Southeast Bangkok University

SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL

(Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568
Vol.11 No.2 : July - December 2025
2025

ISSN 2697 6595 (Online)
www.southeast.ac.th
วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2568

ISSN 2697- 6595 (Online)

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

เจ้าของ : มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความทางวิชาการ บทความวิจัยในศาสตร์ของมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งบทความภาษาไทย และบทความภาษาอังกฤษ จากบุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการนำเสนอบทความ
   - ด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts and Humanities)
   - ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี (Business, Management and Accounting)
   - ด้านสังคมศาสตร์ (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

ทัศนะหรือความคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกฉบับนี้เป็นของผู้เขียน โดยเฉพาะ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก บรรณาธิการและคณะผู้จัดทำ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขถ้อยคำหรือเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบในทางกฎหมาย

SOUTHEAST
BANGKOK JOURNAL
(Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2568 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.จารุวรรณ ขำเพชร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา เทพสิงห์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	ผู้ช่วยรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ไชยูปถัมภ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ฝ่ายจัดการวารสารและพิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ญาณวัฒน์ พลอยเทศ	ดร.ภัทรดา รุ่งเรือง
ดร.โศจิลักษณ์ กมลศักดาวิกุล	อาจารย์เยาวภานี รอดเพ็ชร
อาจารย์ชนม์ธิดา ยศปัน	นางสาวพัชรินทร์ ยั่งยืน

นางสาวขวัญชนก อาสาธะนา

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review)

ด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts and Humanities)

ลำดับ	รายชื่อ	สังกัด
1.	รศ.ดร.ชุติมา ธรรมรักษา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2.	รศ.ดร.สำราญ ผลดี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
3.	รศ.เสาวภา วิชาดี	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
4.	ผศ.ดร.ขจิตา ศรีพุ่ม	มหาวิทยาลัยบูรพา
5.	ผศ.ดร.ฐิติวรดา พลเยื่อม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
6.	ผศ.ดร.ณัฐกันต์ สุขชื่น	มหาวิทยาลัยรังสิต
7.	ผศ.ดร.ณัฐติญา บุญวิรัตน์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
8.	ผศ.ดร.นักรบ นาคสุวรรณ์	วิทยาลัยดุสิตธานี
9.	ผศ.ดร.บรรเจิด จงอภิรัตนกุล	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
10.	ผศ.ดร.ปรณัฐ กิจรุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยศิลปากร
11.	ผศ.ดร.พิชามญชุ์ จำรัสศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
12.	ผศ.ดร.ลดาวัลย์ วัฒนบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
13.	ผศ.ดร.ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
14.	ผศ.ดร.สุธาทิพย์ งามนิล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
15.	ผศ.ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
16.	ผศ.ดร.อธิป 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 พรชัยทิวัตถ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
4.	รศ.ดร.เชาว์ โรจน์แสง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช
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 อภิบุณโยภาส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
10.	รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

11.	รศ.ดร.ภทรวรรณ แสงนวกิจ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
12.	รศ.ดร.ราณี อิสิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
13.	รศ.ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
14.	รศ.ดร.วุฒิชาติ สุนทรสมัย	มหาวิทยาลัยบูรพา
15.	รศ.ดร.ศิลปพร ศรีจั่นเพชร	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.	ผศ.ดร.อนุชา ม่วงใหญ่	โรงเรียนนายเรือ กองทัพเรือ
22.	รศ.นภาพร ณ เชียงใหม่	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
23.	รศ.ศิริ ภู่พงษ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
24.	ผศ.ดร.กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
25.	ผศ.ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
26.	ผศ.ดร.กีรติ สุลักษณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
27.	ผศ.ดร.ก่อพงษ์ พลโยราช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
28.	ผศ.ดร.เกศรา สุกเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
29.	ผศ.ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
30.	ผศ.ดร.จิรวรรณ ดีประเสริฐ	วิทยาลัยการบินนานาชาติ มหาวิทยาลัยนครพนม
31.	ผศ.ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
32.	ผศ.ดร.ฉัตยาพร เสมอใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
33.	ผศ.ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
34.	ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ วิเศษ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
35.	ผศ.ดร.ดารารัตน์ สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
36.	ผศ.ดร.ดลยา จาตุรงคกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
37.	ผศ.ดร.ดลฤทัย โกวรรธนะกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
38.	ผศ.ดร.นฤมล จิตรเอื้อ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39.	ผศ.ดร.นฤมล สุ่นสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
40.	ผศ.ดร.ปณต อัศวชัย	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
41.	ผศ.ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
42.	ผศ.ดร.พรวรรณ นันทแพศย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

43.	ผศ.ดร.พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
44.	ผศ.ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม	มหาวิทยาลัยรังสิต
45.	ผศ.ดร.เพียงเดือน เกิดอำแพง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
46.	ผศ.ดร.ยุพาพิน อติกานต์กุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
47.	ผศ.ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
48.	ผศ.ดร.วิชชุลดา เวชกูล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
49.	ผศ.ดร.วีระพันธ์ พ่อค้า	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
50.	ผศ.ดร.วีระพันธ์ อนันชัยธวัช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
51.	ผศ.ดร.ศักดิ์ชัย เศรษฐ์อนวัช	มหาวิทยาลัยบูรพา
52.	ผศ.ดร.ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
53.	ผศ.ดร.เสนีย์ พวงยาณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
54.	ผศ.ดร.สมศักดิ์ ตันตาศนี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
55.	ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
56.	ผศ.ดร.อภิญญา อิงอาจ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
57.	ผศ.ดร.อภิศักดิ์ คู่กระสังข์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
58.	ผศ.ดร.อนุพงษ์ อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
59.	ผศ.ดร.อำภาศรี พ่อค้า	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
60.	ผศ.ดร.อุทิศ เสือแก้ว	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

ด้านสังคมศาสตร์ (Social Sciences)

ลำดับ	**รายชื่อ**	**สังกัด**
1.	รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ	มหาวิทยาลัยรังสิต
2.	รศ.ดร.กานต์ เนตรกลาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
3.	รศ.ดร.การุณย์ ประทุม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
4.	รศ.ดร.กิจบดี ก้องเบญจภุช	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
5.	รศ.ดร.ชุติมา วัฒนะคีรี	มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
6.	รศ.ดร.ดวงตา สราญรมย์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
7.	รศ.ดร.ตุลญา โรจน์ทังคำ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
8.	รศ.ดร.บัญชา วิทยอนันต์	วิทยาลัยนครราชสีมา
9.	รศ.ดร.บุญทิพย์ สิริธรังศรี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
10.	รศ.ดร.พนารัตน์ มาศฉมาดล	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
11.	รศ.ดร.ภารดี อนันต์นาวี	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

12.	รศ.ดร.โยธิน แสวงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
13.	รศ.ดร.วรรณดี สุทธินรากร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
14.	รศ.ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
15.	รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
16.	รศ.ดร.วีระศักดิ์ ชมภูคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
17.	รศ.ดร.อมรรัตน์ กุลสุจริต	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
18.	รศ.พัฒนะ เรือนใจดี	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
19.	รศ.รุ่งฤดี แผลงศร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
20.	ผศ.ดร.กริช ภูญียามา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
21.	ผศ.ดร.ขนิษฐา สุขสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
22.	ผศ.ดร.จตุพล ยงศร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
23.	ผศ.ดร.ฉันทนา ปาปัดถา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
24.	ผศ.ดร.ฐิติมา โห้ลำยอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
25.	ผศ.ดร.ฐิติวรดา พลเยี่ยม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
26.	ผศ.ดร.ณัฏฐพงศ์ จันทร์อยู่	มหาวิทยาลัยมหิดล
27.	ผศ.ดร.ณัฐพัชร์ เพ็ชรอาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
28.	ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ วิเศษ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
29.	ผศ.ดร.ทรงยศ แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
30.	ผศ.ดร.ธนายุส ธนนิติ	มหาวิทยาลัยมหิดล
31.	ผศ.ดร.ธิติ ไวกวี	มหาวิทยาลัยพะเยา
32.	ผศ.ดร.นฤมล จิตรเอื้อ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
33.	ผศ.ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
34.	ผศ.ดร.บัญชา เกียรติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
35.	ผศ.ดร.ปรณัฐกิจ รุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยศิลปากร
36.	ผศ.ดร.พัชรวรรณ นุชประยูร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
37.	ผศ.ดร.พัชราภา เอื้ออมรวนิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
38.	ผศ.ดร.พันคม ศรีบุญลือ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
39.	ผศ.ดร.พันธุ์ทิพย์ นวานุช	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
40.	ผศ.ดร.พิชิต รัชตพิบุลภพ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
41.	ผศ.ดร.เพชราวลัย ถิระวณัฐพงศ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
42.	ผศ.ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
43.	ผศ.ดร.รณกรณ์ บุญมี	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

44.	ผศ.ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
45.	ผศ.ดร.ลัดดา หวังภาษิต	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
46.	ผศ.ดร.สัจจวัฒน์ เรื่องกาญจน์กุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
47.	ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
48.	ผศ.ดร.สุดารัตน์ สารสว่าง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
49.	ผศ.ดร.สุธาทิพย์ งามนิล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
50.	ผศ.ดร.สุรีพร อนุศาสนันท์	มหาวิทยาลัยบูรพา
51.	ผศ.ดร.สุวิมล พิชญไพบูลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
52.	ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
53.	ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
54.	ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
55.	ผศ.ดร.อัครเดช มณีภาค	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
56.	ผศ.โกญจนาท เจริญสุข	สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค
57.	ผศ.ธีรศักดิ์ ลีละพัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
58.	พ.อ.ดร.เสนีย์ พรหมวิวัฒน์	กรมพระธรรมนูญ
59.	รต.ดร.กมลภพ แก้วศรี	มหาวิทยาลัยธนบุรี

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ฉบับปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2568) นำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการที่หลากหลายความรู้ทั้งด้านการตลาด การท่องเที่ยว อาทิ บทความวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บทความวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจการค้าปลีก บทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ บทความวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี และยังมีบทความวิจัยการประกันคุณภาพการศึกษา บทความวิจัยปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษในมหาวิทยาลัย รวมทั้งบทความวิชาการเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมสนับสนุนแนวทางคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์สำหรับการท่องเที่ยว เพื่อการสร้างความเข้าใจต่อคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นแนวคิดของทุกสังคมกำลังมีการปรับตัวในทุกด้านเพื่อดำรงตนอย่างยั่งยืนในโลกแห่งการผันผวนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ และเพื่อความเป็นประโยชน์ต่อการปรับตัวในสังคม บทวิจารณ์หนังสือฉบับนี้แนะนำหนังสือที่ให้แนวคิดที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่กำลังค้นหาความหมายของชีวิตให้กล้าที่จะเป็นตัวเอง เพื่อปรับตัวให้มีความสุขอยู่ในสังคมปัจจุบันด้วยเช่นกัน

วารสารฉบับนี้หวังเป็นอย่างยิ่งในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนางานวิชาการสู่สังคมต่อไป

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย
บรรณาธิการ

สารบัญ หน้า

บทความวิจัย (Research Articles)

- คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 1

  THE CHARACTERISTICS OF INFLUENCERS AFFECTING THE CUSTOMERS' INTENTION TO PURCHASE HEALTH PRODUCTS IN BANGKOK AND ITS SUBURBS

  จริยา ศรีจรูญ
  Chariya Sricharoon

- แนวทางการจัดสรรสวัสดิการเพื่อสร้างความพึงพอใจของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี 17

  GUIDELINES FOR ALLOCATING WELFARE BENEFITS TO ENHANCE EMPLOYEE SATISFACTION AT AN AUTO PARTS MANUFACTURING COMPANY IN THE EASTERN SEABOARD INDUSTRIAL ESTATE, CHONBURI PROVINCE

  สุชารัตน์ สมยาทวี , เขมญา คินิมาน , ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา
  Sucharat Somyathawee, Khemmaya Kiniman, Paratchanun Charoenarpornwattana

- การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก 33

  A STUDY OF INFORMATION TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND INFORMATION TECHNOLOGY SYSTEM QUALITY AFFECTING THE EFFICIENCY OF SERVICE FEE AND REGISTRATION FEE PAYMENTS AT THE TREASURY OFFICE, SOUTHEAST BANGKOK UNIVERSITY

  อัณณพา สายทอง , เกสร คงสำเภา , อริชัย เพ็ชร์กุล , สุรพันธ์ ชาวเหนือ
  Annapa Saithong, Gesorn Kongsumpao, Arichai Phetkul, Suraphan Chaonuea

สารบัญ **หน้า**

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ 50
  FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF INTERNAL QUALITY ASSURANCE OPERATIONS IN SCHOOLS UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE SAMUT PRAKAN
  ธนพัตต์ หมวกหลำ , ภูษิตย์ วงษ์เล็ก
  Tanapat Muaklam, Pusit Wonglek
- สมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ 66
  COMPETENCY IN BASIC FIRST AID AND BASIC LIFE SUPPORT OF VILLAGE HEALTH VOLUNTEERS (VHV) IN NONG PHAI SUBDISTRICT, NONG PHAI DISTRICT, PHETCHABUN PROVINCE
  ดารา สวัสดิ์นะที , สาโรจน์ นาคจู
  Dara Sawatnatee, Saroj Nakju
- ENGLISH ORAL COMMUNICATION PROBLEMS AND COMMUNICATION STRATEGIES AMONG THAI UNIVERSITY STAFF 80
  ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษและกลยุทธ์การสื่อสารของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยชาวไทย
  ณัฐวดี สิริวัต
  Nathawadee Sirivat
- พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลก 96
  BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARD TOURISM AT SI THEP HISTORICAL PARK, A WORLD HERITAGE CITY
  รมิดา กิตติชัยกุลกิจ , เสรี วงษ์มณฑา , ชวลีย์ ณ ถลาง , ชุษณะ เตชคณา
  Ramida Kittichaikoonkij, Seri Wongmontha, Chawalee Na Thalang, Jusana Techakana

สารบัญ **หน้า**

- ตัวแบบเชิงสาเหตุการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย 112
  A CAUSAL MODEL OF DIGITAL INNOVATION DEVELOPMENT AFFECTING THE OPERATIONAL PERFORMANCE OF RETAIL BUSINESSES IN THAILAND
  นพดล สิทธิเลิศ , บุญสม รัศมีโชติ , พัทธนันท์ ตั้งวรรณวิทย์
  Noppadon Sittilears, Boonsom Ratsameechot, Patthanan Tangwannawit

- การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การและการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง 127
  HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF ORGANIZATION AND AWARENESS OF FUTURE CONSEQUENCES OF INDIVIDUALS AND ETHICAL WORK BEHAVIOR OF EMPLOYEES AT AN INSURANCE COMPANY
  รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว , ภัทรารัช แก้วพลายงาม , เกศกนก สาพิมพ์
  Ratchaneephorn Klongklaw, Phattharach Kaewpaingam, Katekanok Sapim

บทความวิชาการ (Academic Articles)

- การจัดการการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ 142
  NET-ZERO CARBON TOURISM MANAGEMENT
  กนกวรรณ ศรีขวัญ , จุฑารัตน์ เหล่าพรามณ์ , ตวงกาญจน์ วัฒน์บุณย์
  Kanokwan Srikhwan, Jutharat Laopram, Tuangkarn Wattabun

บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

- กล้าที่จะถูกเกลียด 157
  เยาวภานี รอดเพ็ชร
  Yaowapanee Rodpech

รูปแบบการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก 163
แบบฟอร์มการส่งบทความ 170

คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

THE CHARACTERISTICS OF INFLUENCERS AFFECTING THE CUSTOMERS' INTENTION TO PURCHASE HEALTH PRODUCTS IN BANGKOK AND ITS SUBURBS

จริยา ศรีจรูญ[1]

Chariya Sricharoon[1]

(Received: May 13, 2025 ; Revised: June 5, 2025 ; Accepted: October 1, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภค 2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภค ประชากรคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง 390 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดด้านความดึงดูด ความไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความเคารพ และความคล้ายคลึงกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Y) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.536 ถึง 0.606 และมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยสามารถเขียนสมการในการถดถอยเชิงพหุในรูปของคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ (Y) ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

Y = ค่าคงที่ + 0.166 (ความเคารพ) + 0.190 (ความคล้ายคลึง) + 0.13 (ความไว้วางใจ)

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z = 0.216 (ความเคารพ) + 0.284 (ความคล้ายคลึง) + 0.289 (ความไว้วางใจ)

คำสำคัญ : ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Instructor, Department of Digital Marketing, Faculty of Accounting and Management, Southeast Bangkok University. e-mail: chariya@sbu.southeast.ac.th

Abstract

This research aimed to 1) investigate the characteristics of Influencers and consumers' purchase intention towards health products and 2) examine the influence of Influencer characteristics on consumers'purchase intention towards health products. The sample were 390 consumers in Bangkok Metropolitan Region. The research instrument was an online questionnaire. Data analyses were percentages, means, standard deviations, and stepwise multiple regression analysis. The results revealed that 1) the overall level of opinions regarding the Influencer characteristics and the purchase intention of the customers of health products were high 2) the correlation coefficients between influencer characteristics in terms of attractiveness, trustworthiness, expertise, respect, and similarity, and purchase intention towards health products (Y) ranged from 0.536 to 0.606, which had positive relationship. The multiple regression equations represented the influencer characteristics on customers' purchase intention (Y) in both raw scores and standardized scores as follows:

Raw Score Equation:

Y = Constant + 0.166 (Respect) + 0.190 (Similarity) + 0.13 (Trustworthiness)

Standardized Score Equation:

Z = 0.216 (Respect) + 0.284 (Similarity) + 0.289 (Trustworthiness)

Keywords: Influencer Characteristics, Purchase Intention, Healthy Products

บทนำ

การเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในทุกช่วงวัย รายงาน จาก We Are Social ประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงถึง 63.2 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเข้าถึง 88.6% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเข้าถึงที่ครอบคลุมและแพร่หลายในทุกภูมิภาคและทุกกลุ่มประชากร การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนยังคงเป็นช่องทางหลักที่นิยมใช้ โดยได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของโครงข่าย 5G ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการใช้งาน จากรายงานยังชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้งานชาวไทยใช้เวลาเฉลี่ยบนอินเทอร์เน็ตสูงถึง 7.58 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมดิจิทัลอย่างเข้มข้น โดยกิจกรรมหลักมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย การรับชมเนื้อหาวิดีโอ การเล่นเกม และการซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ การเติบโตของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่าง Shopee และ Lazada รวมถึง Social Commerce

ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะการใช้จ่ายผ่าน Social Commerce เติบโตเฉลี่ยปีละมากกว่า 20 % สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อขายที่เน้นความสะดวกสบายและการเข้าถึงที่ง่ายดาย โดยมูลค่าการซื้อขายผ่านอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยคาดว่าจะสูงถึง 32.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (การตลาดวันละตอน, 2568)

ในส่วนของการตลาดดิจิทัล การใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดหรือการทำการตลาดด้วยอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Marketing) ได้ทวีความสำคัญและกลายเป็นกลยุทธ์หลักสำหรับแบรนด์ต่าง ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับแพลตฟอร์มหลักที่ใช้ในการทำการตลาดผ่าน อินฟลูเอนเซอร์ ได้แก่ Instagram TikTok และ Facebook โดยอินฟลูเอนเซอร์เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการไปยังผู้ติดตาม การที่ผู้บริโภคยุคใหม่โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะเชื่อถือคำแนะนำจากอินฟลูเอนเซอร์ที่ตนเองชื่นชอบมากกว่าโฆษณาแบบดั้งเดิม ทำให้การลงทุนใน Influencer Marketing เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อินฟลูเอนเซอร์มีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือและการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมักจะค้นหาข้อมูลและคำแนะนำจากอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์จริงในการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ การที่อินฟลูเอนเซอร์สามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย เช่น รีวิวผลิตภัณฑ์ การแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัว หรือการจัดกิจกรรมถามตอบ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกใกล้ชิดและเชื่อมั่นในข้อมูลที่ได้รับมากขึ้น และจากข้อมูลของ สมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย (DAAT) เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคหันมารับข้อมูลจาก “ผู้ทรงอิทธิพลหรืออินฟลูเอนเซอร์” มากขึ้น แบรนด์สุขภาพในไทยจึงใช้งบโฆษณาผ่านอินฟลูเอนเซอร์ กว่า 4,500 ล้านบาท ท่ามกลางตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีมูลค่าประมาณ 140,000 ล้านบาทและเติบโตอย่างต่อเนื่อง (AD ADDICT, 2568) แต่เนื่องจากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมีหลากหลายประเภทและรูปแบบให้เลือกมีจำนวนมาก ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างก็แตกต่างกันไป อาทิ ไมโคร อินฟูเอนเซอร์ (Micro Influencer) เป็นผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตาม 10,000-50,000 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สร้างสรรค์คอนเทนต์ในเรื่องทั่วไป เช่น ไลฟ์สไตล์ กิน เที่ยว รีวิวสินค้าต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ แต่ถ้าเป็น นาโนอินฟลูเอนเซอร์ (Nano Influencer) เป็นผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตาม 1,000-10,000 มักเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถสร้างความเชื่อถือได้สูง ฐานผู้ติดตามจึงค่อนข้างเหนียวแน่น ค่าใช้จ่ายก็จะสูงขึ้น นอกจากนี้ความก้าวล้ำของเทคโนโลยีปัจจุบันทำให้มีการนำอินฟลูเอนเซอร์เสมือนจริง (Virtual Influencer) มาใช้และกำลังได้รับความนิยมบนโลกออนไลน์ โดยเฉพาะกับตราสินค้าระดับโลกอย่าง Chanel, Prada, Supreme ซึ่งสามารถสร้างหรือเลือกบุคลิก ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์และตัวตนเพื่อใช้ในการนำเสนอ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการสื่อสารตราสินค้าได้เป็นอย่างดี

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencers) ที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้นั้น ควรมีคุณลักษณะอย่างไรบ้าง โดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายที่บริโภค

ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการเลือกใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่เหมาะสมกับธุรกิจหรือตราสินค้า เพื่อสร้างเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า เกิดความเชื่อมั่น สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภค

2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภค

วิธีการวิจัย

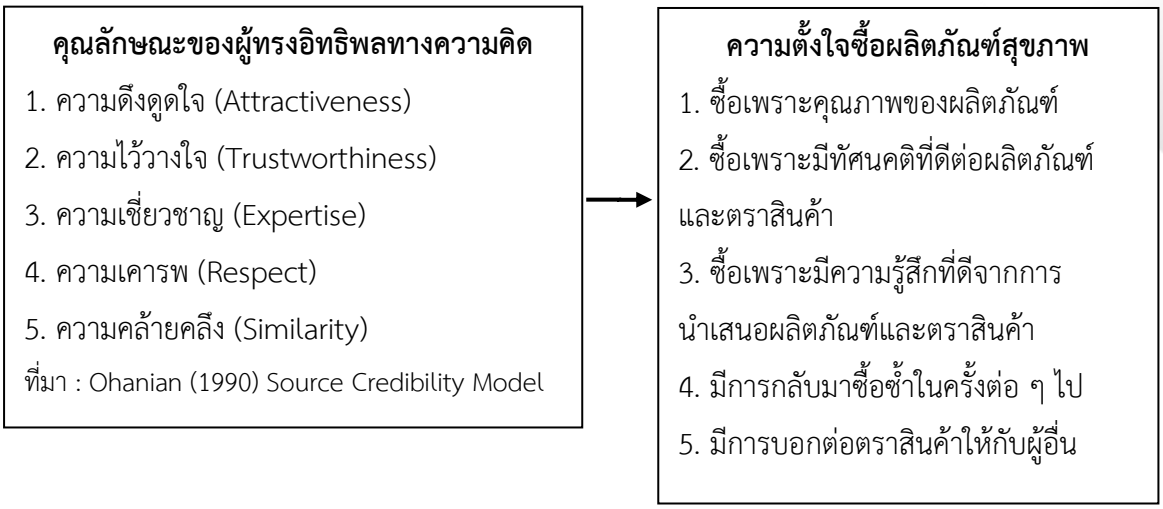
ประชากร คือ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร นครปฐม สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรสาคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี มีภูมิลำเนาหรือพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งเคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากตราสินค้าที่มีการใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในการนำเสนอสินค้า โดยกำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (Level of Acceptable Error) ไว้ที่ระดับ 0.05 และเนื่องจากงานวิจัยนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ของ Cochran (1977) ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 384 คน

วิธีสุ่มตัวอย่าง เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยกำหนดโควต้าให้กับประชาชนที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จังหวัดละ 65 คน รวมทั้งสิ้น 390 คน ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากทั้ง 6 จังหวัด ตามจำนวนที่กำหนดไว้

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนกันยายน-ตุลาคม 2567

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดน่าจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภค

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ประกอบด้วย ความดึงดูดใจ ความไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความเคารพ ความคล้ายคลึง คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ 3. แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่า IOC= 0.89 ข้อคำถามมีค่าความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ทุกข้อ และได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (Pre-Test) ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient Alpha) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ผลการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 ซึ่งพบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง (Self-Administration) ผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยจะมีคำถามคัดกรองเบื้องต้นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณสมบัติตรงตามกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การศึกษาคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ความตั้งในซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-26 ปี, 15-20 ปี และ 27-32 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีต่อความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยคุณลักษณะด้านความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเชี่ยวชาญและความเคารพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สำหรับความตั้งใจซื้อมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยซื้อเพราะคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ มีการกลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป และมีการบอกต่อตราสินค้าให้กับผู้อื่น

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ

คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ	$\bar{x}$	sd.	ระดับความคิดเห็น
ความดึงดูดใจ (Attractiveness)	3.91	0.811	มาก
1. เป็นผู้ที่มีรูปร่าง หน้าตาดี มีเสน่ห์แก่ผู้พบเห็น	3.92	0.981	มาก
2. เป็นผู้ที่มีบุคลิกดี แสดงกิริยาและกล่าววาจาที่สุภาพ	4.15	0.890	มาก
3. เป็นผู้ทีมีบุคลิกเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นสะดุดตา	3.93	1.000	มาก
4. เป็นผู้ที่มีวิธีรีวิวสินค้าได้อย่างน่าสนใจ	3.92	1.098	มาก
5. เป็นบุคคลที่ท่านมีความชื่นชอบ และติดตามอยู่ก่อนหน้านี้แล้ว	3.85	1.049	มาก
6. เป็นบุคคลที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม	3.67	1.188	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ	$\bar{x}$	sd.	ระดับความคิดเห็น
ความไว้วางใจ (Trustworthiness)	4.10	0.760	มาก
7. เป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ	3.90	1.104	มาก
8. เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีขั้นตอน เป็นกระบวนการอย่างมืออาชีพ	4.07	.952	มาก
9. เป็นผู้ทีมีการวางตัวดี มีภาพลักษณ์ดีในสังคม	4.16	.876	มาก
10. เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต จริงใจ ในการให้ข้อมูล	4.39	.814	มากที่สุด
11. เป็นผู้ที่เป็นรู้จักและได้รับความนิยมในสังคม	3.99	1.006	มาก
12. เป็นผู้ที่ได้ทดลอง/ใช้สินค้าจริง ทำให้มีความน่าเชื่อใจและไว้วางใจได้	4.12	0.965	มาก
ความเชี่ยวชาญ (Expertise)	3.99	.899	มาก
12. เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นอย่างดี	4.04	1.026	มาก
13. เป็นผู้มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4.00	1.031	มาก
14. สามารถรีวิว แชร์ประสบการณ์ ให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าสุขภาพได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	4.06	1.010	มาก
15. เป็นผู้ที่มีทักษะ ประสบการณ์ในการรีวิว นำเสนอสินค้าสุขภาพมาเป็นระยะเวลานาน	3.87	1.068	มาก
16. เป็นผู้ที่ทักษะและสามารถใช้เทคนิคที่หลากหลายในการรีวิว แชร์ประสบการณ์	3.99	1.006	มาก
17. เป็นผู้สรรหาสินค้าสินค้าสุขภาพใหม่ ๆ ที่น่าสนใจมารีวิวสม่ำเสมอ	3.99	0.996	มาก
ความเคารพ (Respect)	3.98	.883	มาก
18. เป็นบุคคลได้รับการยอมรับ/สำเร็จในการประกอบอาชีพ	3.98	1.022	มาก
19. เป็นบุคคลที่เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม	4.15	0.918	มาก
20. เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงมายาวนานทำให้ได้รับการยอมรับ	3.83	1.095	มาก
21. เป็นบุคคลที่มีทักษะในการถ่ายทอด	3.98	1.033	มาก
ความคล้ายคลึง (Similarity)	3.701	1.014	มาก
22. เป็นบุคคลที่อยู่ในช่วงอายุหรือวัยเดียวกันกับท่าน	3.79	1.102	มาก
23. เป็นบุคคลที่อยู่ในสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมเดียวกันกับท่าน	3.74	1.130	มาก
24. เป็นบุคคลที่มีไลฟ์สไตล์ที่คล้ายกันกับท่าน	3.83	1.094	มาก
25. เป็นบุคคลที่มีบุคลิกคล้ายคลึงกับท่าน	3.73	1.109	มาก
26. เป็นบุคคลที่มีภูมิลำเนา บ้านเกิดเดียวกันกับท่าน	3.40	1.370	มาก
รวม	3.93	0.745	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.745

แยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีต่อความตั้งใจซื้อ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ในด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.10, sd. = 0.760) รองลงมา คือ ด้านความเชี่ยวชาญ ระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.99, sd. = 0.899) และความเคารพมีระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.98, sd. = 0.883) นอกจากนี้ พบว่าด้านความคล้ายคลึง (Similarity) มี sd. > 1 (sd. = 1.13) จึงแบ่งกลุ่ม High และ Low แล้วทดสอบ t-test พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (t = 2.43, p = 0.015)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ	$\bar{x}$	sd.	ระดับความคิดเห็น
1. ซื้อเพราะคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.26	0.945	มากที่สุด
2. ซื้อเพราะมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	4.01	0.948	มาก
3. ซื้อเพราะมีความรู้สึกที่ดีจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	2.69	0.502	ปานกลาง
4. มีการกลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป	4.11	0.902	มาก
5. มีการบอกต่อตราสินค้าให้กับผู้อื่น	4.11	0.962	มาก
รวม	3.83	0.681	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.83, sd. = 0.681) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.26, sd. = 0.945) รองลงมา คือ มีการกลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป ($\bar{x}$ = 4.11, sd. = 0.902) และมีการบอกต่อตราสินค้าให้กับผู้อื่น ($\bar{x}$ = 4.11, sd. = 0.962)

ตอนที่ 2

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณของคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

อันดับที่	ตัวอิสระ	R	R^2	R^2_{adj}	ร้อยละ
1	X_4	0.606	0.367	0.365	36.5
2	X_4, X_5	0.653	0.427	0.424	42.4
3	X_4, X_5, X_2	0.678	0.460	0.455	45.5

