนูญศาลยุติธรรม และประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

สรุปได้ว่า กฎหมายที่เกิดขึ้นใหม่ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ก่อนมีเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 เป็นพระราชอำนาจของพระมหากษัตริย์ที่จะตรากฎหมายออกมาใช้ในการบริหาร บ้านเมือง และกฎหมายที่พระมหากษัตริย์ออกมาบังคับใช้นั้นอยู่ในชื่อของพระราชบัญญัติ พระราชกำหนด ประกาศ ประมวลกฎหมาย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษากฎหมายและกฎที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ ตั้งแต่รัฐธรรมนูญ ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 20 (ฉบับปัจจุบัน)

หลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 แล้ว เมืองครุฑที่บัญญัติกฎหมาย คือรัฐสภา และกฎหมายที่ผ่านความเห็นชอบของรัฐสภา คือ “พระราชบัญญัติ” ส่วน “พระราชกำหนด” เป็นกฎหมายที่ออกโดยคณะรัฐมนตรีในกรณีจำเป็นเร่งด่วน และจะต้องนำพระราชกำหนดนั้นมาให้รัฐสภาให้ความเห็นชอบอีกครั้งหนึ่ง จึงจะใช้ต่อไปได้ ส่วนกฎหมายสบัญญัติ ต่อมาได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นต้นมา เกิดกฎหมายใหม่ขึ้นมาอีกชื่อหนึ่งคือพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญและรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ประกาศใช้ เมื่อวันที่ 6 เมษายน พุทธศักราช 2560 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน บัญญัติว่า “รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศบทบัญญัติของกฎหมาย กฎ หรือข้อบังคับ หรือการกระทำใดขัด หรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญบทบัญญัติ หรือการกระทำนั้นเป็นอันใช้บังคับมิได้” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560, มาตรา 5 วรรคหนึ่ง) จากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญดังกล่าวแสดงว่ารัฐธรรมนูญเป็นกฎหมาย และเป็นกฎหมายสูงสุดที่จะมีบทบัญญัติของกฎหมาย กฎ หรือข้อบังคับ หรือการกระทำใดจะขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญไม่ได้ และกฎหมายจะอยู่ในชื่อของพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญมีอยู่ 10 ฉบับ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560, มาตรา 130) (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2560)

1. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
2. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา
3. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งคณะกรรมการการเลือกตั้ง
4. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งพรรคการเมือง
5. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งผู้ตรวจการแผ่นดิน
6. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งการป้องกันการปราบปรามการทุจริต
7. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งการตรวจเงินแผ่นดิน
8. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งการพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ

9. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งการพิจารณาคดีอาญาของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง

10. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการได้มาซึ่งคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน

นอกจากนั้น กฎหมายจะอยู่ในชื่อ พระราชบัญญัติ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560, มาตรา 81) และพระราชกำหนด (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 172) ส่วนกฎ หมายถึง พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง ข้อบัญญัติท้องถิ่น ระเบียบ ข้อบังคับ หรือบทบัญญัติอื่นที่มีผลบังคับเป็นการทั่วไปโดยไม่มุ่งหมายให้ใช้บังคับแก่กรณีใดหรือบุคคลใดเป็นการเฉพาะ (พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาตรา 5 วรรคสี่ และพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542 มาตรา 3 วรรคแปด) (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2539)

สรุปว่าชื่อกฎหมายและกฎในแต่ละยุคแต่ละสมัยมีชื่อที่แตกต่างกัน เนื่องจากระบบการปกครองที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะมีชื่อพ้องหรือเหมือนกันแต่ความหมายแตกต่างกัน เช่น

ภาษากฎหมายในสมัยกรุงศรีอยุธยาแทบจะไม่มีหลงเหลือมาถึงปัจจุบัน เนื่องจากภาษาเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ระบบการปกครองที่เปลี่ยนแปลงไป องค์กรที่บัญญัติกฎหมายแตกต่างกัน ทำให้สำนวนภาษากฎหมาย ความหมายของกฎหมายเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ที่มีหลงเหลือมาถึงปัจจุบันเป็นชื่อของกฎหมายได้แก่ “กฎ” “พระราชกำหนด” “พระราชบัญญัติ” “กฎมณเฑียรบาล” แต่มีความหมายเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง จะยังมีใกล้เคียงกับความหมายในปัจจุบัน คือ “กฎมณเฑียรบาล” กล่าวคือ

“กฎ” ในกฎหมายตราสามดวง ซึ่งเป็นกฎหมายในสมัยกรุงศรีอยุธยา หมายถึง ระเบียบแบบแผน วัตรปฏิบัติของบุคคลหรือของคณะบุคคลในฐานะพิเศษ เช่น กฎมณเฑียรบาลเป็นกฎที่พระเจ้าแผ่นดินและบุคคลต่าง ๆ ที่มีหน้าที่ติดต่อกับพระองค์ต้องปฏิบัติตาม หรือกฎของสงฆ์ (กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2549: 85-86)

“กฎ” ในสมัยปัจจุบัน หมายถึง พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง ข้อบัญญัติท้องถิ่น ระเบียบ ข้อบังคับหรือบทบัญญัติอื่นที่มีผลบังคับเป็นการทั่วไป โดยไม่มุ่งหมายให้ใช้บังคับแก่กรณีใดหรือบุคคลใดเป็นการเฉพาะ (พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542, มาตรา 5 วรรคสี่) (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2539)

“พระราชกำหนด” ในสมัยกรุงศรีอยุธยา หมายถึง กฎหมายที่มีใช้พระไอยการ และมีใช้การชี้ขาดพระไอยการ และมีใช้กฎหมายสำหรับบุคคลใดโดยเฉพาะ เป็นการกำหนดแบบแผน การปกครองแผ่นดินเป็นส่วนใหญ่ (กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2549: 86)

“พระราชกำหนด” ในปัจจุบันหมายถึง กฎหมายที่ออกโดยคณะรัฐมนตรีในกรณีมีความจำเป็นเร่งด่วนฉุกเฉิน ในกรณีเพื่อประโยชน์ในอันที่จะรักษาความปลอดภัยของประเทศ

ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศหรือป้องกันภัยพิบัติสาธารณะ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 172) (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2560)

“พระราชบัญญัติ” ในกฎหมายสมัยกรุงศรีอยุธยา หมายถึง กฎเกณฑ์ที่พระมหากษัตริย์ทรงชี้ขาดพระไอยการ (กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2549: 85)

“พระราชบัญญัติ” ในปัจจุบัน หมายถึง กฎหมายที่ได้รับความเห็นชอบของรัฐสภา (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 133 ถึงมาตรา 148) (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2560)

“กฎหมายเฑียรบาล” กฎหมายสมัยกรุงศรีอยุธยา หมายถึง หลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับพระมหากษัตริย์และพระราชอำนาจของพระมหากษัตริย์ (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2548: 169-160) ซึ่งมีความหมายใกล้เคียงกับกฎหมายเฑียรบาลในปัจจุบัน

แต่อย่างไรก็ตาม ภาษากฎหมายในสมัยกรุงศรีอยุธยา ก็เป็นพื้นฐานของภาษากฎหมายในสมัยต่อ ๆ มา ไม่มากนักน้อย ได้ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ภาษาได้วิวัฒนาการตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และลักษณะเด่นของภาษากฎหมายในสมัยกรุงศรีอยุธยา คือมีภาษาที่เกี่ยวกับความเชื่อและภาษาทางศาสนาเข้ามาปะปนอยู่ในภาษากฎหมายโดยทั่วไป ซึ่งบ่งบอกถึงลักษณะความเชื่อความศรัทธาเข้ามาแทรกแซงอยู่ในภาษากฎหมายอย่างกว้างขวาง และยังคงมีอยู่ถึงทุกวันนี้ในกระบวนการพิจารณาของศาล คือการสาบานตนของโจทก์ จำเลย พยานที่จะเข้าให้การต่อศาล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาว่าในปัจจุบันมีตำรา เอกสารวิชาการ หนังสือ เอกสารประกอบการสอน เรียกชื่อกฎหมายขัดหรือแย้งกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญหรือไม่

จากการศึกษาพบว่ามีตำรา เอกสารวิชาการ หนังสือ รวมทั้งเอกสารประกอบการสอน เรียกชื่อกฎหมายขัดหรือแย้งต่อบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ เช่น กล่าวว่ารัฐธรรมนูญหรือพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติฉบับใดฉบับหนึ่ง หรือรวมกันหลาย ๆ ฉบับว่า เป็นกฎหมายมหาชน หรือเป็นกฎหมายปกครอง หรือเป็นกฎหมายเอกชน หรือกล่าวว่า “กฎ” เป็น “กฎหมาย” ซึ่งกฎหมายหรือกฎของไทยมีชื่อทุกฉบับ จะทำให้ทราบถึงผู้ออกกฎหมายหรือกฎ รวมทั้งทำให้ทราบถึงกระบวนการออกกฎหมายหรือกฎด้วย นอกจากนั้น ยังทราบถึงเขตอำนาจของศาลในการออกกฎหมายหรือออกกฎขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ หรือออกกฎขัดหรือแย้งต่อกฎหมายจะทำให้เกิดผลเสียในทางวิชาการที่อยากจะแก้ไข ในกรณีที่นักวิชาการผู้มีอำนาจในการตรวจงานทางวิชาการของนักวิชาการท่านอื่น ที่เรียกชื่อกฎหมายถูกต้องตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ แต่ผู้ตรวจขาดความรู้ความเข้าใจชื่อของกฎหมายที่ถูกต้อง จะทำให้เกิดความเสียหายทางวิชาการโดยรวมและบุคคลที่เกี่ยวข้องอยากที่จะเยียวยาแก้ไข อีกทั้ง จะพบในสื่อต่าง ๆ ที่มีนักวิชาการออกมาแสดงความคิดเห็นที่เรียกชื่อกฎหมายผิดเพี้ยนไปจากรัฐธรรมนูญ ทำให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนผิดรัฐธรรมนูญเกิดความแตกแยกทางสังคมโดยรวมด้วย

สรุปผลการวิจัย

ชื่อของกฎหมายไทยตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ ตั้งแต่รัฐธรรมนูญฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2475) ถึงฉบับรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2560) กฎหมายไทยได้บัญญัติอยู่ในชื่อ ดังนี้

1. รัฐธรรมนูญ

2. พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ เริ่มตั้งแต่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 (ฉบับที่ 16)

3. พระราชบัญญัติ

4. พระราชกำหนด

“กฎ” อยู่ในชื่อ “พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง ข้อบัญญัติท้องถิ่น ระเบียบข้อบังคับ หรือบทบัญญัติอื่นที่มีผลบังคับเป็นการทั่วไป โดยมีได้มุ่งหมายให้ใช้บังคับกรณีใดโดยเฉพาะหรือบุคคลใดเป็นการเฉพาะ” ซึ่งกฎหมายและกฎของไทยมีชื่อกำกับทุกฉบับเป็นการชัดเจนแน่นอน

ส่วนชื่อกฎหมายและกฎที่เรียกขานกันอยู่ทั่วไปและมีชื่อแตกต่างไปจากชื่อของกฎหมายตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญดังที่กล่าวมา ไม่ว่าจะปรากฏอยู่ในเอกสารวิชาการ ตำรา หนังสือ หรือสื่อต่าง ๆ เช่น กฎหมายปกครอง กฎหมายมหาชน กฎหมายเอกชน กฎหมายลูก กฎหมายรอง ฯลฯ มิใช่ชื่อของกฎหมายไทย แต่เป็นชื่อวิชาเรียนกฎหมายหรือชื่อของหลักเกณฑ์ที่จะนำมาใช้กับกฎหมายแต่ละประเภทว่ามีหลักเกณฑ์อย่างไร

ดังนั้น จึงควรเรียกชื่อกฎหมายและกฎให้ถูกต้องตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ เนื่องจากรัฐธรรมนูญบัญญัติว่า “รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ บทบัญญัติของกฎหมาย กฎ หรือข้อบังคับ หรือการกระทำใดขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญบทบัญญัติ หรือการกระทำนั้นเป็นอันใช้บังคับไม่ได้” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 5) (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2560) ดังนั้น การจะกล่าวว่าพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ หรือพระราชบัญญัติ หรือกฎ ฉบับใดฉบับหนึ่งหรือหลายฉบับว่าเป็นกฎหมายปกครอง กฎหมายมหาชน กฎหมายเอกชน ฯลฯ จึงเป็นการขัดรัฐธรรมนูญ

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐสภา สถานศึกษา หน่วยงานราชการควรที่จะได้ร่วมกันกำหนดแนวทางให้ถูกต้องตรงกันหากปล่อยให้มีการเรียกชื่อกฎหมาย ให้ความหมายตามความต้องการของตนแต่ขัดรัฐธรรมนูญ จะทำให้เกิดผลเสียในการบริหารราชการการนำกฎหมายและหลักกฎหมายไปบังคับใช้ไม่ถูกต้อง

2. ควรเรียกชื่อกฎหมายให้ถูกต้องตามบทบัญญัติที่รัฐธรรมนูญและกฎหมายบัญญัติไว้เพื่อรักษาความเป็นกฎหมายสูงสุดของรัฐธรรมนูญ

3. การเรียกชื่อกฎหมายขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญแสดงถึงการไม่ยอมรับความเป็นกฎหมายสูงสุดของรัฐธรรมนูญ เป็นการสร้างนิสัยที่ไม่ถูกต้องให้กับประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- Boonchalermwipas, S. (2009). *Prawatsat Kotmai thai. [Thai Legal History]*. (9th ed.). Bangkok: Winyuchon.
- แสวง บุญเฉลิมวิภาส. (2552). *ประวัติศาสตร์กฎหมายไทย (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn. (2006). *Banthuk ruang kan pokkhroṅg khong thai samai yut ya lae to ton Kosin. [Records of Thai Governance During the Ayutthaya and Early Rattanakosin Periods]*. (2nd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University.
- กรมสมเด็จพะเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. (2549). *บันทึกเรื่องการปกครองของไทยสมัยอยุธยาและต้นรัตนโกสินทร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Langat, R. (1983). *Prawatsat kotmai thai nung. [Thai Legal History 1]*. Bangkok: Thai Wattana Panich.
- ร. แลงการ์ด. (2526). *ประวัติศาสตร์กฎหมายไทย 1*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- Office of the Administrative Courts. (2001). *Phraratchabanyat chattang San Pokkhroṅg lae withi phicharana khadi pokkhroṅg Pho.So. songphanharo isisipsong. [Act on Establishment of Administrative Courts and Administrative Court Procedure, B.E.1999]*. Bangkok: Thammasat University Printing House.
- สำนักงานศาลปกครอง. (2544). *พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Office of the Council of State. (1996). *Phraratchabanyat withi patibat ratchakan thang pokkhroṅg Pho.So. songphanharo isamsipka. [Administrative Procedure Act, B.E.2539]*. Bangkok: Author.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2539). *พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- Pridi Banomyong Institute. (2005). *Kotmai tra sam duang: chabap phim mahawithhayalai wichathon rom sat lae kanmuang kaekhai praprunng mai lem 1. [3 Enacted Laws: Thammasat University and Politics Edition Revised and Updated, volume 1]*. Bangkok: Sukkhabajai.

สถาบันปรีดี พนมยงค์. (2548). *กฎหมายตรา 3 ดวง: ฉบับพิมพ์มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง
แก้ไขปรับปรุงใหม่ เล่ม 1*. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

The Secretariat of the Senate. (2017) *Ratthammanun hæng ratcha'ānāchak Thai
Phutthasakkarat sōṅphanharājīhoksip. [Constitution of The Kingdom of Thailand
B.E.2017]*. Bangkok: Author.