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดด้านความเคารพ (X_4) เป็นตัวแปรอิสระตัวแรกที่เข้ามาในสมการถดถอย โดยสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อ (Y) ได้ร้อยละ 36.5 (R^2_{adj} =0.365) ลำดับที่สอง คือ คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดด้านความคล้ายคลึง (X_5) โดยที่คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดด้านความเคารพ (X_4) และด้านความคล้ายคลึง (X_5) สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อ (Y) ได้ ร้อยละ 42.4 (R^2_{adj} =0.424) ลำดับที่สาม คือ คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดด้านความไว้วางใจ (X_2) โดยที่คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดด้านความเคารพ (X_4) ด้านความคล้ายคลึง (X_5) และด้านความไว้วางใจ (X_2) สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อ (Y) ได้ร้อยละ 45.5 (R^2_{adj} =0.455)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนในการพยากรณ์คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. สมการถดถอย	81.724	3	27.241	107.731	0.000*
2. ความคลาดเคลื่อน	96.089	380	.253		
รวม	177.812	383			

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดความเคารพ (X_4) ความคล้ายคลึง (X_5) และความไว้วางใจ (X_2) ในสมการถดถอยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจซื้อ (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุของตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้ในการพยากรณ์คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ตัวแปรพยากรณ์	b	Std. Error	B	t*	P-value
1. ค่าคงที่	1.404	0.144		9.740	0.000
2. ความเคารพ (X_4)	0.166	0.050	0.216	3.345	0.001
3. ความคล้ายคลึง (X_5)	0.190	0.031	0.284	6.095	<.001
4. ความไว้วางใจ (X_2)	0.259	0.054	0.289	4.804	>.001

*p-value < 0.05

R = 0.678, R^2 = 0.460, Adjusted R^2 = 0.455, SEE = 0.52

ดังนั้น สามารถเขียนสมการในการถดถอยเชิงพหุในรูปของคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ (Y) ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

Y = ค่าคงที่ + 0.166 (ความเคารพ) + 0.190 (ความคล้ายคลึง) + 0.13 (ความไว้วางใจ)

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z = 0.216 (ความเคารพ) + 0.284 (ความคล้ายคลึง) + 0.289 (ความไว้วางใจ)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีผลต่อความตั้งใจซื้อมากที่สุด และนำไปสู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อให้กับผู้อื่น ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ใช้เพื่อการบริโภคซึ่งมีการนำเข้าสู่ร่างกายหรือสัมผัสโดยตรง หรือมีการซึมซาบผ่านเข้าสู่ร่างกาย ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรันพร นางาม (2561) พบว่า การรับรู้คุณภาพของอาหารคลีนมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าของ อาหารคลีน โดยมีประสิทธิภาพการทำนายเท่ากับ 0.50 ความตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนได้รับอิทธิพลทางตรงจากความพึงพอใจและปัจจัยทางสังคมนอกจากนี้ ความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยทางสังคม ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพอาหารคลีนส่งผ่านการรับรู้คุณค่าของอาหารคลีน และงานวิจัยของ กนกวรรณ เบิกบาน (2565) พบว่า คุณภาพการบริการมีผลต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม ดังนั้น ความตั้งใจซื้อคือการที่ผู้บริโภคคิดที่จะซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยได้รับอิทธิพลมาจาการนำเสนอประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สินค้านั้น ๆ ผ่านสื่อต่าง ๆ และหรือผ่านบุคคลที่สามารถทำให้ผู้บริโภคคล้อยตามได้ เมื่อเกิดการซื้อแล้วหากได้รับความพึงพอใจ อาจก่อให้เกิดการซื้อซ้ำและมีการบอกต่อเพื่อน ๆ คนใกล้ชิด สอดคล้องกับ ชูชัย สมิทธิไกร (2562) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มโอกาสในการบอกต่อได้ง่าย สะดวก และแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากอาศัยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเห็น เช่น ยูทูปเบอร์ บล็อกเกอร์ ในการนำเสนอสินค้า ส่งผลให้สามารถสร้างความสนใจ น่าเชื่อถือ และบอกต่อ

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะ 3 ด้านที่มีอิทธิพลผลต่อความตั้งใจซื้อประกอบด้วย ความเคารพ ความคล้ายคลึง และความไว้วางใจ ตามลำดับ

2.1 ความเคารพ (X_4) ให้ความสำคัญต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในระดับมาก ผู้ที่ได้รับความเคารพและสามารถมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ๆ ได้ต้องเป็นผู้ที่เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม ได้รับการยอมรับและชื่นชมจากความสำเร็จในการประกอบอาชีพ มีทักษะในการถ่ายทอดการนำเสนอ การใช้คำพูดที่สุภาพ ลึกซึ้ง/สร้างแรงบันดาลใจได้ ความเคารพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.606 สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ Endorsement จากบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของ Kotler & Keller (2560) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิชามน ตระกูลสม (2561) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคจะวางใจและเลือกซื้อ

ผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำของผู้ที่มีชื่อเสียง สถานะ ตำแหน่งทางสังคม คุณวุฒิทางวิชาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น แพทย์ นักโภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพร ซึ่งสามารถยกระดับความน่าเชื่อถือและก่อให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพได้รวดเร็วขึ้น จากเหตุผลนี้ ผู้บริโภคที่มีความเคารพผู้ทรงอิทธิพลสูงจะไม่ทำการซื้อเพียงครั้งเดียวแต่ยังมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป หากมีการย้ำเตือนและนำเสนอประสบการณ์เชิงบวกอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการซื้อในระยะยาว ตัวอย่างเช่น เมจิ อโณมา อินฟลูเอนเซอร์สายสุขภาพ ที่มีภาพลักษณ์ของคนที่มีวินัยและความจริงจังในการดูแลสุขภาพ สามารถสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างให้คนทำตามที่เสนอแนะ มีความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการออกกำลังกาย สูตรอาหารสุขภาพ การพิชิตเป้าหมายส่วนตัวในการลดน้ำหนัก สร้างกล้ามเนื้อ ปรับพฤติกรรมการกิน จนก่อให้เกิดความเชื่อถือและความเคารพ

2.2 ด้านความคล้ายคลึง (X_5) มีความสำคัญต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในระดับมาก ความคล้ายคลึงที่จะมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ๆ ได้ จะต้องเป็นบุคคลที่มีไลฟ์สไตล์ มีช่วงอายุหรือวัยเดียวกัน อยู่ในสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมเดียวกัน มีบุคลิกที่คล้ายคลึงกันกับผู้บริโภค โดยความคล้ายคลึง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงระหว่างผู้ทรงอิทธิพลกับผู้บริโภคส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อ โดยพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.284 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา จริยธรรมานุกูล (2563) พบว่า ผู้บริโภคมักเลือกรับข้อมูลจากอินฟลูเอนเซอร์ที่มีลักษณะทางกายภาพ ค่านิยม พฤติกรรม รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันใกล้เคียงกับตัวผู้บริโภค โดยเฉพาะรูปแบบการใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์เพราะจะสามารถเข้าใจปัญหา ความต้องการ และความชอบที่สอดคล้องกันได้ดีกว่า ดังนั้นผู้บริโภคในยุคโซเชียลมีเดียจึงมักรู้สึกเชื่อมโยงกับอินฟลูเอนเซอร์เสมือนเป็นคนรู้จัก หากอินฟลูเอนเซอร์มีความคล้ายคลึงกับผู้บริโภคยิ่งทำให้รู้สึกสบายใจและไว้วางใจในคำแนะนำมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด “Homophily” ของ Roger & Bhowmik (1970) อธิบายว่า ผู้คนมักสื่อสารและเรียนรู้จากผู้ที่มีความคล้ายคลึงกับตนเองในด้านประชากรศาสตร์และจิตวิทยาได้ดีกว่าบุคคลที่มีความแตกต่างกันมากเกินไป นอกจากนี้ การศึกษาของ The Growth Master (2563) พบว่า การทำการตลาดด้วยการใช้ Influencer Marketing ที่ได้ผลดีในการสร้างการมีส่วนร่วมมักใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่มีสถานะไม่สูงเกินไป เช่น Nano หรือ Micro-Influencer เนื่องจากมีไลฟ์สไตล์ที่ใกล้เคียงและเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ยิ่งถ้ามีประสบการณ์จริงเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพจากการใช้ผลิตภัณฑ์จะยิ่งสร้างการยอมรับไว้รวดเร็วขึ้น

2.3 ด้านความไว้วางใจ (X_2) ให้ความสำคัญต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านความไว้วางใจมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.289 ในแง่การตลาดและจิตวิทยาผู้บริโภค Kotler & Keller (2560) ถือว่าเป็นปัจจัยที่เป็นหัวใจสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการก่อให้เกิดความไว้วางใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา ท้าวพิณ (2563) พบว่า หาก

อินฟลูเอนเซอร์ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส และอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ จะช่วยลดความลังเลของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ในทันที และงานวิจัยของ กุลญาดา แจ่มปัญญากุล และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2564) ศึกษาถึงการรับรู้ความน่าเชื่อถือของผู้รับสารที่มีต่ออินฟูลเอนเซอร์ พบว่า การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน และการสื่อสารอย่างเป็นธรรมชาติ จะทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจในระยะยาว เพราะผู้บริโภคจะกลับมาซื้อซ้ำ หรือแนะนำต่อ เมื่อรู้สึกว่าอินฟลูเอนเซอร์ไม่มีเจตนาหลอกลวงหรือโฆษณาเกินจริง นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิก (EDTA) (2564) พบว่า ผู้บริโภคชาวไทยมีแนวโน้มที่จะไว้วางใจอินฟลูเอนเซอร์ที่มีคาแรคเตอร์ที่ตรงไปตรงมา ไม่ปรุงแต่งจนเกินจริง ให้ความสำคัญกับ “ความเป็นจริง” หากอินฟลูเอนเซอร์ถูกมองว่าสร้างคอนเทนต์เพียงเพื่อขายสินค้า ความไว้วางใจ ความเชื่อถือ ภาพลักษณ์เชิงบวกจะลดลงทันที ทั้งนี้ เพราะผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความอ่อนไหวต่อเรื่องของความปลอดภัยและคุณภาพ

โดยรวม ผลการวิเคราะห์ยืนยันว่าด้านความไว้วางใจและด้านความคล้ายคลึง มีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Source Credibility ที่ระบุว่าความน่าเชื่อถือและความคล้ายคลึงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารช่วยเสริมแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ (Ohanian, 1990) ส่วนด้านความเคารพถึงแม้จะมีความสำคัญแต่ค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น อาจเนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประสบการณ์การใช้งานจริงมากกว่าคุณวุฒิวิชาชีพ นอกจากนี้ความเคารพยังทำหน้าที่เชื่อมโยงการรับรู้ระหว่างความไว้วางใจและความคล้ายคลึง ซึ่งช่วยสนับสนุนทฤษฎี Source Credibility และสัมพันธ์กับการศึกษาของ สุพัตรา ท้าวพิณ (2563) ที่พบว่าคุณลักษณะอินฟลูเอนเซอร์ลดความลังเลของผู้บริโภคในการตัดสินใจเกี่ยวกับศัลยกรรมความงาม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย : หากต้องการสร้างความ “น่าเชื่อถือ” ในกลุ่มผู้บริโภคที่ระมัดระวังเรื่องคุณภาพ ควรเลือกอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือมีสถานะทางสังคมในวงการสุขภาพ เช่น แพทย์ นักวิชาการ นักวิจัยด้านการแพทย์ เทคโนโลยีด้านการแพทย์ สาธารณะสุข เป็นต้น แต่หากต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นหรือวัยทำงานที่มีไลฟ์สไตล์ที่เฉพาะกลุ่ม ควรเลือกอินฟลูเอนเซอร์ที่มีบุคลิก ไลฟ์สไตล์ประเภทเดียวกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมจากการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ ของอินฟลูเอนเซอร์และที่สำคัญก่อให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อได้ ดังนั้น การทำการตลาดด้วยการใช้อินฟลูเอนเซอร์ ก่อนจะเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดให้ชัดเจนเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ

2. การนำเสนอข้อมูลที่โปร่งใสและเป็นกลาง : เนื่องจากผู้บริโภคคาดหวังความจริงใจและข้อเท็จจริงที่ตรวจสอบได้ ดังนั้น อินฟลูเอนเซอร์ต้องสร้างคอนเทนต์รีวิวโปร่งใส ให้ข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ มีการเปิดเผยผลการวิจัย ผลการทดสอบ เน้นการเล่าประสบการณ์ใช้งานจริง หลีกเลี่ยง

โฆษณาเกินจริง เสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือผ่านการรับรองจากองค์กรวิชาชีพหรือผู้ใช้จริงจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ให้ผู้บริโภคไว้วางใจได้

3. การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดความภักดี : โดยใช้กลยุทธ์ Personalization กลยุทธ์นี้จะมีการเก็บข้อมูลลูกค้ารายบุคคลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่อินฟลูเอนเซอร์แต่ละคนใช้มาทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อ การใช้บริการ ผ่านเครื่องมือการวิเคราะห์ในสื่อสังคมออนไลน์นั้น ๆ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนและจัดแคมเปญการตลาด เพื่อตอบโจทย์สำหรับลูกค้าเป็นรายบุคคลในการให้ข้อมูล หรือข้อเสนอการตลาดที่เหมาะสมแก่กลุ่มเป้าหมายแต่ละรายบุคคล ซึ่งจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับลูกค้าได้ ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ และการบอกต่อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ประเภทต่าง ๆ เช่น Micro-Influencer กับ Macro-Influencer ในบริบทของผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่สนใจว่าอินฟลูเอนเซอร์ประเภทใดเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใดหรือวัตถุประสงค์ทางการตลาดแบบใด

2. ควรศึกษาการวัดและประเมินผลในรูปแบบต่าง ๆ นอกเหนือจากยอดขายที่เกิดจากความตั้งใจซื้อ เช่น ระดับความเชื่อมั่นในตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า ความเต็มใจที่จะบอกต่อ เพื่อให้เห็นภาพหรือมุมมองด้านอื่นได้ครอบคลุมมากขึ้น

3. ควรศึกษาแนวทางการบริหารการใช้อินฟลูเอนเซอร์ในการทำการตลาด เพื่อหาโมเดลในการบริหารการใช้อินฟลูเอนเซอร์ให้มีประสิทธิภาพ หรือกรณีเกิดปัญหาด้านภาพลักษณ์จากการใช้อินฟลูเอนเซอร์จะมีแนวทางการแก้ปัญหาหรือรับมืออย่างไร

เอกสารอ้างอิง

AD ADDICT. (2025). *Mat ruām sip ʻet sathiti Thailand Digital Spending soṇngphanyīsipsī phœī khoṃmūn nāsonchai hæng lōk hæng kān talāt di chi than. [11 Thailand Digital Spending Statistics 2024 Reveals Interesting Data from the World of Digital Marketing].* Retrieved May 28, 2025, from https://adaddictth.com/ knowledge/Thailand-Digital-Spending-2024-DAAT

AD ADDICT. (2568). *มัดรวม 11 สถิติ Thailand Digital Spending 2024 เผยข้อมูลน่าสนใจแห่งโลกแห่งการตลาดดิจิทัล.* สืบค้น 28 พฤษภาคม 2568, จาก https://adaddictth.com/ knowledge/Thailand-Digital-Spending-2024-DAAT

Boekban, K. (2022). *Patchai thī mī ʻitthi phon toṭ khwām tangchai sư khoṇ do mi niām tām næō rotfaifā sīnām ngœn Bāng Sư - thā phra phưa yu ʻāsai læ kānlongthun nai ʻanākhot*. [Factors Influencing the Intention to Buy Condominiums

along the MRT Blue Line Bang Sue-Tha Phra for Future Residence and Investment]. (Master's Thesis, Silpakorn University).

กนกวรรณ เบิกบาน. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าสีน้ำเงินบางซื่อ-ท่าพระ เพื่ออยู่อาศัยและการลงทุนในอนาคต.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

Chariyathomaoukul, N. (2020). *Kānsụ̄sān kānталāt phān phū mī ʻitthiphon thāng khwāmkhithen bon ʻin satā kǣ rom khoṇg phalittaphan sūphā fǣchan bǣ ron Thai. [Influencer Marketing Communication of Fashion Thai Brand on Instagram].* (Master's Thesis, Chulalongkorn University).

ณัชชา จริยธรรมานุกูล. (2563). *การสื่อสารการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นบนอินสตาแกรมของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

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

Electronic Transactions Development Agency. (2022). *Rāingān phon kānsamrūat phruttikam phūchai ʻin thēnet nai prathēt Thai pī 2564. [Report on the Results of a Survey on Internet User Behavior in Thailand in 2021].* Retrieved March 26, 2023, from https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/documents-for-download

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565*). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564.* สืบค้น 26 มีนาคม 2566, จาก https://www.etda.or.th/th/ Useful-Resource/documents-for-download

Everyday Marketing. (2025). *Sarup hāsipsoṇg Digital Stat & Insights soṇgphanyīsipsī Thailand čhāk We Are Social. [Summary of 52 Digital Stat & Insights 2024 Thailand from We Are Social].* Retrieved May 29, 2025, from https:/ / everydaymarketing. co/ trend-insight/thailand-digital-stat-insights-2024-from-we-are-social-report/

การตลาดวันละตอน. (2568). *สรุป 52 Digital Stat & Insights 2024 Thailand จาก We Are Social.* สืบค้น 29 พฤษภาคม 2568, จาก https://everydaymarketing.co/trend-insight/thailand-digital-stat-insights-2024-from-we-are-social-report/

Jaempanyakul, K. & Prajaknet, P. (2021). Konlayut phūsong ʻitthiphon thāng khwāmkhit phūa sāng khwāmchūaman nai sinkhā ʻọ nalai. [Influencer Strategies to Build Trust in Online Products]. *Digital Marketing Journal*, *5*(1), 29–30.

กุลญาดา แจ่มปัญญากุล, และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2564). กลยุทธ์ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าออนไลน์. *วารสารการตลาดยุคดิจิทัล, 5*(1), 29–30.

Kotler, P. & K. L. Keller. (2016). *Marketing management* (13th ed.). New York: Pearson Prentice Hall.

Nangam, W. (2018) . *ʻItthiphon khoṇng patchai chœng sāhet thī song phon toṛ khwām tangchai susam ʻāhān khlī nakha ʻong phubōṛiphok nai khet Krung Thep Mahā Nakhoṇ. [The Influence of Causal Factors on the Repurchase Intention of Clean Food among Consumers in Bangkok].* (Master's Thesis, Rajamangala University of Technology Krungthep).

วรันพร นางาม. (2561). *อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ).

Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Model of Source Credibility. *Journal of Advertising, 19*(3), 39–52.

Rogers, E. M. & Bhowmik, D. K. (1970). Homophily-Heterophily: Relational Concepts for Communication Research. Public Opinion Quarterly, 34(4), 523–538.

Samitthikrai, C. (2019). *Phruttikam phubōṛiphok.* [*Consumer Behavior].* (8th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Thawpin, S. (2020). *Khunnalaksana khwām nā chuathū khoṇng phusong ʻitthiphon bon sū ʻoṛ nalai thī mī phon toḳoṛa buan kantatsinchai tham sanlayakam khwām ngām khoṇng wairun Thai. [Trust-inducing Characteristics of Online Influencers affects the Decision Process of the Undergo Cosmetic Surgery of Thai Teenagers].* (Doctoral thesis, Dhurakij Pundit University).

สุพัตรา ท้าวพิณ. (2563). *คุณลักษณะความน่าเชื่อถือของผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของวัยรุ่นไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).

The Growth Master. (2020). *Influencer marketing khū ʻarai ? ruam sing thī khu Na toṛ ʻong rū. [What is Influencer Marketing? All You Need to Know].* Retrieved March 21, 2022, from https://thegrowthmaster.com/blog/influencermarketing 2021

The Growth Master. (2563). *Influencer marketing คืออะไร? รวมสิ่งที่คุณต้องรู้*. สืบค้น 21 มีนาคม 2565, จาก https://thegrowthmaster.com/blog/influencermarketing 2021

Trakunsom, P. (2018). Phon kān̄chai bukkhon thī̄ mīchụ̄sīang raprō̱ng khrụ̄ang sam ʻā ngō̱tō̱ khwām tangc̆hai ʻasi nakhā. [The Effect of Celebrity Endorsement of Cosmetics on Product Purchase Intention]. *Journal of Communication Arts, 37*(3), 10-19.

ปณิชามน ตระกูลสม. (2561). ผลการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองเครื่องสำอางต่อความตั้งใจซื้อสินค้า. *วารสารนิเทศศาสตร์, 37*(3), 10-19.

แนวทางการจัดสรรสวัสดิการเพื่อสร้างความพึงพอใจของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี

GUIDELINES FOR ALLOCATING WELFARE BENEFITS TO ENHANCE EMPLOYEE SATISFACTION AT AN AUTO PARTS MANUFACTURING COMPANY IN THE EASTERN SEABOARD INDUSTRIAL ESTATE, CHONBURI PROVINCE

สุชารัตน์ สมยาทวี[1], เขมญา คินิมาน[2], ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา[3]
Sucharat Somyathawee[1], Khemmaya Kiniman[2], Paratchanun Charoenarpornwattana[3]
(Received: June 9, 2025 ; Revised: July 9, 2025 ; Accepted: July 23, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการสวัสดิการของพนักงาน 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการสวัสดิการของพนักงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) ศึกษาแนวทางการจัดสรรสวัสดิการเพื่อสร้างความพึงพอใจของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed method) ในการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากพนักงาน จำนวน 120 คน โดยใช้แบบสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานระดับปฏิบัติการและหัวหน้างานจากแต่ละแผนก จำนวน 10 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย คือ สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย ด้านความปลอดภัย ด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมและนันทนาการ ขณะที่ระดับความต้องการสวัสดิการของพนักงาน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ สวัสดิการ ด้านเศรษฐกิจ ด้านความปลอดภัย ด้านสังคมและนันทนาการ ด้านการศึกษา ด้านสุขภาพอนามัย 2) ความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานมีความแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ แผนก อายุงาน ประเภทพนักงาน และประเภทสัญญาจ้าง ส่วนความต้องการในสวัสดิการของพนักงานที่เพศแตกต่างกันพบว่ามีความต้องการแตกต่างกัน 3) แนวทางการจัดสวัสดิการเพื่อสร้างความพึงพอใจของ

[1] นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Student, Master's degree in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University. e-mail: 63920093@go.buu.ac.th
[2] อาจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Instructor, Faculty of Education, Burapha University. e-mail: khemmaya.ki@buu.ac.th
[3] อาจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Instructor, Faculty of Education, Burapha University. e-mail: paratchanun@go.buu.ac.th.

พนักงานประกอบด้วย การพัฒนาระบบค่าตอบแทนที่โปร่งใส การสนับสนุนค่าเล่าเรียนและการอบรมพัฒนาทักษะ การจัดสวัสดิการด้านสุขภาพ การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน และการจัดให้มีมาตรการความปลอดภัยในการทำงาน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ความต้องการ สวัสดิการของพนักงาน

Abstract

This research aimed to 1) explore employee satisfaction and welfare benefit needs, 2) compare employee satisfaction and needs for welfare benefits based on personal factors. 3) investigate the guidelines for allocating welfare benefits to enhance employee satisfaction at an auto parts manufacturing company located in the Eastern Seaboard Industrial Estate, Chonburi Province. The sample was 120 employees, and a mixed-methods research design was employed. The instruments were a questionnaire and in-depth interviews. The results showed that 1) the overall level of employee satisfaction with welfare benefits was moderate. Health and hygiene welfare, was the highest, followed by safety welfare, education welfare, economic welfare, and social and recreational welfare. Meanwhile, the overall level of welfare benefit needs was high. Economic welfare was the highest, followed by safety welfare, social and recreational welfare, education welfare, and health and hygiene welfare. 2) There were significant differences in employee satisfaction with welfare benefits based on gender, department, years of service, employee type, and type of employment contract. There were differences in employee needs for welfare benefits based on gender. 3) the guidelines for welfare provision to enhance employee satisfaction were developing a transparent compensation system, supporting educational expenses and skills training, providing health-related welfare benefits, organizing recreational activities to foster employee relationships, and implementing workplace safety measures.

Keywords: Employee Satisfaction, Employee Needs, Employee Welfare Benefits

บทนำ

ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจและเทคโนโลยี “ทรัพยากรมนุษย์” ถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายความสำเร็จและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(นงคาร มามิดา, 2562) การบริหารจัดการบุคลากรจึงไม่ได้อยู่ที่การสรรหาและคัดเลือกเท่านั้น หากแต่ยังครอบคลุมถึงการพัฒนา การประเมินผล และการสร้างแรงจูงใจในการทำงานอย่างเป็นระบบ “สวัสดิการ”กลายเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต สวัสดิการที่ดีและเหมาะสมกับความต้องการของพนักงาน ไม่เพียงช่วยลดความกังวลในเรื่องต่าง ๆ เช่น สุขภาพ การเงิน หรือภาระครอบครัว แต่ยังมีผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานโดยตรง (สมศักดิ์ ทองสอน, 2560) การให้ผลตอบแทนที่สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ เช่น การปรับเงินเดือนตามค่าครองชีพ การกำหนดโครงสร้างโบนัสที่เป็นธรรม หรือการสนับสนุนการศึกษา และการฝึกอบรมล้วนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาวซึ่งในทางกลับกัน หากสวัสดิการที่จัดให้นั้นไม่ตอบโจทย์ความต้องการ หรือขาดความต่อเนื่องอาจก่อให้เกิดความไม่พอใจ ขาดแรงจูงใจ และนำไปสู่การลาออกของพนักงานที่มีศักยภาพ (พิไลวรรณ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา และโกวิทย์ กังสนันท์, 2561) ซึ่งยิ่งสร้างภาระต้นทุนให้กับองค์กรในระยะยาว ทั้งในด้านการสรรหาใหม่ การฝึกอบรม และสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรซ้ำอีกครั้ง

ในบริบทของบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ มีพนักงานมากกว่า 500 คน ประกอบด้วยทั้งพนักงานระดับปฏิบัติการและหัวหน้างานในสายการผลิตที่ต้องทำงานกับเครื่องจักรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ รวมถึงสัมผัสสารเคมี และปฏิบัติงานเป็นกะอย่างต่อเนื่อง พบว่า พนักงานส่วนหนึ่งมีความกังวลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และความเสี่ยงต่อสุขภาพระยะยาว นอกจากนี้ ระบบสวัสดิการบางประการ เช่น การเข้าถึงบริการสุขภาพ การสนับสนุนการศึกษาของบุตร หรือค่าครองชีพยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร อีกทั้งช่วงเวลาที่ผ่านมามีการปรับลดโบนัส และไม่มีการปรับขึ้นค่าตอบแทนตามอัตราค่าครองชีพ ทำให้พนักงานรู้สึกไม่มั่นคงและขาดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการในการทบทวนและปรับปรุงระบบสวัสดิการให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน

การศึกษา “แนวทางการจัดสวัสดิการเพื่อสร้างความพึงพอใจของพนักงานในบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี” มุ่งเน้นการสำรวจความคิดเห็นและระดับความพึงพอใจของพนักงานต่อระบบสวัสดิการในด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งศึกษาแนวทางที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสวัสดิการขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ลดอัตราการลาออก และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 120 คน (ข้อมูลจากแผนกบุคคลของบริษัท ณ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567) ประกอบด้วยพนักงาน 5 แผนก ได้แก่ General Affairs (Account & Sales), Technical, Production Control, Quality Control และ Production โดยงานวิจัยนี้ใช้กลุ่มประชากรทั้งหมด (Total Population Sampling) เป็นกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานและสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการขององค์กรได้อย่างครอบคลุม กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยพนักงานระดับปฏิบัติการและระดับหัวหน้างานจาก 5 แผนก แผนกละ 2 คน รวม 10 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรต้นที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย เพศ อายุ แผนก ตำแหน่งงาน อายุงาน ประเภทพนักงาน และประเภทสัญญาจ้าง

2. ตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

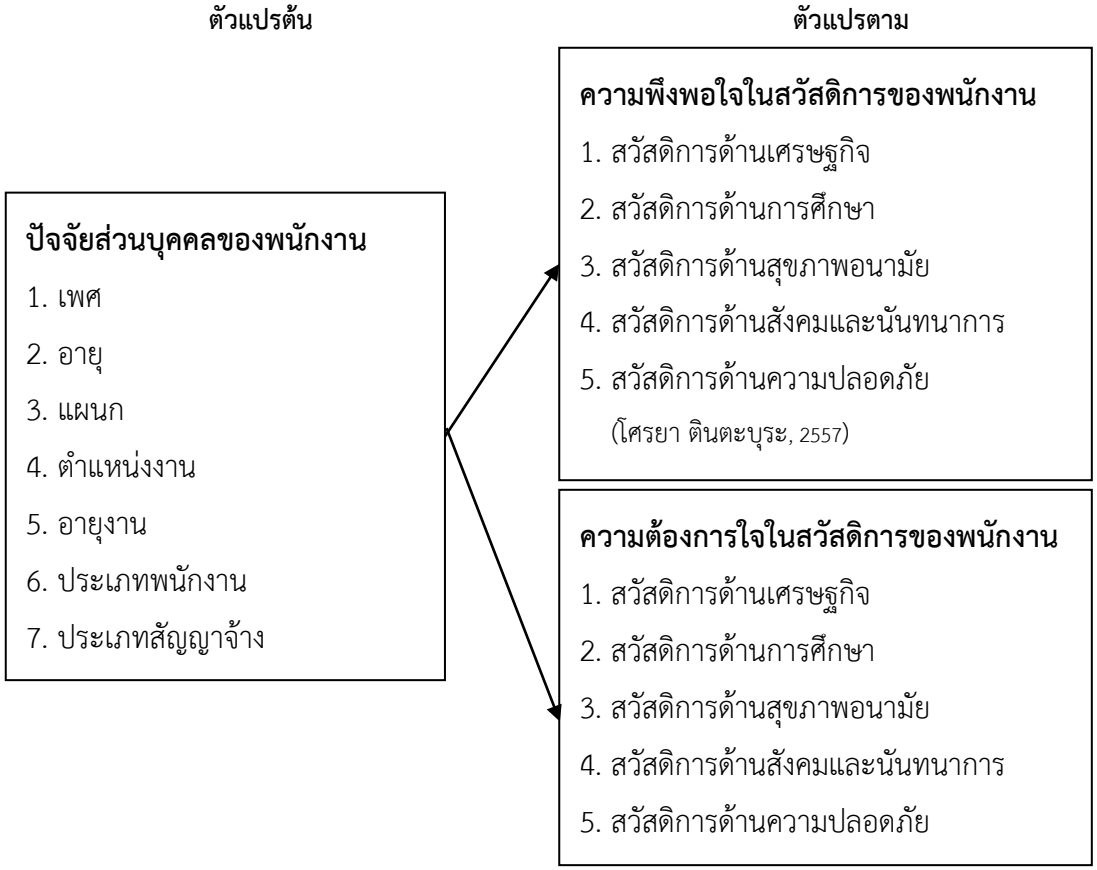
2.1 ความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านการศึกษา สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ และสวัสดิการด้านความปลอดภัย

2.2 ความต้องการในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านการศึกษา สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ และสวัสดิการด้านความปลอดภัย

3. ประเด็นความพึงพอใจและประเด็นความต้องการในสวัสดิการ นำมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาแนวทางการจัดสรรสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจและความต้องการในด้านสวัสดิการของพนักงาน รวมถึงแนวทางการจัดสรรสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร โดยใช้แนวคิดด้านแรงจูงใจในการทำงานของ โศรยา ตินตะบุระ (2557) และแนวคิดการจัดสวัสดิการแรงงานจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดตัวแปรการวิจัย มีรายละเอียดดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลให้ความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงานแตกต่างกัน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ แผนก ตำแหน่งงาน อายุงาน ประเภทพนักงาน และประเภทสัญญาจ้าง รูปแบบคำถามเป็นแบบปลายปิด (Check List) เพื่อใช้ในการจัดจำแนกและ

เปรียบเทียบในเชิงสถิติ 2) การประเมินระดับความพึงพอใจของพนักงานต่อสวัสดิการที่องค์กรจัดให้ โดยครอบคลุม 5 ด้านสำคัญ ได้แก่ (1) สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ (2) สวัสดิการด้านการศึกษา (3) สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย (4) สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ และ (5) สวัสดิการด้านความปลอดภัย ลักษณะของคำถามในส่วนนี้ ใช้รูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert, 1932) และ 3) เป็นการสอบถามความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับระดับความต้องการในสวัสดิการแต่ละด้าน ซึ่งใช้หัวข้อเดียวกับข้อ 2) เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบระหว่างระดับความพึงพอใจที่ได้รับจริงกับระดับความต้องการที่พนักงานมีต่อสวัสดิการในแต่ละมิติ

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยมีคำถามหลักจำนวน 6 ข้อ และใช้เครื่องมือประกอบการเก็บข้อมูล ได้แก่ แนวคำถาม (Interview Guide) เครื่องบันทึกเสียง และแบบฟอร์มบันทึกข้อมูลภาคสนาม สำหรับแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ครอบคลุมประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ การรับรู้ของพนักงานต่อสวัสดิการที่องค์กรจัดให้ ประสบการณ์ของพนักงานในการใช้สวัสดิการในแต่ละประเภทความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการปัจจุบัน ความต้องการเพิ่มเติมเกี่ยวกับสวัสดิการในอนาคต ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการจัดสรรสวัสดิการให้เกิดความเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนผลกระทบของสวัสดิการที่มีต่อแรงจูงใจ ความผูกพัน และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ผลการประเมิน พบว่า ค่า IOC ของทุกข้อมากกว่า 0.50 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.89 สามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้ สำหรับแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จัดทำแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ผลการประเมิน พบว่า แนวคำถามมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในระดับดี จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

การรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จำนวน 120 คน รวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มีนาคม - 31 พฤษภาคม พ.ศ.2567 โดยมีการประสานงาน และขออนุญาตจากบริษัทและหัวหน้าของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแผนกก่อนการเก็บข้อมูล

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ กับพนักงานระดับปฏิบัติการและระดับหัวหน้างานจากทั้ง 5 แผนกหลัก แผนกละ 2 คน รวมจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ให้มีความหลากหลายของบทบาทและความรับผิดชอบ เพื่อให้สามารถสะท้อนความคิดเห็นในหลายมิติ ทั้งด้านโครงสร้างสวัสดิการ การใช้งานจริง และผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงาน กระบวนการสัมภาษณ์ดำเนินการโดยผู้วิจัย โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงพร้อมทั้งมีการสัมภาษณ์ซ้ำในบางประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจและความต้องการในด้านสวัสดิการของพนักงาน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ แผนก ตำแหน่งงาน อายุงาน ประเภทพนักงาน และประเภทสัญญาจ้าง เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงานแต่ละกลุ่ม โดยเบื้องต้น วิเคราะห์เปรียบเทียบโดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวแปรที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ประเภทพนักงาน และประเภทสัญญาจ้าง และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรที่แบ่งออกเป็นหลายกลุ่ม ได้แก่ อายุ แผนก ตำแหน่งงาน และอายุงาน หากผลการวิเคราะห์พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เพิ่มเติม (Post Hoc analysis) โดยใช้วิธีของ Scheffé ซึ่งเหมาะสำหรับการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดไม่เท่ากัน

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งช่วยจัดการข้อมูลเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาเขียนเป็นคำบรรยายเชิงอธิบาย (Narrative description) เพื่อสะท้อนประสบการณ์และข้อเสนอของผู้ให้ข้อมูลได้อย่างครอบคลุม

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.98, sd. = 0.82) โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย สวัสดิการด้านความปลอดภัย สวัสดิการด้านการศึกษา สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ และสวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี (n = 120)

สวัสดิการของพนักงาน	$\bar{x}$	sd.	ระดับ
1. สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ	2.78	0.70	ปานกลาง
2. สวัสดิการด้านการศึกษา	2.93	0.91	ปานกลาง
3. สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย	3.29	0.72	ปานกลาง
4. สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ	2.77	0.95	ปานกลาง
5. สวัสดิการด้านความปลอดภัย	3.12	0.83	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.98	0.82	ปานกลาง

2. ผลการวิเคราะห์ความต้องการสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.08, sd. = 0.58) โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความปลอดภัย สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย สวัสดิการด้านการศึกษา มีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความต้องการสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี (n = 120)

สวัสดิการของพนักงาน	$\bar{x}$	sd.	ระดับ
1. สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ	4.13	0.65	มาก
2. สวัสดิการด้านการศึกษา	4.02	0.72	มาก
3. สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย	4.02	0.69	มาก
4. สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ	4.09	0.69	มาก
5. สวัสดิการด้านความปลอดภัย	4.12	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.08	0.58	มาก

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ แผนกอายุงาน ประเภทพนักงาน และประเภทสัญญาจ้าง ขณะที่ความต้องการในสวัสดิการของพนักงานที่เพศต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกัน มีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงาน บริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงานบริษัท	ผลการทดสอบ
1. ความพึงพอใจในสวัสดิการ จำแนกตามเพศ	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ*
2. ความพึงพอใจในสวัสดิการจำแนกตามอายุ	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
3. ความพึงพอใจในสวัสดิการจำแนกตามแผนก	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ*
4. ความพึงพอใจในสวัสดิการจำแนกตามตำแหน่งงาน	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
5. ความพึงพอใจในสวัสดิการ จำแนกตามอายุงาน	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ*
6. ความพึงพอใจในสวัสดิการจำแนกตามประเภทพนักงาน	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ*
7. ความพึงพอใจในสวัสดิการจำแนกตามประเภทสัญญาจ้างพนักงาน	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ*
8. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามเพศ	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ*
9. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามอายุ	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
10. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามแผนก	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
11. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามตำแหน่งงาน	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
12. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามอายุงาน	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
13. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามประเภทพนักงาน	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
14. ความต้องการในสวัสดิการจำแนกตามประเภทสัญญาจ้างพนักงาน	ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์แนวทางการสร้างความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงาน บริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด พบว่า มีปัจจัยสำคัญแบ่งเป็น 5 ประเด็นหลัก มีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดสรรสวัสดิการของพนักงาน

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
1. สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ	1.1 การพัฒนาและกำหนดระบบค่าตอบแทนที่มีความโปร่งใส รวมถึงโครงสร้างโบนัสที่ชัดเจนและเหมาะสม 1.2 การสนับสนุนค่าใช้จ่ายที่จำเป็นสำหรับพนักงาน เพื่อความมั่นคงทางการเงิน
2. สวัสดิการด้านการศึกษา	2.1 การสนับสนุนค่าเล่าเรียนสำหรับพนักงานและบุตร 2.2 การจัดอบรมและเวิร์กช็อปเพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงาน
3. สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย	3.1 การจัดให้มีประกันสุขภาพที่ครอบคลุมและบริการตรวจสุขภาพประจำปี 3.2 การสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น การเข้าฟิตเนส เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพดี
4. สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ	4.1 การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและส่งเสริมการทำงานเป็นทีม 4.2 การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร
5. สวัสดิการด้านความปลอดภัย	5.1 การจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันที่เหมาะสมและการจัดอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน 5.2 การมีนโยบายและแผนฉุกเฉินที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานมีความมั่นใจในความปลอดภัยที่สถานที่ทำงาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความรู้สึกมั่นคงในการทำงาน การขาดการสนับสนุนด้านการปรับเงินเดือนให้สอดคล้องกับค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น อาจทำให้พนักงานรู้สึกว่าสวัสดิการไม่เพียงพอต่อความต้องการ (Maslow, 1970) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของ Maslow สนับสนุนว่า ความต้องการพื้นฐาน เช่น ความมั่นคงทางการเงิน สุขภาพ และความปลอดภัย มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานอย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภัควรินทร์ สุทธิพีระพงษ์ (2563) พบว่า ความต้องการสวัสดิการโดยรวมของพนักงานอยู่ในระดับมาก และแตกต่างกันตามปัจจัยส่วน

บุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และแผนก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พชรพล ถนอมเกียรติกร (2564) พบว่าความต้องการสวัสดิการสำหรับครอบครัวมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตและความผูกพันในการทำงาน

2. ระดับความต้องการสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เพราะสวัสดิการที่ครอบคลุมและตรงตามความต้องการสามารถช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของพนักงานได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานให้ความสำคัญอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนนี้ สวัสดิการที่ดีจะช่วยให้พนักงานรู้สึกว่าองค์กรให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่และสุขภาพของพนักงาน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย และการพัฒนาทักษะ ทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันและมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัลยา แจ้งกระจ่าง และอัควรรณ์ แสงวิภาค (2566) ที่พบว่า การรับรู้ในด้านผลตอบแทนและสวัสดิการและความมั่นคงในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงาน

3. จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจและความต้องการในสวัสดิการของพนักงาน ในบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ได้แก่ เพศ แผนก อายุงาน และประเภทพนักงาน ด้านเพศ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับสวัสดิการที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว เช่น ค่าเล่าเรียนบุตรและสิทธิการลาคลอดมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐพล ศิริไชย (2563) ที่ระบุว่า เพศหญิงมักเน้นสวัสดิการที่ส่งเสริมความมั่นคงในครอบครัว ขณะที่เพศชายมักคาดหวังสวัสดิการด้านรายได้ เช่น โบนัสและค่าตอบแทนพิเศษ ด้านแผนก พบว่า พนักงานแต่ละแผนกมีระดับการเข้าถึงสวัสดิการที่แตกต่างกัน ฝ่ายผลิตมักมีโอกาสน้อยในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การอบรมหรือกิจกรรมนันทนาการ จึงรับรู้ว่า สวัสดิการไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร ขณะที่พนักงานสายสนับสนุนมีความพึงพอใจสูงกว่า เนื่องจากมีเวลาและโอกาสในการเข้าถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ด้านอายุงาน พบว่า พนักงานที่มีอายุงานมาก มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสวัสดิการระยะยาว เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพและประกันสุขภาพครอบคลุม ในขณะที่พนักงานที่มีอายุงานน้อยจะเน้นสวัสดิการที่ให้ผลประโยชน์ในระยะสั้น เช่น ค่าครองชีพ และเบี้ยขยัน ด้านประเภทพนักงาน พบว่า พนักงานประจำมีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการสูงกว่าพนักงานสัญญาจ้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุม เช่น ประกันสุขภาพหรือกองทุนเกษียณอายุ

4. แนวทางการสร้างความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า การสร้างความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดชลบุรี สามารถพัฒนาได้ 5 ด้าน ดังนี้

4.1 ด้านเศรษฐกิจ พนักงานให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางการเงิน โดยเฉพาะในช่วงที่ค่าครองชีพปรับตัวสูงขึ้น องค์กรควรพัฒนาระบบค่าตอบแทนให้มีความโปร่งใส กำหนดโครงสร้างโบนัสอย่างชัดเจน และสนับสนุนค่าใช้จ่ายจำเป็น เช่น ค่าเดินทางและค่าครองชีพ เพื่อสร้างแรงจูงใจและลดภาระทางการเงิน อันจะนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว สอดคล้องกับรายงานของ Boonchum (2025) ที่กล่าวถึงการจัดตั้ง Employee Welfare Fund (EWF) ในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างหลักประกันทางการเงินแก่พนักงานในกรณีว่างงานหรือเสียชีวิต โดยให้นายจ้างสมทบ 0.25% ของค่าจ้าง ถือเป็นแนวโน้มเชิงนโยบายที่เน้นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจแก่แรงงานอย่างยั่งยืน

4.2 ด้านการศึกษา องค์กรควรสนับสนุนค่าเล่าเรียนของพนักงานและบุตร ตลอดจนจัดอบรม หรือเวิร์กช็อปเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการเติบโตในสายอาชีพและเสถียรภาพในชีวิตการทำงาน แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มสวัสดิการทางเลือก (Flexible Benefits) ในประเทศไทย ที่พบว่า องค์กรขนาดใหญ่จำนวนมากเปิดให้พนักงานเลือกสวัสดิการตามความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งด้านการศึกษา เช่น ทุนการศึกษา หรือคอร์สอบรมเฉพาะทาง เป็นหนึ่งในสิทธิยอดนิยมของแรงงานยุคใหม่

4.3 ด้านสุขภาพอนามัย องค์กรควรจัดให้มีสวัสดิการด้านสุขภาพที่ครอบคลุม เช่น ประกันสุขภาพ การตรวจสุขภาพประจำปี และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น ฟิตเนส กีฬา หรือเวิร์กชอปด้านสุขภาวะ เพื่อช่วยลดความกังวลและเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanapop et al. (2021) ซึ่งศึกษากลุ่มแรงงานนอกระบบในภาคใต้ของไทย พบว่าปัจจัยด้านรายได้ ลักษณะงาน ความเสี่ยง และการเข้าถึงบริการระบบ แนวทาง หรือมาตรการที่มุ่งป้องกันอันตรายและดูแลสุขภาพของพนักงานในสถานที่ทำงาน (Occupational Health and Safety: OHS) มีความสัมพันธ์กับสถานะสุขภาพของพนักงาน โดยผู้ที่เข้าถึงบริการ OHS มีแนวโน้มสุขภาพดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

4.4 ด้านสังคมและนันทนาการ การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เช่น งานเลี้ยง กีฬาสี หรือกิจกรรมสร้างทีม (Team building) อย่างสม่ำเสมอ จะช่วยส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี เพิ่มความสามัคคี และความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดสวัสดิการทางเลือก (Flexible benefits) ที่ให้ความสำคัญกับสวัสดิการด้านความเป็นอยู่ที่ดี (Well-being) โดยเปิดโอกาสให้พนักงานเลือกรับสิทธิด้านสันทนาการ เช่น กีฬา สปา หรือกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจิต ซึ่งมีบทบาทในการสร้างแรงจูงใจและความสุขในการทำงาน

4.5 ด้านความปลอดภัยในการทำงาน องค์กรควรจัดหาอุปกรณ์ป้องกันที่ได้มาตรฐาน จัดอบรมด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง และกำหนดนโยบายความปลอดภัยที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการทำงาน ลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และเสริมสร้างความพึงพอใจของพนักงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanapop et al. (2021) ที่อธิบายว่า การสัมผัสความเสี่ยงในการทำงาน (Occupational hazards exposure) และการเข้าถึงบริการ OHS มีความสัมพันธ์กับสุขภาพของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่ขาดการเข้าถึงมีโอกาสเจ็บป่วย หรือได้รับผลกระทบด้านสุขภาพมากกว่า

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีความต้องการสวัสดิการด้านเศรษฐกิจเป็นอันดับหนึ่ง แต่มีความพึงพอใจในอันดับที่ 4 แสดงให้เห็นว่าพนักงานยังคงต้องการการปรับปรุงในสวัสดิการด้านเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ดังนั้น บริษัทจึงควรดำเนินการดังนี้

1.1 ปรับปรุงเงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้าน เพื่อช่วยลดภาระทางการเงิน และตอบสนองความต้องการของพนักงานในด้านการสนับสนุนที่อยู่อาศัย

1.2 ปรับปรุงค่าอาหารช่วงโอที โดยอาจมีตัวเลือกที่หลากหลายเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของพนักงานมากขึ้น เช่น ให้พนักงานเลือกเมนูอาหารได้เอง โดยการจัดทำบัตรอาหารที่สามารถใช้เลือกเมนูจากร้านอาหารที่หลากหลาย เพิ่มตัวเลือกอาหารสุขภาพ การจัดให้มีอาหารสำเร็จรูปที่สามารถเลือกทานได้ทันที หรือเพิ่มบริการจัดส่งอาหารในช่วงโอที เพื่อเพิ่มความสะดวกและตอบโจทย์การทำงานในช่วงเวลานั้น

1.3 ปรับปรุงเบี้ยขยันรายเดือน โดยให้ความสำคัญกับการให้เบี้ยขยันที่เหมาะสมกับผลงานของพนักงาน และเพิ่มความโปร่งใสในการมอบสวัสดิการประเภทนี้

2. จากผลการวิจัย พบว่า สวัสดิการด้านสังคมและนันทนาการ ได้รับความต้องการจากพนักงานในอันดับที่ 3 แต่ยังมีความพึงพอใจอยู่ในอันดับที่ 5 จึงเป็นสิ่งที่บริษัทควรพิจารณา ดังนี้

2.1 กิจกรรมท่องเที่ยวประจำปี ควรเลือกสถานที่ที่ตอบสนองความสนใจของพนักงานและเพิ่มความหลากหลายในการเลือกกิจกรรม

2.2 งานเลี้ยงปีใหม่ ควรมีการจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างความสนุกสนาน และเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในทีม

2.3 กีฬาสี ควรเพิ่มประเภทกีฬาและกิจกรรมที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความร่วมมือและสนุกสนานในหมู่พนักงาน

3. จากผลการวิจัย พบว่า พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 1-2 ปี มีความพึงพอใจในสวัสดิการที่แตกต่างจากพนักงานใหม่ ดังนั้น บริษัทควรพิจารณาสร้างโปรแกรมสวัสดิการที่ตอบสนอง

ความต้องการของพนักงานแต่ละกลุ่มให้เหมาะสม โดยเฉพาะพนักงานใหม่ที่มีอายุงาน 1-2 ปี เพื่อให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและผูกพันกับองค์กรอย่างยั่งยืน เช่น การฝึกอบรมที่มีทักษะเฉพาะทางและโปรแกรมเสริมสร้างทักษะที่ช่วยให้พวกเขาสามารถปรับตัวได้ดีในสภาพแวดล้อมการทำงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานแผนกต่างๆอย่างละเอียด เช่นในการวิจัยนี้พบว่า แผนก Quality Control มีความพึงพอใจในสวัสดิการน้อยกว่าแผนกอื่น ๆ ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ หรือการสำรวจเชิงลึก เพื่อเข้าใจปัจจัย หรือปัญหาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานในแผนกดังกล่าว และหาวิธีการปรับปรุงที่เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Boonchum, P. (2025). *Thailand: Implementation of the Employee Welfare Fund. WTW.* Retrieved from https://www.wtwco.com/en-id/insights/2025/01/thailand-implementation-of-the-employee-welfare-fund

Jangkachang, K., & Sangwipak, A. (2023). Kān̄rapru̱ kān̄ sanapsanun c̄hāk ʻongkoṇ læ kān̄rapru̱ banyākāt̄ nai ʻongkoṇ thī mī ʻitthi phon to̱ phon kān̄ patibat ngān̄ khoṇng phanaknga̱n nai boṛisat phalit chinsa won yān̄ yon hǣng nưng nai nikhom ʻutsāhakam ʻīt thœ̄n sī boṭ c̄hangwat Rayoṇng. [Perceived Organizational Support and Organizational Climate Influencing Employee Performance in an Automotive Parts Manufacturing Company in the Eastern Seaboard Industrial Estate, Rayong Province]. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 8*(3), 1-16.

กัลยา แจ้งกระจ่าง, และอัควรรณ์ แสงวิภาค. (2566). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และการรับรู้บรรยากาศในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 8*(3), 1-16.

Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. New York: Columbia University.

Mameda, N. (2019). *Khwām phưng phoṝ c̄hai to̱ sawatdikān̄ khoṇng bukkhalākoṇ nai boṛisat ʻe c̄hī si the khoṝ no kala soṝ (prathet Thai) c̄hamkat*. [*Employee Satisfaction with Welfare in AGC Techno Glass (Thailand) Co., Ltd]*. (Master's thesis, Ramkhamhaeng University).

นงคาร มามิดา. (2562). *ความพึงพอใจต่อสวัสดิการของบุคลากรในบริษัท เอจีซี เทคโน กลาส (ประเทศไทย) จำกัด.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

Maslow, A. H. (1970). Synergy: Some Notes of Ruth Benedict 1. *American Anthropologist, 72*(2), 320-333.

Saneewong Na Ayutthaya, P., & Kangsanan, K. (2018). Kān̄pramœ̄n samatthana kān̄ patibat ngān̄ khon̄g c̄haonāthī̄ dān̄ kānngœ̄n kān̄khlang khon̄g krom sawatdikān̄ læ khumkhron̄g rænngngān̄ krasūang rænngngān̄. [Performance Competency Evaluation of Financial Officers under the Department of Labour Protection and Welfare, Ministry of Labour]. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University, 4*(3), 179-190.

พิไลวรรณ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา, และโกวิทย์ กังสนันท์. (2561). การประเมินสมรรถนะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านการเงินการคลังของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานกระทรวงแรงงาน. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University, 4*(3), 179-190.

Sirichai, N. (2020). *Khwām tæktāng dān̄ khwāmtxn̄gkān̄ læ khwāmphungphx̣c̄hai nai sawatdikān̄ khon̄g phanakngān̄ tām laksana sx̣ won bukkhon nai ʻongkxn̄ phāk ʻēkkachon. [Differences in Employee Welfare Needs and Satisfaction According to Personal Characteristics in Private Organizations].* (Master' s Independent Study, Ramkhamhaeng University).

ณัฐพล ศิริไชย. (2563). *ความแตกต่างด้านความต้องการและความพึงพอใจในสวัสดิการของพนักงานตามลักษณะส่วนบุคคลในองค์กรภาคเอกชน.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

Suttipheraphong, P. (2020). *Khwāmtxn̄gkān̄ sawatdikān̄ khon̄g phanakngān̄ bxrisat ʻē sx̣ ʻem fāmāsū ti khx̣ lx̣ c̄hamkat. [Employee Welfare Needs at S.M. Pharmaceutical Co., Ltd].* (Master's Independent Study, Ramkhamhaeng University).

ภัควรินทร์ สุทธิพีระพงษ์. (2563). *ความต้องการสวัสดิการของพนักงานบริษัท เอส.เอ็ม ฟาร์มาซูติคอล จำกัด.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

Thanapop, C., Thanapop, S., & Keam-Kan, S. (2021). Health status and occupational health and safety access among informal workers in the rural community, Southern Thailand. *Journal of Primary Care & Community Health. https://doi.org/10.1177/21501327211015884*.

Thanomkietkorn, P. (2021). *Khwāmsamphan rawāng khwāmtoṇgkān sawatdikān samrap khrōpkhruā kap khunnaphāp chīwit kānthamngān : koṛanī suksā phanakngān boṛisat ʻēkkachon hæng nưng. [The Relationship between Family Welfare Needs and Quality of Work Life: A Case Study of Employees in a Private Company*]. (Master's thesis, Thammasat University).

พชรพล ถนอมเกียรติกร. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการสวัสดิการสำหรับครอบครัวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

Thongsorn, S. (2017). *khwāmsamphan rawāng khwām phưng phoṝ čhai toṝ ʻakān čhatkān sawatdikān kap radap khwām phūkphan khoṇg phanakngān radap patibatkān boṛisat sam mi thoṝ ʻæ na seˉ ʻoṝ to phat čhamkat.* [Relationship between Satisfaction with Welfare Management and Organizational Commitment Among Operational-level Employees in Summit Ansei Autoparts Co., Ltd]. (Master's thesis, Burapha University).

สมศักดิ์ ทองสอน. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการจัดการสวัสดิการกับระดับความผูกพันของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท ซัมมิทแอน เซ่ ออโตพาร์ท จำกัด.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

Tintabura, S. (2014). Kān čhat sawatdikān rūpbæp mai khoṇg phanakngān nai fai phalit witsawakoṇ thang radap patibatkān læ phūboṛihān ra dap ton nai khet nikhom ʻutsāhakam læm chabang. [New Model of Welfare Management for Production Line Engineers and Junior Managers in Laem Chabang Industrial Estate]. *Burapha Journal of Business Management Review, 9*(2), 127-142.

โศรยา ตินตะบุระ. (2557). การจัดสวัสดิการรูปแบบใหม่ของพนักงานในฝ่ายผลิต วิศวกร ทั้งระดับปฏิบัติการและผู้บริหารระดับต้น ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 9*(2), 127-142.

การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

A STUDY OF INFORMATION TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND INFORMATION TECHNOLOGY SYSTEM QUALITY AFFECTING THE EFFICIENCY OF SERVICE FEE AND REGISTRATION FEE PAYMENTS AT THE TREASURY OFFICE, SOUTHEAST BANGKOK UNIVERSITY

อัณณพา สายทอง[1], เกสร คงสำเภา[2], อริชัย เพ็ชร์กุล[3], สุรพันธ์ ชาวเหนือ[4]
Annapa Saithong[1], Gesorn Kongsumpao[2], Arichai Phetkul[3] , Suraphan Chaonuea[4]
(Received: May 29, 2025 ; Revised: July 17, 2025 ; Accepted: August 13, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับชั้น และคณะเรียน 2) การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 3) คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษา 400 คน ด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ระดับการยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจในคุณภาพของระบบอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาในภาพรวม ประกอบด้วย เพศ อายุ และชั้นปีที่เรียน มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ ที่ระดับ

[1]อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Instructor, Department of Accounting, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University. e-mail: annapa@southeast.ac.th
[2]อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Instructor, Department of Accounting, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University. e-mail: kesorn@southeast.ac.th
[3]อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Instructor, Department of Accounting, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University. e-mail: arichai@southeast.ac.th
[4]อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Instructor, Department of Accounting, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University. e-mail: suraphan@southeast.ac.th

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกกับประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง เรียงลำดับดังนี้ มากที่สุดคือ ด้านความไว้วางใจ รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 73.00 ส่วนคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกกับประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง เรียงลำดับดังนี้ มากที่สุดคือ ด้านคุณภาพของสารสนเทศ รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของระบบ และด้านคุณภาพของการบริการ สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 77.50 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิภาพ

Abstract

This research aimed to investigate the factors affecting the efficiency of service fee and registration fee payments at the Treasury Office, Southeast Bangkok University. The study focused on three main issues: 1) differences in personal factors such as gender, age, academic year, and faculty; 2) acceptance of information technology; and 3) the quality of the information technology system. The sample was 400 students. The instrument was a questionnaire. The statical analyses were One-way ANOVA and multiple regression. The research findings revealed that the respondents demonstrated the highest levels of technology acceptance and satisfaction with system quality. Among the students' personal factors overall, gender, age, and academic year affected the efficiency of service fee and registration fee payments at the 0.05 significance level. Additionally, technology acceptance had a positive influence on the efficiency of service fee and registration fee payments at the Treasury Office. Trust was the highest, followed by perceived ease of use, perceived risk, and perceived usefulness, explaining 73.00% of the variance. Furthermore, the quality of the information technology system also had a positive influence on the efficiency of service fee and registration fee payment at the Treasury Office. Information quality was the highest, followed by system quality, and service quality, accounting for as much as 77.50% of the variance, at the 0.05 significance level.