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2560). *รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560*.
กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ครูดิจิทัลภายใต้สื่อใหม่และการเรียนรู้ เพื่อความก้าวหน้าของมนุษยชาติ

THE DIGITAL TEACHERS UNDER NEW MEDIA AND LEARNING
FOR HUMANKIND ADVANCEMENTสุทิน ไรจน์ประเสริฐ¹Suthin Rojprasert¹

(Received: July 24, 2023 ; Revised: October 9, 2023 ; Accepted: November 15, 2023)

บทคัดย่อ

การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของครูดิจิทัล เป็นครูที่อยู่ในช่วงของความเจริญของสื่อใหม่ในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ที่เกิดความเปลี่ยนแปลงจากการขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารบนเครือข่ายไร้สายอย่างรวดเร็ว จะส่งผลให้สังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาในวิถีชีวิตของมนุษยชาติมากขึ้น การออกแบบนวัตกรรมทางการเรียนรู้และเทคโนโลยีการจัดการศึกษา โดยมีแนวคิดสนับสนุนการแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนของครูให้สามารถสร้างประโยชน์ที่ส่งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อความก้าวหน้าของมนุษยชาติ ซึ่งปัจจุบันการใช้สื่อใหม่ในยุคสังคมออนไลน์บนเครือข่ายไร้สายที่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญสามารถช่วยขับเคลื่อนสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึงได้รับอิทธิพลจากการใช้การสื่อสารเทคโนโลยี 5G ดังนั้น กระบวนการทำงานของครูดิจิทัลภายใต้ทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อความก้าวหน้าของมนุษยชาตินั้น เป็นการเสริมสร้างสมรรถนะหลัก ความรู้ความสามารถ และทักษะในการจัดการศึกษาให้กับครูดิจิทัลบนพื้นฐาน 3 ประการ คือ การบริหารจัดการเรียนรู้ นวัตกรรม และความก้าวหน้าของมนุษยชาติ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการดำรงชีวิต การพัฒนา และการเติบโตของมนุษยชาติในเศรษฐกิจดิจิทัล และนวัตกรรมการเรียนรู้เชิงรุกและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้เรียน และจะเป็นพลังที่แข็งแกร่งของการปฏิรูปการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและวิชาชีพของมนุษยชาติให้ก้าวหน้าไปพร้อมกับเทคโนโลยีในอนาคต และความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์ที่ตอบสนองต่อความต้องการในการจัดการศึกษาด้านต่าง ๆ

คำสำคัญ : ครูดิจิทัล สื่อใหม่ การเรียนรู้

Abstract

Developing the digital teacher to become new teacher in the era of social media which embraces changes of the expansion of information technology and

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ Bangkok
Instructor, Department of Educational Administration, Faculty of Liberal Arts,
Southeast Bangkok University. email: suthin@southeast.ac.th

rapid wireless communication leads the society to digital age enabling online social media approaching more on humanity. Designing learning innovation and educational technology with the support of idea of solving the learning and teaching of the teacher have created both positive and negative benefits to the advancement of humanity. Nowadays, the use of social media on the online platform with the impact of 5G communication has played an important role in driving communication across borders. Therefore, the working process of the digital teacher based on the theory of learning for human progress is to foster core competency, knowledge, ability, and skills in education management for digital teachers with three aspects namely, learning management, innovation, and human progress, which are the foundation for livelihood, development, and growth of human in the digital economy, proactive learning innovation, and responsive to the diverse needs of learners which will be a strong force for educational reform to develop oneself and one's profession together with future technological advancement and human progress that meets the needs of educational management in various fields.

Keywords: Digital Teachers, New Media, Learning

บทนำ

การปรับตัวของประเทศไทยทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา เพื่อเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นสังคมแห่งยุคดิจิทัล (Digital Era) เป็นยุคที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร (Telecommunication Technology) ที่มีความรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ ทำให้ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่จำนวนมากมหาศาล (Big Data) ผ่านโลกที่อินเทอร์เน็ตเป็นทุกสรรพสิ่ง (Internet of Things หรือ IoT) ที่สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ ผ่านการวิเคราะห์ ประมวลผลอย่างรวดเร็วได้ทุกที่ทุกเวลา จนไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า เทคโนโลยีการสื่อสารได้มีบทบาทในชีวิตของคนในสังคม ตั้งแต่ต้นจนจบด้วย การใช้งานอุปกรณ์การสื่อสาร ดังเช่น โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (Line) และอีกหลากหลายแอปพลิเคชัน (Applications) เป็นต้น กับรูปแบบการใช้ชีวิตและการเรียนรู้อย่างมีความสุข มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมมนุษย์ชาติได้อย่างสันติ โดยเฉพาะกับสังคมที่มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านเทคโนโลยี การสื่อสารจนเกิดเป็น “สื่อใหม่ (New Media)” ทั้งนี้ ในด้านการศึกษาได้เตรียมการพัฒนาคุณภาพ ครูผู้สอนหรือผู้ให้การเรียนรู้ ผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารในสังคมแห่งยุคดิจิทัล

ซึ่งครูผู้สอนเองต้องมีความตื่นตัวอยู่เสมอในการติดตามเรียนรู้วัตกรรมการเรียนรู้ใหม่ๆ และวิทยาการด้านการเรียนการสอนตลอดเวลา บางกรณีต้องมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลให้มีคุณภาพนั้น ครูผู้สอนจึงต้องผูกพันอยู่กับเทคโนโลยีการสื่อสารที่จะช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ทางการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

สื่อใหม่กับการเรียนรู้ยุคดิจิทัล

ปัจจุบันวงการการศึกษาได้ก้าวข้ามรูปแบบการเรียนการสอนแบบเดิม ที่ครูผู้สอนเคยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้มีหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้กับผู้เรียนเพียงอย่างเดียว มาสู่การเรียนรู้ในรูปแบบที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน โดยการนำนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความรู้จากครูผู้สอนไปสู่ผู้เรียน สร้างให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ สนใจใฝ่เรียนรู้ สนุกสนาน กระตือรือร้นในการเรียนรู้มากขึ้น มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย สามารถศึกษาค้นคว้าหาความรู้ได้ด้วยตนเอง และเลือกศึกษาค้นคว้าข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีวิจารณญาณด้วยการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศที่เผยแพร่บนระบบอินเทอร์เน็ต สังคมยุคดิจิทัลกับสื่อใหม่ (New Media) เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับยุคการก้าวสู่ยุคของการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำรงชีวิต พฤติกรรมและการเรียนรู้ของผู้เรียนยุคดิจิทัล ทำให้กระบวนการเรียนรู้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่หลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย และในความเป็นดิจิทัล (Digitalization) ของสื่อใหม่ที่มีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ เพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่ายอื่นๆ ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงผู้เรียนในรูปแบบการเรียนการสอนที่สร้างความน่าสนใจให้กับบทเรียนด้วยความก้าวหน้าทางนวัตกรรมการเรียนรู้ทางดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรม รวมถึงส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเห็นได้ชัดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน และบทบาทของครูที่จะต้องเป็นโค้ชที่ช่วยส่งเสริมองค์ความรู้ และช่วยพัฒนาเสริมสร้างทักษะด้านต่างๆ ในหลากหลายมิติของผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเอง โดยเฉพาะสื่อใหม่จะเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงผู้เรียนในรูปแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ที่ทันสมัยใหม่ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับบทเรียน สร้างเครือข่ายความรู้แลกเปลี่ยนระหว่างกันโดยอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถอยู่ร่วมในสังคมได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น “สื่อใหม่” (New Media) จึงครอบคลุมถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่สอดคล้องกับค่านิยมของ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยชุมพล (2555) สื่อใหม่ คือ สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ เพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่ายอื่นๆ สอดคล้องกับ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว

(2561) กล่าวว่า สื่อใหม่ คือ สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ เพื่อใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่าย คุณลักษณะหลักของสื่อใหม่ ที่ประกอบด้วยความเป็นดิจิทัล (Digitalization) มีการหลอมรวม (Convergence) สื่อกับผู้ใช้อีกมีการปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) สื่อสารจากจุดเดียวหรือบุคคลเดียวกระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก เสมือนผู้รับสารที่มีความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดและก้าวเข้าสู่ความเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัลหรือสังคมไซเบอร์ได้อย่างภาคภูมิ ที่ทุกคนสามารถอยู่ร่วมกัน ทำกิจกรรมใช้ดิจิทัลในการเผยแพร่และส่งถ่ายข้อมูลความรู้ด้วยระบบสื่อสารข้อมูล คอมพิวเตอร์ และระบบสารสนเทศ (IT) ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเครือข่ายโทรคมนาคม (Bandwidth) ทั้งนี้ เมื่อกล่าวถึง ครูดิจิทัลภายใต้สื่อใหม่และการเรียนรู้ ครูจึงได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมและการดำรงชีวิต ตลอดจนมุมมองที่แตกต่างออกไป ทั้งวิธีคิด วิธีการมองโลก และค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของความเป็นครูไปสู่ยุคดิจิทัล ด้วยบทบาทของการใช้สื่อใหม่ที่เข้ามากำหนดแบบแผนพฤติกรรม ค่านิยมทางสังคม รวมทั้งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล สร้างค่านิยมทางสังคม (Social Values) และการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization) ของครูดิจิทัล

“สื่อใหม่” กับ “สังคมยุคดิจิทัล” มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคดิจิทัล จึงมีผลต่อการจัดการเรียนรู้ของครูดิจิทัล เพราะการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัลที่ทางสถานศึกษามีความจำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการคิดและการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง โดยมีสถานการณ์ที่มีความใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงในการดำรงชีวิต ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรม ด้วยสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการมองโลกและการกำหนดแบบแผนพฤติกรรมและค่านิยมทางสังคม รวมทั้งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านโลกดิจิทัล และการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคดิจิทัลที่เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในโลกดิจิทัลสมัยใหม่ หรือ Digital Generation ที่มีลักษณะไร้พรมแดนและมีความเป็นดิจิทัล (Digitalization) มีการขับเคลื่อนผ่านระบบเครือข่ายความรู้ออนไลน์อย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าผู้เรียนจะอาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลยังสามารถเข้าถึงความรู้ในรูปแบบของสื่อการเรียนรู้ออนไลน์และสามารถโต้ตอบหรือแชร์ความรู้ร่วมกับผู้อื่นได้ ด้วยคุณสมบัติที่ช่วยส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ของครูดิจิทัลได้ จากรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ง่าย (Connectivity) ใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ (Ubiquity) และมีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication) ดังเช่น การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์การเรียนรู้ของคนผู้เรียนยุคนี้ ที่ไม่เพียงการเรียนรู้ที่สร้างความสนุกเพียงอย่างเดียว แต่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ในวิชาชีพได้ ต่อยอดการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันวิวัฒนาการใหม่ของระบบการสื่อสารแบบไร้สายในยุค 5G (5th Generation Wireless) ที่มีความ

ความเร็วสูงในการส่งข้อมูลในปริมาณที่มากกว่าหลายระบบเดิมๆ จึงทำให้อุปกรณ์ที่รองรับระบบนี้มีมากกว่าโทรศัพท์สมาร์ทโฟนแต่จะรวมไปถึงเครื่องมือ เครื่องใช้ และระบบสาธารณูปโภคทั้งหมด แม้กระทั่งรถยนต์เชื่อมต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตที่สามารถส่งผ่านข้อมูลถึงกันเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์และจะทำให้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัยทันสมัยหรือที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง” (IoT, Internet of Things) ซึ่งมีการพัฒนาเพื่อให้ตอบโจทย์ผู้ใช้งานในทุกๆ ด้าน ตลอดจนเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) หรือ VR (Virtual Reality) ซึ่งจัดเป็นเทคโนโลยีโลกเสมือนที่ออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้ใช้โดยมีจุดประสงค์แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ชีวิตในอนาคต (มนชนก ช่อศรีงาม, 2562) และโดยเฉพาะเทคโนโลยีใหม่ที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนโลกในอนาคตที่เรียกกันว่า “ปัญญาประดิษฐ์” หรือ AI (Artificial Intelligence) เป็นเทคโนโลยีที่ได้สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ หลายอย่างที่เกิดขึ้นและใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ของ AI นี้ ไม่ต่างจากการเรียนรู้ของมนุษย์จะทำงานคล้าย ๆ กับสมองของมนุษย์ ที่สร้างเป็นเทคโนโลยีสมองกลให้มีความสามารถในการจดจำ ทำความเข้าใจ วิเคราะห์ วางแผน ตอบสนองต่อภาษา ตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาโดยผ่านการประมวลผลจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อการวิเคราะห์และประมวลผลอย่างต่อเนื่องช่วยให้กระบวนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างแม่นยำ ทั้งนี้ การพัฒนา AI เริ่มจากการพัฒนาเครื่องจักรให้สามารถทำงานเลียนแบบปัญญามนุษย์ได้ (Classical Artificial Intelligence) มีการเรียนรู้และการประมวลผลได้ลึกและซับซ้อนหลายชั้นมากขึ้น (Deep Learning) รวมถึงการพัฒนารูปแบบของ AI โดยใช้อัลกอริธึมสร้างแบบหรือซอฟต์แวร์ให้เรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่มีอยู่เพื่อสร้างเป็นแบบจำลอง (Machine Learning) ตลอดจนการประมวลผลหรือทำนายข้อมูลออกมา เพื่อช่วยเพิ่มความฉลาดของ AI ด้วยการเรียนรู้จากการประมวลผลผลลัพธ์ (Artificial Neural Networks) ตัวอย่างเช่น ทำไม Facebook ถึงรู้ได้อย่างไรว่าเราต้องการค้นหาอะไรอยู่ YouTube รู้ได้อย่างไรว่าเราชอบคอนเทนต์วิดีโอประมาณไหน Instagram รู้ได้อย่างไรว่าเราชอบรูปภาพลักษณะใด จะส่งเข้ามาแนะนำในขณะที่กำลังใช้งาน ซึ่งมาจากการเรียนรู้ของ AI สามารถเรียนรู้จากผู้ใช้ขณะใส่ข้อมูลต้องการค้นหา ดังนั้นคอมพิวเตอร์จึงสามารถคิดได้ และมีความฉลาดมากขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและค้นหาข้อมูลได้ละเอียดมากขึ้น มีการตอบสนอง ตัดสินใจได้ และการรับส่งข้อมูลได้รวดเร็ว โดยเฉพาะการแสดงผลแบบเรียลไทม์ที่ต้องมีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล และสนองต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง โดยครูดิจิทัลจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรม ความพร้อมและความต้องการในการเรียนรู้ของผู้เรียน แล้วเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมใช้เป็นสื่อในการสอนและคอยติดตามผลประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของผู้เรียน พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขสื่อการสอนให้มีคุณภาพที่ผู้เรียนได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ ผ่านการใช้งานเทคโนโลยีการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ผลจากการบูรณาการเทคโนโลยี AI ในด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนาระบบการเรียนการสอนด้วยปัญญาประดิษฐ์ เป็นการสร้างตัวแทนของการเรียนรู้ที่ทันสมัย ภายใต

สภาพแวดล้อมในการเรียนการสอนที่ปรับให้เข้ากับลักษณะของผู้เรียนเป็นรายบุคคล และตอบสนองความต้องการและความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะพัฒนาไปสู่การจัดการเรียนรู้เนื้อหาการฝึกปฏิบัติ และมีเทคนิคในการเพิ่มความสามารถของระบบโดยใช้เทคนิคที่หลากหลายในการพัฒนาผลการเรียนเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ตามที่คาดหวัง ภายใต้วิธีการประเมินผลระบบที่น่าเชื่อถือ เพื่อในอนาคตจะพัฒนาระบบจากการเป็นสื่อเสริม ไปสู่การเป็นสื่อหลักให้กับระบบการเรียนการสอนออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ น่าเชื่อถือ (ชานินทร์ อินทวิเศษ, ธนวัฒน์ พูลเขตนคร, ธนวัฒน์ เจริญชา, นิตยา นาคอินทร์, ออกัสติน อักบี, และภาสกร เรืองรอง, 2562).

รูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ ในยุคดิจิทัล

การศึกษาบนโลกดิจิทัล (Digital Education) เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่างการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ให้การพัฒนาทักษะการคิดของผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงวิเคราะห์ ความคิดเชิงวิพากษ์ และความคิดอย่างมีระบบ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันดิจิทัลได้เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ ข้อมูลองค์ความรู้ต่างๆ ย่อมเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่เพียงหาได้ในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว แหล่งความรู้มีอยู่ทั่วทุกหนทุกแห่ง มีรูปแบบการเรียนรู้และช่องทางใหม่ๆ ที่ได้ พัฒนาขึ้นหลากหลาย ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงความรู้ได้อย่างรวดเร็ว ช่วยเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาตนเองในยุคของการเรียนรู้ที่ไม่ใช่การเรียนเพื่อท่องจำเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการเรียนเพื่อรู้และรู้เพื่อนำไปใช้ได้ด้วยตนเองภายใต้เวลาและสถานที่ที่สะดวก สามารถตอบโต้และรองรับการใช้งานอย่างเหมาะสม โดยเอื้อให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลพื้นฐานจากแพลตฟอร์มในรูปแบบต่างๆ ที่มีระบบจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สร้างผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะสำคัญแห่งอนาคตโดยอาศัยวิธีคิด วิธีการจัดการเรียนรู้ให้ตอบสนองกับสังคมที่เปลี่ยนไป ดังนั้น แนวโน้มการเรียนรู้ยุคดิจิทัลจึงเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตมากขึ้นและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในทุกแพลตฟอร์ม รวมทั้ง AI ที่กล่าวได้ว่า AI เป็นเทคโนโลยีที่สามารถเรียนรู้กันได้มาก จนมีแนวโน้มว่าในอนาคต AI จะเข้ามามีบทบาททำงานในหลากหลายสาขาอาชีพ รวมถึงงานในด้านการเรียนการสอน นอกจากนี้ AI จะถูกนำมาใช้ในสื่อเพื่อการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากทฤษฎีความรู้ด้านต่างๆ และทักษะเฉพาะด้าน ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ (Digital Learning Platform) ให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น ช่วยลดความผิดพลาดและสามารถต่อยอดทำงานได้ดังเช่น Google+, Instagram, Podcast, Facebook, Line, TikTok, Google Classroom, Google Meet, YouTube, MS Teams, Twitter, Blogging, Skype, Zoom และรายวิชาออนไลน์แบบเปิดสู่มวลชน (Massive Open Online Course: MOOC) เป็นต้น จากความหลากหลายจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน ครูผู้สอนและผู้สนใจเรียนรู้เรื่องต่างๆ ดังนั้น รูปแบบการเรียนรู้เดิมที่ใช้ครูผู้สอนเป็นศูนย์กลางกำลังถูกปรับมาเป็นการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐานในการจัดการเรียนรู้ และเป็นยุคของ

“โลก คือ ห้องเรียน” โดยผู้เรียนต้องพัฒนาทักษะความเข้าใจและมีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลและรู้จักแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม เพื่อใช้ชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริงและคุณภาพชีวิตของผู้เรียนที่พร้อมจะเติบโตเป็นพลเมืองดิจิทัลต่อไป

ปัจจุบันรูปแบบการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลได้ข้ามข้อจำกัดการเรียนรู้แบบเดิมๆ ไปพร้อมกับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เรียกกันว่า “จักรวาลนฤมิต” (Metaverse หรือเขียนทับศัพท์ “เมตาเวิร์ส”) หรือเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงเป็นการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของเทคโนโลยี ที่เกิดจากการทำงานร่วมกันของความจริงเสมือน (Virtual Reality หรือ VR) และความจริงเสริม (Augmented Reality หรือ AR) เข้าด้วยกันในลักษณะเรียลไทม์ในโลกดิจิทัล ซึ่งเมตาเวิร์สเน้นไปที่อุตสาหกรรมเกมเป็นหลัก และทางการศึกษาเมตาเวิร์สจะเป็นการจำลองการเรียนรู้ที่เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างโลกความเป็นจริงและโลกเสมือน ที่สามารถเข้ามาปรับเปลี่ยนการสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์เสริมต่อประสบการณ์ให้ผู้เรียนโดยเฉพาะในโลกการศึกษา และการเรียนรู้เมตาเวิร์สยังช่วยให้สิ่งที่เป็นนามธรรมเปลี่ยนมาเป็นภาพเสมือนจริงที่สัมผัสได้ จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้นและเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ตามมา และเมตาเวิร์สยังมีความแตกต่างจากการเรียนออนไลน์แบบเดิม ด้วยรูปแบบสภาพแวดล้อม 3 มิติที่สมจริงและสามารถโต้ตอบกันได้ทำให้ผู้เรียนรู้สึกตื่นตากับการเรียนรู้ผ่านเมตาเวิร์ส และไม่ต้องเบียดอยู่ในห้องเรียนเดิมๆ อีกต่อไป ด้วยการเรียนรู้แบบความจริงเสมือน (VR) สามารถนำผู้เรียนไปเรียนรู้ในสถานที่หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ทำให้ผู้เรียนรู้สึกเหมือนได้เข้าไปร่วมกับเรื่องที่กำลังเรียนอยู่ เช่น การได้เข้าสู่โลกเมตาเวิร์สของวิชาประวัติศาสตร์ที่ไม่ต้องเน้นการท่องจำ และยังเป็นการเรียนรู้ในภาคปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยโดยไม่ต้องเสี่ยงกับอุบัติเหตุในสภาพแวดล้อมจริง ด้วยการสร้างอวตาร (Avatar) หรือตัวตนเสมือนอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อใช้ในโลกเสมือนจริงของเมตาเวิร์สที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้แทนภาพลักษณ์จริงหรือตัวการ์ตูนให้ออกมาเป็นภาพอนิเมชันสามมิติของผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม สัมผัสวัตถุและบรรยากาศด้วยกราฟิกที่มีมิติจากบริบทสิ่งแวดล้อมที่ครูผู้สอนได้สร้างภูมิทัศน์หรือฉากเสมือนจริงให้สอดคล้องกับบทเรียน เช่น การเรียนรู้การผ่าตัดทางการแพทย์ที่ผู้เรียนสามารถฝึกฝนทักษะเบื้องต้นให้เกิดความชำนาญได้ ทำให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ภายใต้สภาวะที่เสมือนจริงและลดการสูญเสีย ดังนั้นครูผู้สอนจะมีโอกาสร่วมกันออกแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในบางเนื้อหาสาระของรายวิชาที่มีความทันสมัยและสอดคล้องกับยุคเมตาเวิร์ส โดยใช้การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่เน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติและช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้ออกแบบและคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน ทั้งการเรียนรู้เป็นรายบุคคลและการเรียนรู้แบบกลุ่ม ซึ่งรูปแบบจะขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหาวิชา ลักษณะของผู้เรียนและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง และสร้างองค์ความรู้ ใช้สติปัญญา คิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมด้วยตนเองได้ตามอัธยาศัยตามที่ต้องการ

ครูดิจิทัลภายใต้สื่อใหม่และการเรียนรู้

เมื่อครูผู้สอนต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเอง ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนการสอน และการสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ให้พร้อมตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ครูผู้สอนจึงเป็นเสมือน “ครูดิจิทัล” (Digital Teacher) หรือครูที่เปิดใจรับเทคโนโลยีใหม่ๆ และรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมยุคดิจิทัล เพื่อนำความรู้ไปจัดการเรียนรู้ที่ผสมผสานความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มโอกาสทางการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ เปลี่ยนจากการเรียนรู้ในชั้นเรียนแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) ระหว่างผู้เรียนกับครูผู้สอนในรูปแบบการเรียนการสอนแบบปกติ มาเป็นการเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online Learning) ที่ผู้เรียนสามารถเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา (Anytime Anywhere) ตลอดจนสามารถติดต่อหรือมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียนและครูผู้สอนโดยใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ถูกนำมาเชื่อมต่อกันด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางให้ผู้เรียนได้เข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้ขีดจำกัด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและสนุกกับการเรียนรู้จากการใช้สื่อใหม่ที่ต้องการ ดังนั้น ครูผู้สอนก็ต้องมีประสบการณ์ในการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ มีทักษะการสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ หรือขยายองค์ความรู้ไปสู่ผู้เรียนได้ พร้อมทั้งจะทำหน้าที่หล่อหลอมให้ผู้เรียนเกิดทักษะด้านต่างๆ และมีพัฒนาการเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเน้นให้ผู้เรียนใช้การคิดวิเคราะห์การแก้ปัญหา และการคิดสร้างสรรค์ ที่สามารถนำไปเป็นฐานในการสร้างผลผลิตหรือนวัตกรรม (Innovation) ในอนาคต และครูดิจิทัลก็ควรต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งหลักทฤษฎีทางการศึกษา หลักการเรียนรู้จิตวิทยาการศึกษา การถ่ายทอดความรู้การนำเสนอเนื้อหา การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และการถ่ายทอดกลยุทธ์โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ เนื้อหาและสื่อการเรียน ระบบนำส่งสารสนเทศและการสื่อสารระบบสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางการเรียน ระบบการวัดและประเมินผล ระบบสนับสนุน ประกอบกับสิ่งที่ครูต้องเรียนรู้และคำนึงถึงอีกประการหนึ่งคือ ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient) หรือความสามารถทางสังคม อารมณ์และการรับรู้ ที่จะทำให้คนสามารถเผชิญกับความท้าทายของชีวิตดิจิทัล และสามารถปรับตัวให้เข้ากับชีวิตดิจิทัลด้วยความฉลาดทางดิจิทัลครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ ทศนคติและค่านิยม ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในฐานะสมาชิกของโลกออนไลน์กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ทักษะการใช้สื่อและการเข้าสังคมในโลกออนไลน์ (มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน, 2563) สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 ทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะข้ามวัฒนธรรม สมรรถนะการบูรณาการข้ามศาสตร์และมีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อร่วมสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีหรือสังคม เพิ่มโอกาสและมูลค่าให้กับตนเองและสังคม ทั้งนี้ในการพัฒนาทักษะของครูดิจิทัล จึงไม่ใช่เป็นเพียงการเรียนรู้เฉพาะเรื่องที่เป็นพื้นฐานแบบเดิม แต่ต้องเน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาด ปลอดภัยและเหมาะสมอีกด้วย เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงประโยชน์และโทษของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสิ่งที่ครูต้องให้ความสำคัญ คือ ทักษะในการใช้สื่อและการเข้าสังคมออนไลน์โดยทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี

ดิจิทัลหรือ Digital Literacy ได้แก่ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ และสื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทักษะทั้ง 4 มิติของเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การใช้ ความเข้าใจ การสร้างและการเข้าถึง บทบาทใหม่ของครูดิจิทัลในการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน สอดคล้องกับ Marc (2010) กล่าวถึง ครูเป็นผู้แนะนำหรือผู้อำนวยการอำนวยความสะดวก (Teacher as Coach and Guide) คอยชี้แนะแนวทาง การช่วยเหลือหรือการสนับสนุนที่แตกต่างกัน ตลอดจนแนะนำความก้าวหน้าของผู้เรียน ครูยังเป็นผู้กำหนดเป้าหมายและตั้งคำถามที่ท้าทายในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้ค้นหาคำตอบ ในลักษณะของการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning) หรือการเรียนรู้แบบสืบสวน (Inquiry-Based Learning) รวมถึงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้เรียนในทางสร้างสรรค์โดยครูเป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้ (Teacher as Learning Designer) และจัดสภาพแวดล้อม (Teacher as a Context Provider) ของการเรียนรู้ โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจผู้เรียนและออกแบบคำถามหรือปัญหาให้สอดคล้องกับผู้เรียนในสภาพแวดล้อมหรือบริบทที่แตกต่างกันออกไป พร้อมแนะนำกิจกรรมที่จะไปสู่ความเข้าใจและเกิดการเรียนรู้ สุดท้ายบทบาทสำคัญของครูดิจิทัลจะต้องเป็นผู้ตรวจสอบหรือผู้ประกันคุณภาพ (Teacher as Rigor Provider and Quality Assurer) ที่ไม่เป็นเพียงการให้คะแนนชิ้นงานเมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้เท่านั้น แต่จะต้องคอยกำกับควบคุมคุณภาพของชิ้นงานจนกว่าจะมีคุณภาพในระดับที่สูงขึ้น จากที่กล่าวมาข้างต้น สิ่งสำคัญที่ทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากที่สุดก็คือ การพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เรียนและครูผู้สอน พร้อมกับการปรับเปลี่ยนบทบาทให้มีความเหมาะสมไม่เพียงแต่จะเป็นผู้รับความรู้และผู้ให้ความรู้เท่านั้น ครูผู้สอนจึงเป็นเสมือนเพื่อนร่วมเรียนรู้กับผู้เรียนและมีความเป็นครูดิจิทัลที่ต้องคำนึงถึงเป้าหมายรายบุคคลของผู้เรียนที่มีความแตกต่างหลากหลาย สอดคล้องกับความสามารถและความต้องการของผู้เรียน โดยจะต้องออกแบบการเรียนรู้พร้อมกับจัดสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการเรียนรู้และเหมาะกับวิธีการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคดิจิทัลโดยการจัดการบูรณาการเทคโนโลยีไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายอย่างเต็มศักยภาพ

ทั้งนี้ ครูดิจิทัลจะต้องมีความสามารถในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้เรียน เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา ปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่ทางการศึกษา เน้นให้ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ด้วยตนเอง และต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้เรียนให้มีความเป็นดิจิทัล เพื่อพัฒนาเข้าสู่ยุคเมตาเวิร์ส (Metaverse) ที่กำลังเข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในรูปแบบสังคมเสมือนโดยให้รู้จักแยกแยะความจริงและภาพเสมือนออกจากกัน และมีรูปแบบการจัดการเรียนที่น่าสนใจ ซึ่งมีบทบาทสำคัญเพื่อพัฒนาผู้เรียนทั้งการเรียนรู้ในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน แต่อย่างไรก็ตามเมตาเวิร์สจะยังคงไม่สามารถเข้ามาอยู่ในฐานะทำหน้าที่แทนครูในการพัฒนาการเรียนรู้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่อ

การศึกษาในอนาคตเกี่ยวกับบทบาทของครู โดย UNESCO (2019) พบว่า ครูยังคงมีบทบาทสำคัญ ด้านการศึกษาต่อไป และ AI คงไม่สามารถแทนที่ครูได้ โดยเฉพาะบทบาทการสร้างสรรค์กระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการพัฒนาสังคมและอารมณ์ของผู้เรียน และครูจะเป็นผู้ตัดสินใจในการใช้เครื่องมือที่เป็น AI ในการจัดการเรียนการสอนว่า ควรใช้เมื่อใด อย่างไร ดังนั้นหน้าที่หลักของครูนอกจากการสอนแล้วยังต้องเป็นผู้นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ให้มีความหลากหลายและเชื่อมโยงสู่โลกอนาคต และในเชิงรูปธรรมการปรับตัวของครูในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการเรียนการสอน และการปรับการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับผู้เรียนเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามในบางเรื่องของ องค์ความรู้ AI ก็มีความสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ในวิชาพื้นฐานและช่วยพัฒนาการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนในศาสตร์ที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับสภาวะอารมณ์และความรู้สึกที่มี ความซับซ้อน หรือวิชาด้านศิลปะ สังคม วรรณกรรม และประสบการณ์ชีวิตนั้น AI ไม่สามารถที่จะสอนได้เท่ากับครูผู้สอน

บทสรุป

จากการเปลี่ยนผ่านของโลกที่ทำให้ครูผู้สอน มีการปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเองให้เป็นผู้นำทางวิชาการและสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้แก่ผู้เรียน จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านทางนวัตกรรมและเทคโนโลยีประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของมนุษยชาติ ที่ส่งผลให้ช่องทางการเรียนรู้ของผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงได้หลากหลายรูปแบบ ครูผู้สอนและผู้เรียนได้เข้าถึงแหล่งข้อมูลจำนวนมากผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ดังนี้

1. การบูรณาการเป็นนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้กระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีความเปลี่ยนแปลงไป
2. การเปิดใจการเปิดโลกทัศน์ใหม่ การยอมรับฟังความเห็นที่แตกต่าง ซึ่งจะปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อใหม่ในยุคสังคมออนไลน์ และเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการจัดการเรียนรู้
3. การพัฒนาครูให้มีสมรรถนะ ใช้ความคิดสร้างสรรค์และมีทักษะที่จำเป็นในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาการสอนให้มีประสิทธิภาพ ก้าวทันโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เสริมสร้างทักษะความรู้ที่จำเป็นสู่ผู้เรียน