Keywords: Acceptance of Information Technology, Quality of Information Technology System, Efficiency

บทนำ

การระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 แพร่กระจายไปทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงภาคการศึกษาที่จำเป็นจะต้องจัดกิจกรรมทางการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ อีกทั้งในเรื่องของการติดต่อสื่อสารเพื่อรับ-ส่งข้อมูลของนักศึกษา และผู้ปกครอง ซึ่งข้อมูลที่สำคัญนอกจากการจัดการเรียนการสอนแล้วนั้น ยังมีข้อมูลในการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินของประชาชนในยุคดิจิทัล อีกทั้งการศึกษาของ World Bank (2022) รายงานการระบาดของ COVID-19 ได้กระตุ้นการใช้การชำระเงินดิจิทัลทั่วโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรที่มีอายุน้อย ซึ่งนำไปสู่การรวมกลุ่มทางการเงินที่ครอบคลุมมากขึ้น

การที่โลกเข้าสู่ยุคดิจิทัลด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการชำระเงินที่เปลี่ยนจากการใช้เงินสดมาเป็นแบบไร้เงินสดโดยผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายแบงก์มากขึ้น เนื่องจากง่ายและสะดวกสบายต่อทั้งผู้ชำระเงินและผู้รับเงินและเป็นเทคโนโลยีที่ลงทุนน้อย ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุน อำนวยความสะดวก เสริมความคล่องตัว ความถูกต้องและปลอดภัย (กัตตกมล พิศแลงาม, 2565) โดยมหาวิทยาเซาธ์อีสท์บางกอกได้มีการนำระบบการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนแบบไร้เงินสดผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายแบงก์มาใช้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าวยังคงมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มผู้ใช้ ขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพและความง่ายในการใช้งานของผู้บริโภคซึ่งมีผลต่อการยอมรับบริการชำระเงินผ่านระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Fin Tech) (Ahmad, S., Tajul U., S., & Syed Mustapha Nazri, S. N. F., 2021)

อีกทั้งจากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้พบว่าการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระเงินนั้นส่วนใหญ่อยู่ในภาคเอกชน แต่ยังไม่พบการวิจัยดังกล่าวในระดับมหาวิทยาลัยไทย งานวิจัยนี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างของการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในระบบ E-payment ในสถาบันอุดมศึกษาไทย ซึ่งยังมีอยู่จำนวนน้อย เพื่อให้สถาบันการศึกษามีการพัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณภาพในด้านสารสนเทศ ระบบและการบริการ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสบการณ์ในการใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้บริการในระยะยาว การวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกนี้ จึงเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศและคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการรับชำระเงิน รวมถึงเป็นข้อเสนอแนะให้แก่

มหาวิทยาลัยเพื่อที่จะนำผลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงระบบการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนเพื่อให้การดำเนินงานทางการเงินของมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

3. เพื่อศึกษาคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำนวน 3,521 คน ซึ่งเป็นจำนวนนักศึกษาในปีการศึกษา 2567 จากสำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

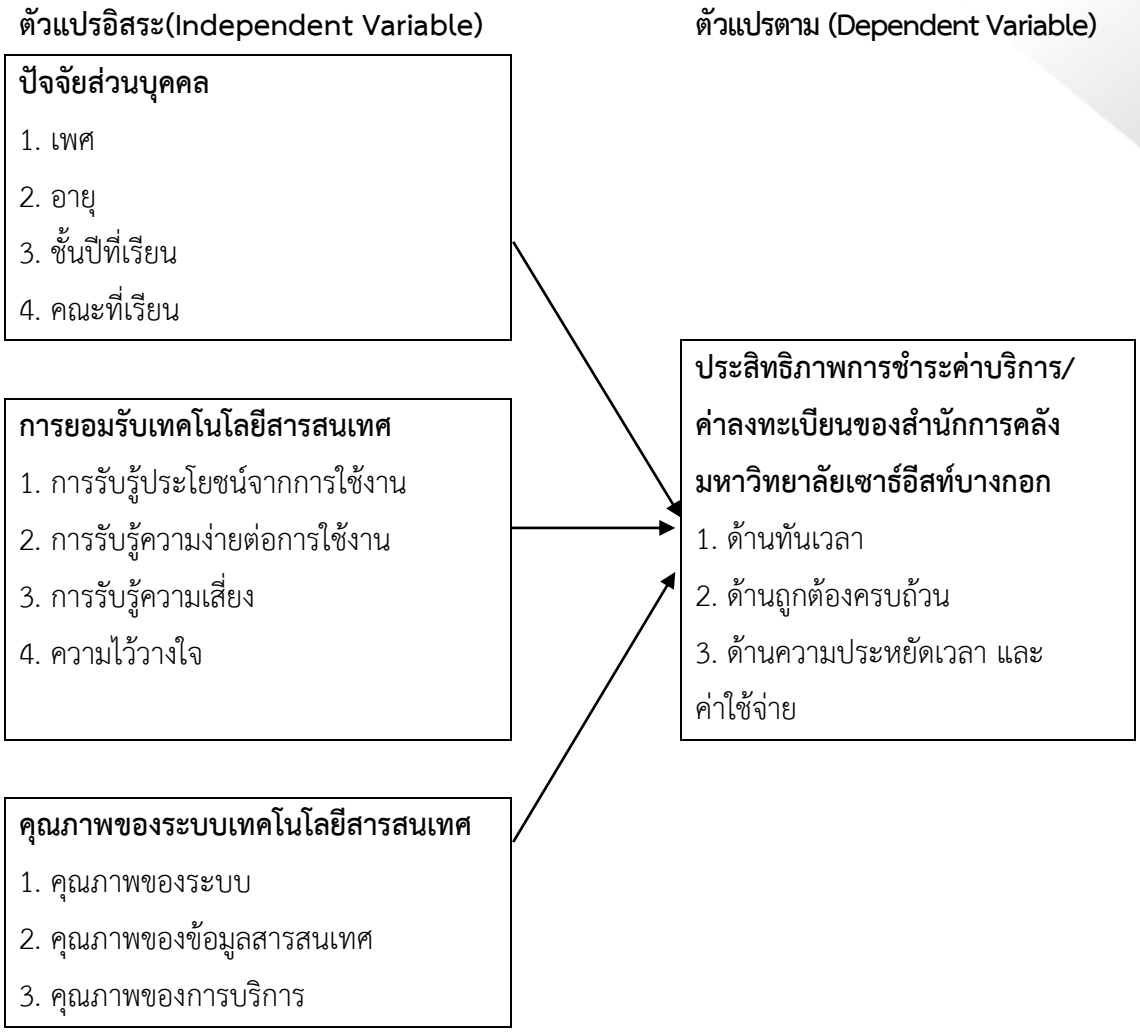
กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกจำนวน 400 คน จากการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน ร้อยละ 5 ผู้วิจัยได้กำหนดเทคนิควิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) คณะละ 80 คน จาก 5 คณะ ประกอบด้วยคณะบัญชีและวิทยาการจัดการ คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน คณะเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม คณะศิลปศาสตร์และคณะนิติศาสตร์ จากนั้นทำการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มเลือกตามความสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ชั้นปีที่เรียน และคณะที่เรียน 2. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจ 3. คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ คุณภาพของการบริการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประกอบด้วย ด้านความทันเวลา ด้านความถูกต้องครบถ้วน และด้านความประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกแตกต่างกัน

2. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

3. คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยการสังเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่เรียน คณะที่เรียน ในลักษณะข้อคำถามชนิดเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง เป็นแบบสอบถามมาตารส่วนประมาณค่า

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้งานระบบบริการการศึกษาในการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด

การหาความเที่ยงตรง (Validity)

1. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาแล้วนั้น ให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบว่าแบบสอบถามสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาการบัญชีตรวจสอบแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.94 และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป

การทดสอบความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์

1. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญและปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนที่ไม่ใช่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้เครื่องมือที่วัดค่าตัวแปรที่อยู่ในรูปมาตรวัดแบบเรียงอันดับ พิจารณาจากค่า Cronbach Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.969 ซึ่งค่าที่ได้มากกว่า 0.7 จึงจะมีความเชื่อถือได้

2. การหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้วิธีสหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน คำถามจำนวน 34 ข้อ โดยหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation) และเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป ได้ผลข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทุกข้อโดยมีค่าเฉลี่ย 0.856

การรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ t-test, F-test (One way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3. การทดสอบสมมติฐาน

3.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกแตกต่างกันใช้สถิติ ได้แก่ t-test, F-test (One-way ANOVA)

3.2 สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียน ใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.3 สมมติฐานที่ 3 คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 55.25) มีช่วงอายุมากกว่า 22 ปี (ร้อยละ 41.50) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 45.50) โดยศึกษาอยู่ใน 5 คณะของมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก คือ คณะเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน คณะนิติศาสตร์ คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ และคณะศิลปศาสตร์ จำนวนคณะละ 80 คน (ร้อยละ 20 ตามลำดับ)

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำถาม	$\bar{x}$	sd.	ความหมาย
1. ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	4.66	0.452	มากที่สุด
2. ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	4.55	0.534	มากที่สุด
3. ด้านการรับรู้ความเสี่ยง	4.54	0.552	มากที่สุด
4. ด้านความไว้วางใจ	4.51	0.565	มากที่สุด
รวม	4.54	0.504	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 เป็นการสรุประดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.54, sd. = 0.504) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.66, sd. = 0.452) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน

($\bar{x}$ = 4.55, sd. = 0.534) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ($\bar{x}$ = 4.54, sd. = 0.552) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความไว้วางใจ ($\bar{x}$ = 4.51, sd. = 0.565) อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำถาม	$\bar{x}$	sd.	ความหมาย
1. ด้านคุณภาพของระบบ	4.55	0.508	มากที่สุด
2. ด้านคุณภาพของข้อมูล	4.52	0.557	มากที่สุด
3. ด้านคุณภาพการบริการ	4.49	0.566	มากที่สุด
รวม	4.52	0.516	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 เป็นการสรุประดับความคิดเห็นคุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.52, sd. = 0.516) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านคุณภาพของระบบ ($\bar{x}$ = 4.55, sd. = 0.508) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านคุณภาพของข้อมูล ($\bar{x}$ = 4.52, sd. = 0.557) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านคุณภาพการบริการ ($\bar{x}$ = 4.49, sd. = 0.566) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้งานระบบการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

คำถาม	$\bar{x}$	sd.	ความหมาย
1. ด้านความทันเวลา	4.60	0.524	มากที่สุด
2. ด้านความถูกต้องครบถ้วน	4.56	0.536	มากที่สุด
3. ด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	4.63	0.507	มากที่สุด
รวม	4.60	0.490	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 เป็นการสรุประดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.60, sd. = 0.490) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ($\bar{x}$ = 4.63, sd. = 0.507) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความทันเวลา ($\bar{x}$ = 4.60, sd. = 0.524) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความถูกต้องครบถ้วน ($\bar{x}$ = 4.56, sd. = 0.536) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายด้านของประสิทธิภาพ	F	P-value	สรุปผล	เปรียบเทียบรายคู่
เพศ	ความทันเวลา	4.695	0.010*	แตกต่างกัน	ชาย > หญิง, ไม่ระบุเพศ
	ความถูกต้องครบถ้วน	3.463	0.032*	แตกต่างกัน	ชาย > ไม่ระบุเพศ
	ความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	1.849	0.159	ไม่แตกต่างกัน	-
	รวม	3.448	0.033*	แตกต่างกัน	
อายุ	ความทันเวลา	7.057	0.000*	แตกต่างกัน	อายุ ≤18 ปี, >22 ปี > 19–20 ปี
	ความถูกต้องครบถ้วน	4.270	0.006*	แตกต่างกัน	อายุ ≤18 ปี, >22 ปี > 19–20 ปี
	ความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	4.937	0.002*	แตกต่างกัน	อายุ ≤18 ปี, >22 ปี > 19–20 ปี
	รวม	6.079	0.000*	แตกต่างกัน	
ชั้นปีที่เรียน	ความทันเวลา	4.828	0.003*	แตกต่างกัน	ปี 4 > ปี 2, ปี 3
	ความถูกต้องครบถ้วน	3.711	0.012*	แตกต่างกัน	ปี 4 > ปี 1, ปี 2, ปี 3
	ความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	5.269	0.001*	แตกต่างกัน	ปี 4 > ปี 1, ปี 2, ปี 3
	รวม	4.870	0.002*	แตกต่างกัน	
คณะที่เรียน	ความทันเวลา	3.978	0.004*	แตกต่างกัน	นิติศาสตร์, บัญชี, ศิลปศาสตร์ > โลจิสติกส์ฯ
	ความถูกต้องครบถ้วน	1.559	0.184	ไม่แตกต่างกัน	-
	ความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	1.825	0.123	ไม่แตกต่างกัน	-
	รวม	2.199	0.068	ไม่แตกต่างกัน	

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่เรียน และคณะที่ศึกษา มีผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในบางด้าน คือ เพศ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน ด้านความทันเวลา (P-value = 0.010) และ ด้านความถูกต้องครบถ้วน (P-value = 0.032) โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิงและผู้ไม่ระบุเพศ ส่วนในด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (P-value = 0.159)

อายุ ส่งผลต่อประสิทธิภาพทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความทันเวลา (P-value = 0.000) ด้านความถูกต้องครบถ้วน (P-value = 0.006) และ ด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (P-value = 0.002) อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มที่อายุมากกว่า 22 ปี และกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 18 ปีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอายุ 19–20 ปี

ชั้นปีที่เรียน ส่งผลต่อประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญในทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความทันเวลา (P-value = 0.003) ด้านความถูกต้องครบถ้วน (P-value = 0.012) และ ด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย(P-value = 0.001) โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีระดับการรับรู้สูงที่สุด

คณะที่เรียน ส่งผลต่อประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเฉพาะ ด้านความทันเวลา (P-value = 0.004) โดยนักศึกษาคณะนิติศาสตร์ คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ และคณะศิลปศาสตร์มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพในด้านความทันเวลาสูงกว่าคณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการและค่าธรรมเนียม/ค่าลงทะเบียนของส่วนงานสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษา

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	TOL	VIF	t	P-Value
	B	SE	Beta				
ค่าคงที่	0.684	0.134				5.109	0.000*
ความไว้วางใจ (X4)	0.363	0.038	0.119	0.365	2.742	2.742	0.006*
การรับรู้ความง่ายฯ (X2)	0.209	0.045	0.228	0.289	3.459	4.685	0.000*
การรับรู้ความเสี่ยง (X3)	0.160	0.045	0.181	0.263	3.797	3.547	0.000*
การรับรู้ประโยชน์ฯ (X1)	0.129	0.047	0.418	0.359	2.783	9.591	0.000*
R = 0.854, R Square = 0.730 Adjusted R Square = 0.727, SEE = 0.256 F = 267.186, Sig. of F = 0.000							

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความไว้วางใจ (X_4) ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (X_2) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (X_3) และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้

งาน (X_1) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียน ในภาพรวม ในระดับจากมากไปน้อยเรียงตามลำดับ และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F= 267.186, Sig of F= 0.000) และตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อประสิทธิภาพการชำระเงินค่าบริการ/ค่าลงทะเบียน ในภาพรวมได้ร้อยละ 73.00

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$Y = .684+.363(X_4)+.209(X_2)+.160(X_3)+.129(X_1)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_y = .119Z_{x_4}+.228Z_{x_2}+.181Z_{x_3}+.418Z_{x_1}$$

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ตารางที่ 6 คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพประสิทธิภาพการชำระค่าบริการฯ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	TOL.	VIF	t	P-Value
	B	S.E	Beta				
ค่าคงที่	0.807	0.109				7.619	0.000*
คุณภาพของสารสนเทศ (X6)	0.328	0.048	0.374	0.192	5.216	6.867	0.000*
คุณภาพของระบบ (X5)	0.303	0.046	0.315	0.254	3.939	6.658	0.000*
คุณภาพของการบริการ (X7)	0.207	0.045	0.239	0.212	4.720	4.624	0.000*

R **=** 0.880, R Square = **0.**775 Adjusted R Square = 0.773, SEE = 0.233

F = 455.059, Sig. of F = .000

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณภาพของสารสนเทศ (X_6) ด้านคุณภาพของระบบ (X_5) ด้านคุณภาพของการบริการ (X_7) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนฯ ในภาพรวม โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 (F= 455.059, Sig of F= 0.000) และตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนฯ ในภาพรวมได้ร้อยละ 77.50

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$Y = .807+.328(X_6)+.303(X_5)+.207(X_7)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_y = .374Z_{x_6} + .315Z_{x_5} + .239Z_{x_7}$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกแตกต่างกัน

1.1 เพศ ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประสิทธิภาพในการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน ความทันเวลา และ ความถูกต้องครบถ้วน ซึ่งอาจสะท้อนถึงความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี หรือระดับความคุ้นชินกับระบบดิจิทัล โดยเพศชายมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิงและผู้ที่ไม่ระบุเพศ

1.2 อายุ นักศึกษาที่มีอายุ มากกว่า 22 ปี และกลุ่มอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับการรับรู้ถึงประสิทธิภาพสูงกว่ากลุ่มอายุ 19–20 ปี ในทั้ง 3 ด้าน ซึ่งอาจเกิดจากประสบการณ์ที่มากกว่า (กลุ่มอายุมาก) และความเปิดรับเทคโนโลยีของคนรุ่นใหม่ (กลุ่มอายุน้อย)

1.3 ชั้นปีที่เรียน นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีระดับการรับรู้ประสิทธิภาพสูงกว่าชั้นปีอื่นอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน อาจสะท้อนถึงความคุ้นเคยกับระบบและกระบวนการชำระเงินจากประสบการณ์ที่มากขึ้น

1.4 คณะที่เรียน พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะในด้าน ความทันเวลา โดยนักศึกษาจากคณะโลจิสติกส์ มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าคณะอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ อาจเกิดจากความแตกต่างด้านความถนัดหรือการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากแต่ละคณะ

2. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

2.1 ด้านความทันเวลา ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายจากการใช้งาน ส่งผลต่อการใช้ระบบให้เกิดความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เมื่อผู้ใช้เชื่อถือระบบจะกล้าใช้บริการโดยไม่ลังเล ส่งผลให้การชำระเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003) ที่ระบุว่า ความไว้วางใจ มีบทบาทสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยเฉพาะในระบบที่เกี่ยวข้องกับการเงินหรือข้อมูลส่วนตัว สอดคล้องกับแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่ว่า หากผู้ใช้งานมองว่าเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ (Perceived Usefulness) และใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) พวกเขาจะมีแนวโน้มยอมรับและใช้งานระบบนั้น อีกทั้ง Lin, H.-Y., Wang, M.-H., & Chen, H.-T. (2019) และ Restianto, Y. E., Ghozali, I., Purwanto, A., & Januarti, I. (2018) ยังระบุอีกว่า หากระบบใช้งานง่ายและผู้ใช้รู้สึกไม่ซับซ้อนจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

2.2 ด้านความถูกต้องครบถ้วน สอดคล้องกับ Kurniasari (2021) ที่กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแปรสำคัญในการรับรองว่าแพลตฟอร์มมีความปลอดภัย มั่นคง และเช่นเดียวกันกับ

Mondego & Gide (2022) ที่ว่า การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) เป็นปัจจัยที่สำคัญรองจากความไว้วางใจ โดยผู้ใช้ต้องการระบบที่ปลอดภัย และไม่ก่อให้เกิดผลลบ เช่น ข้อมูลผิดพลาดหรือสูญหาย ซึ่งจะนำไปสู่ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือในการชำระค่าลงทะเบียน ซึ่งเห็นต่างจาก Restianto, Y. E., Ghozali, I., Purwanto, A., & Januarti, I. (2018) ที่กล่าวว่าแม้ระบบ e-payment จะมีการถูกบังคับใช้ในบางบริบท แต่ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ยังคงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ทัศคติ (Attitude) และ พฤติกรรม (Behavioral Intention) ของผู้ใช้งาน

2.3 ด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ช่วยลดภาระทั้งในเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้ ลดความผิดพลาด และต้นทุนแฝง ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาแก้ไขหรือย้อนกลับทำใหม่ สอดคล้องกับ Sarkam, N. A., Mohamad Razi, N. F., Mohammad, N. H., Jamil, N. I., (2022) และ Mondego & Gide (2022) ที่เห็นว่า หากผู้ใช้มองว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์และใช้งานได้ง่าย จะทำให้ลดการเกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและลดค่าใช้จ่าย เช่น ไม่ต้องเดินทางมาจ่ายด้วยตนเอง หรือไม่ต้องใช้เวลาเข้าคิว นอกจากนี้ Lin, H.-Y., Wang, M.-H., & Chen, H.-T. (2019) พบว่า หากสามารถสร้างความสอดคล้องระหว่างระบบกับความต้องการของผู้ใช้ หรือสามารถปรับให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้ได้ เช่น ความสามารถในการใช้งานได้จากทุกที่ ลดเวลาการเดินทาง หรือหลีกเลี่ยงขั้นตอนที่ซับซ้อน จะเพิ่มความเต็มใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนฯ ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ การรับรู้ความง่ายจากการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียน ทั้ง 3 ด้าน โดยเฉพาะด้านความทันเวลาที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น การสร้างระบบให้มีความน่าเชื่อถือ ใช้งานง่าย และส่งมอบประโยชน์ที่ผู้ใช้รับรู้ได้นั้นจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงานในการบริหารจัดการทางการเงินของมหาวิทยาลัยในยุคดิจิทัล และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานระบบ

3. คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนของสำนักการคลัง มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก สอดคล้องกับแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ของ DeLone และ McLean ซึ่งระบุว่า คุณภาพของระบบ (System Quality) คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) และคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้ระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้ และประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร (DeLone & McLean, 2003) ซึ่งจะอภิปรายเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 ด้านความทันเวลา ปัจจัยด้านคุณภาพของสารสนเทศ และด้านคุณภาพของระบบส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียน แสดงให้เห็นว่าการจัดการข้อมูลที่มีความถูกต้อง ทันสมัย และสามารถเข้าถึงได้สะดวก ช่วยสนับสนุนให้กระบวนการชำระเงินเป็นไปอย่างรวดเร็วและลดความล่าช้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Astuti & Abdillah,

2017) ที่ระบุว่า คุณภาพของระบบและคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน

3.2 ด้านความถูกต้องครบถ้วน ความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูลที่ระบบมีนั้นมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางการเงินของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Puspitasari, E. F., Baridwan, Z., & Atmini, S. (2023) ที่พบว่าคุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ และแนะนำให้มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพสารสนเทศและคุณภาพของระบบเป็นหลักเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ได้ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่สูงขึ้นและประสิทธิภาพขององค์กรที่ดีขึ้น ด้านคุณภาพบริการ เช่น ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ การตอบสนองต่อปัญหา หรือการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ช่วยลดข้อผิดพลาดในการชำระเงินและเพิ่มความแม่นยำในการใช้งานระบบ สอดคล้องกับ Vitalaya, F. L., Kesuma, S. A., & Erwin, K. (2023) ที่กล่าวว่า หากระบบสามารถสร้างการติดต่อของฝ่ายสนับสนุนหรือฝ่ายบริการลูกค้าได้อย่างง่ายดายเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ทำให้เกิดการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นให้ถูกต้องได้โดยเร็วจะเป็นอีกปัจจัยสำคัญอีกประการที่สามารถเพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจของผู้ใช้กับกระบวนการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

3.3 ด้านความประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ข้อมูลที่มีคุณภาพ เช่น การอัปเดตของสถานะการชำระเงินแบบเรียลไทม์ การมีรายการค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน และการแจ้งเตือน ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถวางแผนและดำเนินการได้รวดเร็ว จะส่งผลให้ผู้ใช้เข้ามาใช้งานระบบอย่างต่อเนื่อง และสามารถช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรม และค่าใช้จ่ายแฝงต่าง ๆ จากความผิดพลาดหรือความล่าช้าที่อาจเกิดขึ้น สอดคล้องกับ Vitalaya, F. L., Kesuma, S. A., & Erwin, K. (2023) ที่พบว่า หากระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพครอบคลุมคุณภาพทั้งทางด้านระบบ และการบริการ จะช่วยทำให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประสิทธิภาพและประโยชน์ที่จะได้รับในเรื่องของการประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และความสะดวก

สรุปได้ว่า คุณภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในเรื่องคุณภาพของสารสนเทศ คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียน ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนา และบำรุงรักษาระบบสารสนเทศให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพของกระบวนการทางการเงินในมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีคุณภาพตามองค์ประกอบสำคัญ สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงระบบสารสนเทศของสำนักการคลังให้ตอบโจทย์

ผู้ใช้งาน โดยเฉพาะการออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design) และรองรับอุปกรณ์หลากหลาย (Mobile-Friendly)

2. จัดอบรมและประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างการยอมรับเทคโนโลยีในหมู่นักศึกษาจากผลการวิจัยที่แสดงว่าการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบ และจากที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อประสิทธิภาพในการชำระค่าบริการ/ค่าลงทะเบียนควรมีการจัดกิจกรรมอบรมแนะนำระบบให้กับนักศึกษา และประชาสัมพันธ์คุณสมบัติของระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมทัศนคติและการรับรู้การใช้ประโยชน์ใช้งานมากขึ้น

3. ควรมีการบริหารจัดการตามกลุ่มผู้ใช้งานที่มีลักษณะแตกต่างกันเนื่องจากพบความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ชั้นปีที่เรียน และคณะที่เรียน เช่น การให้คำแนะนำแบบรายบุคคลหรือระบบช่วยเหลือออนไลน์ที่เข้าใจกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระเงินอย่างครอบคลุม

4. ผลการวิจัยนี้พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ทั้งในด้านความไว้วางใจ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อประสิทธิภาพการชำระค่าบริการฯ จึงควรมีการพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยสูง เช่น การใช้ระบบยืนยันตัวตนหลายชั้น (Two-factor Authentication) และการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มความมั่นใจของผู้ใช้งานในการดำเนินธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ ควรออกแบบอินเทอร์เฟซ (User Interface) ให้เข้าใจง่าย มีคำอธิบายหรือคู่มือการใช้งานอย่างชัดเจน

5. ควรจัดให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน เช่น ข้อมูลยอดค่าธรรมเนียมที่ต้องชำระ กำหนดวันครบกำหนด และสถานะการชำระ การแสดงผลข้อมูลให้อ่านง่าย เข้าใจได้ทันที และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยเชิงลึกอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบควรพิจารณาศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคม เช่น แรงจูงใจส่วนบุคคล ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี หรือการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมชั้นหรือครอบครัว ซึ่งอาจช่วยอธิบายพฤติกรรมการใช้งานระบบได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

2. ใช้วิธีการวิจัยเชิงผสม (Mixed Methods) เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ได้อย่างครอบคลุมในการวิจัยครั้งต่อไปอาจเสริมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักศึกษาที่มีปัญหาในการใช้ระบบหรือผู้ที่ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่สามารถอธิบายผลเชิงปริมาณได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. กลุ่มตัวอย่างมาจากมหาวิทยาลัยเพียงสถานที่เดียวอาจไม่สามารถสรุปผลในระดับประเทศได้ ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ครอบคลุมและสรุปผลในระดับชาติได้

เอกสารอ้างอิง

Ahmad, S., Tajul U., S., & Syed Mustapha Nazri, S. N. F. (2021). Technology Acceptance of Financial Technology (Fintech) for Payment Services Among Employed Fresh Graduates. *Asia-Pacific Management Accounting Journal, 16*(2), 27–50. https://doi.org/10.24191/apmaj.v16i2-02

Astuti, P., & Abdillah, W. (2017). An Empirical Examination of Success Model SAS Application on Territory of Bengkulu Treasury Office. *AFEBI Accounting Review, 1*(1), 59–80. https://doi.org/10.47312/AAR.V1I01.26

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/ 10.2307/249008

Delone, W. H. & Mclean, E. R. (2003). The Delone and Mclean Model of Information Systems Success: A Ten-year Update. *Journal of Management Information Systems, 19*(4), 9-30. DOI: 10.1080/07421222.2003.11045748

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly, 27*(1), 51–90. https://doi.org/10.2307/30036519

Kurniasari, F. (2021). The Factors Affecting the Adoption of Digital Payment Services Using Trust as Mediating Variable. *Emerging Markets: Business and Management Studies Journal*, *8*(1), 15–24.https://doi.org/10.33555/EMBM.V8I1.165

Lin, H.-Y., Wang, M.-H., & Chen, H.-T. (2019). Determinants for Consumer Adoption of Mobile Payment Technology. *International Journal of E-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, *9*(3), 146–159. https://doi.org/10.17706/IJEEEE. 2019.9.3.146-159

Mondego, D. Y., & Gide, E. (2022). The Use of the Technology Acceptance Model to Analyse the Cloud-based Payment Systems: A Comprehensive Review of Literature. *Journal of Information Systems and Technology Management*, *19*, 1-30. https://doi.org/10.4301/s1807-1775202219007

Pislae-ngam, K. (2022). Patc̆hai kān̄yo̱mrap thekn̄oloyī kān̄tham thurakam thān̄g kān̄ngoen̄ phān̄ Thai khiu ʻā phe̅ mēn̄ kho̱ng prachāchon nai c̆hangwat Pathum Thān̄i. [Factors Influencing Technology Acceptance of Financial Transaction Using the Thai QR Payment of Residents in Pathumtani]. *Journal of Information, 21*(1), 1–12.

กัตตกมล พิศแลงาม. (2565). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านไทยคิวอาร์เพย์เม้นท์ ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารสารสนเทศ, 21*(1), 1-12.

Puspitasari, E. F., Baridwan, Z., & Atmini, S. (2023). State Treasury and Budget System Online Monitoring (OM-SPAN) on Organizational Performance. *Interdisciplinary Social Studies*, *2*(9), 2312–2323. https://doi.org/10.55324/iss.v2i9.465

Restianto, Y. E., Ghozali, I., Purwanto, A., & Januarti, I. (2018). Willingness to Adopt an E-payment System to Increase the Effectiveness of the Budget Disbursement in the Public Sector in Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, *13*(2), 109-118. https://doi.org/10.24052/JBRMR/V13IS02/ART-10

Sarkam, N. A., Mohamad Razi, N. F., Mohammad, N. H., Jamil, N. I., & Kurniawati, L. (2022). Attitudes, Security, and Perceived Ease of Use Influence the Consumers' Decision to Use an E-payment System. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, *12*(3), 357-368. https://doi.org/10.6007/ ijarbss/v12-i3/12884

Vitalaya, F. L., Kesuma, S. A., & Erwin, K. (2023). Integration of the E-service Quality Model and Service Convenience Model to Measure E-Payment Performance (Empirical Study at Immigration Offices in Medan). *International Journal of Research and Review*, *10*(1), 77–87. https://doi.org/10.52403/ijrr.20230110

World Bank. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*.Retrieved from https://www.worldbank.org/ en/publication/globalfindex

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF INTERNAL QUALITY ASSURANCE OPERATIONS IN SCHOOLS UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE SAMUT PRAKAN

ธนพัตต์ หมวกหลำ[1], ภูษิตย์ วงษ์เล็ก[2]
Tanapat Muaklam[1], Pusit Wonglek[2]

(Received: June 1, 2025 ; Revised: July 1, 2025 ; Accepted: July 21, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ 2) ศึกษาการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน และ 4) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ครู จำนวน 334 คน จาก 25 โรงเรียน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของโรงเรียน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนอยู่ในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา

[1] นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Student, Master of Education Program in Educational Administration, Faculty of Liberal Arts, Southeast Bangkok University. e-mail: 6521363100013@sbu.southeast.ac.th

[2] อาจารย์ หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
Instructor, Master of Education Program in Educational Administration, Faculty of Liberal Arts, Southeast Bangkok University. e-mail: wonglek.p2000@gmail.com

สามารถร่วมกันพยากรณ์การส่งผลต่อความสำเร็จของการการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 84.40

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

Abstract

This research aimed to 1) study levels of factors affecting the success of internal quality assurance (IQA) operations in schools 2) study the internal quality assurance operations of schools 3) study the relationship between the factors affecting success and the internal quality assurance operations of schools, and 4) study the factors affecting the success of internal quality assurance operations of schools under The Secondary Educational Service Area Office Samut Prakan. The sample group consisted of 334 teachers from 25 schools. The sample size was determined and proportional stratified random sampling based on school size was employed. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using percentages, means, standard deviations, Pearson's product-moment correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. The research findings revealed that 1) Levels of factors affecting the success were at a high level overall. 2) The internal quality assurance operations of the schools were at a high level overall. 3) The overall factors affecting success had a very high positive correlation with the internal quality assurance operations of the schools, with statistical significance at the 0.01 level. 4) The factors affecting the success of internal quality assurance operations in the schools were organizational culture, management, personnel, and information systems and educational resources. These factors collectively predicted 84.40% of the variance in the success of internal quality assurance operations in schools under The Secondary Educational Service Area Office Samut Prakan.

Keywords: Factors Affecting the Success, Internal Quality Assurance, Schools under The Secondary Educational Service Area Office, Samut Prakan

บทนำ

ตามกฎกระทรวงว่าด้วยการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 ได้ระบุให้สถานศึกษาดำเนินการจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายใน โดยให้สถานศึกษากำหนดมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับที่กระทรวงศึกษาธิการประกาศใช้ นอกจากนี้ สถานศึกษายังต้องจัดทำแผนพัฒนาการ

จัดการศึกษา ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และจัดทำรายงานผลการประเมินตนเองเพื่อเสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัดอย่างต่อเนื่องทุกปี และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน 3 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานคุณภาพของผู้เรียน มาตรฐานการบริหารและการจัดการ และมาตรฐานการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2561) ซึ่งการประกันคุณภาพภายในถือเป็นกลไกสำคัญในการติดตาม ตรวจสอบ และพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา ดำเนินการโดยบุคลากรในสถานศึกษาร่วมกับหน่วยงานต้นสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ จึงได้ดำเนินกิจกรรมประเมินผลตามระบบการประกันคุณภาพและจัดทำรายงานสารสนเทศเพื่อใช้วางแนวทางพัฒนาสถานศึกษาในสังกัด ซึ่งการมีระบบประกันคุณภาพที่เป็นระบบจะช่วยให้สถานศึกษาดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย ชัดเจน และมีประสิทธิภาพ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ, 2564)

จากแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2565–2567 ได้กำหนดเป้าหมายให้ผู้เรียนมีสมรรถนะตามหลักสูตร มีคุณลักษณะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และเป็นพลเมืองโลกที่ดี พร้อมทั้งพัฒนาผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษาให้มีสมรรถนะวิชาชีพและจรรยาบรรณ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการจึงได้กำหนดตัวชี้วัดว่าสถานศึกษาร้อยละ 80 ในปี 2565 ร้อยละ 90 ในปี 2566 และร้อยละ 100 ในปี 2567 ต้องมีผลการประเมินตนเองอยู่ในระดับดีขึ้นไป ทั้งนี้ การประกันคุณภาพภายในนับเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นหลัก พร้อมทั้งใช้ประโยชน์จากผลการประเมินเพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์จากการประกันคุณภาพการศึกษานี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษาในสามประเด็นหลัก คือ การสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ การคุ้มครองผู้บริโภคจากการศึกษาที่ไม่มีคุณภาพ และการผลักดันให้สถานศึกษามุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพอย่างแท้จริง นอกจากนี้ การประกันคุณภาพยังส่งผลดีต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้เรียน ผู้ปกครอง ครู ผู้บริหาร และหน่วยงานกำกับดูแล โดยช่วยสร้างความมั่นใจ ส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งคุณภาพ และเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาสถานศึกษา อันนำไปสู่การสร้างเยาวชนที่มีคุณภาพให้กับประเทศชาติในที่สุด (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ, 2564)

จากรายงานผลการประเมินคุณภาพภายในของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ ปีการศึกษา 2564 และปีการศึกษา 2565 พบว่า ส่วนใหญ่มีผลการประเมินอยู่ในระดับคุณภาพยอดเยี่ยม ดี และดีเลิศ ตามลำดับ ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด สะท้อนถึงความสำเร็จของระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน และสอดคล้องกับกฎกระทรวงว่าด้วยการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาให้มีผลการประเมินตนเองเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็นครูที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียนทั้ง 25 โรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ รวมจำนวน 2,421 คน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567)

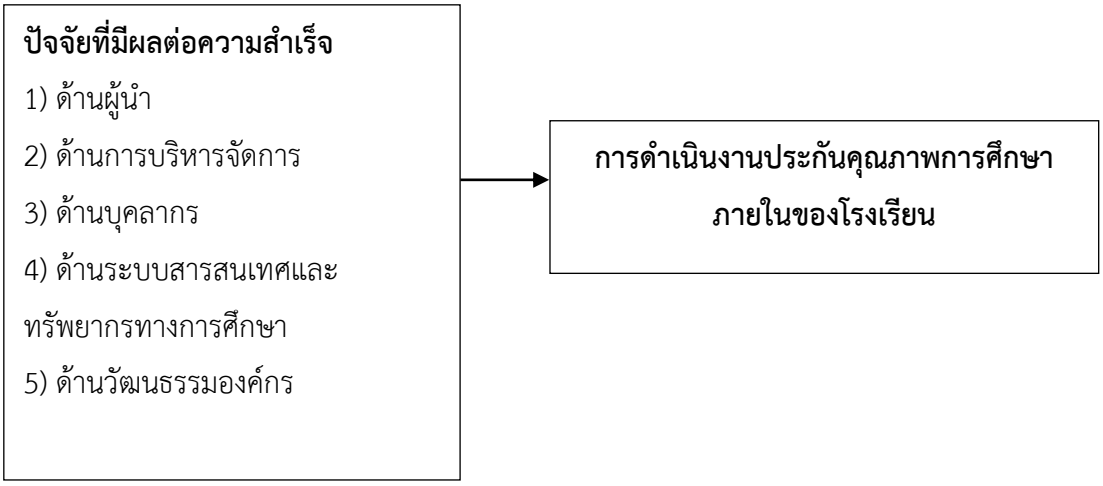
กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 334 คน ตามตารางสำเร็จรูปของ (Krejcie & Morgan, 1970) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) อย่างเป็นสัดส่วนตามขนาดของแต่ละโรงเรียน (Cochran, 1977)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ 5 ปัจจัย

ตัวแปรตาม ได้แก่ การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างน้อย 1 ปัจจัย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างน้อย 1 ปัจจัย ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างครู จำนวน 334 คน จาก 25 โรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ โดยเครื่องมือประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน แบ่งเป็น 5 ด้าน รวม 31 ข้อ และ 2) การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน แบ่งเป็น 6 ด้าน รวม 32 ข้อ ทั้งนี้ เครื่องมือดังกล่าวมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แต่ละข้อคำถามที่อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.99

การรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากครูจำนวน 334 คน ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยทำหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ยื่นขออนุญาตต่อสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ เพื่อใช้แบบสอบถาม เมื่อได้รับอนุญาตแล้วผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยัง การแจกแบบสอบถามได้จัดทำในรูปแบบรหัสคิวอาร์ (QR Code) ผู้ตอบสามารถสแกนด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อเข้าถึงแบบสอบถามได้ทันที ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบถ้วนทั้ง 334 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จึงดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน ก่อนจะนำข้อมูลที่ได้มาประเมินตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดไปลงรหัสและวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แปลความหมายดังนี้ (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2566, 205 - 206)

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ/การดำเนินงาน อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ/การดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ/การดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ/การดำเนินงาน อยู่ในระดับน้อย

และ ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ/การดำเนินงาน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ใน 5 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผู้นำ 2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 3) ปัจจัยด้านบุคลากร 4) ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา และ 5) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) และศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (linear Correlation) ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ ดังนี้

1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 1.00 หมายถึง ระดับความสัมพันธ์สมบูรณ์

2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.80 – 0.99 หมายถึง ระดับความสัมพันธ์สูงมาก

3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.60 – 0.79 หมายถึง ระดับความสัมพันธ์สูง

4) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.40 – 0.59 หมายถึง ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง

5) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.20 – 0.39 หมายถึง ระดับความสัมพันธ์ต่ำ

6) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01 – 0.19 หมายถึง ระดับความสัมพันธ์ต่ำมาก

และ 7) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00 หมายถึง ไม่มีระดับความสัมพันธ์

3. ทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ใน 5 ปัจจัยนั้น ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนโดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ภาพรวมและรายด้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	n = 334		ผลการประเมิน	อันดับ
	$\bar{x}$	sd.		
1. ด้านผู้นำ	4.23	0.78	มาก	**3**
2. ด้านการบริหารจัดการ	4.23	0.78	มาก	**3**
3. ด้านบุคลากร	4.22	0.82	มาก	**5**
4. ด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา	4.24	0.81	มาก	**2**
5. ด้านวัฒนธรรมองค์กร	4.24	0.77	มาก	**1**
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25	0.74	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้าน

ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.25) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ($\bar{x}$ = 4.30) รองลงมาคือ ด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา ($\bar{x}$ = 4.24) ด้านบุคลากร ($\bar{x}$ = 4.24) ด้านผู้นำ ($\bar{x}$ = 4.23) และด้านการบริหารจัดการ ($\bar{x}$ = 4.22) ตามลำดับ

2. การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ภาพรวมและรายด้าน

การดำเนินงาน	n = 334		แปลผล	อันดับ
	$\bar{x}$	sd.		
1. ด้านการกำหนดมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา	4.31	0.84	มาก	**1**
2. ด้านการจัดทำแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ที่มุ่งคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา	4.27	0.83	มาก	**4**
3. ด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา	4.26	0.86	มาก	**6**
4. ด้านการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา	4.27	0.82	มาก	**3**
5. ด้านการติดตามผลการดำเนินงานให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา	4.26	0.81	มาก	**5**
6. ด้านการจัดทำรายงานผลการประเมินตนเอง	4.29	0.85	มาก	**2**
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.80	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.28) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านการกำหนดมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา ($\bar{x}$ = 4.31) รองลงมาคือ ด้านการจัดทำรายงานผลการประเมินตนเอง ($\bar{x}$ = 4.29) ด้านการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา ($\bar{x}$ = 4.27) ด้านการจัดทำแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่มุ่งคุณภาพ ตามมาตรฐานการศึกษา ($\bar{x}$ = 4.27) ด้านการติดตามผลการดำเนินงานให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา ($\bar{x}$ = 4.26) และด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ($\bar{x}$ = 4.26) ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน

ตัวแปร	การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน			อันดับ
	n	r	p	
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	334	0.91**	0.00	
ด้านผู้นำ (X_1)	334	0.81**	0.00	**5**
ด้านการบริหารจัดการ (X_2)	334	0.85**	0.00	**3**
ด้านบุคลากร (X_3)	334	0.86**	0.00	**2**
ด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา (X_4)	334	0.85**	0.00	**3**
ด้านวัฒนธรรมองค์กร (X_5)	334	0.89**	0.00	**1**

**p ≤ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ อยู่ในระดับสูงมาก (r = 0.91) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวัฒนธรรมองค์กร (X_5) มีความสัมพันธ์กับระดับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในภาพรวมสูงสุดอยู่ในระดับสูงมาก (r = 0.89) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (X_3) มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก (r = 0.86) ด้านการบริหารจัดการ (X_2) กับด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา (X_4) มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก (r = 0.85) และด้านผู้นำ (X_1) มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก (r = 0.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรในสมการพยากรณ์การมีผลต่อความสำเร็จที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน

ตัวแปรที่ศึกษา	b	SE_b	β	t	Sig.
(X_5)	0.473	0.049	0.451	9.687**	0.000
(X_2)	0.182	0.049	0.187	3.724**	0.000
(X_3)	0.191	0.052	0.193	3.680**	0.000
(X_4)	0.148	0.050	0.142	2.938**	0.004
a = 0.038	R = 0.920	R^2 = 0.846	(Adjusted R^2) = 0.844	F = 8.633*	SE_{est} = 0.3169

**p≤ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ด้านวัฒนธรรมองค์กร (X_5) ด้านการบริหารจัดการ (X_2) ด้านบุคลากร (X_3) และด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา (X_4) สามารถร่วมกันพยากรณ์การส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนได้ร้อยละ 84.40

โดยสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ในรูปคะแนนดิบ มีดังนี้

$$\hat{Y} = .038 + .473(X_5) + .182(X_2) + .191(X_3) + .148(X_4)$$

สมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียน ในรูปคะแนนมาตรฐาน มีดังนี้

$$\hat{Z}_Y = .451(Z_{X5}) + .187(Z_{X2}) + .193(Z_{X3}) + .142(Z_{X4})$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นผลจากรากฐานของด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งของโรงเรียนที่มีการกำหนดทิศทาง กรอบพฤติกรรม ตลอดจนค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่สมาชิกในองค์กรยึดถือร่วมกันอย่างแข็งแกร่ง นอกจากนี้ ด้านการบริหารจัดการได้อาศัยความร่วมมือจากบุคลากรทุกฝ่ายและใช้กระบวนการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้านบุคลากรโดยผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษาต่างมุ่งยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายและมีความรับผิดชอบร่วมกัน ด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า พร้อมทั้งบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ประกอบการตัดสินใจ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชุติมา ทาสุรินทร์ (2564) ที่ระบุว่าปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในครอบคลุมทั้งด้านผู้บริหารและนโยบาย การบริหารจัดการ บุคลากร และวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมพุด เกตขจร (2561) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจากโรงเรียนประกาศใช้มาตรฐานและค่าเป้าหมายการจัดการศึกษาที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง พร้อมทั้งส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ยิ่งไปกว่านั้น โรงเรียนยังใช้กระบวนการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ และนำผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดที่ต้องพัฒนา ตลอดจนนำผลการดำเนินงานไปใช้ประโยชน์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาสถานศึกษาให้ก้าวหน้าไปใน

ทิศทางที่ดียิ่งขึ้น แนวปฏิบัติดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาภายในของสถานศึกษา ตามที่ สำนักทดสอบทางการศึกษา (2563) ได้ระบุถึงข้อกำหนดตามกฎกระทรวงว่าด้วยการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 ได้แก่ กำหนดมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา จัดทำแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่มุ่งคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา ดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา ติดตามผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา และจัดทำรายงานผลการประเมินตนเอง นอกจากนี้ ข้อค้นพบนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ จั่นทับ, ทินกร ชอัมพงษ์, และ เยาวเรศ ภักดีจิตร (2566) ซึ่งพบว่าระดับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในภาพรวมกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการมีความสัมพันธ์เชิงบวก ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นผลมาจากโรงเรียนมีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษาต่างมีส่วนสำคัญในการผลักดันการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ มีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกัน และใช้ทรัพยากรทางการศึกษาได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ ข้อค้นพบนี้ได้รับการสนับสนุนจากแนวคิดของ จุฑารัตน์ วุฒิ (2562) ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังยืนยันได้จากผลการวิจัยของ ชุติมา ทาสุรินทร์ (2564) ซึ่งระบุว่าปัจจัยหลักทั้ง 4 ประการ ได้แก่ ผู้บริหารและนโยบาย การบริหารจัดการ บุคลากร และวัฒนธรรมองค์กร ล้วนมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน

4. ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

ด้านวัฒนธรรมองค์กร (X_5) ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เนื่องจากโรงเรียนมีการกำหนดทิศทางและกรอบพฤติกรรมที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่ผลแห่งความสำเร็จอย่างยั่งยืน นอกจากนี้โรงเรียนยังมีค่านิยม ความเชื่อ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่สมาชิกในองค์กรยึดถือร่วมกัน ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ ผกามาศ เจียกสูงเนิน (2565) ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์กรคือสิ่งที่บุคลากรภายในองค์กรตกลงและร่วมใจกันปฏิบัติ ทั้งในด้านความเชื่อและค่านิยมอันดีงามที่นำไปสู่การเกิดเป็นพฤติกรรมขององค์กร ทำให้สามารถปฏิบัติงานจนบรรลุผลสำเร็จ ยิ่งไปกว่านั้น ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติมา ทาสุรินทร์ (2564) ซึ่งค้นพบว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน

ด้านการบริหารจัดการ (X_2) ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของโรงเรียนอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรหลากหลายฝ่าย และมีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ การดำเนินงานขององค์กรยังใช้กระบวนการที่ชัดเจนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยของ จุฑารัตน์ วุฒิ (2562) ซึ่งระบุว่าปัจจัยด้านการบริหารจัดการส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน

ด้านบุคลากร (X_3) ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เนื่องจากการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในในโรงเรียนผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษา ต่างมุ่งเน้นยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน และได้รับการยกย่องในสายวิชาชีพ นอกจากนี้ บุคลากรเหล่านี้ยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ สรณ์สิริ กิจติยะพงศ์ (2565) ซึ่งกล่าวว่า การบริหารงานบุคคลในสถานศึกษานับเป็นภารกิจอันจำเป็น ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้การบริหารงานบุคคลเป็นไปอย่างคล่องตัวและอิสระ ภายใต้กรอบของกฎหมายและระเบียบ ตลอดจนการยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถ การสร้างขวัญกำลังใจ การยกย่องเชิดชูเกียรติ และการสร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าในวิชาชีพแก่ครูและบุคลากรทางการศึกษา อันนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษา สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมใจ ยอดปราง, นิพนธ์ วรรณเวช, และพงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน (2561) ที่ระบุว่าปัจจัยด้านบุคคลเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลสูงสุดและส่งผลกระทบโดยตรง

ด้านระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา (X_4) ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เนื่องมาจากการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของโรงเรียนมีการเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีคุณภาพ พร้อมทั้งสถานศึกษายังมีการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานยังได้ นำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ประกอบการตัดสินใจ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับที่ ดาวรุวรรณ ถวิลการ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า ทรัพยากรทางการศึกษานับเป็นปัจจัยนำเข้าที่จำเป็นต่อการจัดการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดแก่สถานศึกษา อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริวรรณ จั่นทับ, ทินกร ชอัมพงษ์, และเยาวเรศ ภักดีจิตร (2566) ที่พบว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในและยังสอดคล้องกับการสังเคราะห์ของ ปริยาภรณ์ ตั้งคุณานันต์ (2563) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านทรัพยากรทางการศึกษาและปัจจัยด้านเทคโนโลยี สนับสนุนการดำเนินงานระบบประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐาน

5. ตัวแปรปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ

ด้านผู้นำ (X_1) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของโรงเรียนในสังกัดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ได้สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้นำโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการใช้บทบาทและอำนาจหน้าที่เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายร่วมกันขององค์กร นอกจากนี้ยังมีความท้าทายในการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของบุคลากร

เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปรับตัวและการพัฒนาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จที่ จิราภรณ์ ผันสว่าง (2562) ได้อธิบายไว้ว่า ผู้นำคือผู้ที่ได้รับการยอมรับและมีอิทธิพลนำภายในกลุ่ม มีศักยภาพในการจูงใจ ชักนำ หรือนำพาสมาชิกให้ผนึกกำลังและปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงได้ และผู้นำองค์กรในฐานะผู้มีบทบาทสำคัญจำเป็นต้องแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นค่านิยมร่วม การทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง พร้อมแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา

2. เสริมสร้างระบบการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ โดยเน้นความร่วมมือ การจัดสรรทรัพยากรอย่างเป็นระบบและการวางแผนที่ชัดเจน เพื่อขับเคลื่อนประกันคุณภาพการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ

3. พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งความรู้ ทักษะ และการยึดมั่นธรรมาภิบาล พร้อมส่งเสริมขวัญกำลังใจและความก้าวหน้าในวิชาชีพ เพื่อขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษา

4. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศและทรัพยากรทางการศึกษา โดยจัดสรรและบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งเสริมการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและนำไปวางแผนพัฒนาคุณภาพ

5. เสริมสร้างทักษะผู้นำในการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วม เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาพหุระดับปัจจัยที่ส่งผลโดยจำแนก 3 ระดับ ได้แก่ นักเรียน ครู และผู้บริหาร

2. ศึกษาและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทเฉพาะของแต่ละสถานศึกษาและเขตพื้นที่การศึกษา

3. ศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ปฏิบัติงานประกันคุณภาพการศึกษา

4. ศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานประกันคุณภาพต่อคุณภาพการจัดการศึกษา เพื่อประเมินประสิทธิผลของการดำเนินงานในภาพรวม

เอกสารอ้างอิง

Bureau of Educational Testing. (2020*). Nǣothāng kānphatthanā rabop kānprakan khunnaphāp kānsuksā tām kot krasūng kānprakan khunnaphāp kānsuksā Phō.Sō. sō̜ngphan hārō̜ihoksip ʻet. [Guidelines for the Development of the Education Quality Assurance System According to the Ministry of Education Quality Assurance Regulations 2018].* Office of the Basic Education Commission.

สำนักทดสอบทางการศึกษา. (2563). *แนวทางการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาตามกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561.* สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

Chiaksungnein, P. (2022). *Watthanatham ʻongkō̜n khunnaphāp chīwit nai kānthamngān læ kānraprū khwāmsāmāt ton ʻēng thī song phon tō̜ ʻapa ra sitthi phāp nai kān patibat ngān khō̜ng bukkhalākō̜n phūa khwāmsamret khō̜ng ʻongkō̜n. [Corporate Culture Quality of Life at Work and Self – efficacy that Affects Operational Efficiency for the Success of the Organization].* (Master's thesis, Silpakorn University). Retrieved August 9, 2024, from http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4527/1/ 631220061.pdf.

ผกามาศ เจียกสูงเนิน. (2565). *วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และการรับรู้ความสามารถตนเองที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อความสำเร็จขององค์กร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). สืบค้น 9 สิงหาคม 2567, จาก http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/ bitstream/123456789/4527/1/631220061.pdf

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

Gatekhajorn, S. (2018). *Patchai thī song phon tō̜ ʻapa ra sitthi phon kāndamnœ̄n kānprakan khunnaphāp kānsuksā khō̜ng rongrīan sangkat samnakngān khet phūnthī kānsuksā matthayommasuksā khet sāmsipsō̜ng. [The Factors Affecting the Effectiveness of Education Quality Assurance Operation in Schools under the Secondary Educational Service Area Office 32]*. (Doctoral's thesis, Buriram Rajabhat University). ThaiEdResearch. Retrieved July 25, 2024, from http://www.thaiedresearch.org/home/paperview/1274.

สมพุด เกตขจร. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 32.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์). ThaiEdResearch. สืบค้น 25 กรกฎาคม 2567 จาก http://www.thaiedresearch.org/home/paperview/1274

Jantub, S., Cha-umpong, T. & Pakdeejit, Y. (2023). Patc̆hai thī song phon to ̣̄ʻakā ro ̣̄dam nœ̄n ngān prakan khunnaphāp kān suksā phāinai sathān suksā sangkat samnakngān khet̄ phūnthī kān suksā matthayommasuksā Nakho ̣̄n Sawan. [Factors Affecting Internal Quality Assurance Operation in Schools under the Secondary Educational Service Area Office Nakhonsawan]. *Education Journal Faculty of Education, Nakhon Sawan Rajabhat University, 6*(2), 194-207.

ศิริวรรณ จั่นทับ, ทินกร ชอัมพงษ์, และเยาวเรศ ภักดีจิตร. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครสวรรค์. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 6*(2), 194-207.

Kijtiyapong, S. (2022). Kān bo ̣̄rihān ngān bukkhon nai sathān suksā. [Personnel Management in Educational Institutions]. *Journal of Graduate Review Nakhon Sawan Buddhist College*, *10*(1), 149-156.

สรณ์สิริ กิจติยะพงศ์. (2565). การบริหารงานบุคคลในสถานศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์, 10*(1), 149-156.

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

Leekitwattana, P. (2023). *Withīkān wic̆hai thāngkān suksā. [Research Methods in Education] (13th ed.).* Bangkok: Mean Service Supply.

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2566). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

Ministry of Education. (2018). *Kot krasūng kānprakan khunnaphāp kān suksā. [Ministerial Regulations on Educational Quality Assurance].* Retrieved July 10, 2024, from qa.siam.edu/wp-content/uploads/2019/11/กฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา-2561.pdf

กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *กฎกระทรวง การประกันคุณภาพการศึกษา*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2567. จาก qa.siam.edu/wp-content/uploads/2019/11/กฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา-2561.pdf

Office of the Basic Education Commission. (2024). *Banchī sadǣng ʻattrā kamlang khrū tām māttrathān wichā ʻek nai sathān suksā samnakngān khet̄ phūnthī kān suksā matthayommasuksā Samut Prākān.* [Account Showing the Number of Teachers According to the Standards of Major Subjects in Schools]. Retrieved December 20, 2024, from https://url.in.th/Kvpuv

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2567). *บัญชีแสดงอัตรากำลังครูตามมาตรฐานวิชาเอกในสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ.* สืบค้น 20 ธันวาคม 2567. จาก https://url.in.th/Kvpuv

Pansawang, J. (2019). *Phū nam kap khwāmpen nakboṛihān kānsuksā mư̄ā chīp.* [Leaders and Professional Educational Administrators]. Maha Sarakham: Rajabhat Maha Sarakham University.

จิราภรณ์ ผันสว่าง. (2562). *ผู้นำกับความเป็นนักบริหารการศึกษามืออาชีพ*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Tangkunanan, P. (2020). *Kānboṛihān ngān wichākān nai sathān suksā phūa kānphatthanā thī yangyūn. [Academic Administration in Educational Institutions for Sustainable Development] (2nd ed.).* Bangkok: Mean Service Supply.

ปริยาภรณ์ ตั้งคุณานันต์. (2563). *การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

Tasurin, C. (2021). *Patchai thī song phon toṝ ʻakā roḍam nœ̄ n ngān prakan khunnaphāp kānsuksā phainai khoṇng sathāban theknoloyī pot mu wan. [The Factors Affecting to Internal Quality Assurance of Pathumwan Institute of Technology].* (Master's Thesis, Srinakharinwirot University). Retrieved July 24, 2024, from http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1311/1/gs601130165.pdf.

ชุติมา ทาสุรินทร์. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของสถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน*. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ). สืบค้น 24 กรกฎาคม 2567, จาก http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/ bitstream/123456789/1311/1/gs601130165.pdf.

Thavilakan, D. (2019). *Sāt læ sin thāngkān boṛihān kānsuksā. [The Science and Art of Educational Administration].* Khon Kaen : Khon Kaen University.

ดาวรุวรรณ ถวิลการ. (2562). *ศาสตร์และศิลป์ทางการบริหารการศึกษา.* ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

The Secondary Educational Service Area Office Samut prakan. (2021). *Phǣn phatthanā khunnaphāp kānsuksā naphūn thān Phoṝ.Soṝ. soṇngphanhārōṛihoksiphā soṇngphanhārōṛihoksipchet. [Educational Development Plan 2022-2024].* Samut Prakan : Policy and Planning Group.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรปราการ. (2564). *แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2565 – 2567.* สมุทรปราการ: กลุ่มนโยบายและแผน.

Wutthi, J. (2019). *Patc̆hai thī̆ song phon tō̱ khwām̄samret khǭ̱ng kān̄damnoen̄ ngān̄ prakan khunnaphāp kān̄suksā̆ phāinai mahāwitthayālai hǭ̱kān̄khā̆ Thai. [Factors Affecting the Success of the Internal Education Quality Assurance University of the Thai Chamber of Commerce].* [Independent Study for Master's degree, University of the Thai Chamber of Commerce]. Retrieved July 24, 2024, from https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/309274.pdf

จุฑารัตน์ วุฒิ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย). สืบค้น 24 กรกฎาคม 2567, จาก https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/309274.pdf

Yodprang, S., Wanwet, N., & Ruamchomrat, P. (2018). Patc̆hai choēng sāhēt thī̆ song phon tō̱ ʻakān̄ prakan khunnaphāp phāinai khǭ̱ng sathān̄ suksā̆ naphūn thān̄ sangkat samnakngān̄ khēt phūnthī̆ kān̄suksā̆ prathom suksā̆. [Factors Affecting Internal Quality Assurance of Basic Education Schools Under Office of The Basic Educational Commission]. *Journal of Rajanagarindra, 15*(34), 187-195.

สมใจ ยอดปราง, นิพนธ์ วรรณเวช, และพงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. *วารสารราชนครินทร์, 15*(34), 187-195.

สมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

COMPETENCY IN BASIC FIRST AID AND BASIC LIFE SUPPORT OF VILLAGE HEALTH VOLUNTEERS (VHV) IN NONG PHAI SUBDISTRICT, NONG PHAI DISTRICT, PHETCHABUN PROVINCE

ดารา สวัสดิ์นะที[1], สาโรจน์ นาคจู[2]
Dara Sawatnatee[1], Saroj Nakju[2]

(Received: June 24, 2025 ; Revised: July 29, 2025 ; Accepted: August 13, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน กลุ่มตัวอย่าง 140 คน เป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่าง โดยใช้สถิติ t-test และ ANOVA ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของ อสม.ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมรรถนะด้านการอยู่ในสังคมอย่างยั่งยืน ด้านการทำงานเป็น อสม.ที่เข้มแข็ง และด้านการสื่อสารของ อสม.อยู่ในระดับสูงตามลำดับ 2) อสม.ที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการช่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้นแตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับ อสม.ที่มีอายุ รายได้ ประสบการณ์ในการทำงานเป็น อสม. เคยผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและสามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูลได้แตกต่างกันมี

[1] นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Student, Master of Public Health Program in Public Health Administration Faculty of Public Health Ramkhamhaeng University. e-mail: sawatnateedara@gmail.com

[2] อาจารย์ สาขาวิชาบริหารสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Instructor, Public Health Administration, Faculty of Public Health Ramkhamhaeng University.
e-mail: saroj.n@rumail.ru.ac.th

ระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : สมรรถนะ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน

Abstract

This study is a cross-sectional survey. The purposes were to 1) examine the level of competency in basic first aid and basic life support and 2) to compare the level of competency in basic first aid and basic life support. The sample was 140 village health volunteers (VHVs) in Nong Phai Subdistrict, Nong Phai District, Phetchabun Province. The instrument was a questionnaire. The statistical analyses were frequency, percentage, mean, standard deviation, t Test, and ANOVA. The results showed that the overall competency level in basic first aid and basic life support among VHVs was high. Competencies in sustainable social participation, strong performance as a VHV, and communication skills were all high, respectively. VHVs with different gender, education level, occupation, and experience in providing basic first aid had statistically significant differences in competency levels in basic first aid and basic life support at the 0.05 level. For VHVs with differences in age, income, years of experience as a VHV, prior training in basic first aid, and the ability to use mobile phones to search for information, their levels of competency in basic first aid and basic life support were not different at the 0.05 statistical significance level

Keywords: Competence, First Aid, Basic Resuscitation

บทนำ

ในปัจจุบันการเจ็บป่วยฉุกเฉิน มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งจากอุบัติเหตุ และจากการเจ็บป่วยฉุกเฉินด้วยโรคอันตราย หรือโรคเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดในสมอง โรคเบาหวาน ข้อมูลสถิติขององค์การอนามัยโลก พบว่ามีคนเสียชีวิตจากโรคหลอดเลือดหัวใจ ถึง 7.2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.2 ของสาเหตุการเสียชีวิตทั้งหมด สำหรับอัตราการเสียชีวิตจากโรคหัวใจและหลอดเลือด ในประเทศไทยประมาณปีละ 37,000 ราย เสียชีวิตชั่วโมงละ 2 คน ปี 2565 คนไทยเสียชีวิตด้วยโรคหัวใจและหลอดเลือดมากถึง 7 หมื่นราย เฉลี่ยชั่วโมงละ 8 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2566)

จากสถิติผู้ป่วยวิกฤตฉุกเฉินที่เข้ารับบริการที่ห้องฉุกเฉินโรงพยาบาลหนองไผ่ปีงบประมาณ 2564-2566 มีจำนวน 1,904, 1,727 และ 5,051 ราย ตามลำดับโดยมีการเรียกใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน

ร้อยละ 18.17, 15.79, และ 17.56 ตามลำดับ (งานปฐมภูมิและองค์รวม โรงพยาบาลหนองไผ่, 2568) ตัวชี้วัดร้อยละของประชากรเข้าถึงบริการการแพทย์ฉุกเฉินไม่น้อยกว่าร้อยละ 27 ซึ่งยังไม่ถึงเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นแต่ละชุมชนแม้แต่ในครัวเรือนจำเป็นต้องมีผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่จะให้ความช่วยเหลือด้านการแพทย์ฉุกเฉินได้ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉินโดยสามารถแจ้งเหตุเพื่อขอความช่วยเหลือผ่านหมายเลข 1669 ให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้น ณ จุดเกิดเหตุและการช่วยเหลือฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานอย่างทันท่วงทีก่อนทีมช่วยเหลือมาถึงเพื่อนำส่งสถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ อสม.ที่มีสมรรถนะสูงสามารถให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นทั้งในครัวเรือนและชุมชนในภาวะฉุกเฉินได้ซึ่งถือเป็นความคาดหวังที่จะให้เกิดขึ้นในอนาคตอีกทั้งสามารถช่วยป้องกันและลดการเกิดความพิการและการสูญเสียชีวิตของประชาชนได้ วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อต้องการประเมินและเปรียบเทียบระดับสมรรถนะของอสม.ทั้ง 6 ด้าน ตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะของ David C. McClelland (ทัศวรรณ์ แหยมดอนไพร, 2559) นำมาประยุกต์เกี่ยวกับด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของ อสม.ในเขตตำบลหนองไผ่ที่เคยอบรมและฝึกปฏิบัติการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานมาแล้ว ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางในการเพิ่มสมรรถนะของอสม.ในการเพิ่มความรู้หรือจัดอบรมเพิ่มเติมในส่วนที่สมรรถนะยังได้ระดับคะแนนน้อยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรที่เป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่มีประสบการณ์เป็น อสม. ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป และขึ้นทะเบียนในระบบเป็น อสม.ของตำบลหนองไผ่ (งานปฐมภูมิและองค์รวม โรงพยาบาลหนองไผ่, 2568) จำนวน 220 คน อาศัยอยู่ในหมู่ที่ 1-16 ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มตัวอย่าง คือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่อาศัยอยู่ในหมู่ที่ 1-16 ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 140 คน ซึ่งได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970)