4. การพัฒนาตนเองของครูทางวิชาชีพที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อผู้เรียนสูงสุด

ดังนั้น ครูดิจิทัลต้องอาศัยหลักคิดของการพัฒนาการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง ให้มีความสำคัญต่อการคิดค้นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่สอดคล้องกับรูปแบบการเรียนรู้ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลายของครูดิจิทัลภายใต้ทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อความก้าวหน้าของมนุษยชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างองค์ความรู้ มาตรฐาน และการออกแบบใหม่ๆ ให้มีความน่าเชื่อถือ และแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ และช่วยลดช่องว่างระหว่างความคิด ความเข้าใจ รับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับการเรียนรู้ที่เปลี่ยนไปใน

สังคม และก้าวข้ามข้อจำกัดของเวลาและสถานที่ ส่งผลให้ครูผู้สอนและผู้เรียนสามารถใช้สื่อการเรียนรู้ออนไลน์ร่วมกัน และสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ได้มากขึ้นในยุคดิจิทัล ด้วยการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเองบนโลกออนไลน์ และเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ครูดิจิทัลจะเป็นผู้นำแนวคิดการจัดการเรียนรู้และนวัตกรรมการเรียนรู้ให้ครอบคลุมเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่สามารถทำลายการสอนรูปแบบเดิม สร้างสรรค์กิจกรรมการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความสนใจของผู้เรียน และผลกระทบที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลไปสู่ความแตกต่างในการเรียนรู้ของมนุษยชาติต่อไปให้ก้าวหน้าในสังคมดิจิทัลแห่งการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

- Child and Youth Media Foundation. (2020). *Khwaṁ chalaṭ thaṅgō dichithan. [Digital Intelligence]* (3rd ed.). Pathumthani: Walk on Cloud.
- มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน. (2563). *ความฉลาดทางดิจิทัล* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ปทุมธานี: วอร์คออน คลาวด์.
- Choosringam, M. (2019). *Tham khwaṁ ru chak kap AR læ VR læ kaṇ nam pai chai nai loṭ thurakit. [Get to Know AR and VR and Applying in the Business World]*. Retrieved June 4, 2023, from <https://www.aware.co.th/ar-vr-ในโลกธุรกิจ/>
- มนชนก ช่อศรีงาม. (2562). *ทำความรู้จักกับ AR และ VR และการนำไปใช้ในโลกธุรกิจ*. สืบค้น 4 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.aware.co.th/ar-vr-ในโลกธุรกิจ/>.
- Intharawiset, T., Phulketnakhon, T., Charoensa, T., Nak-in, N., Agbi, A., & Roungrong, P. (2019). *Theṅkōlōyī læ Nawatkam kap kanchat kanrian kansōṅ nai yukhōdichithan. [Technology and Innovation for Instructional in Digital Ages]*. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 12(6), 478-494. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/192006/161040>
- ธานินทร์ อินทวิเศษ, ธนวัฒน์ พูลเขตนคร, ธนวัฒน์ เจริญษา, นิตยา นาคอินทร์, ออกัสติน อักปี, และ ภาสกร เรืองรอง. (2562). *เทคโนโลยีและนวัตกรรมกับการจัดการเรียนการสอนในยุคดิจิทัล*. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 12(6), 478-494. จาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/192006/161040>.

- Kaewthep, K. & Chaikhunpon, N. (2012). *Khumū'sūmai suksā*. [New media study guide]. Bangkok: TRF Senior Research Scholar, The Thailand Research Fund.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Marc, P. (2010). *Educational Technology for School Leaders*. California, CA,: n.p.
- Nedpogaeo, A., (2018). *Sū'sāt: lakkañ næōkhīt nawattakam*. [Mediumology]. Bangkok: Nakorn.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อศาสตร์: หลักการ แนวคิด นวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: นาคร.
- UNESCO. (2019). *Artificial Intelligence (AI) in Education: Challenges and Opportunities for Sustainable Development*. Retrieved May 4, 2023, from:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366994>.

IMPROVEMENT GUIDELINES LAWS ON THE PRINCIPLE OF ALLOCATION
OF INHERITANCE TO STATUTORY HEIRS OF THAILAND

หลักการกั้นส่วนมรดกสำหรับทายาทโดยธรรมกรณีถูกตัดสิทธิโดยพินัยกรรม

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย

Werapong Chaowalit¹, Niwat Wutti², Sumlit Ketyam³, Thanyalak Thongkon⁴, Thawip Srinuam⁵วีระพงศ์ เชาวลิต¹, นิวัต วุฒิ², สัมฤทธิ์ เกตุแย้ม³, ธัญลักษณ์ ทองกร⁴, ทวีป ศรีนวม⁵

(Received: August 30, 2023 ; Revised: October 26, 2023 ; Accepted : March 27, 2024)

Abstract

Currently, the Civil and Commercial Code of Thailand sets no principle to protect the inheritance for statutory heirs, in particular, children, parents, and spouses. This means that their rights may be deprived of inheritance by will according to the freedom to make legal acts, resulting in assets belonging to the legatee of the testment who may not be a legitimate heir, in which the heirs of the deprived inheritance cannot make any arguments, except in the case of arguing that the will is unlawful. To be consistent with the roles and duties of each member in the family, with the theory of functional structure important to society as a system where various parts must work together to achieve balance, and in the functioning of the family institution as an important element, this forms inheritance laws in France,

¹ Head of Law Department, Faculty of Law, Southeast Bangkok University.

e-mail: werapong@sbu.southeast.ac.th

หัวหน้าสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ Bangkok

² Lecturer of the Law Program, Faculty of Law, Southeast Bangkok University.

e-mail: vvdewvv@gmail.com

อาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ Bangkok

³ Police Major General Expert of the Royal Thai Police. e-mail: sumlit_ketyam@hotmail.com

ผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

⁴ Senior Professional, Leasing, Big C Supercenter Public Company Limited.

e-mail: me.thanya34@gmail.com

เจ้าหน้าที่ชำนาญการอาวุโส ฝ่ายสินทรัพย์ บริษัท บีซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

⁵ Lawyer at the Lawyer's Office. e-mail: thwipk@gmail.com

ทนายความ ประจำสำนักงานทนาย

United States, and Germany which is the princile that limits freedom to do legal acts which is called, "Principles of Seting Aside Inheritance for the Statutory Heirs"

In the future, the Civil and Commercial Code of Thailand should revise its principles to set measures by imposing restrictions on the power to make juristic atcs so as to pass on the asset of the deceased with reasonable limits and set aside the inheritance to provide protection to the statutory heirs, in particular, children, parents, and spouses, who may be affected in spending the rest of their lives in order to guarantee their well-being in case of death of the deceased.

Keywords: Setting aside Inheritance, Testament, Statutory Heirs

บทคัดย่อ

ปัจจุบันประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทย มิได้มีหลักการให้ความคุ้มครองการรับมรดกสำหรับทายาทโดยธรรม ในชั้นบุตร บิดามารดา และคู่สมรส หมายความว่า อาจถูกตัดสิทธิมิให้รับมรดกโดยพินัยกรรมตามเสรีภาพในการทำนิติกรรมส่งผลให้ทรัพย์สินต่าง ๆ ตกไปเป็นของผู้รับพินัยกรรมซึ่งอาจไม่ได้เป็นทายาทโดยธรรม โดยทายาทของเจ้ามรดกไม่สามารถโต้แย้งใด ๆ เว้นแต่กรณีโต้แย้งว่าพินัยกรรมไม่ชอบด้วยกฎหมาย

เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว ตามทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ซึ่งมีความสำคัญกับสังคมในฐานะของการเป็นระบบที่มีส่วนต่าง ๆ ต้องทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดความสมดุล ในการทำหน้าที่ของสถาบันครอบครัวอันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและจาก หลักกฎหมายมรดกของต่างประเทศ เช่น ประเทศฝรั่งเศส ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมนี มีบทบัญญัติที่ถือเป็น หลักจำกัดเสรีภาพการทำนิติกรรมเรียกว่า “หลักการกันส่วนมรดกแก่ทายาทโดยธรรม”

ในอนาคตประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทย ควรมีการแก้ไขเพื่อเสริมสร้างมาตรการ โดยการกำหนด การจำกัดอำนาจในการทำนิติกรรม ในการยกทรัพย์สินของผู้ตายให้อยู่ขอบเขตที่เหมาะสม โดยการกันส่วนมรดกให้กับทายาทเพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองให้กับทายาทโดยธรรมในชั้นบุตร บิดามารดา และคู่สมรสที่อาจจะได้รับผลกระทบในการดำรงชีวิต ให้มีหลักประกันความเป็นอยู่ในการดำรงชีพหากเจ้ามรดกถึงแก่ความตาย

คำสำคัญ : การกันส่วนมรดก พินัยกรรม ทายาทโดยธรรม ตัดสิทธิ์

Introduction

The family institution is important. For the family to live with happiness, everyone in the family must support each other according to their abilities and status. The law therefore has a duty to husband and wife and children and parents are obligated to take care of each other, including the right to receive inheritance as statutory heirs. But when considering the Civil and Commercial Code on heritage of Thailand There is no provision of the law to protect the right of inheritance of statutory heirs in close order to the de inheritance, that is, descendants, spouses, and ascendants who are closely related to the inheritance. As a result, the deceased may make a will to bequeath the property to third parties according to his will together with the inheritance law There is no provision in this regard, as a result, the inheritance has the liberty to make a will of all his property to someone other than his statutory heir which if compared to the law in foreign countries such as France United States Germany.

But considering Thailand's Civil and Commercial Codes on inheritance, the death of the heir is important. Inheritors are the legal or testamentary heirs who inherit the estate as testamentary heirs. According to the principle of testamentary freedom, transfer its property to anyone and according to the principle of ownership, civil freedom and property ownership are considered expressions of the intention of the inheritor. This leads to the property ultimately belonging to others according to the intention of the property owner and having a legal effect. The heirs of an heir cannot argue unless the will is illegal.

The author believes that when the legitimate heir is deprived of inheritance rights, it may affect the existence of the heir. The Civil Code and Commercial Code should be revised to protect the inheritance of heirs, especially children, fathers, mothers, and spouses. This to some extent limits the freedom to make a will. This will have a positive impact and protection on legitimate heirs who may be affected or face difficulties in life. Having security and confidence in the economy of life, such as appointing legal heirs, especially children, fathers, mothers, and spouses. The right to apply for heritage protection in accordance with the proportion prescribed by law. Inheritor to death The Concept, Theory, and Principles of Thai Law Civil Code and Commercial Code, academic texts, research, and related articles.

Theories, Principles, and Concepts

In a study about the principles of inheritance division, the author has studied the theories, principles, and important concepts to support the principle of inheritance division as follows:

Structural-Functionalism Theory

This theory emphasizes society as a system in which different parts must work together to achieve balance. However, the changes or problems that occur cause the balance to be broken. In addition, maybe caused by factors both inside and outside society. This affects the changes in other parts of society, (Krainetee, Thammasatkan & Sangkharat, 2020) such as the functioning of the family institution, which is one of the elements of social institutions that must have both the function of procreation. parenting conferment of social status promotion of behaviors in various ways for human beings of the family institution. Providing education to acquire knowledge and wisdom. Duties of educational institutions, psychological dependence, including moral promotion ethics of religious institutions self-sustaining occupations of economic institutions and respect for compliance with rules and regulations for the social order of political and administrative institutions each institution has an important role and role in the creation of humanity and is important for maintaining a quality society. In addition, if there is a change in the functioning of any institution would have an impact on other institutions.

Private of Autonomy

The essence of the principle that empowers private individuals to make decisions about their own property, such as having the freedom to make a juristic act about property or freedom to determine the contents of the juristic act etc., (Sothipan, 2014) which is the basic principle in making all kinds of juristic acts in which a will is a type of juristic act. Therefore, it is under the principle of civil rights. Therefore, the law needs to be adjusted. In order to limit the scope of the principle, for example, according to the Civil and Commercial Code, Section 150 states that “Any purpose is expressly prohibited by law. It is impossible or contrary to public order or good morals is void” or section 1336, whereby the testator has freedom or freedom to make a will (Freedom Testament) to determine his property as long as it is not contrary to the law on property ownership Property rights are the fundamental

rights of individuals. To be used as a guarantee in the so-called liberty or independent land in the property of the individual against the state according to the legal theory of the School of Nature, John Locke, a British philosopher, said that human beings own rights. In property since ancient times, property rights are regarded as one of the essences of humanity that cannot be taken away.

Principle of Property Ownership

Proprietary is an important matter of property rights (Meenakanit, 2016). Ownership may be acquired as a result of a juristic act or law. Ownership is a property showing ownership of property. It is the most complete right that a person should have in property. The Civil and Commercial Code has placed the principle that the power that the owner of the property, whether immovable or immovable property, the owner of the property under section 1336 (Nisararat, 2015) means the owner of the property only and has the right to use the property. Dispose of one's property and the right to receive interest or pursue the return of the property from a person who has no right to hold the property.

The Concept of Limiting Ownership Rights.

Ownership is a concept with a long history since the Roman era, where ownership has absolute power over property. In other words, the owner has three rights: first, the right to use the property according to its current situation, second, the right to obtain any results and third, the right to sell property, including the destruction of property.

Although Germany had been influenced by the idea of individualism from the Romans. But in later periods, such concepts have been argued that they cannot meet the needs of society. Rudolf Von Jhering, a German jurist, proposed a theory that emphasizes the utility of law, that is, the idea that the public interest is the supreme law and the law exists to achieve the objectives of society. True ownership belongs to society, which is relative, so it must be used without conflict or conflict with society, and the use of ownership may be strictly controlled by law. Jhering's theory is known as objective theory, thereby enabling the subsequent development of laws governing the use of ownership greatly. Which later resulted in the amendment of the German Civil Code from individualism to adopting a system of

paternalism, which has socialist ideologies used as the basis for drafting the German Civil Code

For Thailand, it can be said to have been influenced by patriarchal ideas from Germany. The principle is that the public interest is higher than the law, and it is a model for maintaining social unity and preventing the weak. Section 1335 and 1336 of the Civil Code, they are necessary to comply with legal provisions, especially the public interest. Research has found that if there are sufficient reasons, the state can enact laws to control or restrict the rights of property owners. The power limitation of ownership may be imposed to protect interests or purposes. For the public interest, this is a regulation that restricts the sale of property rights to uphold the good morals of the people. For one or more personal interests.

General Principles of Making a Testament.

A will is the last command which expresses an intention to prescribe death in respect of property or affairs of the testator to have legal force in the event of the death of the testator by doing any form that is required by Civil and Commercial Code Section 1646 - 1648 with the following criteria:

The Concept of Making Will.

This concept inherits the principles of civil autonomy and property ownership and is the most complete right of an individual to his property, such as the owner's right to own his property, the right to use it, the right to obtain fruits, the right to dispose of and destroy it, etc. It is considered the most complete property right in the private law system, that is the protection of the concept of will by civil law. (Sipan, 2015)

Making a will is a unique form of will that is expressed by the intention of the property owner, known as the "heir". Give his property to others while he is still alive. A will is a legal act accepted by many countries' laws based on the principles of civil freedom and ownership. The property specified in the Wills Act is to make a will, such as in the Federal Republic of Germany and the United Kingdom, France, China, Japan, and other countries, including Thai law, when a will is considered a legal act. Therefore, it must be governed by the same legal principles as other types of law. The basic principles used in wills are general.

Norm Wills.

Whereas a will has the nature of a final decree, it means that a will or clause in a will, which is regarded as an order of the testator, shall come into force upon the death of the testator if the testator does not intend for the testator to take effect upon the testator's death. The karma has died, and the document of the death order is not a will. The declaration of intent to be a will must be in the form of an order.

This order is the last one that stipulates the person's property and the circumstances of death in various situations. This will take effect legally after his death and indicate that the intention of the death schedule must be the final order of the testator. Wills under Section 1847. The nature of the last order can be determined based on the will or will requirements made by the testator before the testator. Death karma and will or will requirements have legal effect.

The Inheritance Law of Thailand

Thai inheritance law originates from traditional customs (Soonthornpan, 2017) which have been practiced since ancient times since Sukhothai was the capital. There appears a message in one of the deep chakras "Prai Fah, clear face. Whose son of a jury has died more than the house of Father Chuea Suea Kham? It's an elephant asking for children and wives. Phrai Fah Khao Thai Wild betel nut forest to all his children" means that when a person dies, all inheritance is inherited to all children other relatives received no portion of the inheritance at all.

Inheritance law is the law concerning the property, rights, duties, and liabilities of the deceased. inheritance of inheritance type of heir heirs entitled to inherit Wills make known the principle of inheritance law that when a person dies, what actions must be taken and what the result will be. By taking various actions, the provisions of the inheritance law must apply, that is, when a person dies, it must consider whether the deceased has a spouse or not. If there is a lawful spouse, the property must be divided into different parts and must first consider whether the deceased has made a will or not or if a will has effect, a will be made or a will be affected only in part. The division of inheritance must be following the will made by the deceased. If a will or testament is not made in the part that has no force The inheritance will devolve on the heirs. which must be considered further that an inheritance to any heir, the Civil and Commercial Code, Book 6

Judgment of Dika No. 10809/2016. The deceased has bequeathed all of the deceased's estate to the defendant, it is considered to be a disposition of all inherited assets. The statutory heir who does not benefit from the will is disqualified from inheritance under the Code Civil and Commercial Law, Section 1608, the seven plaintiffs are therefore cut as a result of a will, resulting in no right to inherit the deceased unless the provisions in the will are in vain, the inheritance, therefore, falls to the statutory heirs.

Judgment of the Dika No. 4397/2010. The inheritance made a will and disposed of all his inherited assets to Mrs. Lukchan. Co-plaintiff and Mrs. Malai, then it must be considered that the first defendant and other heirs who do not receive an inheritance from the will are cut off from inheritance under the Civil and Commercial Code Civil and Commercial Code, Section 1608, paragraph three. Because it is contrary to the Civil and Commercial Code, Section 1653 in conjunction with Section 1705, only the terms of wills on the part of the co-plaintiff would be complete. According to the Civil and Commercial Code, Section 1620, paragraph two in conjunction with Section 1699.

From the judgment of the Supreme Court, it can be seen that the statutory heirs are limited in their right to inherit as a result of the bequest of the bequeathed property to another person.

The Concept of Inheritance Right of Implied Heirs to Foreign Laws.

The legal concept of will in today's society consists of two main principles, namely civil independence and property ownership as mentioned in foreign countries, there is a concept of inheritance for statutory heirs. In the case where the statutory heir is restricted by the effect of the will which has the following countries:

France

In the French Civil Code, the main principles are: The law will protect the property shares of certain legitimate heirs of the giver. Restricting the grantee from giving their property, whether during their lifetime or through a will to a third party, in excess of the prescribed amount. If the giver violates the above principles when the giver dies. The law grants the legal heirs of the giver the right to demand

compensation in the form of money or our share of property. Return the recipient's property exceeding the amount specified by law.

For those who have the right to request a share of the property, the French Civil Code is stipulated and determined that the first person is a person who is a statutory heir of the son or descendant of the donor in any order who has the right to receive the inheritance of the donor according to the law on inheritance. That person is a statutory heir of the donor who has the right to request a share of the property without regard to how old such person is or whether such person can support himself or not. During the life of the giver is legally obligated to take care of such a person. This is because the right to share such property is a legal right that the law has guaranteed protection immediately since such a person was born as a legal person. (French Civil Code Section 912 para.1) However, such a person must not waive the right of inheritance of the giver. Because if such a person renounces the right of inheritance of the giver, then such a person is not an heir who will have the right to request a share of property anymore. (French Civil Code Section 913 para.1)

The United Stated of America

Louisiana Civil Code, the law only protects the property shares of certain legitimate heirs of the giver. Restrict the giver from giving their property, whether during their lifetime or through a will to a third party, to a proportion exceeding the rules. If the giver violates the above principles at the time of the giver's death, the law grants the legal their rights to the giver, grants him a share of property, and requires the giver to have a share of property. In addition, the heir with the right to make a request is the Louisiana Civil Code of the United States. It is determined based on the assumption of the necessity for the heirs to utilize the deceased's share of property. (Somton, 2017)

For those who have the right to claim property sharing, the Louisiana Civil Code of the United States, according to the rules stipulated by law can the descendants of the deceased have the right to claim property sharing. It is worth noting that the law does not confer any rights on the parents or spouses of the deceased in any way. In addition, the first descendant of the deceased must be a person under the age of 23 at the time of the deceased's death. As for the descendants of the first deceased over the age of 23. When the deceased dies, he

has no right to demand a share of his property. Unless that person is crazy, or a disability where the heir is unable to support themselves or permanently manage their property upon death. For the person who has the right to request a share of the property, the (Louisiana Civil Code Section 1493 A.) The latter condition does not take into account the age of the descendants in any way. This reflects the state's policy to protect descendants who are unable to support themselves by determining the share of the deceased's property to alleviate their suffering.

Germany

In the German Civil Code, the law restricts the power to make a will and elevates the deceased's property to an appropriate extent. Only in this way. If the deceased transfers their property to others during their lifetime, the law does not limit: In any case, unless such waiver is to evade privacy laws. As for the result of the testator unreasonably depriving the heirs of their inheritance rights, or the testator handing over their property to any successor who violates legal provisions in a lower proportion than the legal provisions. In principle, the law only grants rights to heirs who have the right to claim property sharing and exercises the right of the court to demand property sharing from legitimate heirs. Accept only general wills (heirs). but does not void a will made in contravention of that provision. void or not in any way.

According to the German Civil Code, there are three situations for those who have the right to claim a share of the property. In the first case, the children of the testator are the heirs of the closest class, while the heirs of the distant class inevitably lose the right to claim the share of the property. In the second case, the testator is the parents of the deceased, but the parents of the deceased have the right to claim the inheritance only if the testator has no heirs of the previous class, that is, heirs. (German Civil Code Section 2303) This is the same as the right of the spouse to inherit the estate mentioned above. In addition, the legal heir of the testator must be the person mentioned above. Only when required by law, the inheritor is entitled to claim a share of the property. In other words, the above-mentioned legal heirs shall not inherit the testator's estate. In this case, the inheritor is not deprived of inheritance rights, but in another case, the inheritor obtains an unreasonable share of the inheritance. Afterward, the law stipulated the rule for the above-mentioned legal heirs to inherit less than half of the estate's value. If the

deceased has not made a will. Inheritors can be considered as having a small share, and the law grants them the right to claim inheritance.

Conclusions and Recommendations.

Through the literature research on the related theories, concepts, and principles of testamentary succession, this paper expounds on the inheritance clauses of testamentary heirs who lose their inheritance rights.

Inheritance Laws of Thailand

It is a law that is rooted in Thai tradition and culture cling to blood intimacy. Determining how close a person has a relationship with a deceased person is entitled to inherit and share in the estate is in accordance with Thai customs and culture. Therefore, the duties of husband and wife and children and parents are obligated to take care of each other. But if considering the provisions of the Civil and Commercial Code on Thai inheritance, there are no provisions of the law to protect the inheritance rights of statutory heirs in close order to the inheritance. In which the deceased may make a will to bequeath the property to others, inevitably resulting in problems regarding the protection of the statutory heirs who will be affected in terms of living.

Structural-Functionalism Theory

It can be seen that the person in the family institution must comply with the roles and responsibilities of each member of the family and must have basic tasks (Basic Tasks) and the basic mission that the family must do so that members can live. It is important to society as a system that has different parts to work together to achieve balance, but changes or problems occur. and its role in the creation of humanity It is important to maintain a quality society and if there is a change in the functioning of one institution, it will affect other institutions. But it can be seen that the Civil and Commercial Code of Thailand does not have a legal structure that restricts the freedom to make a will. This results in the testator having the liberty to make a will, all property of a person to someone other than his statutory heir. Therefore, causing problems regarding the protection of the statutory heirs because the testator has both rights and obligations to bind the relationship in the family institution but when making a will, bequeathing property to other people, as if the testator did not pay back the family members. As a result, the statutory

heirs of the testator are not entitled to inheritance. It does not conform to the concept of family relationships and functional structural theory. Especially the heirs in the class, children, parents, and spouses. It can be seen that the inheritance law of Thailand is a law that is rooted in Thai tradition and culture cling to blood intimacy.

It can be seen that the person in the family institution must comply with the roles and responsibilities of each member of the family and must have basic tasks (Basic Tasks) and the basic mission that the family must do so that members can live. It is important to society as a system that has different parts to work together to achieve balance, but changes or problems occur. In addition, its role in the creation of humanity It is important to maintain a quality society and if there is a change in the functioning of one institution, it will affect other institutions. But it can be seen that the Civil and Commercial Code of Thailand does not have a legal structure that restricts the freedom to make a will. This results in the testator having the liberty to make a will, all property of a person to someone other than his statutory heir. Therefore, causing problems regarding the protection of the statutory heirs because the testator has both rights and obligations to bind the relationship in the family institution but when making a will, bequeathing property to other people, as if the testator did not pay back the family members. As a result, the statutory heirs of the testator are not entitled to inheritance. It does not conform to the concept of family relationships and functional structural theory. Especially the heirs in the class, children, parents, and spouses. It can be seen that the inheritance law of Thailand is a law that is rooted in Thai tradition and culture cling to blood intimacy.

Foreign Laws.

The French and German Civil Codes explicitly state that property owners may not bequeath their property by giving them affection more than the amount required by law. As for the German Civil Code, there is also a principle for the division of property to the statutory heirs. But the German Civil Code limits ceding to cases where ceding was made by the testator as a means of circumventing the law. The recipient shall return the said property in accordance with the provisions in the matter of unworthy windfall.

Conclusion

According to the Thai Heritage Law, a law guiding the improvement of the principles of protecting the legitimate inheritance of testators. The author believes that Thailand should develop guidelines for improving inheritance law by using the laws of France and the United States as guidelines. Limit the power to make a will to an appropriate extent. Protect the legitimate heirs of children, parents, and spouses who may be affected in their daily lives. If the heir dies, there is life security. Even in cases where the heir cuts off their legitimate heir with clear intent. According to the Civil Code and Section of the Commercial Code, specify the name of the successor in the will or submit it in writing to the competent official. 1608 should be given to the legal heirs who inherit the principle of partial inheritance mentioned above. However, it did not create a solution to refute the principle of civil independence that allows for the free conduct of property or independent legal acts. When determining the content of a legal act, only the legal principles are: The problem of using special measures instead of criminal proceedings according to the Juvenile and Family Court and Juvenile and Family Court Procedure Act B.E. 2010.

References

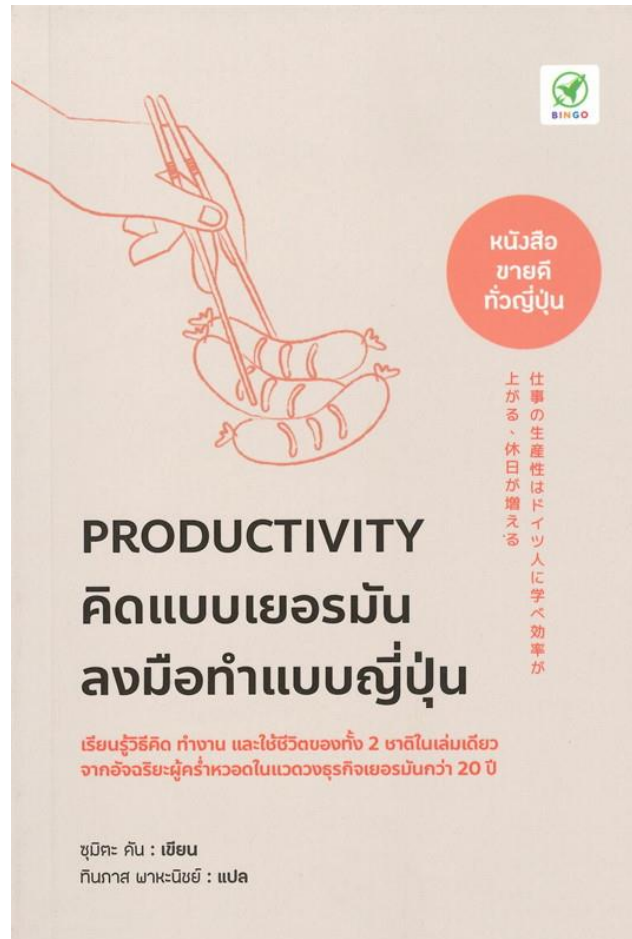
- Krainetee, M., Thammasatkan, W. & Sangkharat, U. (2020). Major Social Institutions, and Development Roles Holistic Human Parichar. *Journal Thaksin University*, 33(1), 3.
- Meenakanit, T. (2016). *Basic Business Law*. Bangkok: Winyuchon.
- Nisarath, J. (2015). *Civil and Commercial Law on Property*. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- Sipan, C. (2015). *Testament Making: A Comparative Case Study of Heritage Laws in Thailand and Laos*. (Master's thesis, National Institute of Development Administration).
- Somton, K. (2017). *Giving by Affection: A Case Study of Property Sharing for Statutory Heirs*. (Master's thesis, Chulalongkorn University).
- Soonthornpan, P. (2017). *Law of Succession*. Bangkok: The Thai Bar Under the Royal Patronage.
- Sothiphan. (2014). *Legal Acts, Contracts, and Interpretation of the Unfair Contracts Act B.E.2540 (1997)*. Bangkok: Winyuchon.

Book Review

Productivity คิดแบบเยอรมัน ลงมือทำแบบญี่ปุ่น

วรสิริ ธรรมประดิษฐ์¹

Worasiri Thumpradit



หนังสือเรื่อง Productivity คิดแบบเยอรมัน ลงมือทำแบบญี่ปุ่น

เขียนโดย Kan Sumita (คัน ซูมิตะ)

แปลโดย ทินภาส ผาหะนิชย์

สำนักพิมพ์ บิงโก Bingo

240 หน้า ราคา 235 บาท

ISBN: 978-616-810-920-5

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ Bangkok

Asst. Prof. Faculty of Accounting and Management Science, Southeast Bangkok University.

e-mail: worasiri@southeast.ac.th

ความหมายของคำว่า Productivity ในหนังสือนี้ อธิบายว่า “Productivity คือการวัดประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งอาจหมายถึง เงิน งาน หรือผลลัพธ์อื่นๆก็ได้ ดังนั้นคนที่มี Productivity สูงๆ ก็หมายความว่าเขาค้นสร้างผลงานได้เท่ากับ คน 2 หรือ 3 คนเป็นต้น”

หนังสือเรื่อง “Productivity คิดแบบเยอรมัน ลงมือทำแบบญี่ปุ่น” เป็นหนังสือที่เขียนโดยคนญี่ปุ่นที่เห็นว่า Productivity ของคนเยอรมันมีมากกว่าคนญี่ปุ่น ทั้งที่คนญี่ปุ่นขยันทำงานมากอดทนไม่ย่อท้อ ทำงานจนไม่ค่อยมีเวลาพักผ่อนกับครอบครัว ชั่วโมงทำงานของคนญี่ปุ่นก็มากแต่ความเจริญก้าวหน้าไม่เป็นไปอย่างที่คิด ทำไม Productivity ของคนญี่ปุ่นจึงน้อยกว่าคนเยอรมัน โดยทั้งสองประเทศเป็นประเทศที่แพ้ในสงครามโลกครั้งที่ 2 เช่นเดียวกัน ความพยายามผลักดันตัวเองย่อมมีไม่แตกต่างกัน ผู้เขียนคนญี่ปุ่นคนนี้คิดแบบนี้ จึงเกิดเป็นหนังสือของเขาเล่มนี้

ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ชื่อ คัน ชุมิตะ เป็นชาวญี่ปุ่นเกิดที่เมืองเกียวโต จบการศึกษาระดับเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเคโอ เป็นชาวญี่ปุ่นคนแรกๆ ที่ทำงานในบริษัทเมทซเลอร์ ของประเทศเยอรมันนี้ และทำงานในตำแหน่งระดับสูงที่บริษัทนี้ยาวนานกว่า 20 ปี ขณะที่เขียนหนังสือเรื่องนี้เขาอยู่ในตำแหน่งที่ปรึกษาอาวุโส บริษัทเมทซเลอร์ และที่ปรึกษาพิเศษสมาคมอุตสาหกรรม ญี่ปุ่น-เยอรมัน (ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) เนื้อหาของหนังสือเป็นการนำเสนอวิธีคิด การทำงาน และการใช้ชีวิตของประชาชนทั้ง 2 ชาติเปรียบเทียบกัน และสังเกตได้ถึงความต้องการที่จะใช้เรื่องราวในหนังสือเป็นการแนะนำให้ชาวญี่ปุ่นปรับเปลี่ยนบางสิ่งบางอย่างที่ยึดถือมาตลอดให้ทันต่อโลกยุคใหม่ โดยชี้ผลจากการปรับเปลี่ยนไปที่โอกาสในการเพิ่มของ Productivity ของประเทศญี่ปุ่น

หนังสือประกอบด้วย 5 บทซึ่งจะเปรียบเทียบให้เห็นว่า คนเยอรมันกับคนญี่ปุ่นแตกต่างกันอย่างไร ประกอบด้วยข้อบท คือ แนวคิดพื้นฐาน วิธีสื่อสาร วิธีบริหารเวลา การทำงานเป็นทีม และการใช้ชีวิต บทสรุปสุดท้ายชื่อ 7 เทคนิคทำงานเก่งทันทีตั้งแต่วันพรุ่งนี้

บทที่ 1 ชื่อ แนวคิดพื้นฐาน ประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ 10 หัวข้อ ที่เกี่ยวกับพื้นฐานความคิด ที่ต่างกันของคนญี่ปุ่นและคนเยอรมัน แต่ละหัวข้อแฝงความเกี่ยวเนื่องเป็นสาเหตุของกันและกันทุกหัวข้อ ผู้อ่านจะเกิดความคล้อยตามมาเป็นลำดับ ได้แก่

- ทำไมสถานีรถไฟที่เยอรมันมีเสียงประกาศน้อย
- ใช้ชีวิตในแบบของตัวเอง
- ความคิด “พึ่งพาตนเอง เป็นอิสระ”
- เทคนิคหลุดพ้นจากอิทธิพลของคนรอบข้าง
- ก่อนจะทำตามคนอื่น ลองตั้งคำถามดูบ้าง
- ฉันควรให้ความสำคัญกับอะไร
- คนเยอรมันเลือกทางเดินชีวิตตั้งแต่ 10 ขวบ
- เด็กเยอรมันถูกปลูกฝังให้พึ่งพาตนเอง
- วิธีใช้เงินของคนญี่ปุ่นและเยอรมัน

- พุ่มเทเงินและเวลาเพื่อพัฒนาระบบ

ในบทที่ 1 ภาพรวมทั้งหมดโดยสรุปคือแนวคิดพื้นฐานที่แตกต่างระหว่างคนเยอรมันและคนญี่ปุ่น เป็นการนำเสนอแนวคิดต่างๆที่ควรยึดหยุ่น และมีเหตุผลในตัวเอง ไม่ต้องประกาศเป็นกฎระเบียบที่ทำให้ผู้เกี่ยวข้องรู้สึกอึดอัด ผู้เขียนอธิบายจากการที่เสียงประกาศที่สถานีรถไฟที่เยอรมันมีเสียงประกาศน้อย เพราะการประกาศหรือการมีกฎระเบียบที่ติดป้ายประกาศไว้ทุกๆที่ เหมือนกับการหาคนผิดเพื่อป้ายความผิดให้ โดยตัวเองรู้สึกว่ามันผิดเพราะได้บอกไว้แล้ว(ตามป้าย) ซึ่งผู้เขียนบอกว่าชอบมากที่สถานีรถไฟในเยอรมันนี้ไม่มีป้ายประกาศกฎระเบียบ เพราะทุกคนรับผิดชอบการปฏิบัติของตนและไม่ทำตามคนอื่น ซึ่งเด็กเยอรมันถูกปลูกฝังว่าก่อนจะทำอะไรควรตั้งคำถามกับตัวเองก่อนว่า “ทำไมถึงทำแบบนี้” หรือ “ทำไมไม่ทำแบบนี้” การอธิบายจากหัวข้อแรกในเรื่องต่างๆที่สถานีรถไฟ เช่นการไม่ทันเวลาขึ้นรถไฟ จึงเชื่อมโยงไปหัวข้อต่อไปอย่างนุ่มนวลจนคนอ่านไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นควรปรับแนวคิดพื้นฐานว่าทุกคนควรรับผิดชอบการกระทำของตนและพึ่งพาตนเอง การต้องพึ่งพาตนเองนำไปสู่การให้ความสำคัญกับคุณภาพและการเป็นระบบ การที่ชาวเยอรมันให้ความสำคัญกับคุณภาพ เช่น จะซื้อของที่คุณภาพสูงมากกว่าการสนใจสิ่งของที่ราคาถูกและคุณภาพด้อยกว่า และชาวเยอรมันให้ความสำคัญกับความเป็นระบบ ทำให้เยอรมันนี้พุ่มเทในการพัฒนาสิ่งต่างๆให้มีระบบเสมอเพราะทุกคนจะได้อยู่ในระบบด้วยตัวเอง โดยผู้เขียนเชื่อว่า เมื่อสิ่งรอบตัวในชีวิตประจำวันเป็นระบบ ผู้คนก็จะพัฒนา ให้เกิด Productivity ที่สูงขึ้น

บทที่ 2 ชื่อ วิธีการสื่อสาร บทนี้มี 12 หัวข้อ ที่อธิบายลักษณะการสื่อสารที่ควรปรับปรุง ผู้เขียนอธิบายให้ซึมซับบรรยากาศการทำงาน อ่านแล้วไม่รู้สึกรู้ว่าเฉพาะคนญี่ปุ่นเท่านั้นที่ควรปรับวิธีการสื่อสารเพื่อเพิ่ม Productivity แต่ประเทศทางโลกตะวันออกควรปรับทั้งหมด ซึ่งประเทศตะวันออก ส่วนใหญ่มีลักษณะการสื่อสารเช่นเดียวกับคนญี่ปุ่น การปรับปรุงวิธีการสื่อสารที่อาจทำให้เพิ่ม Productivity ดังนี้

- แคพูดอย่างไม่ลังเลก็เพิ่ม Productivity ได้
- ไม่ใช่คำว่า ”ด่วนที่สุด”
- คิดเสียว่าถามฟรี
- เทคนิคเลิกเดาใจคน
- พูดให้มากขึ้น
- ไม่ “โหยเร็นโซ” โดยเปล่าประโยชน์
- เมื่อทำผิดต้องคิดว่า “ครั้งต่อไปจะอย่างไร?”
- หยุดเขียนอีเมลที่ถามไปเรื่อยไม่จบสิ้น
- ไม่ประชุมแบบตัดสินใจไม่ได้

- สันสรค์กับเพื่อนร่วมงานเพื่อให้งานราบรื่น
- เสริมความแข็งแกร่งของการสื่อสารแนวนอน
- พูดคำที่เขาใช้กัน

บทนี้ผู้เขียนอธิบายให้เห็นข้อแตกต่างของวิธีการสื่อสารของคนเยอรมัน และคนญี่ปุ่น ตั้งแต่การทักทาย การสั่งงาน การถามสิ่งไม่เข้าใจ การรายงานข้อผิดพลาดในการทำงาน การถามงานที่สำคัญ และส่งเสริมให้มีการสันสรค์กับเพื่อนร่วมงานหลังเลิกงาน ภาพรวมคืออธิบายลักษณะการสื่อสารที่คนญี่ปุ่นควรปรับปรุงออกจากกรอบเดิมๆ (โฮเร็นโซ เป็นภาษาญี่ปุ่น หมายถึง การสื่อสารการรายงานผลงาน) โดยปรับเป็นให้มีการพูดทักทายที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ เพราะคนญี่ปุ่นไม่ทักทายคนแปลกหน้าและชอบอยู่เงียบๆ ต่างจากคนเยอรมันทักทายผู้ที่เจอ ไม่ว่าจะระดับไหน การทักทายแบบคนเยอรมันทำให้การทำงานระหว่างลูกน้องและเจ้านายสามารถคุยปรึกษากันได้เต็มที่มากกว่าสังคมญี่ปุ่น เมื่อมีความสนิทสนมกันมากขึ้น จะทำให้การทำงานร่วมกันราบรื่น เรื่องการสั่งงานควรเป็นตามลำดับ เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพจากผู้ปฏิบัติ เพราะหากแทรกงานด่วนเข้าไปโดยไม่จำเป็นจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี เมื่อพนักงานสงสัยสิ่งใดก็ควรถามกัน หรือปรึกษากันได้ด้วยความสะดวกสนทนากัน ไม่ใช้วิธีคาดเดาใจคู่สนทนา ถึงแม้ว่าสังคมประเทศตะวันออกจะให้ความสำคัญกับการคาดเดาใจผู้อื่นว่าเป็นการแสดงความเอาใจใส่คู่สนทนา แต่ในทางธุรกิจการคาดเดาไปต่างๆจะไม่เกิดประโยชน์ ควรปรับเป็นว่าหากสงสัยหรือไม่เข้าใจก็เพียงถามออกมาอย่างไม่ลังเล และหากเรื่องที่ต้องการถามนั้นสำคัญมาก ก็ไม่ควรใช้การถามตอบทางอีเมล ให้เข้าไปพบและถามตรงๆหรือสื่อสารทางโทรศัพท์ให้เข้าใจ และหากมีการเกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน หัวหน้าหรือผู้บริหารต้องรู้สึกขอบคุณผู้ที่มารายงานข้อผิดพลาดให้ทราบ ไม่ให้ความสำคัญในการตอหาคนรับผิดชอบ ให้คิดว่าครั้งต่อไปจะทำอย่างไรจึงจะไม่ผิดพลาดอีก รวมถึงการประชุมทุกครั้งหัวหน้าหรือผู้บริหาร ต้องได้ผลสรุปจากการประชุมนั้นเสมอ ซึ่งการสื่อสารทุกลักษณะที่ผู้เขียนอธิบายไว้ผู้อ่านจะคล้อยตามว่าทุกการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้แน่นอน หากทุกคนในองค์กรมีความสนิทสนมใกล้ชิดกัน ปัญหาต่างๆในองค์กรก็จะแก้ไขได้เสมอส่งผลต่อการเพิ่ม Productivity อย่างชัดเจน

บทที่ 3 ชื่อ วิธีบริหารเวลา บทนี้เป็นข้อคิดจากวิธีการทำงานของคนเยอรมัน โดยสรุปคนเยอรมัน จะทำงานแบบจัดจ้านตามลำดับงาน สื่อสารการทำงานอย่างตรงไปตรงมา เวลาพักก็พักเต็มที่ต่างจากคนญี่ปุ่น ซึ่งจะอุทิศตนให้กับงาน ไม่ให้ความสำคัญกับการพักจากการทำงาน บทนี้ผู้เขียนอธิบายให้เห็นวิธีการบริหารเวลาของคนเยอรมัน ประกอบด้วยหัวข้อการบริหารเวลา 9 หัวข้อ ได้แก่

- เวลาสามารถบริหารได้
- ลองคิดว่า “การทำงานล่วงเวลาไม่ใช่สิ่งที่ดี”
- อย่าเสียเวลาเขียนอีเมลนาน
- วิธีใช้เวลาพักแบบคนเยอรมัน

- เก็บออมชั่วโมงทำงานล่วงเวลา
- เวลาเียบสงบช่วยเพิ่ม Productivity
- วิธีจัดลำดับความสำคัญของงานแบบคนเยอรมัน
- เทคนิคการจัดสิ่งรบกวนสมาธิ
- ใครๆก็ลาพักร้อนได้

ผู้เขียนอธิบายวิธีบริหารเวลาของคนเยอรมัน สรุปว่า คนเยอรมันทำงานเอาจริงเอาจังและขยัน จะไม่ทำงานที่ไร้ประโยชน์ ถ้ารู้ว่วันนั้นมีหน้าที่สำคัญต้องทำ คนเยอรมันจะบริหารเวลาไม่ให้ยุ่งและไม่ใช้เวลาไปกับเรื่องส่วนตัว ให้ความสำคัญกับงานที่ได้รับมอบหมายมาเป็นอันดับแรก ต่อให้ม้งานด่วนที่ต้องส่งพรุ่งนี้ พวกเขาก็จะคิดว่า “รู้ตั้งนานแล้วว่าต้องรีบใช้แล้ว ทำไมเพิ่งมาบอกตอนนี้ นี่ไม่ใช่ปัญหาของฉัน แต่เป็นปัญหาของคนที่ไม่บริหารเวลาไม่ดี” คนเยอรมันมอบหมายงานกันอย่างชัดเจน พวกเขาจะไม่รับงานอื่นที่อยู่นอกเหนือจากงานของตัวเอง และให้ความสำคัญกับงานที่ได้รับมอบหมายมาเป็นอันดับแรก ในความคิดเห็นหนึ่งของผู้เขียนบอกว่า หนึ่งในเทคนิคที่ช่วยเพิ่ม Productivity คือ การไม่ยอมให้งานอื่นเข้ามาแทรกงานหลัก

คนเยอรมันชื่นชมคนที่ม้งผลงาน แต่ถ้ามีใครทำงานล่วงเวลาเป็นประจำ เขาจะโดนสงสัยเรื่องวิธีทำงานทันที คนเยอรมันจะไม่บอกว่าตัวเองทำงานหนักจนไม่ได้นอน เพราะจะถูกคนเยอรมันด้วยกันมองว่าทำงานไม่เป็น แต่คนญี่ปุ่นที่บอกว่าทำงานหนักจนไม่ได้นอนจะถูกชื่นชม คนที่ทำงานได้นานหลายชั่วโมงหรือคนที่ยุ่งมากๆ ในญี่ปุ่นจะมีภาพลักษณ์ที่น่านับถือ สิ่งนี้เป็นข้อแตกต่างที่ผู้เขียนชี้ให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นต่างจากคนเยอรมัน แต่ก็ม้งสิ่งเหมือนกันด้านการบริหารเวลาของคนสองชาตินี้คือการตรงต่อเวลา ทั้งคนเยอรมันและคนญี่ปุ่นจะถึงที่นัดหมายก่อนเวลาประมาณ 10-15 นาทีเสมอ

คนเยอรมันรู้จักแบ่งเวลาในการทำงาน เมื่อถึงเวลาทำงานก็ทำเต็มที่ เมื่อถึงเวลาพักก็พักเต็มที่ ผู้เขียน ได้เขียนว่า ...“ลาพักร้อนต้องลาไปพักจริงๆ อย่าแบกงานไปทำที่ชายหาด”...แต่คนญี่ปุ่นยอมสละเวลาพักผ่อนส่วนตัวเพื่อหาความรู้เพิ่ม เพราะอยากเพิ่ม Productivity ในการทำงาน ข้อแตกต่างด้านการบริหารเวลา ตามที่หนังสือนี้บรรยาย ผู้อ่านจะรู้สึกได้ว่าผู้เขียนสนับสนุนให้คนญี่ปุ่นแบ่งเวลาพักจากงาน ให้เป็นการพักที่จริงจัง ซึ่งคงเป็นข้อมูลจริงของประสบการณ์ของผู้เขียนที่เป็นชาวญี่ปุ่นเองที่ได้เห็นว่าคนญี่ปุ่นทำงานหนักมาก ดังนั้นเขาจึงเห็นว่า หากเวลาลาพักร้อนของคนญี่ปุ่นได้พักอย่างเต็มที่เหมือนคนเยอรมัน วิธีนี้อาจจะเป็นการเพิ่ม Productivity ได้จริงๆ

บทที่ 4 ชื่อ การทำงานเป็นทีม บทนี้ อธิบายการทำงานเป็นทีมว่าเกิดขึ้นได้จากหัวหน้าหรือผู้บริหารก่อน ทั้งนี้เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กรด้วย เนื้อหาส่วนนี้เป็นสิ่งที่หัวหน้าหรือผู้บริหารของเยอรมันปฏิบัติอยู่ มี 10 หัวข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นความแตกต่างอย่างมากของหัวหน้าหรือผู้บริหารของเยอรมัน และของญี่ปุ่น