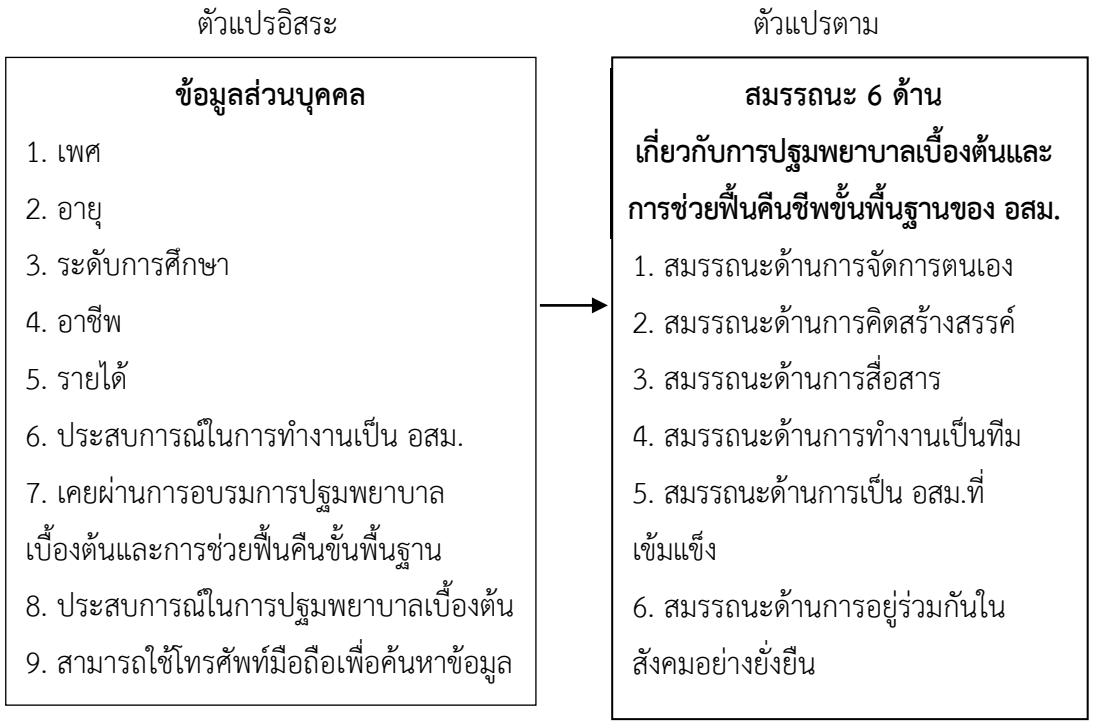
การเลือกตัวอย่างเข้าศึกษา (Sampling Method) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสุ่มตัวอย่าง จนได้กลุ่มตัวอย่างของ อสม. ครบทั้ง 16 หมู่บ้าน ตามขนาดกลุ่มตัวอย่างจนครบ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ คุณลักษณะส่วนบุคคลของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ 6) ประสบการณ์ในการทำงานเป็น อสม.7) เคยผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน 8) ประสบการณ์ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นหรือช่วยเหลือผู้ประสบเหตุและผู้ป่วยฉุกเฉิน 9) สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูลหรือมีไลน์ส่วนตัวเพื่อสื่อสารกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ๆ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ สมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านการจัดการตนเอง 2) สมรรถนะด้านการคิดสร้างสรรค์ 3) สมรรถนะด้านการสื่อสาร 4) สมรรถนะด้านการทำงานเป็นทีม 5) สมรรถนะด้านการเป็น อสม.ที่เข้มแข็ง 6) สมรรถนะด้านการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอาสาสมัคร สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตตำบลหนองไผ่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากอสม. ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล และคำถามสมรรถนะ 6 ด้านของอสม. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการทำงานเป็นอสม. เคยผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน ประสบการณ์ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูลหรือมีไลน์ส่วนตัวเพื่อสื่อสารกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ๆ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะทั้ง 6 ด้านเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ ด้านการจัดการตนเอง จำนวน 7 ข้อ
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ ด้านการคิดสร้างสรรค์ จำนวน 5 ข้อ
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ ด้านการสื่อสาร จำนวน 7 ข้อ
4. แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ ด้านการทำงานเป็นทีม จำนวน 7 ข้อ
5. แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ ด้านการเป็น อสม.ที่เข้มแข็ง จำนวน 9 ข้อ
6. แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ ด้านการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน จำนวน 5 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและนำมาแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้ว และให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน จากคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct validity) ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รายข้ออยู่ระหว่าง 0.67 – 1

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ตำบลห้วยโป่ง อำเภอหนองไผ่ จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.97

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากโรงพยาบาลชุมพร เขตรอุดมศักดิ์หนังสือรับรองเลขที่ 009/2568 รหัสโครงการCPH-EC-007/2568

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เริ่มทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2568 โดยทำหนังสือราชการขอความร่วมมือไปยังประธานอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ตำบลหนองไผ่ และผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลห้วยโป่ง และเข้าพบกลุ่มตัวอย่างในวันประชุม

ประจำเดือน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่างและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อนำแบบสอบถามมาตรวจสอบให้คะแนนและลงรหัส (Code) แล้วนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบให้คะแนน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของ แบบสอบ ถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check List) และเติมข้อความ (Open End) จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะทั้ง 6 ด้านเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 40 ข้อ โดยลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) (Likert, 1932) ประเมินคำตอบ โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	**คะแนน**
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

เกณฑ์ในการประเมินระดับสมรรถนะทั้ง6ด้านของ อสม. คะแนนเฉลี่ย โดยพิจารณาแบบรายข้อตามเกณฑ์ของ (Best, 1997) ดังนี้

$$\text{ค่าความต่างระดับ} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00–2.33 ระดับสมรรถนะทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนเฉลี่ย 2.34–3.66 ระดับสมรรถนะทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.67–5.00 ระดับสมรรถนะทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับสูง

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

วิเคราะห์ความแตกต่างของสมรรถนะหลักทั้ง 6 ด้าน ด้วยสถิติการทดสอบค่าที (t-test) ระหว่างตัวแปรที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ส่วนตัวแปรอิสระที่แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผู้วิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ดำเนินการเปรียบเทียบตามความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD (Least Significance Difference)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (n = 140)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.**เพศ**		
ชาย	17	12.1
หญิง	123	87.9
2.อายุ (ปี)		
20 – 39 ปี	11	7.9
40 – 59 ปี	84	60.0
60 ปีขึ้นไป	45	32.1
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	76	54.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ขึ้นไป	64	45.7
4.อาชีพ		
งานไม่ประจำ	131	93.6
งานประจำ	9	6.4
5.รายได้ (ต่อเดือน)		
1,000 – 10,000 บาท	105	75.0
10,001 – 20,000 บาท	30	21.4
สูงกว่า 20,001 บาท	5	3.6
6.ประสบการณ์ในการทำงานเป็นอสม.		
1 – 5 ปี	33	23.6
6 ปี ขึ้นไป	107	76.4
7.เคยผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นฯ		
เคย	133	95.0
ไม่เคย	7	5.0
8. ประสบการณ์ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น		
มี	57	40.7
ไม่มี	83	59.3
9.สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูล		
ใช้เป็น	137	97.9
ใช้ไม่เป็น	3	2.1

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของอสม.ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.9 อายุอยู่ในช่วง 40 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 60 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 54.3 ประกอบอาชีพงานไม่ประจำร้อยละ 93.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000 -10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 75 ระยะเวลาการเป็น อสม.มากกว่า 6 ปีขึ้นไปร้อยละ 76.4 เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 95 ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการช่วยการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน ร้อยละ 59.3 และ อสม.ที่สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูลได้ คิดเป็นร้อยละ 97.9

ตารางที่ 2 แสดง ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอสม. ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ (n = 140)

สมรรถนะ 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน (CPR)	$\bar{x}$	sd.	แปลผล
1. สมรรถนะ ด้านการจัดการตนเองเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน	3.82	0.89	สูง
2. สมรรถนะ ด้านการคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน	3.94	0.82	สูง
3. สมรรถนะ ด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน	3.98	0.85	สูง
4. สมรรถนะ ด้านการทำงานเป็นทีมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน	3.85	0.96	สูง
5. สมรรถนะ ด้านการทำงานเป็น อสม.ที่เข้มแข็งเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน	4.02	0.98	สูง
6. สมรรถนะ ด้านการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืนเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน	4.33	0.75	สูง
รวม	3.99	0.87	สูง

จากตารางที่ 2 พบว่า สมรรถนะ 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอสม. ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ อยู่ในระดับสูง ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมรรถนะด้านการอยู่ในสังคมอย่างยั่งยืน ด้านการทำงานเป็นอสม.ที่เข้มแข็ง และด้านการสื่อสารของอสม.อยู่ในระดับสูง โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 4.02 และ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของ อสม. ตำบลหนองไผ่ (n = 140)

ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
สูง (3.67-5.00)	107	76.4
ปานกลาง (2.34-3.66)	33	23.6
ต่ำ (1.00-2.33)	0	0

คะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Max) = 5 , ต่ำสุด (Min) = 2.51 (Mean) = 3.981 , S.D = 0.512

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะ 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของ อสม. ตำบลหนองไผ่ ค่าคะแนนเฉลี่ย (3.67-5.00) อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 76.4

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของของปัจจัยส่วนบุคคลกับสมรรถนะทั้ง 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของ ของ (อสม.) (n = 140)

ปัจจัยส่วนบุคคล	n	$\bar{x}$	sd.	t	p-value
เพศ					
ชาย	17	8.65	0.785	2.926	0.006*
หญิง	123	7.99	1.302		
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	76	7.83	1.38	-2.570	0.011*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ขึ้นไป	64	8.36	1.06		
อาชีพ					
งานไม่ประจำ	131	8.02	1.28	-3.032	0.010*
งานประจำ	9	8.78	0.67		
ประสบการณ์ในการทำงานเป็นอสม.					
1-5 ปี	33	7.88	1.02	-1.147	0.256
6 ปีขึ้นไป	107	8.13	1.33		
เคยผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้น					
เคย	133	8.11	1.25	1.552	0.168
ไม่เคย	7	7.28	1.38		

ตารางที่ 4(ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	n	$\bar{x}$	sd.	t	p-value
ประสบการณ์ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น					
มี	57	8.46	1.12	3.152	0.002*
ไม่มี	83	7.80	1.30		
สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูล					
เป็น	137	8.07	1.26	0.073	0.949
ไม่เป็น	3	8.00	1.73		

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 พบว่า อสม.ที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการช่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้นแตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับอสม.ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน เคยผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และสามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูลได้แตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยสมรรถนะทั้ง 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของของ (อสม.) ระหว่างกลุ่มอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง (n = 140)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
แยกตามกลุ่มอายุ					
Between Groups	2	0.339	0.169	0.104	0.901
Within Groups	137	222.947	1.627		
Total	139	223.286			
แยกตามกลุ่มรายได้					
Between Groups	2	0.86	0.43	0.26	0.974
Within Groups	137	37.211	1.629		
Total	139	223.286			

* $p < 0.05$ SS= Sum of Squares, MS= Mean Square

จากตารางที่ 5 พบว่า อสม.ที่มีอายุและรายได้แตกต่างกันมีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะ 6 ด้านในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานของอสม. ตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ อยู่ในระดับสูง ค่าคะแนนเฉลี่ย = 3.99 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ทัศวรรณ์ แหยมดอนไพร และ จำเนียร ราชแพทยาคม (2561) พบว่า ระดับสมรรถนะหลักของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไประดับปฏิบัติการในมหาวิทยาลัยนเรศวร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับ เฉลิมวุฒิ แย้มประโคน (2563) พบว่า สมรรถนะของบุคลากรบริษัทมหาจักรแอร์คอนดิชั่นเนอร์สจำกัดโดยรวมมีสมรรถนะในระดับสูง

2. ผลการวิจัยพบว่า อสม.ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เฉลิมวุฒิ แย้มประโคน (2563) พบว่า บุคลากรบริษัท มหาจักร แอร์ คอนดิชั่น เนอร์ส จำกัด ที่มีเพศแตกต่างกันมีสมรรถนะแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ชายและผู้หญิงมีวิธีการเรียนรู้ที่ต่างกัน มีความสนใจแตกต่างกัน หรือความสามารถที่แตกต่างกัน ดังนั้น ลักษณะเนื้องานและประสิทธิภาพของงานของแต่ละกลุ่มเพศมีความแตกต่างกันในการปฏิบัติงานของบุคลากร

3. ผลการวิจัยพบว่า อสม.ที่มีระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นูไรฮัน ฮะ (2562) พบว่า ระดับการศึกษา และอาชีพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน ความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ อภิเดช แก้วสง และ สุรเดช สำราญจิตต์ (2565) พบว่า อาชีพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน ความต้องการพัฒนาสมรรถนะแตกต่างกัน

4. ผลการวิจัยพบว่า อสม.ที่มีประสบการณ์ในการทำงานเป็นอสม. แตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเฉลิมวุฒิ แย้มประโคน (2563) พบว่าระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัทมหาจักรแอร์คอนดิชั่นเนอร์สจำกัดแตกต่างกัน สมรรถนะของบุคลากรโดยรวมไม่แตกต่างกัน

5. ผลการวิจัย พบว่า อสม.ที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นูไรฮัน ฮะ (2562) พบว่า อายุงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำ

หมู่บ้าน ในเขตอำเภอเมืองภูเก็ตที่แตกต่างกัน มีผลกับความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. อสม.ที่มีประสบการณ์ในการช่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้นหรือช่วยเหลือผู้ประสบเหตุและผู้เจ็บป่วยฉุกเฉินแตกต่างกัน มีระดับสมรรถนะด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานแตกต่างกัน ดังนั้น อสม.ควรได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูความรู้และทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติการช่วยเหลือ เนื่องจากอสม. เป็นหมอคนแรกและผู้ที่ใกล้ชิดกับผู้ป่วยหรือพบเห็นผู้ป่วยก่อนนำส่งโรงพยาบาล การสร้างความมั่นใจและเพิ่มทักษะจะทำให้ อสม.มีความมั่นใจช่วยเหลือเบื้องต้นได้อย่างถูกต้องและลดอัตราความรุนแรงของการเจ็บป่วยได้ และควรขยายขอบเขตการฝึกอบรมสู่อสม. ตำบลอื่น ๆ รวมทั้ง ผู้นำชุมชน ประชาชนทั่วไป นักเรียน นักศึกษา เพื่อให้ทุกคนควรมีความรู้และทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. อสม.ส่วนใหญ่สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อค้นหาข้อมูลหรือมีไลน์ส่วนตัวเพื่อสื่อสารกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ๆ ได้ ดังนั้น สาธารณสุขประจำหมู่บ้านตำบลหนองไผ่ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่าง อสม. กับโรงพยาบาลและสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อเพิ่มความรู้ใหม่ด้วยการสร้างสื่อและแบบทดสอบก่อนและหลังการเรียนที่เข้าใจง่ายสามารถฝึกตามได้เพื่อทบทวนความรู้อยู่เสมอ หรือแจ้งการเปลี่ยนแปลงตาม Guideline CPR หรือข่าวสารต่าง ๆ ได้ทันท่วงที

เอกสารอ้างอิง

Best, W. J. (1997). *Research in Education* (3rd ed.). Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hell.

Ha, N. (2019). *Khwāmtoṇgkān nai kānphatthanā samatthana khoṇg ʻāsāsamak sathāranasuk pracham mūbān nai khet ʻAmphoe Mūang phū ket changwat phū ket* [*The Need for Competency Development of Village Health Volunteers in Mueang Phuket District, Phuket Province].* Retrieved October 17, 2024 from https://kb.psu.ac.th /psukb/ bitstream/2016/17199 /4/6010521 541.pdf.

นูไรฮัน ฮะ. (2562). *ความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต*. สืบค้น 17 ตุลาคม 2567, จาก https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/17199/4/6010521541.pdf

Kaewsong, A., & Samranjit, S. (2022). Kānpriāpthiāp khwāmtoṇgkān phatthanā samatthana

khoṇg ʻāsāsamak sāthārānasuk pracham mūbān changwat phū ket. [Comparison of Competency Develop ment Needs of Village Health Volunteers in Phuket Province. 2023]. In *Annual Academic Conference. A New Dimension in Healthcare: Healthy Aging* (pp. 770-779). The Royal Thai Army Nurses Association in collaboration with the Royal Thai Air Force Nursing College.

อภิเดช แก้วสง และสุรเดช สำราญจิตต์. (2565). การเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาสมรรถนะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดภูเก็ต. ใน *การประชุมวิชาการประจำปี 2566. มิติใหม่ในการดูแลสุขภาพ: สูงวัยอย่างมีสุขภาวะ (A New Dimension in Healthcare : Healthy Aging)* (น. 770-779). สมาคมพยาบาลทหารบก รวมกับวิทยาลัยพยาบาลทหารอากาศ.

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

Likert, R. (1932). A technique for Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology, 140*, 5-55.

Ministry of Public Health. (2023). *Tūa chī wat KPI template [KPI Template].* Retrieved from https://healthkpi.moph.go.th /kpi2/kpi/index2

กระทรวงสาธารณสุข. (2566). *ตัวชี้วัด KPI template.* สืบค้น 13 กุมภาพันธ์ 2567, จาก https:// healthkpi.moph.go.th /kpi2/kpi/index2

Primary Care & Holistic Services, Nong Phai Hospital. (2568). *Banchī raī chư ʻāsāsamak sāthārānasuk pracham mūbān (ʻo. som.) nai khet tambon noṇg phai thī khun thabian raī chư læ rap khā toṭthæn pracham pī 2568. [List of Village Health Volunteers Nong Phai Subdistrict at Register and Receive Salary Yearly 2025].* Phetchabun Province: Nong Phai Hospital.

งานปฐมภูมิและองค์รวม, โรงพยาบาลหนองไผ่. (2568*). บัญชีรายชื่ออาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตตำบลหนองไผ่ที่ขึ้นทะเบียนรายชื่อและรับค่าตอบแทน ประจำปี 2568.* เพชรบูรณ์: โรงพยาบาลหนองไผ่.

Yaemdonprai, T. (2016). *Patchai thī mī khwāmsamphan kap samatthana lak khoṇg chaonāthī boṛihān ngān thuāpai radap patibatkān nai mahāwitthayālai Nareśuan hā witthayālai Sukhothai thoṇ ramāthi rāt. [Factors Related to the Core Competencies of General Administrative Officers at the Operational Level at Naresuan University].* (Master's Independent Study, Sukhothai Thammathirat Open University).

ทัศวรรณ์ แหยมดอนไพร. (2559). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไประดับปฏิบัติการ ในมหาวิทยาลัยนเรศวร.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

Yaemdonprai, T. & Ratchaphaetyakhom, C. (2018). Patc̆hai thī mī khwāmsamphan kap samatthana lak khǭng c̆haonāthī bǭrihān ngān thūapai radap patibatkān nai mahāwitthayālai Nareśūan. [Factors Related to the Core Competencies of General Administrative Staff at the Operational Level at Naresuan University]. *Krupibul Journal, 5*(1), 97-110.

ทัศวรรณ์ แหยมดอนไพร และจำเนียร ราชแพทยาคม. (2561). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไประดับปฏิบัติการในมหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารครุพิบูล, 5*(1), 97-110.

Yaemprakon, C. (2020). *Patc̆hai ʻongkān thī song phon tǭ samatthana khǭng buk khalākǭn bǭrisat mahāc̆hak ʻæ khǭn dichan naʻēt c̆hamkat [Organizational Factors Affecting the Competence of Personnel of Mahajak Air Conditioners Co., Ltd].* Retrieved October 23, 2024, from http://www. mbaindustrial-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-1-1_162 7396008.pdf.

เฉลิมวุฒิ แย้มประโคน. (2563). *ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อสมรรถนะของบุคลากร บริษัท มหาจักร แอร์คอนดิชั่นเนอร์ส จำกัด.* สืบค้น 23 ตุลาคม 2567. จาก http://www.mbaindustrial-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-1-1_1627396008.pdf.

ENGLISH ORAL COMMUNICATION PROBLEMS AND COMMUNICATION STRATEGIES AMONG THAI UNIVERSITY STAFF

ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษและกลยุทธ์การสื่อสารของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยชาวไทย

ณัฐวดี สิริวัต[1]

Nathawadee Sirivat[1]

(Received: June 23, 2025 ; Revised: July 30, 2025 ; Accepted: July 30, 2025)

Abstract

This study aimed to 1) identify the language functions commonly used by university staff when serving international students and instructors, 2) examine English oral communication problems encountered by Thai university staff, and 3) explore strategies used to overcome these problems. A mixed-methods approach was employed, involving questionnaires and semi-structured interviews with 60 staff from 13 departments across one public and one private university in Bangkok. The Google Forms questionnaire was used as the main tool for providing and collecting data and was distributed to all 60 participants. The questionnaire covered demographic information, English language functions, oral communication problems in listening and speaking, and communication strategies. Upon completion of the questionnaire, twelve participants were purposively selected for in-depth semi-structured online interviews focusing on their roles, frequency of English use, communication challenges, and strategy use. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data underwent thematic analysis. Findings indicated that 1) explaining and clarifying were the most frequently used language functions. 2) Major listening difficulties stemmed from unclear pronunciation and varied non-native accents, while speaking problems were mainly related to grammar and sentence structure, often due to direct translation from Thai. 3) Commonly adopted strategies included asking speakers to slow down, repeating key points, paraphrasing, and occasionally using translation tools. These results suggest the need for targeted

[1] นักศึกษา สาขาวิชาภาษาอังกฤษศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Student, Master of Arts in English Language Studies, Faculty of Liberal Arts Thammasat University. e-mail: Nathawadee.srv@gmail.com

English training programs tailored to real-world communication needs. The findings also provide valuable insights for university administrators seeking to enhance international communication and support staff development in higher education contexts.

Keywords: Thai University Staff, English Oral Communication, Communication Strategies

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ระบุหน้าที่ของภาษาที่เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยชาวไทยใช้บ่อยในการให้บริการนักศึกษาต่างชาติและอาจารย์ชาวต่างประเทศ 2) ศึกษาปัญหาการสื่อสารด้วยการพูดภาษาอังกฤษที่เจ้าหน้าชาวไทยพบเป็นประจำ และ 3) สำรวจกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-methods) เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างกับเจ้าหน้าที่ 60 คน จาก 13 หน่วยงาน ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนแห่งละแห่งในกรุงเทพฯ ใช้แบบสอบถาม Google Forms เป็นเครื่องมือหลัก โดยเนื้อหาแบบสอบถามครอบคลุมข้อมูลประชากร หน้าที่ของภาษา ปัญหาด้านการฟังและพูด และกลยุทธ์การสื่อสาร จากนั้นคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม 12 คน เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกออนไลน์ โดยเน้นบทบาทหน้าที่ การใช้ภาษาอังกฤษ ปัญหาที่พบ และกลยุทธ์ที่ใช้ ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงประเด็น ผลการวิจัยพบว่า 1) การอธิบายและการชี้แจง เป็นหน้าที่ของภาษาที่ใช้บ่อยที่สุด 2) ปัญหาการฟังเกิดจากการออกเสียงไม่ชัดเจนและสำเนียงที่หลากหลาย ส่วนปัญหาการพูดมักเกิดจากโครงสร้างประโยคที่แปลตรงจากภาษาไทย 3) กลยุทธ์ที่ใช้ได้แก่ การขอให้พูดช้าลง การทวน การถ่ายทอดความหมายใหม่ และการใช้เครื่องมือแปล ผลวิจัยชี้ถึงความจำเป็นในการฝึกอบรมภาษาอังกฤษที่ตอบโจทย์การสื่อสารจริง และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในระดับอุดมศึกษา

คำสำคัญ : เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยชาวไทย การสื่อสารด้วยการพูดภาษาอังกฤษ กลยุทธ์ในการสื่อสาร

Introduction

As the world becomes more interconnected, English has emerged as a crucial lingua franca (ELF), enabling communication between people from various linguistic and cultural backgrounds. Characterized by its focus on intelligibility and functional flexibility rather than native-speaker norms, ELF plays a crucial role in academic and professional settings worldwide. In response to globalization, Thailand's higher education sector has expanded international programs to attract students and

faculty from various countries, aligning with national policies to enhance competitiveness and internationalization.

Over the past decade, international student enrollment in Thailand has significantly increased, with Chinese and Burmese students constituting the largest groups. This growing diversity demands proficient English communication skills from university staff, who are responsible for delivering quality services and maintaining institutional reputation. Despite the increasing number of international students and institutional support such as training programs, language assessments, and various incentives, many Thai university staff continue to experience difficulties in using English effectively, particularly in listening and speaking, often due to differing levels of language proficiency, limited exposure, a limited vocabulary, grammatical difficulties, reliance on direct translation from Thai, and problems understanding various non-native English accents (Memon, 2020; Wiriyachitra, 2002). However, there is still very limited research that specifically explores English language functions, listening and speaking problems, and communication strategies among Thai university staff, as most studies tend to focus on the four general language skills (Boonyachokanan & Sappapan, 2017).

To address these challenges, employees typically rely on communication strategies (CSs), which are problem-solving behaviors consciously employed to overcome difficulties in conveying or understanding messages (Tarone, 1980; Faerch & Kasper, 1983; Dörnyei, 1995). These strategies are particularly critical in multilingual workplace settings, where speakers may have limited fluency but still need to ensure intelligibility and clarity of meaning. This study adopts a synthesized taxonomy based on the classifications proposed by Tarone (1980), Faerch and Kasper (1983), and Dörnyei (1995). This approach was selected due to its wide recognition and proven relevance in EFL contexts. These frameworks have been extensively applied in research on non-native speakers, especially among learners and users of English in international academic and professional environments, making them well-suited for analyzing the communication strategies used by Thai university staff when interacting with international interlocutors.

Therefore, this study aims to investigate the English language functions, problems encountered, and strategies employed by staff at Thai private and public

universities when interacting with international students and instructors, with the goal of providing insights that can inform targeted training programs and support mechanisms to enhance effective communication in increasingly internationalized higher education environments**.**

Objectives of the study

1. To identify the language functions frequently used by the staff when serving the international students and foreign instructors.

2. To investigate the English oral communication problems encountered by Thai universities staff in communicating with the international students and instructors.

3. To explore the strategies used by Thai universities staff when encountering communication problems in communicating with international students.

Methodology

Participants

The total population of academic and non-academic staff in both universities was 1,211, 39 from private university and 1,172 from public university. The participants in this study were 60 Thai university staff from 13 departments at both University A and University B. In addition, 12 participants were purposively selected, 6 from the public university and 6 from the private university, to participate in a semi-structured interview, which was conducted in Thai.

Instruments

Following a mixed method research design, the research instruments of the study are a questionnaire and a semi-structured interview.

The questionnaire was adapted from Boonyachokanan and Sappapan (2017) and Jeharsae (2012) and comprises four parts: participants' demographic data; English language functions used in the work context with 13 statements; oral communication problems consisting of 17 statements adapted from Boonyachokanan and Sappapan (2017); and communication strategies including 14 items adapted from Jeharsae (2012).

The semi-structured interview consisted of two parts: Part A, English language functions used at work, which contained four questions; and Part B, English oral communication problems and communication strategies, which consisted of four questions.

Data collection

All participants were provided with an information sheet outlining the research objectives, their voluntary participation, the right to withdraw at any time without penalty, and assurances of confidentiality. Ethical approval for the study was obtained from the Thammasat University Institutional Review Board (IRB). A consent form and the researcher's contact details were also included to facilitate any further inquiries. The Google Forms questionnaire was used as the main channel for providing and collecting data and was distributed to all 60 participants. Upon completion of the questionnaire, 12 participants were purposively selected to participate in semi-structured online interviews. These interviewees were contacted via email and informed of the interview's purpose and format. Interview appointments were scheduled according to each participant's availability. The interviews were conducted via Zoom, with prior consent obtained for audio recording.

Data analysis

Quantitative data obtained from the questionnaires, particularly from parts 2 and 3, were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 27. Descriptive statistics, including mean, frequency, and standard deviation, were calculated to determine the prevalence and severity of English language functions, English oral communication problems, and the usage of various communication strategies among participants. In addition, qualitative data from Parts A and B of the semi-structured interviews were analyzed using a thematic analysis approach.

Results

I. Results from questionnaire

This section summarizes the participants' demographic data, providing context for their experiences and problems in using English for workplace oral communication.

Table 1 General Demographic Data

Variable	Category	Frequency (%)
Gender	Male	8 (13.3%)
	Female	51 (85%)
	Prefer not to say	1 (1.7%)
Age	Under 25	1 (1.7%)
	26-35	39 (65%)
	36-45	17 (28.3%)
	Over 45	3 (5%)
Education	Bachelor's	50 (83.3%)
	Master's	9 (15%)
	Other	1 (1.7%)
Workplace	Public University	30 (50%)
	Private university	30 (50%)
Department	Academic Affairs	6 (10%)
	International Relations	4 (6.67%)
	Human Resources	4 (6.67%)
	Financial Department	6 (10%)
	Registration Department	4 (6.67%)
	Admission Department	8 (13.33%)
	Office of information and communication technology	6 (10%)
	Library Department	6 (10%)
	Faculty of Liberal Arts	2 (3.33%)
	Faculty of Commerce and Accountancy	6 (10%)
	Faculty of Logistics and Aviation Technology	4 (6.67%)
	Faculty of Law	2 (3.33%)
	Faculty of Science and Technology	2 (3.33%)

Table 1(Continue)

Variable	Category	Frequency (%)
Working Position	Secretary of faculty	7 (11.67%)
	Academic and non-academic Staff	49 (81.67%)
	Teaching Assistance	2 (3.33%)
	Director	2 (3.33%)
Duration of the Working Position	Under 5 years	32 (53.33%)
	5 – 10 years	23 (38.33)
	More than 10 years	5 (8.33%)
Frequency of Using English for Communication at Work	Never	0
	Rarely	3 (5%)
	Sometimes	37 (61.67%)
	Often	18 (30%)
	Usually	2 (3.33%)
	Always	0
Interlocutor	International Students	43 (71.67%)
	International Instructors	11 (18.33%)
	Other	6 (10%)
Type of English Speakers	Native	15 (25%)
	Non-native	45 (75%)
English training background	No	22 (36.67%)
	Yes	38 (63.33%)
English proficiency test background	No	15 (25%)
	Yes	45 (75%)
Types of English language tests	TOEIC	23 (38.33%)
	TOEFL	1 (1.67%)
	Other	19 (31.67%)
	Unspecified	17 (28.33%)
English proficiency self-evaluation	Very good	0 (0%)
	Good	12 (20%)

Table 1(Continue)

Variable	Category	Frequency (%)
	Fair	23 (38.33%)
	Poor	23 (38.33%)
	Very poor	2 (3.33%)
English necessity evaluation	Very necessary	13 (21.67%)
	Necessary	25 (41.67%)
	Quite necessary	22 (36.67%)
	Not necessary	0 (0%)

Table 1 reveals that the majority of participants in this study were female staff aged between 26 and 35, most of whom held bachelor's degrees and were employed at both public and private universities. The respondents comprised nonacademic and academic support staff working in administrative units such as admissions offices and faculty departments. Most participants reported relatively limited work experience. English was used intermittently in their professional roles, typically, when necessary, particularly in interactions with international students and foreign instructors. While a considerable number had participated in workplace English training programs and undertaken proficiency assessments, most commonly the TOEIC, they generally self-assessed their English proficiency as fair or poor.