- เพิ่มความฉับไวในการทำงาน
- สำนักรับผิดชอบเรื่องงาน

- บางเวลาต้องถ่ายโอนอำนาจ
- ยิ่งเป็นข้อมูลไม่ดียิ่งต้องเปิดรับ
- รู้จักพลิกแพลงเวลาสั่งงาน
- ครึ่งชีวิตคือการจัดระเบียบ
- อย่าลังเลที่จะย้อนถามจนกว่าจะเข้าใจ
- เลขาฯ คือเพื่อนร่วมรบ
- ทำไมคนเยอรมันชอบดื่มในบริษัทตอน 5 โมงเย็นวันศุกร์
- ผูกไม่ตรีกับลูกค้า

ความฉับไวในการทำงาน ผู้เขียนอธิบายว่า ถ้าต้องการงานที่ไวขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเพิ่มทักษะของพนักงาน แล้วจึงส่งผลให้เพิ่ม Productivity ในการทำงาน หัวหน้าหรือผู้บริหารต้องทบทวนสภาพของทีมและการบริหารทีม ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดคือ “โครงสร้างบริษัท” การที่บริษัทมีลำดับชั้นการทำงานตามโครงสร้างมากเกินไป ส่งผลเสียต่อ Productivity หัวหน้าหรือผู้บริหารในบริษัทเยอรมันสนใจที่ประสิทธิภาพและความสามารถของพนักงานในการทำงาน สำนึกรับผิดชอบเรื่องงาน แต่บริษัทญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับระบบอาวุโส

งานในบริษัทญี่ปุ่นมีงานที่ไม่ได้ระบุรับผิดชอบจำนวนมาก เช่น งานถ่ายเอกสาร งานขนาน้ำชาให้ลูกค้า ซึ่งงานประเภทนี้จะลด Productivity ของคนที่ม้งานประจำอยู่แล้วและยังต้องมาทำหน้าที่นี้ ดังนั้น การกำหนดผู้รับผิดชอบในงานต่างๆ ทุกงานที่มีให้ชัดเจน ไม่อ้างว่า “ทำเพื่อทีม” หรือ “ทำเพื่อเพิ่มประสบการณ์” วิธีนี้จะช่วยเพิ่ม Productivity ได้

บางเวลาต้องถ่ายโอนอำนาจ หัวหน้าหรือผู้บริหารต้องให้อำนาจแก่ลูกน้องในการทำงานให้เสร็จ คนญี่ปุ่นมักคุ้นเคยกับความคิดที่ว่า “ขอปรึกษาหัวหน้าก่อน” แนวคิดนี้ทำให้งานเสร็จล่าช้า หัวหน้าหรือผู้บริหารควรเปิดใจให้อำนาจแก่ลูกน้องด้วย จึงจะเป็นวิธีการเพิ่ม Productivity

ผู้เขียนเน้นย้ำเกี่ยวกับข้อมูลที่ไม่ดี หัวหน้าหรือผู้บริหารยังต้องเปิดรับฟัง เพราะความผิดพลาดเกิดขึ้นได้ ไม่ใช่สิ่งต้องห้ามแต่เป็นความเสี่ยง ดังนั้นหากต้องการควบคุมความเสี่ยงต้องพร้อมรับฟังข้อมูลด้านไม่ดีเพราะเป็นเรื่องที่หัวหน้าหรือผู้บริหารของบริษัทต้องเตรียมพร้อมรับมือ คนเยอรมันถึงจะทำผลงานแย่งจะไม่ถูกไล่ออก แต่ถ้าเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลเสียต่อบริษัทแล้วพนักงานปิดบังเรื่องนั้น จะถูกไล่ออกทันที หัวหน้าหรือผู้บริหารต้องเข้าใจว่าพนักงานทำงานผิดพลาดได้ แต่ห้ามพนักงานปิดบังความผิดของงานที่ส่งผลเสียกับบริษัท

การสั่งงานของหัวหน้าหรือผู้บริหารเยอรมันชอบสื่อสารกันตรงๆ เวลาหัวหน้าสั่งงานลูกน้องมักจะถามว่า “ทำไมต้องทำเรื่องนี้” “งานนี้ต้องทำเมื่อไหร่” “เป้าหมายของงานนี้คืออะไร” หัวหน้าหรือผู้บริหารต้องเปิดโอกาสให้พนักงานถามจนกว่าจะเข้าใจ

การมีระบบของเยอรมันซึ่งเกิดจากการจัดระเบียบอยู่เสมอทำให้ไม่เสียเวลาหาของที่ต้องการ การมีระบบจึงเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทของเยอรมันมีระบบแชร์ข้อมูลภายในองค์กรระหว่าง

แผนกต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลลูกค้าและการขาย ทุกแผนกทราบถึงปัญหาของลูกค้า หรือปัญหาของสินค้าและบริการต่างๆ วิธีนี้จะช่วยให้แผนกต่างๆ รู้ข้อมูลของกันและกัน และเป็นประโยชน์สำหรับการส่งมอบงานให้พนักงานใหม่ด้วย หัวข้อนี้ผู้เขียนใช้ภาษาว่า ..“ควรมีระบบแชร์ข้อมูล”...ในลักษณะเป็นการแนะนำว่าหากต้องการเพิ่ม Productivity บริษัทของญี่ปุ่นควรปรับปรุงทุกๆ เรื่องให้มีระบบ

ผู้เขียนให้ความสนใจกับความแตกต่างของหน้าที่เลขานุการ ว่าในบริษัทเยอรมันนั้นเลขาคือเพื่อนร่วมรบของทุกฝ่ายในบริษัทของเยอรมัน เลขาคือ ไม่ใช่ตำแหน่งผู้ช่วยผู้บริหาร ที่ทำงานให้หัวหน้าหรือผู้บริหารเพียงคนเดียว แต่เลขาคือจะเป็นผู้ช่วยประจำทีม ทราบเรื่องต่างๆ ของสมาชิกภายในทีม เป็นตำแหน่งที่ Support ทีมงานทุกฝ่าย จึงเป็นตำแหน่งที่ขาดไม่ได้ในบริษัท

เวลาเลิกงานคนเยอรมันชอบสังสรรค์กันเองภายในบริษัท ตอน 5 โมงเย็นวันศุกร์ ประมาณ 1 ชั่วโมง ก่อนกลับบ้านไปหาครอบครัว

ลักษณะของการผูกมิตรกับลูกค้าของบริษัทญี่ปุ่นและเยอรมันก็ต่างกัน ญี่ปุ่นตีกอล์ฟกับลูกค้าเพื่อสานสัมพันธ์และทำธุรกิจ ส่วนเยอรมันตีกอล์ฟกับลูกค้าเพื่อสังสรรค์

บทนี้จึงเป็นบทบาทของหัวหน้าหรือผู้บริหาร ที่ผู้เขียนสื่อให้เห็นว่าหากปรับปรุงเหมือนคนเยอรมันได้ จะทำให้เพิ่ม Productivity ได้

บทที่ 5 ชื่อ การใช้ชีวิต บทนี้ผู้เขียนกล่าวถึงสังคมทั่วไปของคนญี่ปุ่น และคนเยอรมัน มี 7 หัวข้อซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแนะนำการใช้ชีวิตในที่ทำงาน ดังนี้

- วิธีช่วยให้พนักงานทำงานง่ายขึ้น
- วางสมาร์ตโฟนแล้วไปเดินเล่นกัน
- ครอบครัวมาเป็นทีหนึ่ง
- จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดี
- มีน้ำใจให้มากขึ้น
- ยอมรับวิธีทำงานที่หลากหลาย
- อย่าเอาชีวิตไปเกาะติดกับที่ทำงาน

ผู้เขียนยกตัวอย่างหลายเรื่องราว กล่าวโดยสรุปคือ ประเทศญี่ปุ่นกำลังเผชิญปัญหาสังคมผู้สูงอายุ ในสังคมทั่วประเทศมีประชาชนผู้สูงอายุจำนวนมาก ประชาชนดำรงชีวิตตามทางสังคมที่กำหนด หากสิ่งที่ยากทำไม่เจอ ดำรงชีวิตแบบต่างคนต่างอยู่ได้คะแนนความใจกว้างต่ำ พนักงานทำงานหนักไม่ค่อยลางานหรือกลับก่อนเวลา จะทำอะไรก็มักเครียดตาคนรอบข้าง ผู้เขียนเสนอแนะให้ปรับปรุงด้วยการให้พนักงานลาหยุดเพื่อไปท่องเที่ยวสูดอากาศบริสุทธิ์บ้าง จัดสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดี และมีน้ำใจต่อผู้อื่นให้มากขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบกับคนเยอรมัน ผู้เขียนบรรยายการใช้ชีวิตของคนเยอรมัน สรุปว่า ประเทศเยอรมันมีระบบบำนาญที่สมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว คนเยอรมันเลือกทางเดินชีวิตได้หลายทาง ชีวิตประจำวันจะเป็นไปตามที่พอใจไม่ค่อยย่ำแย่แต่มีน้ำใจต่อผู้อื่น เวลาทำงานจะจริงจังแต่แยก

เวลางานกับเวลาส่วนตัวชัดเจน เมื่อเลิกงานกลับบ้านทันที ทุกคนเป็นตัวของตัวเอง ถือคติ ฉันก็คือฉัน ผู้เขียนจึงแนะนำให้คนญี่ปุ่นเปิดใจกับวิธีทำงานที่หลากหลาย ไม่เอาชีวิตไปเกาะติดกับที่ทำงาน ออกไปสนุก ทำสิ่งที่อยากทำบ้าง

บทสรุป ชื่อ 7 เทคนิคทำงานเก่งทันทีตั้งแต่วันพรุ่งนี้ เป็นการสรุปว่าหากคนญี่ปุ่นต้องการเพิ่ม Productivity ควรปรับปรุง 7 อย่างนี้ ให้เหมือนคนเยอรมัน ได้แก่

- คุยงานแบบตัวต่อตัว
- ตั้งเป้าหมายการประชุม
- ตัดสินใจวันนี้ ลงมือทำพรุ่งนี้
- ลิสต์(list) งาน 3 อย่างของวันนี้
- ลองประชุมนอกสถานที่
- เปลี่ยนเส้นทางจากกลับบ้าน
- หาเวลาให้ตัวเอง

หนังสือเล่มนี้ทำให้ได้เรียนรู้ วิธีคิด การทำงาน และการใช้ชีวิตของ 2 ชาตินี้ คือญี่ปุ่น และเยอรมันนี้ ในเล่มเดียว ผู้เขียนเป็นคนญี่ปุ่นจึงมองเห็นทั้งเรื่องที่ดีและไม่ดีเชิงลึกในสังคมทำงานของคนญี่ปุ่นเอง การเปรียบเทียบกับคนเยอรมันนั้นไม่ใช่เป็นการหาเรื่องจับผิดการทำงานของคนญี่ปุ่น แต่ผู้เขียนพยายามอธิบายรายละเอียดอย่างนุ่มนวล เพื่อต้องการให้คนญี่ปุ่นปรับตัวให้ทันตามโลกยุคใหม่ ทั้งนี้ประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยเป็นประเทศตะวันออก ที่มีวัฒนธรรมและความคิดบางอย่างคล้ายกัน นิสัยหลายอย่างของสังคมคนญี่ปุ่นก็คล้ายสังคมคนไทยและแถบเอเชียหลายประเทศ ซึ่งผู้อ่านสามารถเอาข้อดีของคนญี่ปุ่นและของคนเยอรมันมาปรับใช้เพื่อเพิ่ม Productivity หรือประสิทธิภาพของตนให้มากขึ้นได้ โดยรวมจึงเป็นหนังสือที่ดีสำหรับพัฒนาตนเองเพื่อความเจริญก้าวหน้าของตนเอง ซึ่งจะได้ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคมประเทศไทยต่อไป

รูปแบบการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการเชาร์อีสท์บางกอก(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

การเตรียมต้นฉบับ

1. ความยาวของบทความ 10 - 15 หน้า รวมเอกสารอ้างอิง
2. ใช้กระดาษขนาด A4 (พิเศษ) (8 X 11.5 นิ้ว) พิมพ์หน้าเดียว พิมพ์ด้วย Microsoft word for windows เวอร์ชันที่นิยมใช้ในปัจจุบัน การตั้งค่าหน้ากระดาษระยะขอบบน 1.25 นิ้ว หรือ 3.17 ซม. ขอบซ้าย 1.5 นิ้ว หรือ 3.81 ซม. ขอบล่างและขอบขวา 1 นิ้ว หรือ 2.54 ซม.
3. เนื้อหาทั้งหมดพิมพ์ 1 คอลัมน์
4. พิมพ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้อักษรแบบ “TH Sarabun New”

ข้อความ	ขนาด	ชนิด
ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)	18 (CT)	ตัวหนา
ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ-ตัวพิมพ์ใหญ่)	16 (CT)	ตัวหนา
ชื่อผู้เขียน	14 (RJ)	ตัวหนา
ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียน (เชิงอรรถ)	14 (LJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อบทคัดย่อ/Abstract	16 (LJ)	ตัวหนา
เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract	16 (LRJ)	ตัวธรรมดา
คำสำคัญ/Keywords	16 (LJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อเรื่อง	16 (LJ)	ตัวหนา
หัวข้อย่อย	16 (LJ)	ตัวหนา
เนื้อเรื่อง	16 (LRJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อเอกสารอ้างอิง	16 (CT)	ตัวหนา
เนื้อหาเอกสารอ้างอิง	16 (LJ)	ตัวธรรมดา
ตารางที่ (ระบุไว้บนตาราง)	16 (LJ)	ตัวหนา
ชื่อรูป ชื่อแผนภูมิ (ระบุชื่อไว้ได้รูป แผนภูมิ)	14 (CT)	ตัวหนา
เชิงอรรถ	14 (LJ)	ตัวธรรมดา

CT = Centre Text, LJ = Left Justified, RJ = Right Justified, LRJ = Left & Right Justified

5. การใช้ภาษาไทยให้ยึดหลักการใช้คำศัพท์และการเขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน ให้หลีกเลี่ยงการเขียนภาษาอังกฤษปนไทยในข้อความ ยกเว้นกรณีจำเป็น เช่น คำศัพท์ทางวิชาการที่ไม่มีคำแปล หรือคำที่ใช้แล้วทำให้เข้าใจง่ายขึ้น คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่เขียนปนภาษาไทยให้ใช้ตัวเล็กทั้งหมด ยกเว้นชื่อเฉพาะ

การเรียงลำดับเนื้อหา (บทความวิจัย)

1. ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับที่เป็นภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน (Author) ให้ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ชื่อ นามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ตำแหน่ง หน่วยงานต้นสังกัด ถ้าผู้เขียนเป็นนักศึกษา ให้ระบุสถานภาพเป็นนักศึกษา พร้อมทั้ง e-mail ของทุกคน
3. บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกินอย่างละ 20 บรรทัด
4. คำสำคัญ (Keywords) กำหนดคำสำคัญที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ทำคำค้นในระบบฐานข้อมูลที่คิดว่าผู้ที่จะค้นหาคำนี้ควรใช้ ให้ระบุทั้งคำภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษาอย่างละไม่เกิน 5 คำ
5. บทนำ (Introduction) อธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาและเหตุผลที่นำไปสู่การศึกษาวิจัย ให้ข้อมูลทางวิชาการที่มีการตรวจเอกสาร (Literature Review) รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย
6. วิธีการวิจัยหรือระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) อธิบายกระบวนการดำเนินการวิจัย โดยบอกรายละเอียดของวิธีการศึกษา จำนวน ลักษณะเฉพาะของตัวอย่างที่ศึกษา ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา อธิบายแบบแผนการวิจัย การเลือกตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้
7. ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการวิจัยอย่างชัดเจนตรงประเด็นตามลำดับขั้นตอนของการวิจัย ถ้าผลไม่ซับซ้อนและตัวเลขไม่มาก ควรใช้คำบรรยาย แต่ถ้ามีตัวเลขหรือตัวแปรมากควรใช้ตารางหรือแผนภูมิแทน โดยไม่ควรมีเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิ โดยต้องมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบและสรุปเทียบกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ (ถ้ามี)
8. การสรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion) เป็นการชี้แจงผลการวิจัยว่าตรงกับวัตถุประสงค์/สมมุติฐานของการวิจัย สอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลการวิจัยของผู้อื่นที่มีอยู่ก่อนหรือไม่ อย่างไร เหตุผลใดจึงเป็นเช่นนั้น และให้จบด้วยข้อเสนอแนะที่จะนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือทั้งประเด็นคำถามการวิจัย ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยต่อไป
9. เอกสารอ้างอิง (Reference)