2. Language functions

Table 2 Language functions

Language Functions	$\bar{x}$	sd.	Frequency of Use
1. Offering assistance	3.08	0.65	High
2. Welcoming and greeting	2.85	0.73	High
3. Explaining and clarifying	2.80	0.84	High
4. Requesting and questioning	2.78	0.61	High
5. Apologizing	2.07	0.90	Low
6. Cautioning and reminding	1.98	0.89	Low
7. Refusing politely	1.95	0.83	Low
8. Persuading	1.87	0.79	Low

According to table 2, The findings revealed that the most frequently used language functions by Thai university staff were offering assistance ($\bar{x}$ = 3.08), followed by welcoming and greeting ($\bar{x}$ = 2.85), explaining and clarifying ($\bar{x}$ = 2.80), and requesting and questioning ($\bar{x}$ = 2.78). These reflect their service-oriented roles in supporting international students and foreign instructors. In contrast, less frequently used functions included apologizing, cautioning and reminding, persuading, and refusing politely, which were typically associated with more sensitive or formal situations. These results highlight the importance of developing practical communication skills tailored to real workplace interactions in international university settings.

3. English oral communication problems

Table 3 Listening problems

Listening Problems	$\bar{x}$	sd.	Problem Level
1. Difficulty with understanding non-native accents	3.25	0.73	High
2. Difficulty with recognizing correct pronunciation	3.17	0.69	High
3. Difficulty with comprehension of fast speech	3.13	0.75	High
4. Difficulty with vocabulary knowledge	2.95	0.75	High
5. Difficulty with understanding English grammar knowledge	2.73	0.66	High

Table 3 illustrates that the results indicate that Thai university staff face several significant challenges related to listening. The most prominent difficulties include understanding non-native accents ($\bar{x}$ = 3.25), pronunciation issues ($\bar{x}$ = 3.17), and comprehension affected by fast speech ($\bar{x}$ = 3.13). Additionally, staff reported challenges with vocabulary knowledge ($\bar{x}$ = 2.95) and English grammar ($\bar{x}$ = 2.73). These findings underscore the need for targeted support to improve listening comprehension and overall language proficiency in professional university settings.

Table 4 Speaking problems

Speaking problems	$\bar{x}$	sd.	Problem Level
1. Difficulty thinking in English before responding	3.33	0.75	High
2. Difficulty with sufficient knowledge of English grammar	3.07	0.78	High
3. Difficulty with sufficient vocabulary knowledge	3.05	0.79	High
4. Difficulty with clear pronunciation	2.93	0.76	High
5. Difficulty with effective communication due to speaking English with a Thai accent	2.65	0.92	High
6. Difficulty with confidence in speaking English	2.82	0.87	High
7. Difficulty feeling comfortable when speaking English	2.73	0.92	High

As shown in table 4, the findings reveal that Thai university staff experience several significant challenges in speaking English. The most prominent difficulty is thinking in English before responding ($\bar{x}$ = 3.33), followed by insufficient knowledge of English grammar ($\bar{x}$ = 3.07) and vocabulary ($\bar{x}$ = 3.05). Staff also reported challenges with clear pronunciation ($\bar{x}$ = 2.93), speaking with a Thai accent ($\bar{x}$ = 2.65), low confidence ($\bar{x}$ = 2.82) and lack of comfort when speaking English ($\bar{x}$ = 2.73) when speaking English. These results highlight the need for comprehensive language training that addresses both linguistic competence and affective factors to enhance English speaking skills among university staff.

5. Communication Strategies

Table 5 Communication Strategies

Communication Strategies	$\bar{x}$	sd.	Level of Agreement
1. Use of translation apps or tools	3.47	0.68	High
2. Appeal for assistance	3.32	0.75	High
3. Stalling or time-consuming strategies	3.28	0.69	High
4. Nonlinguistic signals	3.25	0.70	High
5. Circumlocution	3.25	0.57	High
6. Approximation or Generalization	3.07	0.80	High
7. Word coinage	2.87	0.78	High
8. Literal translation	2.38	0.92	Low
9. Code switching	2.37	0.92	Low
10. Foreignizing	2.37	0.90	Low
11. Use of a dictionary for word translation	2.23	0.95	Low
12. Topic avoidance	1.78	0.78	Low
13. Message abandonment	1.70	0.81	Low

According to Table 5, the results indicate that Thai university staff predominantly use several effective communication strategies to overcome English language difficulties. The most frequently employed strategies include the use of translation apps or tools ($\bar{x}$ = 3.47), appeals for assistance ($\bar{x}$ = 3.32), stalling or time-consuming strategies ($\bar{x}$ = 3.28), circumlocution ($\bar{x}$ = 3.25), and nonlinguistic signals ($\bar{x}$ = 3.25). Approximation or generalization ($\bar{x}$ = 3.07) and word coinage ($\bar{x}$ = 2.87) were also used with moderate frequency. Conversely, less frequently used strategies include message abandonment ($\bar{x}$ = 1.70), topic avoidance ($\bar{x}$ = 1.78), foreignizing ($\bar{x}$ = 2.37), literal translation ($\bar{x}$ = 2.38), code switching ($\bar{x}$ = 2.37), and dictionary use ($\bar{x}$ = 2.23). These findings highlight staff' s preference for proactive strategies that facilitate communication and minimize breakdowns in interaction.

II. Results from interview

To answer Research Question 1 regarding frequently used English language functions, the interview results showed that explaining and clarifying were the most

commonly used functions among both university staff, as supported by quantitative and qualitative data, when assisting international students and foreign instructors. These functions were essential in delivering accurate information, solving service-related problems, and ensuring mutual understanding.

> "I clarify the registration process for each semester and assist with resolving registration issues." (Staff 4)

This reflects the service-oriented responsibilities of staff in academic settings, where communication must be both clear and adaptable. These functions demand not only language proficiency but also cognitive skills such as analyzing and interpreting. The findings support the need for professional development that strengthens both linguistic and strategic communication abilities.

In addressing Research Question 2 on English oral communication problems, the interviews revealed two main areas of difficulty: listening and speaking. Listening difficulties included understanding different English accents and rapid speech, both of which often disrupted communication.

> " Sometimes, I can't understand the accent because they come from different countries." (Staff 9)
>
> "Sometimes, international students and lecturers speak too fast, and I can't keep up." (Staff 3)

In speaking, staff commonly struggled with constructing sentences, especially under time pressure. A common cause of this difficulty was the tendency to think in Thai before responding in English.

> " Before speaking, I always think in Thai first, which makes me slow because I have to process my thoughts before speaking." (Staff 3)

These challenges reflect a lack of opportunities for spontaneous English conversation and reflect an education system that emphasizes grammar over communicative competence.

For Research Question 3, the interviews explored the communication strategies that Thai university staff used to manage oral communication challenges. The most frequently mentioned strategy was asking for repetition or clarification. The results from both the questionnaire and the interviews were consistent in this regard.

> "I would ask them to speak more slowly, or I might indicate that I'll speak slowly to make it easier for both of us to understand." (Staff 11)

In addition, staff, particularly those at private universities, reported using translation applications such as Google Translate to support communication when dealing with fast speech or unfamiliar vocabulary.

> "The most convenient and frequently used strategy is Google Translate." (Staff 6)

On the other hand, staff at public universities used such tools less frequently due to concerns over reliability and had greater access to formal English training. Notably, message abandonment was rarely practiced, as staff viewed it as inappropriate in a service setting.

> "The one thing I would never do is ignore the conversation. I can't do that because it would be rude." (Staff 10)

These findings demonstrate that staff strategically employ communication strategies to maintain politeness and professionalism, while also highlighting disparities in institutional support between public and private universities.

Conclusion and Discussion

The findings indicate that university staff most frequently use the language functions of explaining and clarifying when interacting with international students and instructors. These functions support the communication of detailed, service-related information and reflect the cognitive demands of the job. Despite the importance of these skills, research into the specific language functions used by Thai university staff remains limited, highlighting an area that warrants further exploration. However, to date, there has been limited or no research specifically investigating the English language functions employed by Thai university staff.

In terms of oral communication problems, staff experienced significant listening problems, mainly due to unfamiliar accents and rapid speech. These findings align with Boonyachokanan and Sappapan (2017), who identified pronunciation issues as a major barrier in English communication among Thai professionals. For speaking problems, staff reported difficulties with grammar and sentence structure, particularly when

organizing their thoughts in English quickly. This often led to hesitation or errors in sentence construction. This finding aligns with those of Boonyachokanan and Sappapan (2017), as both studies identified vocabulary and grammar as the main challenges in speaking skills. These difficulties suggest that many staff have not had sufficient opportunities for spontaneous English use, which negatively affects their fluency and confidence. The findings highlight the need for targeted training programs that focus on listening and speaking in authentic workplace contexts.

As for communication strategies, staff frequently relied on repetition and clarification, along with the use of translation tools, especially in private university. These findings were similar to Jeharsae (2012), which also showed that asking for repetition and paying more attention to keywords were the main strategies used to manage communication problems. These strategies were effective in maintaining communication despite linguistic barriers. Importantly, avoiding or abandoning conversations was considered inappropriate, reflecting a professional attitude towards service delivery.

Overall, the findings correspond closely with the research objectives, demonstrating that while Thai university staff actively employ practical communication functions and strategies, they nonetheless encounter persistent challenges in oral English communication, particularly during spontaneous or complex interactions. These insights underscore the urgent need for targeted English language training programs that emphasize listening and speaking skills within authentic workplace contexts.

Research Recommendations

Significance of the study

1. Identifies common English communication challenges and strategies used by Thai university staff in real-time interactions.

2. Fills a research gap on English communication in Southeast Asian universities, focusing on English as a Lingua Franca (ELF).

3. Highlights the need for training aligned with ELF principles instead of native-speaker norms.

4. Provides practical insights for staff to improve oral communication by focusing on mutual understanding and adapting to diverse accents.

5. Informs university administrators and HR to design targeted training emphasizing real-time communication and intercultural skills.

6. Encourages trainers to create courses centered on real-life tasks, integrating ELF to boost confidence and effectiveness.

7. Offers data for ESP researchers to develop context-specific communication models.

8. Stresses the importance of ELF-based training to support inclusive communication in multicultural university settings.

Recommendations for further research

1 . Future research should include more diverse participants, such as lecturers and support staff, to better understand communication challenges.

2. Future research should explore how technology, like translation apps and video conferencing, affects communication.

3 . Future research should assess the effectiveness of English training programs for university staff.

4 . Future research should examine gaps in translation and interpretation training for administrative personnel.

5. Future research should develop and evaluate targeted training for specific staff groups to improve communication skills.

References

Boonyachokanan, P., & Sappapan, P. (2017). Problems and Need for English Communication Improvement of Employees at a Private University. Unpublished MA Thesis. Thammasat University.

Dörnyei, Z. (1995). *On the Psychology of Language Learning: Individual Differences in Second Language Acquisition*. *Language Learning*, *45*(2), 273–304. https://doi.org/10.1111/j.1467-1770.1995.tb00963.x

Faerch, C., & Kasper, G. (1983). On Identifying Communication Strategies in Interlanguage Production. Strategies in Interlanguage Communication, 210, 238.

Jeharsae, F. (2012). *English Oral Communication Problems and Strategies Used by Thai Employees in an International Workplace to Communicate with Native and Non-native English Speaking Customers* (Thesis, M.A.(English), Srinakharinwirot University).

Kongtham, I. (2020). Needs Analysis on English Language Functions for Hotel Staff in Phuket Province. *Sripatum Chonburi Journal*, *16*(3), 13-22.

Memon, S. M., Pathan, H., Shaikh. M., & Duadpota, B. (2020). An Analysis of Oral English Communication Problems Faced by Engineers at Workplace, Pakistan. *Journal of Literature, Languages and Linguistics*, 74, 34-37. https://doi.org/ 10.7176/JLLL/74-06

Tarone, E. (1980). Communication Strategies, Foreigner Talk, and Repair in Interlanguage. *Language Learning*, 30, 417-431.

Wiriyachitra, A. (2002). English Language Teaching and Learning in Thailand in this Decade. *Thai TESOL focus*, 15(1), 4-9.

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลก

BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARD TOURISM AT SI THEP HISTORICAL PARK, A WORLD HERITAGE CITY

รมิดา กิตติชัยกุลกิจ[1], เสรี วงษ์มณฑา[2], ชวลีย์ ณ ถลาง[3], ชุษณะ เตชคณา[4]
Ramida Kittichaikoonkij[1], Seri Wongmontha[2], Chawalee Na Thalang[3], Jusana Techakana[4]
(Received: June 24, 2025 ; Revised: July 22, 2025 ; Accepted: July 30, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ได้แก่ Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activities และ Ancillary services โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36–50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาในภาคกลาง ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนกับครอบครัวในช่วงวันหยุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรม และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเกิน 2,500 บาทต่อคน โดยรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์

[1] นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Ph.D. Student, Tourism, Hotel and Service Business Management, College of Management, University of Phayao. e-mail: lexrk29@gmail.com

[2] ประธานโครงการหลักสูตรและรองศาสตราจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Program Chair and Associate Professor, Tourism, Hotel, and Service Business Management, College of Management., University of Phayao. e-mail: seri_wong@yahoo.com

[3] รองศาสตราจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Associate Professor, Tourism, Hotel, and Service Business Management, College of Management, University of Phayao. e-mail: ajarnchawalee@gmail.com

[4] รองศาสตราจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
Associate Professor, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology Northern Bangkok. e-mail: jusana.t@fba.kmutnb.ac.th

กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 2) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้าน Attraction เช่น ความสวยงามของโบราณสถาน ขณะที่ Amenities บางรายการอยู่ระดับปานกลาง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุม การบริการธนาคาร และจุดเช่าชุดพื้นถิ่น โดยอายุและภูมิลำเนามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ข้อเสนอแนะคือ 1) ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาแอปพลิเคชันและศูนย์บริการนักท่องเที่ยว รวมถึงเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกอื่น 2) กำหนดกลยุทธ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและพื้นที่ชุมชนโดยรอบ โดยคำนึงถึงบริบทของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและยั่งยืน

คำสำคัญ : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยววัฒนธรรม องค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

Abstract

The purposes of this study were to 1) investigate the travel behavior of Thai tourists visiting Si Thep Historical Park, and 2) examine tourist satisfaction based on the 6A components of tourism: Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activities, and Ancillary Services. Data were collected using questionnaires from 400 Thai tourists and analyzed using descriptive statistics and hypothesis testing through t-tests and ANOVA. The findings revealed that 1) most tourists were female, aged between 36–50 years, held a bachelor's degree, worked in the private sector, earned an average monthly income of no more than 15,000 baht, and were residents of the central region of Thailand. In terms of travel behavior, most traveled with family for leisure during holidays, using private cars, staying overnight, and spending more than 2,500 baht per person on average. There was a highest relationship between monthly income and tourist behavior. 2) the tourist satisfaction was high, particularly in the "Attraction" dimension, such as the beauty of the archaeological site. However, certain "Amenities" such as travel businesses, meeting services, banking services, and traditional costume rental points received moderate satisfaction. Age and region of origin had a statistically significant influence on tourist satisfaction at the 0.05 level. The recommendations are: 1) improve facilities, develop mobile applications and tourist service centers, and connect the site with other World Heritage routes; 2) establish strategies to develop cultural tourism and nearby community areas, considering the target group context, in order to create meaningful and sustainable experiences.

Keywords: Tourist behavior, Tourist satisfaction, Cultural tourism, 6A Tourism Components, Si Thep Historical Park

บทนำ

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ตั้งอยู่ในอำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลก สมัยสามัญ ครั้งที่ 45 เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2566 ณ กรุงริยาด ประเทศซาอุดีอาระเบีย ภายใต้ชื่อ “The Ancient Town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments” นับเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งที่ 4 และแหล่งมรดกโลกแห่งที่ 7 ของประเทศไทย (กรมศิลปากร, 2566) เมืองโบราณศรีเทพมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางของอารยธรรมทวารวดีในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11–18 โดดเด่นด้านศิลปกรรม ศาสนา และสถาปัตยกรรมที่สะท้อนการผสมผสานระหว่างความเชื่อพื้นถิ่นกับอิทธิพลจากศิลปะขอม อันปรากฏชัดในโบราณสถานสำคัญ เช่น ปรางค์ศรีเทพ และปรางค์สองพี่น้อง

ภายหลังการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากหลักแสนเป็นหลักล้านคนภายในระยะเวลาไม่ถึงหนึ่งปี (อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2568) ส่งผลให้พื้นที่แหล่งโบราณสถานกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับประเทศ และปัญหาที่พบ เช่น ความแออัด การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการขยะ ตลอดจนพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว อาทิ การปีนโบราณสถานหรือการทิ้งขยะในพื้นที่ ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการและเสี่ยงต่อการบั่นทอนคุณค่าของแหล่งมรดกในระยะยาว หากปราศจากแนวทางที่ตอบสนองต่อทั้งมิติการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างสมดุล

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพภายใต้กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาแนวทางการจัดการที่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์ ตลอดจนการเสริมสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ของแหล่งมรดกโลกในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวมีความผันแปรตามช่วงเวลา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีจำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดจากสูตรของ Cochran (1977) และสอดคล้องกับหลักการของ Yamane (1967) ภายใต้ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5%

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเหมาะสมกับลักษณะของประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนแน่นอนได้ และยินดีตอบแบบสอบถามได้ โดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

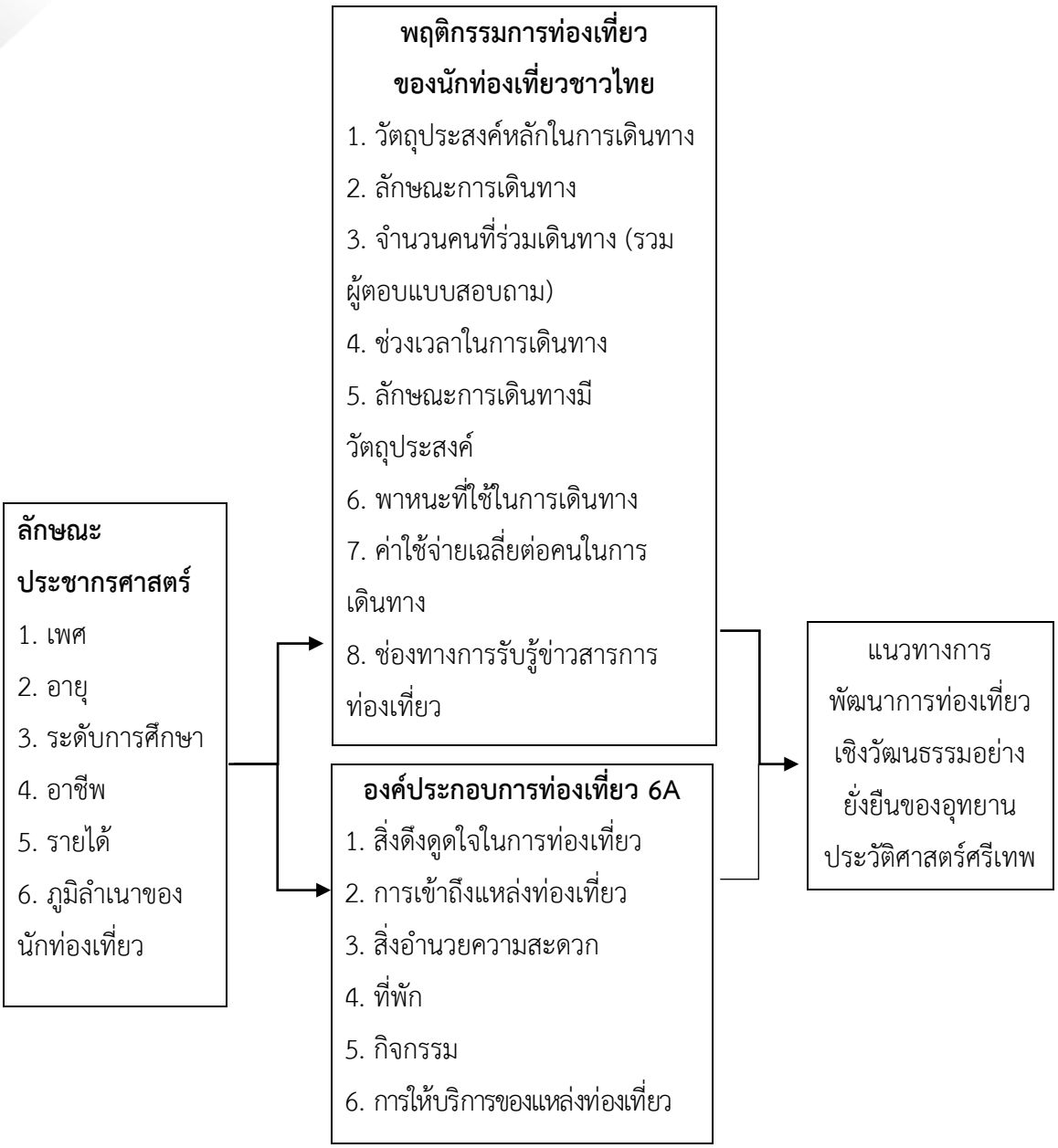
ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ในการมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพแตกต่างกัน

เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A แบ่งเป็น 3 ส่วน กล่าวคือ 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) ระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Linkert 5 ระดับ (Five-point Likert Scale) จาก 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด

การพัฒนาเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและสถิติ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ผลการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (IOC: Item-Objective Congruence Index) ได้ค่า IOC = 0.88 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (มากกว่า 0.5 ตามเกณฑ์ของ Rovinelli & Hambleton (1977; อ้างใน ประสาน มานะวงศ์, 2559) และนำแบบสอบถามทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.95 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง และเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลจริง

การรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุดเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ กล่าวคือ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายระดับความพึงพอใจ 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi-square test (χ^2) ส่วนการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ใช้ Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA (F-test) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé (ประสาน มานะวงศ์, 2559)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 400)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 หญิง	204	51.00
1.2 ชาย	172	43.00
1.3 LGBTQ+	24	6.00
2. อายุ		
2.1 อายุไม่เกิน 35 ปี (≥18 ปี)	115	28.70
2.2 อายุ 36–50 ปี	212	53.00
2.3 อายุมากกว่า 50 ปี	73	18.30
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	26.00
3.2 ปริญญาตรี	173	43.25
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	123	30.75
4. อาชีพ		
4.1 พนักงานบริษัทเอกชน	138	34.50
4.2 ธุรกิจส่วนตัว	134	33.50
4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	111	27.75
4.4 นิสิต-นักศึกษา	17	4.25
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 15,000 บาทหรือน้อยกว่า	108	27.00
5.2 15,001 – 25,000 บาท	97	24.25
5.3 25,001–40,000 บาท	93	23.25
5.4 มากกว่า 40,000 บาท	102	25.50
6. ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว		
6.1 ภาคกลาง	202	50.50
6.2 ภาคเหนือ	109	27.25
6.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	38	9.50
6.4 ภาคใต้	23	5.75
6.5 ภาคตะวันออก	21	5.25
6.6 ภาคตะวันตก	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.00) อายุ 36 – 50 ปี (ร้อยละ 53.00) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 43.25) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 34.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท (ร้อยละ 27.00) และมีภูมิลำเนาภาคกลาง (ร้อยละ 50.50)

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 400)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง		
1.1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	147	36.75
1.2 เพื่อตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก	143	35.75
1.3 เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ทัศนศึกษา/เพิ่มความรู้/ประกอบพิธีทางศาสนา/เพื่อร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น/ทำสื่อประชาสัมพันธ์	110	27.50
2. ลักษณะการเดินทาง		
2.1 เดินทางกับครอบครัว/ญาติ	191	47.75
2.2 เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	129	32.25
2.3 เดินทางตามลำพัง/บริษัททัวร์/หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานเอกชน	80	20.00
3. จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)		
3.1 ไม่เกิน 3 คน	179	44.75
3.2 4-6 คน	129	32.25
3.3 มากกว่า 6 คน	92	23.00
4. ช่วงเวลาในการเดินทาง		
4.1 วันจันทร์-ศุกร์	81	20.25
4.2 วันเสาร์-อาทิตย์	243	60.75
4.3 วันหยุดเทศกาลหรือนักขัตฤกษ์	76	19.00
5. ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์		
5.1 พักค้างคืน	161	40.25
5.2 ไปเช้า – เย็นกลับ	142	35.50
5.3 แวะเที่ยวเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน	97	24.25
6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
6.1 รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์)	299	74.75
6.2 รถตู้เช่าเหมา	51	12.75
6.3 รถทัวร์/รถสาธารณะ/ประจำทาง/รถเช่าเหมาท้องถิ่น	50	12.50

ตารางที่ 2(ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเดินทาง		
7.1 ไม่เกิน 1,000 บาท	104	26.00
7.2 1,001-2,500 บาท	143	35.75
7.3 มากกว่า 2,500	153	38.25
8. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว		
8.1 ข่าว/โฆษณาทางอินเตอร์เน็ต/สื่อมวลชน	235	58.75
8.2 ครอบครัว/เพื่อน/ญาติแนะนำ	121	30.25
8.3 ศูนย์บริการข้อมูล/ข่าวสาร/บริษัททัวร์	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 36.75) เดินทางร่วมกับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 47.75) โดยเป็นกลุ่มขนาดเล็กไม่เกิน 3 คน (ร้อยละ 44.75) ในวันเสาร์–อาทิตย์ (ร้อยละ 60.75) และนิยมพักค้างคืน (ร้อยละ 40.25) ใช้รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์) (ร้อยละ 74.75) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมากกว่า 2,500 บาท (ร้อยละ 38.25) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชน (ร้อยละ 58.75)

3. ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ภูมิลำเนาของผู้เดินทาง
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	0.038*	0.088	0.148	0.067	0.119	0.069
2. ลักษณะการเดินทาง	0.043*	0.335	0.460	0.897	0.021*	0.531
3. จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง	0.009*	0.099	0.415	0.144	0.048*	0.151
4. ช่วงเวลาในการเดินทาง	0.002*	0.003*	0.038*	0.011*	0.010*	0.960
5. ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์	0.793	0.030*	0.002*	0.025*	0.029*	0.157
6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	0.394	0.001*	0.003*	0.007*	0.038*	0.025*
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเดินทาง	0.384	0.030*	0.001*	0.277	0.001*	0.410
8. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว	0.644	0.001*	0.261	0.016*	0.049*	0.232

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ Chi-square test (χ^2) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในหลายด้าน ยกเว้น ภูมิลำเนา ซึ่งโดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ (Sig.>0.05) ขณะที่ **เพศ** มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว (Sig.=0.038*) ลักษณะการเดินทาง (Sig.=0.043*) จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม) (Sig. = 0.009*) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว (Sig.=0.002*) **อายุ** มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว (Sig.=0.003*) ลักษณะการเดินทาง (Sig.=0.030*) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Sig.=0.001*) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (Sig.=0.030*) และช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig.=0.001*) **ระดับการศึกษา** มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว (Sig.=0.038*) ลักษณะการเดินทาง (Sig.=0.002*) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Sig.=0.003*) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (Sig.=0.001*) **อาชีพ** มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว (Sig.=0.011*) ลักษณะการเดินทาง (Sig.=0.025*) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Sig.=0.007*) และช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig.=0.001*) **รายได้ต่อเดือน** มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทาง (Sig.= 0.021*) จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (Sig.=0.048*) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว (Sig.=0.010*) ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์ (Sig.=0.029*) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Sig.=0.038*) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (Sig. = 0.001*) และช่องทางการรับรู้ข่าวสาร (Sig.=0.049*) แม้ **ภูมิลำเนา** มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Sig.= 0.025*) แต่ภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Sig.> 0.05)

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ตารางที่ 4 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	sd.	ความหมาย
1. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction)	4.07	0.61	มาก
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	3.77	0.83	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.55	0.80	มาก
4. ที่พัก (Accommodation)	3.69	0.80	มาก
5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)	3.80	0.86	มาก
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)	3.99	0.76	มาก
ภาพรวม	3.81	0.66	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก”($\bar{x}$ = 3.81) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.07) รองลงมาเป็น

การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.99) กิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.80) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.77) และที่พัก ($\bar{x}$ = 3.69) ขณะที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}$ = 3.55) ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

5. การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ตารางที่ 5 ภาพรวมการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A แตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ภูมิลำเนา
1. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction)	0.273	0.000*	0.081	0.741	0.031*	0.001*
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	0.822	0.035*	0.457	0.248	0.432	0.440
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	0.630	0.000*	0.439	0.014*	0.578	0.014*
4. ที่พัก (Accommodation)	0.614	0.000*	0.268	0.065	0.148	0.009*
5. กิจกรรม (Activity)	0.378	0.000*	0.108	0.633	0.446	0.037*
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)	0.624	0.000*	0.611	0.256	0.238	0.017*

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า **เพศ** และ **ระดับการศึกษา** ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญในทุกองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยนี้ ขณะที่ **อายุ** มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจในทุกองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A; สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Sig. = 0.000*) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig. = 0.035*) สิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.000*) ที่พัก (Sig. = 0.000*) กิจกรรม (Sig. = 0.000*) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Sig. =0 .000*) **อาชีพ** ต่างกัน ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.014*) **รายได้ต่อเดือน** ต่างกัน ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Sig. = 0.031*) และ **ภูมิลำเนา** ต่างกัน ระดับความพึงพอใจในหลายองค์ประกอบ อาทิ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Sig. = 0.001*) สิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.014*) ที่พัก (Sig. = 0.009*) กิจกรรม (Sig. = 0.037*) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Sig. = 0.017*)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสะท้อนบทบาทสำคัญในการวางแผนและตัดสินใจเดินทางของครัวเรือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลีย์ ณ ถลาง (2561) ที่เน้นถึงบทบาทผู้นำทางความคิดของผู้หญิงในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มครอบครัว สอดคล้องกับ ชุษณะ เตชคณา (2563) ที่พบว่า กลุ่มวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าความบันเทิง รายได้มีความหลากหลาย โดยรายได้สูงมักเป็นผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป แสดงถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจในการท่องเที่ยว ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง ซึ่งได้เปรียบด้านระยะทาง แสดงถึงระยะทางยังเป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อโอกาสในการเดินทาง (กรมการท่องเที่ยว, 2564)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อน นิยมเดินทางแบบกลุ่มเล็ก (ไม่เกิน 6 คน) ร่วมกับครอบครัวหรือญาติ ช่วงวันเสาร์–อาทิตย์ อาจจะพักค้างแรม 1 คืนซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวระยะสั้น (Short Break Tourism) ที่เหมาะกับนักท่องเที่ยววัยทำงานซึ่งมีข้อจำกัดด้านเวลาและต้นทุนการเดินทาง นักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลักเพราะระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่ยังไม่ครอบคลุม ทำให้ค่าใช้จ่ายอยู่ระดับค่อนข้างสูง (มากกว่า 2,500 บาทต่อคนตลอดการท่องเที่ยว) จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมแบบมีส่วนร่วม โปรแกรมนำชมเฉพาะกลุ่ม หรือบริการที่พักเชิงประสบการณ์ (Experiential Lodging) ส่วนช่องทางการรับรู้ข่าวสารมาจากอินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชน ซึ่งอิทธิพลของสื่อดิจิทัลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยสื่อมีความหลากหลายด้านเนื้อหาและการนำเสนอ มีอิทธิพลอย่างสูงต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล (เสรี วงษ์มณฑา, 2560)