การเรียงลำดับเนื้อหา (บทความวิชาการ)

1. ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับที่เป็นภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ

2. ชื่อผู้เขียน (Author) ให้ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ชื่อ นามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ตำแหน่ง หน่วยงานต้นสังกัด ถ้าผู้เขียนเป็นนักศึกษา ให้ระบุสถานภาพเป็นนักศึกษาพร้อมทั้ง e-mail ของทุกคน
3. บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน อย่างละ 20 บรรทัด
4. คำสำคัญ (Keywords) กำหนดคำสำคัญที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ทำคำค้นในระบบฐานข้อมูลที่คิดว่าผู้ที่จะค้นหาบทความนี้ควรใช้ ให้ระบุทั้งคำภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษา อย่างละไม่เกิน 5 คำ
5. เนื้อเรื่อง (Content) ประกอบด้วย ส่วนนำหรือบทนำ เนื้อหา และส่วนสรุป
6. เอกสารอ้างอิง (Reference)

การอ้างอิง

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

ใช้การอ้างอิงแบบนาม-ปี (Author-date In-text Citation) โดยเอกสารภาษาไทยให้ใช้ชื่อตัว ชื่อสกุล, ปีพ.ศ.ที่พิมพ์ เช่น (อมร รักษาสัตย์, 2540) กรณีผู้เขียนมากกว่า 2 คน ใช้ชื่อผู้เขียนคนแรก คนที่สอง และคนที่สาม เช่น (กันยา สุวรรณแสง, กอบกวี ชื่นรักสกุล, และดวงรัตน์ คูหเจริญ, 2552) การอ้างอิงเอกสารภาษาอังกฤษให้ใช้ชื่อสกุล, ปีค.ศ.ที่พิมพ์ เช่น (Chandler, 2001) กรณีผู้เขียนมากกว่า 2 คน ใช้ (Russell, Richard, & Barnett, 2004)

2. เอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) ให้มีจำนวนไม่เกิน 15 รายการเท่านั้น ตามที่อ้างอิงไว้ในเนื้อหา ใช้รูปแบบการเขียนเช่นเดียวกับการเขียนบรรณานุกรม ดังนี้

2.1 เขียนรายการอ้างอิงทั้งภาษาไทยหรือภาษาอื่น พร้อมทั้งแปลลงภาษาด้วย (ตามตัวอย่างวิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ)

2.2 รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA ดังต่อไปนี้

หนังสือ

รูปแบบ	ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/ครั้งที่พิมพ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./ สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	กิริติ บุญเจือ. (2547). <i>ตรรกวิทยาทั่วไป</i> (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
ผู้แต่ง 2 คน	ลลนา ศิริเจริญ, และสมาลี นิมานภาพ. (2540). <i>ความรู้ทั่วไปทางภาษาไทย</i> (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
ผู้แต่ง 3-6 คน	ผู้แต่ง1, ผู้แต่ง2, ผู้แต่ง3, ผู้แต่ง4, ผู้แต่ง5, และผู้แต่ง6. (ปีที่พิมพ์). <i>ชื่อเรื่อง</i> . สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 7 คนขึ้นไป	ผู้แต่ง1, ผู้แต่ง2, ผู้แต่ง3, ผู้แต่ง4, ผู้แต่ง5, ผู้แต่ง6,...ผู้แต่งคนสุดท้าย. (ปีที่พิมพ์). <i>ชื่อเรื่อง</i> . สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ผู้รวบรวมหรือ บรรณาธิการ	คะนิง จันทรศิริ. (ผู้รวบรวม). (2547). <i>ประดิษฐ์เศษวัสดุ</i> . กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
หนังสือแปล	ปาร์กเกอร์, อาร์. บี. (2552). <i>ศพคนดัง</i> [High profile] (อิสริยา ชมภูผล, ผู้ แปล). กรุงเทพฯ: นกฮูก พับลิชชิง.
ผู้แต่งเป็นสถาบัน เช่น หน่วยราชการ สถาบันการศึกษา	สำนักนายกรัฐมนตรี. กรมประชาสัมพันธ์. (2547). <i>นามสงเคราะห์ส่วน ราชการ</i> . กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.
ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง	<i>ข้อขัดแย้งเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย</i> . (2547). กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
ไม่ปรากฏเมืองที่พิมพ์ / สำนักพิมพ์ หรือไม่ปรากฏ ปีที่พิมพ์	เมืองให้ใส่ (ม.ป.ท.) สำนักพิมพ์ให้ใส่ (ม.ป.พ.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.p.) สำหรับภาษาต่างประเทศ ปีให้ใส่ (ม.ป.ป.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.d.) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ <i>ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร</i> . (พิมพ์ครั้งที่ 3). (ม.ป.ป.). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

วารสาร

รูปแบบ	ผู้แต่ง/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า.
	ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2545). เด็กกับสังคม. <i>มติชนสุดสัปดาห์</i> , 10(125), 25-28.

หนังสือพิมพ์

รูปแบบ	ผู้แต่ง/(ปี, วันที่ เดือน)/ชื่อบทความ/ชื่อหนังสือพิมพ์/เลขหน้า.
	เกษม สิริสัมพันธ์. (2541, 3 เมษายน). อย่าทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่. <i>สยามรัฐ</i> , น. 5-6, 14.

วิทยานิพนธ์

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อวิทยานิพนธ์/(ระดับวิทยานิพนธ์/ ชื่อมหาวิทยาลัย).
	วรุณี อุดมศิลป์. (2543). <i>ศิลปการประพันธ์เรื่องภายในนวนิยายของ มาร์เกอร์ดิเยอร์เซอร์นาร์</i> . (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

บทความในหนังสือ

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ใน หรือ In/ชื่อบรรณาธิการ/ (บรรณาธิการ หรือ Ed. หรือ Eds.)/ชื่อหนังสือ/(ครั้งที่พิมพ์)/ (เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด)/สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.
	เสาวณีย์ จำเดิมแผ่เจดีย์. (2534). การรักษาภาวะจับหัดเฉียบพลันในเด็ก. ใน สมศักดิ์ โล่ห์เลขา, ชลรัตน์ ติเรกวัดนชัย และมนตรี ตูจันดา (บรรณาธิการ), <i>อิมมูโนวิทยาทางคลินิกและโรคมุมิแพ้</i> (น.99-103). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมกุมาร แพทย์แห่งประเทศไทย.

บทความจากวารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ	ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)./เลขหน้า-เลขหน้า./ URLของวารสาร
	William, J. (2008). The victim of crime. <i>Sociology Review</i> , 17(4), 30-32. Retrieved from http://www.philipalan.co.uk/sociologyreview/index.html .

อินเทอร์เน็ต : เว็บไซต์

รูปแบบ	ผู้แต่ง./ (ปี)./ชื่อบทความ./สืบค้น/วัน/เดือน/ปี./จาก/URLของเว็บไซต์
	จอมจักร จันทรสกุล. (2546). โรคสะกดเงิน. สืบค้น 28 ตุลาคม 2547, จาก http://www.thaiheath.net/h/article239.html .

การสัมภาษณ์

รูปแบบ	ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี, วันที่ เดือน)./ตำแหน่ง(ถ้ามี)/[บทสัมภาษณ์].
	จันทมนิ เนียมสกุล. (2559, 9 กุมภาพันธ์). ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลกุลบุตร [บทสัมภาษณ์].

วิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

(TH Sarabun New 16 Point ตัวหนา กึ่งกลางหน้า)

(เอกสารอ้างอิงจำนวนไม่เกิน 15 รายการเฉพาะที่ปรากฏในบทความเท่านั้น ใช้รูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA Style)

.....(TH Sarabun New 16 Point).....

(เอกสารอ้างอิงภาษาไทย และภาษาอื่นๆให้แปลเป็นภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA Style โดยเฉพาะเอกสารอ้างอิงภาษาไทย ต้องทำให้เป็น Thai Romanization (การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมัน) และแสดงภาษาอังกฤษในวงเล็บเหลี่ยม [...])

(การทำ Romanization ยึดตามหลักสากลโดยใช้เกณฑ์ของ Library of congress สำหรับการเขียน Thai Romanization ให้ใช้โปรแกรมแปลงสำเนา ที่พัฒนาโดย NECTEC ที่ <http://164.115.23.167/plangsarn/index.php>)

.....(TH Sarabun New 16 Point).....

(ตัวอย่างวิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ)

เอกสารอ้างอิง

(เรียงลำดับตามตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวแรก เรียงลำดับรวมกันทั้งรายการอ้างอิงของไทยและต่างประเทศ)

- แปล Academic Standards Group. (2019). *Sarup phonlaka rōdam noēn ngān saha kit suksā læ kān fuk padibat ngān pīkānsuksā 2 5 6 1*. [Year book of Cooperative Education and internship in Academics Year 2018]. Bangkok, Thailand: Southeast Bangkok College.
- กลุ่มงานมาตรฐานวิชาการ. (2562). *สรุปผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาและการฝึกปฏิบัติงานปี การศึกษา 2561*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- Bergmann, J. and Sams, A. (2012). *Flip the Classroom*, International Society for Technology in Education, Washington DC., USA: Google Scholar.
- แปล Limratanamongkol, P. and Vicheanpanya, J. (2013). *Patchai hæng khwāmsamret khōng kān rian ‘ōnlai khōng phū rian mahawitthayalai sai bōe Thai*. [Critical Success Factor of Online Learning Toward Student of Thai Cyber University Project]. *Rangsit Information Journal*, 19(2), 54-63.
- พชร ลิ้มรัตนมงคล และ จิรัชฌา วิเชียรปัญญา. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*. 19(2), 54-63.
- แปล Office of the Higher Education Commission. (2018). *Phæñ ‘udomsuksā raya yāo yīsip pī (Phō.Sō.2561-2580)*. [The Long Plan of High Education for 20 Years. (B.C.2018-2037)]. Retrieved July 14, 2020, from <http://www.mua.go.th/users/bpp/main/download/plan/plan20yrs.pdf>.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)*. กรุงเทพฯ :กระทรวงศึกษาธิการ. สืบค้น 14 ก.ค.63 จาก <http://www.mua.go.th/users/bpp/main/download/plan/plan20yrs.pdf>.
- แปล Pinyosinwat, P. (2020). *Chatkān rian kānsōn yāngrai nai sathanakān khō wit - sipkāo : chāk botrian tāngprathet sū kānchatkān rianrū khōng Thai*. [How to Learn in COVID-19: Lesson Learn from Foreign towards Thai Learning]. Retrieved August 27, 2020, from <https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic>
- ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์. (2563). *จัดการเรียนการสอนอย่างไรในสถานการณ์โควิด-19: จากบทเรียนต่างประเทศสู่การจัดการเรียนรู้ของไทย*. สืบค้น 27 ส.ค.63 จาก

<https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic>

- แปล Sutthaso, W. (2016). Thaksa kanriānru nai satawat thī yīsip'et : khwām thāthāi khōng mahāwitthayālai rāṭchaphat wārasān wichākān mahāwitthayālai rāṭchaphat Phra Nakhoṅ. [Century Learning Skills : Challenges of the Rajbhat University]. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 7(2), 149-156.
- วิษยานนท์ สุทธิโส (2559). ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 : ความท้าทายของมหาวิทยาลัยราชภัฏวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 7(2), 149-156.

การส่งบทความ

1. ผู้สนใจตีพิมพ์บทความสามารถส่งบทความ ที่ประกอบด้วย แบบฟอร์มการส่งบทความ และ บทความที่มีหัวข้อตามแบบฟอร์มของบทความซึ่งสามารถ download ได้จาก http://www.southeast.ac.th/SBC_Journal/index.html ถึงกองบรรณาธิการวารสารได้โดยช่องทาง ดังนี้
 - 1.1 จัดส่งผ่านระบบ ThaiJO2 โดยลงทะเบียนเข้าระบบได้ที่ https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal
 - 1.2 จัดส่งทางอีเมลมาที่ SBJournal@southeast.ac.th
 - 1.3 จัดส่งทางไปรษณีย์ถึง :-

กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
298 ถนนสรรพาวุธ แขวง/เขตบางนา
กรุงเทพฯ 10260 (วงเล็บมุมซอง “วารสารวิชาการ”)
 - 1.4 สอบถามรายละเอียดได้ที่ กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ โทร. 0-2744-7356 ถึง 65 ต่อ 186, 187
2. กองบรรณาธิการจะนำบทความที่ท่านส่งมาเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมสำหรับตีพิมพ์ในวารสารฯ ในกรณีผลการประเมินระบุให้ต้องปรับปรุงหรือแก้ไข ผู้เขียนจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 15 วัน นับจากวันที่ได้รับผลการประเมินบทความ

แบบฟอร์มการส่ง □บทความวิจัย หรือ □บทความวิชาการ (โปรดใส่เครื่องหมายใน□)

เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเชาร์อีสท์บางกอก

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ)
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. ชื่อบทความ (ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

4. ชื่อผู้เขียนทุกคน

4.1 (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ) (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ)e-mail.....โทร.....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน. (ภาษาไทย).....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน(ภาษาอังกฤษ)

4.2 (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ) (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ)e-mail.....โทร.....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน. (ภาษาไทย).....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน(ภาษาอังกฤษ)

5. ชื่อ ที่อยู่ และหน่วยงานที่สามารถติดต่อได้สะดวก

.....

.....

โทรศัพท์e-mail

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม(ถ้ามี)ขอรับรองว่า บทความเรื่องที่น่าเสนอนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารเล่มใดมาก่อน และขอให้ความยินยอมในบทความเรื่องดังกล่าวที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเชาร์อีสท์บางกอก(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ซึ่งหากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยินยอมรับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียว โดยบทความเรื่องที่น่าส่งนี้จะต้องได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตามหลักเกณฑ์ที่กองบรรณาธิการกำหนด และในกรณีที่ข้าพเจ้าถอนบทความที่น่าเสนอก่อนจะได้รับ การตีพิมพ์ ข้าพเจ้ายินยอมเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการประเมินบทความดังกล่าว

ลงชื่อ

(.....)

แบบฟอร์มการชำระเงิน

วารสารวิชาการเชอร์อีสท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์(Online)

ชื่อ (นาย, นาง, นางสาว).....นามสกุล.....
ที่อยู่เลขที่..... ถนน.....ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... FaxE-mail
Line ID.....

☐ สมัครสมาชิกและ ชำระค่าตีพิมพ์บทความ (Reader & Author)

ในวารสารวิชาการเชอร์อีสท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Southeast Bangkok Journal)

จำนวน 4,000 บาท/1 บทความ (ตามประกาศของมหาวิทยาลัยตั้งแต่ 1 ก.ค. 2567)

ขอส่งบทความของข้าพเจ้าจำนวนบทความ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น.....บาท
(.....)

โดยโอนเงินเข้าบัญชี ธนาคารกรุงไทย
ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยเชอร์อีสท์บางกอก
เลขที่บัญชี 180-6-00678-2

ลงชื่อผู้สมัคร/เจ้าของบทความ.....
(.....)

วันที่...../...../.....

กรุณาส่งแบบฟอร์มการชำระเงินพร้อมสำเนาหลักฐานการโอนเงินไปที่

e-mail : SBJournal@southeast.ac.th

หรือทางไปรษณีย์ ส่ง กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชอร์อีสท์บางกอก

298 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา

กรุงเทพฯ 10260 (วงเล็บมุมของ “วารสารวิชาการ”)

โทร. 027447356 ถึง 65 ต่อ 186, 187

หมายเหตุ กองบรรณาธิการจะไม่มีการจ่ายเงินทุกประเภท และขอสงวนสิทธิ์การตีพิมพ์บทความที่
ยังไม่มีหลักฐานการโอนเงิน