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” สะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของแหล่งมรดกโลกในการสร้าง “คุณค่าในการรับรู้” ของนักท่องเที่ยว (Perceived Value) อันเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความภักดี และการกลับมาเยือนซ้ำ

องค์ประกอบที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปน้อย คือ **สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเที่ยว** เช่น ความสวยงามของโบราณสถาน ร่องรอยหลักฐานต่าง ๆ ในอุทยานประวัติศรีเทพ รวมถึงการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกสะท้อนถึง คุณค่าสากลที่โดดเด่น (Outstanding Universal Value) ตามเกณฑ์ของ UNESCO (2023) และยกระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในเชิงสุนทรียะ ประวัติศาสตร์ และจิตวิญญาณของสถานที่ (Sense of Place) สะท้อนทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่ม (ทศพล ทรรศนกุลพันธ์, 2562) **การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว** เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ จุดบริการรถรางนำชม ถือเป็น

องค์ประกอบที่สนับสนุนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ด้าน**กิจกรรมการท่องเที่ยว**ที่ได้รับความพึงพอใจ อาทิ กิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ กิจกรรมประจำถิ่น เช่น กิจกรรมแต่งกายพื้นเมืองเพื่อร่วมพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ

องค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนเฉลี่ยในระดับต่ำสุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปน้อย กล่าวคือ **การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว** แม้ถนนสายหลักจะได้รับการพัฒนา แต่การเข้าถึงในพื้นที่ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะไม่มีระบบขนส่งสาธารณะหรือบริการรองรับนักท่องเที่ยว **ที่พัก** การไม่มีที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรือที่พักไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้อาจลดทอนการใช้เวลาในพื้นที่และส่งผลต่อรายได้ในท้องถิ่น แนวทางการส่งเสริมที่พักแบบ โฮมสเตย์เชิงวัฒนธรรม หรือที่พักแบบ Green Accommodation จึงเป็นทางเลือกที่สามารถสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจท้องถิ่นกับการอนุรักษ์ได้ (UNESCO, 2021) และ**สิ่งอำนวยความสะดวก** ได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด สะท้อนปัญหา ในด้านธุรกิจนำเที่ยว สอดคล้องกับผลวิจัยของ บุษบา ธรรมอารี (2564) ที่กล่าวว่า แม้แหล่งมรดกจะมีทรัพยากรที่โดดเด่น หากสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เอื้อต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยว ก็จะกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม และอาจลดโอกาสในการกลับมาเยือนซ้ำ

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า **เพศ** และ**การศึกษา** ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยว **อายุ** มีผลต่อความพึงพอใจทุกองค์ประกอบ สะท้อนความแตกต่างในเจเนอเรชัน (Choe & Kim, 2021) เช่น กลุ่ม Gen Y, Z สนใจเทคโนโลยีและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุเน้นความสะดวกและปลอดภัย **อาชีพ** มีผลต่อการประเมินด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานเอกชนและผู้ประกอบการ ที่คาดหวังความสะดวก รวดเร็ว และบริการครบวงจร **รายได้** ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับคุณค่าวัฒนธรรมมากกว่าความสะดวกหรือราคาค่าใช้จ่าย และ**ภูมิลำเนา** ส่งผลต่อความพึงพอใจในหลายด้าน โดยนักท่องเที่ยวจากภาคกลางซึ่งอยู่ใกล้ มีความคุ้นเคยกับพื้นที่มากกว่า และสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้มากกว่า

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลกดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมดุลกับการอนุรักษ์มรดกโลก นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ เช่น การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว “อยู่นาน จ่ายหนัก กลับมาอีก” (The Southern Mice, 2568) อันจะช่วยยกระดับคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Accessibility Infrastructure Development) เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น พื้นที่จอดรถ ห้องสุขา และระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงเมือง

ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว พร้อมจัดทำแผนแม่บทร่วมกับท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการที่ยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

2. การยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกสู่มาตรฐานสากล (World-Class Amenities Development) ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานสากล จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เร่งพัฒนาแอปพลิเคชันที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ระบบนำทางอัจฉริยะ การจองกิจกรรมออนไลน์ และข้อมูลแหล่งเรียนรู้หลายภาษา นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแบบ “Living Heritage Museum” ที่ร่วมสมัยกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเทียบเท่ามาตรฐานระดับชาติ

3. การพัฒนาแนวทางการตลาดเชิงพื้นที่และกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม (Place-Based and Experiential Marketing) ออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น VR/AR สำหรับเยาวชน กิจกรรมสายมูสำหรับผู้สูงวัย ควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทอื่น เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ อาทิ การทำอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงอีเหี่ยว หรือการทำขนม เช่น ขนมลูกโคนโยนเข้ากอไผ่

4. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Heritage Governance) จัดเวทีความร่วมมือทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิด “Co-Creation” สนับสนุนบทบาทชุมชนในฐานะเจ้าบ้านวัฒนธรรม และพัฒนากิจกรรมที่ส่งเสริม Soft Power เช่น พิธีกรรมท้องถิ่น Story Map หรือ Podcast เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน (ชวลีย์ ณ ถลาง, 2561)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความคิดเห็น พฤติกรรม และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการที่สอดรับกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและยกระดับมาตรฐานบริการสู่ระดับสากล

2. ควรศึกษา และประเมินผลกระทบในระยะ 3–5 ปี ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์นโยบายและผลกระทบระยะยาวของการเป็นมรดกโลก

3. ด้านระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มรดก เน้นการจัดการขยะ มลภาวะ และระบบนิเวศ โดยรวมให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เพื่อรองรับการท่องเที่ยวยั่งยืนในระยะยาว

4. พัฒนากิจกรรมมีส่วนร่วมเพื่อสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ หรือออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น อาสาสมัครดูแลโบราณสถาน หรือผลิตสื่อสารคดี

เอกสารอ้างอิง

Choe, J., & Kim, S. (2021). *Generational Expectations in Heritage Tourism*. *Journal of Tourism and Cultural Change, 19*(4), 422–439.

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

Department of Tourism. (2021). *Phǣn mǣbot kān phatthana ̄ kān thọ̄n ngthīeochœ̄ng watthanatham khọ̄ng prathe ̄t Thai Phọ.Sọ. ̄ sọ̄ngphanhārọ̄ihoksipha ̄ 2570. [Master Plan for the Development of Cultural Tourism in Thailand, 2022–2027].* Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.

กรมการท่องเที่ยว. (2564). *แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทย พ.ศ. 2565–2570*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

Dhamaree, B. (2021). Singọ ̄am nūai khwām sadūak kap prasopkān nakthọ̄ngthīeo nai lǣng mọ̄radok lo ̄k. [Amenities and Tourist Experience at World Heritage Sites]. *Journal of the Tourism Management, 19*(1), 102-120.

บุษบา ธรรมอารี. (2564). สิ่งอำนวยความสะดวกกับประสบการณ์นักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก. *วารสารการจัดการการท่องเที่ยว, 19*(1), 102–120.

Fine Arts Department. (2023). *Rāingān kān khư thabīan mọ̄radok lo ̄k mūang bo ̄rān sī ̄ thē ̄p [Report on the World Heritage Inscription of Si Thep Ancient City].* Bangkok: Ministry of Culture.

กรมศิลปากร. (2566). *รายงานการขึ้นทะเบียนมรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

Manawong, P. (2016). *Kān wikhrọ khọ̄mūn thāng sathiti phūa kānwich̆ai thāng phruttikam sā ̄t. [Statistical Data Analysis for Behavioral Science Research].* Bangkok: Thammasat University Press.

ประสาน มานะวงศ์. (2559). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Ministry of Tourism and Sports. (2023) *Phǣn phatthanākān thọ̄ng thīeohǣng chā ̄t chabap thī ̄ sām (Phọ.Sọ. ̄ sọ̄ngphanhārọ̄ihoksiphok sọ̄ngphan hārọ̄ich̆etsip). [The 3rd National Tourism Development Plan (2023–2027)].* Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

Si Thep Historical Park. (2025). *Mọ̄radok lo ̄k. [World Heritage].* Retrieved May 14, 2025, from https://www.facebook.com/sithephistoricalpark.html

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ. (2568). *มรดกโลก*. สืบค้น 14 พฤษภาคม 2568, จาก https://www.facebook.com/อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ.html

Talang, N. C. (2018). *Kān sụ̄sān phūa kānthọ̄ngthīeo yāng yangyụ̄n. [Communication for Sustainable Tourism].* Bangkok: Thammasart University press.

ชวลีย์ ณ ถลาง. (2561). *การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Tatsanakunpan, T. (2019). *Kān talāt phūa kān thǭngthīeo watthanatham. [Marketing for Cultural Tourism].* Chiang Mai: Chiang Mai University.

ทศพล ทรรศนกุลพันธ์. (2562). *การตลาดเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Techakana, J. (2020). Watthanatham kap kānraprū khunkhā khǭng nak thǭngthīeo tǭ lǣng mǭradok lōk nai prathēt Thai. [Culture and Tourists' Perception of the Value of World Heritage Sites in Thailand]. *Journal of Cultural Studies, 7*(1), 75–93.

ชุษณะ เตชคณา. (2563). วัฒนธรรมกับการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งมรดกโลกในประเทศไทย. *วารสารวัฒนธรรมศึกษา, 7*(1), 75–93.

The Southern Mice. (2025). *Pœ̄t phǣn sām S konlayut dungdūt nakthǭngthīeo hai yū nān chǎi nak klap mā ʻīk.* [Unveiling the 3S Strategy: Attracting Tourists to Stay Longer, Spend More, and Return Again]. Retrieved June 14, 2025, from https://www. facebook.com/thesouthernMICE.html

The Southern Mice. (2025). *เปิดแผน 3S กลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่นาน จ่ายหนัก กลับมาอีก*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2568, จาก https://www.facebook.com/thesouthernMICE.html

UNESCO. (2021). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention (WHC.21/01). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. Retrieved January 15, 2025, from https://whc.unesco.org/en/guidelines.html

UNESCO. (2023). *World heritage list: The ancient town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments*. Retrieved January 15, 2025 from https://whc.unesco.org/en/list/1663.html.

Wongmontha, S. (2017). *Kānsūsān chœ̄ngkon yut phūa sāng phāplak [Strategic Communication for Image Building].* Bangkok: Chulalongkorn University Press.

เสรี วงษ์มณฑา. (2560). *การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Yamane, T. (1967) *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd Edition, Harper and Row, New York.

ตัวแบบเชิงสาเหตุการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

A CAUSAL MODEL OF DIGITAL INNOVATION DEVELOPMENT AFFECTING THE OPERATIONAL PERFORMANCE OF RETAIL BUSINESSES IN THAILAND

นพดล สิทธิเลิศ[1], บุญสม รัศมีโชติ[2], พัทธนันท์ ตั้งวรรณวิทย์[3]

Noppadon Sittilears[1], Boonsom Ratsameechot[2], Patthanan Tangwannawit[3]

(Received: August 19, 2025 ; Revised: September 15, 2025 ; Accepted: September 22, 2025)

บทคัดย่อ

ตัวแบบเชิงสาเหตุการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยเป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างตัวแบบเชิงสาเหตุด้านนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัล การมุ่งเน้นดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลนวัตกรรมดิจิทัล และประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย บทความนี้นำเสนอการสังเคราะห์กรอบแนวคิดทางการวิจัยที่บูรณาการเป็นตัวแปรด้านความสามารถทางดิจิทัล ด้านการมุ่งเน้นดิจิทัล ด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ด้านนวัตกรรมดิจิทัล และด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย สุดท้ายบทความนี้ได้นำเสนอกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

คำสำคัญ : นวัตกรรมดิจิทัล ธุรกิจค้าปลีก การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

[1]นักศึกษา บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
Students, Doctor of Business Administration, Faculty of Business Administration, Thonburi University. e-mail: Noppadon_cc@thonburi-u.ac.th

[2] อาจารย์ประจำ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
Instructor, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Thonburi University. e-mail: boonsom_mk@thonburi-u.ac.th

[3] อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
Instructor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Thonburi University. e-mail: patthanan@thonburi-u.ac.th

Abstract

A Causal Model of Digital Innovation affecting the operational performance of retail businesses in Thailand is a documentary research study. This study aims to construct a causal model of digital innovation that affects the operational performance of retail businesses in Thailand and to examine the relationships among digital capabilities, digital orientation, digital transformation, digital innovation, and operational performance within the Thai retail sector. This article presents a synthesized research conceptual framework that integrates these key variables and analyzes the interrelationships among various factors influencing the operational performance of retail businesses in Thailand. Finally, this article proposes a conceptual framework derived from literature review that demonstrates the significance of implementing digital innovation in business operations to enhance the operational efficiency of Thailand's retail sector in the digital economy era.

Keywords: Digital Innovation, Retail Business, Digital Transformation, Operational Performance

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากการขยายตัวของเทคโนโลยีดิจิทัล (กองสถิติเศรษฐกิจ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) การใช้อินเทอร์เน็ตของสถานประกอบการไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 45.6 ในปีพ.ศ. 2564 เป็นร้อยละ 69.5 ในปีพ.ศ. 2565 โดยเฉพาะกลุ่มการผลิตที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 29.9 เป็น ร้อยละ 59.0 ซึ่งส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเช่นกัน การใช้อินเทอร์เน็ตในสถานประกอบการไทย อันดับแรกคือใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) คิดเป็นร้อยละ 68.5 อันดับสองคือใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือเข้าถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 63.7 และอันดับสามคือสนทนาสื่อสารทาง Instant Messaging/กระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 55.2 การมีเว็บไซต์และสั่งซื้อ/ขายสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งเป็นธุรกิจที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ มีรายได้รวม 3,250.8 พันล้านบาท กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2567) ภาคธุรกิจค้าปลีกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งนำไปสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แพลตฟอร์มออนไลน์ และเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ (Wongwas, W., Wongsim, M., & Satchawatee, N, 2024) ผลของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในธุรกิจค้าปลีกไทย โดยใช้แบบจำลอง SEM พบว่า การเปลี่ยนผ่านนี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพทางธุรกิจ และยังส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย การเพิ่มประสบการณ์

ลูกค้า การขยายตลาด และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร (Firm Performance) โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย และธุรกิจค้าปลีกที่ปรับตัวเข้าสู่ระบบดิจิทัลสามารถเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ (สุปราณี อุยยะเสถียร, ศรีปริญญา ธูปกระจ่าง, วรเดช จันทรศร, และ เสาวภาคย์ กระจ่างยุทธ, 2022) โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านดิจิทัลที่มาเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ยังขาดการศึกษาที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนวัตกรรมดิจิทัล ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยธุรกิจค้าปลีกไทย การวิจัยครั้งนี้จึงมีความมุ่งหมายเพื่อพัฒนาตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุด้านนวัตกรรมดิจิทัล ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัล

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีความสามารถทางดิจิทัลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Digital Capability)

Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A.(2024) กล่าวว่า ความสามารถทางดิจิทัลคือความสามารถของบริษัทในการจัดการ การประยุกต์ใช้ และการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล ในขณะที่ งานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) ได้กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความเชี่ยวชาญและขีดความสามารถที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อปรับปรุงกระบวนการ กลยุทธ์ และผลการดำเนินงานขององค์กร ส่วน Ramadhan, R., Faisal, A., & Arafah, W. (2024) ได้กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้าและองค์กร รวมถึงการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว โดยระบบดิจิทัลที่สามารถสร้างโครงสร้างและผลลัพธ์ใหม่ ๆ ได้โดยไม่ต้องอาศัยความช่วยเหลือจากฝ่ายอื่นหรือการวางแผนอย่างมีสติ ความสามารถด้านดิจิทัลได้แก่ ความสามารถทางเทคนิคซึ่งเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ความสามารถของเครือข่าย และความสามารถของมนุษย์

จากการทบทวนวรรณกรรม สรุปนิยามความสามารถทางดิจิทัลว่า คือ ความสามารถขององค์กรในการจัดการ ประยุกต์ใช้ และพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน และพบว่า ความสามารถทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Singh, H., Binti Sakka, A. A., Iwuchukwu, E., Ahmed Al-Shaikhli, E. A., &

Kampoowale, I. (2023) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของความสามารถด้านการผลิต ความสามารถด้านเครือข่าย และความสามารถดิจิทัลต่อประสิทธิภาพของ SMEs ในอินเดีย จากผลการวิจัยพบว่าความสามารถทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพของบริษัท เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Prakasa & Jumani (2024) ได้ผลว่าความสามารถทางดิจิทัลส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญต่อผลประสิทธิภาพการดำเนินงาน จากการศึกษาในธุรกิจค้าปลีกประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดชวาตะวันออก ประเทศอินโดนีเซีย งานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในเศรษฐกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SMEs (Small and Medium-sized Enterprises) ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ในประเทศปากีสถาน ได้มีการยืนยันสมมติฐานที่ว่าความสามารถทางดิจิทัล (Digital Capability) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ (Firm Performance) ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ตีความไว้ว่าการมีทักษะและความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลบวกต่อประสิทธิภาพองค์กร และผลกระทบของความสามารถทางดิจิทัลต่อประสิทธิภาพความยั่งยืนของผู้ค้าปลีก ผ่านกลไกของนวัตกรรมแบบจำลองธุรกิจในระบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งประชากรเป็นบริษัทค้าปลีกในตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) ในประเทศเวียดนาม ที่มีการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัลและประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่เป็นระบบเศรษฐกิจสังคมที่ผู้คนมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากร สินค้า และบริการร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืน

จากการศึกษาความสามารถทางดิจิทัล ได้สมมติฐานที่ว่า ความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย และความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในเศรษฐกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SMEs (Small and Medium-sized Enterprises) ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ในประเทศปากีสถาน ได้มีการยืนยันสมมติฐานที่ว่าความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลสูงสุดต่อการสร้างนวัตกรรมดิจิทัล สามารถตีความได้ว่าความสามารถทางเทคนิคเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างนวัตกรรม มีงานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อประสิทธิภาพองค์กร ของบริษัทประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในประเทศปากีสถาน งานวิจัยของ Ramadhan, R., Faisal, A., & Arafah, W. (2024) ได้ศึกษาถึงเรื่อง บทบาทของนวัตกรรมดิจิทัลที่นำมาเป็นตัวกลางของอิทธิพลของภาวะผู้นำดิจิทัลและความสามารถดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานทาง

ธุรกิจในอุตสาหกรรม Event/MICE ในอินโดนีเซีย งานวิจัยของ Abourokbah, S. H., Mashat, R. M., & Salam, M. A.(2023) ศึกษาบทบาทของความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ความสามารถทางดิจิทัล ความคล่องตัว และความยืดหยุ่นต่อประสิทธิภาพนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน ของบริษัทที่อยู่ในภาคการผลิตในประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่าบริษัทที่มีความสามารถทางดิจิทัลที่แข็งแกร่งจะสามารถสร้างสรรค์ข้อเสนอใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ความสามารถทางดิจิทัลยังเป็นทักษะทางเทคนิคที่จำเป็นสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัลอีกด้วย

จากการศึกษาความสามารถทางดิจิทัลได้สมมติฐานว่าด้วย ความสามารถทาง มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังตารางที่ 1 และความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัลของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย H1 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
สมมติฐานการวิจัย H1 : ความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	Singh, H., Binti Sakka, A. A., Iwuchukwu, E., Ahmed Al-Shaikhli, E. A., & Kampoowale, I. et al.(2023), Prakasa & Jumani.(2024), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. et al.(2024), Giang & Dung,(2025)

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย H2 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
สมมติฐานการวิจัย H2 : ความสามารถทางดิจิทัล มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัลของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	Abourokbah et al.(2023), Ramadhan, R., Faisal, A., & Arafah, W. et al.(2024), Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. Ullah et al.(2025), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A.(2024)

ทฤษฎีการมุ่งเน้นดิจิทัลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Digital Orientation)

การมุ่งเน้นดิจิทัลเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สะท้อนปรัชญาขององค์กรในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพื้นฐานสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ เป็น social construct ที่เกิดจากค่านิยม ความเชื่อ และความสามารถของสมาชิกในองค์กร งานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) กล่าวว่า ความมุ่งมั่นเชิงกลยุทธ์ของบุคลากรในองค์กรที่จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแก้ไขปัญหาองค์กรและสร้างโซลูชันใหม่ๆ โดยแสดงออกถึงทัศนคติ แนวคิด และพฤติกรรมที่สนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในทุกด้านของธุรกิจ

จากการศึกษาดังกล่าว การมุ่งเน้นดิจิทัลเป็นการมุ่งมั่นเชิงกลยุทธ์ขององค์กรและทัศนคติบุคลากรในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขความท้าทายทางธุรกิจและสร้างนวัตกรรม โดยสะท้อนปรัชญาองค์กรที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพื้นฐานสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ และพบว่า การมุ่งเน้นดิจิทัลได้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) ได้ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคส่วนของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในประเทศปากีสถาน พบว่า การมุ่งเน้นดิจิทัล (Digital Orientation) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล (Digital Innovation) มีงานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในเศรษฐกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SMEs (Small and Medium-sized Enterprises) ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ในประเทศปากีสถาน ได้มีการยืนยันสมมติฐานที่ว่าการมุ่งเน้นดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล ตีความได้ว่าการมีวิสัยทัศน์และทิศทางที่ชัดเจนเกี่ยวกับดิจิทัลช่วยส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม

จากการศึกษาการมุ่งเน้นดิจิทัลได้สมมติฐานว่าด้วยการมุ่งเน้นดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัลของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย H3

สมมติฐานการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
สมมติฐานการวิจัย H3 : การมุ่งเน้น มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัลของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. Ullah et al., (2025), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. et al., (2024

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Digital Transformation)

Khakwani, M. S., Zafar, A., Mahmood, G., & Khan, Q. M. (2024) ให้ความหมายว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล คือกระบวนการที่องค์กรปรับเปลี่ยนโครงสร้าง กลยุทธ์ วัฒนธรรม และกระบวนการทำงาน โดยการผสานเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การตัดสินใจเชิงข้อมูล และขับเคลื่อนนวัตกรรมอย่างยั่งยืน งานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) กล่าวว่า การนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูงมาใช้ และบูรณาการเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจขององค์กรเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมและขับเคลื่อนความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงกระบวนการที่ช่วยให้สามารถสร้างสินค้า แพลตฟอร์ม และบริการใหม่ๆ ได้นำไปสู่การปรับปรุงประสบการณ์ของผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าขององค์กร รวมถึงวิธีการที่บริษัทใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจดิจิทัลใหม่ที่ช่วยสร้างและปรับแต่งคุณค่าให้กับบริษัท การใช้เทคโนโลยีปรับปรุงโครงสร้าง กระบวนการ และกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล

จากการศึกษา การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลคือ กระบวนการเชิงกลยุทธ์และวิวัฒนาการขององค์กรในการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูงมาบูรณาการเข้ากับโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ วัฒนธรรม และกระบวนการทำงาน เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน สร้างสินค้า แพลตฟอร์ม และบริการใหม่ ๆ และพบว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล โดยผลกระทบของนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เชี่ยงไฮ้และเซินเจิ้น มีกลไกการส่งผ่านอิทธิพล (Transmission Mechanisms) ที่แสดงว่านวัตกรรมดิจิทัลส่งผลต่อผลการดำเนินงานบริษัท ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล(Digital Transformation) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล (Digital Innovation) ของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เชี่ยงไฮ้และเซินเจิ้น มีงานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในเศรษฐกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SMEs (Small and Medium-sized Enterprises) ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ในประเทศปากีสถาน ได้มีการยืนยันสมมติฐานที่ว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ตีความว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกระบวนการเป็นตัวเร่งให้เกิดนวัตกรรม

จากการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้สมมติฐานว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัลของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zahir & Bibi. (2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความสามารถด้านการดำเนินงานในความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลและผลการดำเนินงานของกิจการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพื้นที่เมืองคู่ อิสลามาบาดและราวัลปินดี ประเทศปากีสถาน ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนผ่าน

สู่ดิจิทัลส่งผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อสมรรถนะขององค์กรใน SMEs มีผลการวิจัยของ Prakasa & Jumani. (2024) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเชื่อมโยงความสามารถดิจิทัล กับประสิทธิภาพของธุรกิจขนาดเล็ก บทบาทการไกล่เกลี่ยของการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจดิจิทัล ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดชวาตะวันออก ประเทศอินโดนีเซีย ได้ผลว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการ งานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A.(2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในเศรษฐกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SMEs ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ในประเทศปากีสถาน ได้มีการยืนยันสมมติฐานที่ว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ ตีความได้ว่าการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและกระบวนการดิจิทัลให้ผลตอบแทนที่ชัดเจนในการดำเนินงาน

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้สมมติฐานว่าด้วย การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัลของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยดังตารางที่ 4 และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย H4 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
สมมติฐานการวิจัย H 4: การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล ของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	Xiaolong Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. Xue a, Chuhong Xu a. (2023), Qiongyu Huang a.(2023) Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. Ullah(2025), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A.(2024)

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย H5 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
สมมติฐานการวิจัย H5: การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	Zahir & Bibi.(2024), Prakasa & Jumani. (2024), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A.l.(2024), Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S..(2025)

ทฤษฎีนวัตกรรมดิจิทัลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Digital Innovation)

Xiaolong Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. (2023) ระบุว่า นวัตกรรมดิจิทัลคือ ความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูล เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ บริการ และรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเศรษฐกิจดิจิทัล เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) กล่าวว่า นวัตกรรมดิจิทัลคือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับตลาด หรือกระบวนการทำงาน หรือแบบจำลองธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างคุณค่า สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และสร้างความยั่งยืนในโลกดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และงานวิจัยของ Ramadhan, R., Faisal, A., & Arafah, W. (2024) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมดิจิทัลคือ ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองและดำเนินการนวัตกรรมดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปรับปรุงผลการดำเนินงานธุรกิจ

จากการศึกษา นวัตกรรมดิจิทัลคือ ความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูล เพื่อพัฒนา ปรับปรุง และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการทางธุรกิจ และรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และพบว่า นวัตกรรมดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) ได้ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อประสิทธิภาพองค์กรในภาคส่วนของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในประเทศปากีสถาน พบว่า นวัตกรรมดิจิทัล มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ งานวิจัยของ Xiaolong Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. (2023) ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เซียงไฮ้และเซินเจิ้น พร้อมทั้งวิเคราะห์กลไกการส่งผ่านอิทธิพล (Transmission Mechanisms) ว่านวัตกรรมดิจิทัลส่งผลต่อผลการดำเนินงานบริษัทอย่างไร จากการวิจัยพบว่า นวัตกรรมดิจิทัลสามารถมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท งานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) ได้ศึกษาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในเศรษฐกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SMEs ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ในประเทศปากีสถาน ได้มีการยืนยันสมมติฐานที่ว่านวัตกรรมดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ งานวิจัยของ Ramadhan, R., Faisal, A., & Arafah, W. (2024) ได้ศึกษาถึงเรื่องบทบาทของนวัตกรรมดิจิทัลที่นำมาเป็นตัวกลาง

ของอิทธิพลของภาวะผู้นำดิจิทัลและความสามารถดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจในอุตสาหกรรม Event/MICE ในอินโดนีเซีย

จากการศึกษานวัตกรรมดิจิทัล สมมติฐานที่ว่า นวัตกรรมดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย H6 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
สมมติฐานการวิจัย H6: นวัตกรรม มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	Xiaolong Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. (2023), Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024)

มีตัวแปรอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งได้แก่ ความสามารถทางดิจิทัล การมุ่งเน้นดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งสามารถอธิบายสมมติฐานนวัตกรรมดิจิทัลทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) ดังนี้ ความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยผ่านนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A..(2024) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างขีดความสามารถดิจิทัลและผลการดำเนินงานของธุรกิจ ควรพัฒนาขีดความสามารถดิจิทัลอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การมุ่งเน้นดิจิทัลมีอิทธิพลประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยผ่านนวัตกรรมดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) ได้กล่าวถึง การมุ่งเน้นดิจิทัลช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพทันที ช่องทางที่สองเป็นผลกระทบทางอ้อมผ่าน ซึ่งสร้างมูลค่าในระยะยาวผ่านการสร้างนวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยผ่านนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) ได้กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงดิจิทัลสามารถสร้างมูลค่าการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการส่งเสริมนวัตกรรมที่นำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ทฤษฎีประสิทธิภาพการดำเนินงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Firm Performance)

Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) อธิบายว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานคือผลลัพธ์หลักที่วัดความสำเร็จและประสิทธิผลขององค์กร โดยเป็นเป้าหมายสุดท้ายของการดำเนินงานทางธุรกิจ และการลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียงานวิจัยของ Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025) กล่าวว่า ประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรที่สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างคุณค่าและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความสามารถในการสร้างรายได้ การเติบโตของตลาด และความพึงพอใจของลูกค้า ในบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงาน และการสร้างผลงานขององค์กรอย่างพื้นฐาน เป็นการวัดความสำเร็จและประสิทธิภาพขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทสามารถสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 2 มิติหลัก คือ ผลการดำเนินงานทางการเงิน และผลการดำเนินงานทางการตลาด

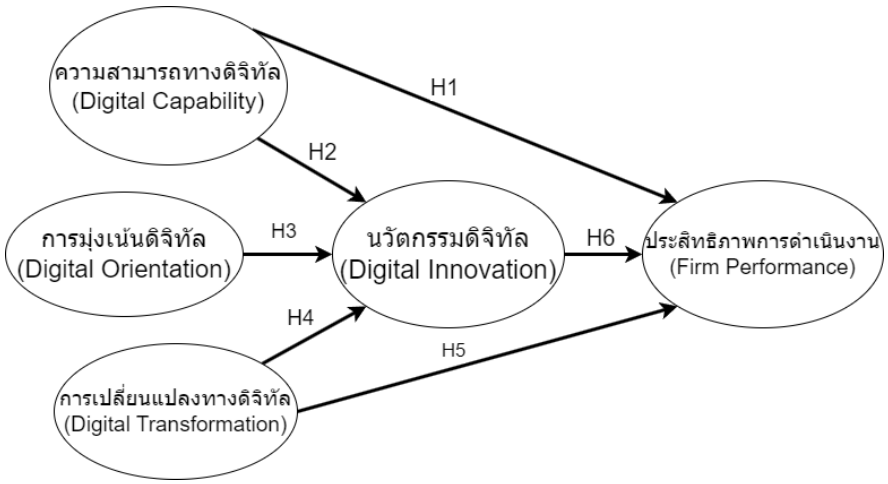
จากความหมายจากนักวิชาการสรุปความหมายของประสิทธิภาพขององค์กรได้ว่า ความสามารถของบริษัทในการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ รวมทั้งการสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม บรรลุเป้าหมายทางด้านการเงินเกี่ยวกับรายได้ กำไร การเติบโต ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ความสามารถในการทำกำไร และมูลค่าตลาด ด้านการดำเนินงานเป็นเรื่องของ ประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการตลาดและลูกค้าเป็นเรื่องของยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาด ความสามารถในการอยู่รอดและเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว รวมถึงการสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งวัดความสำเร็จและประสิทธิภาพขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์

แนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม ตัวแบบเชิงสาเหตุการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเอกสาร โดยการทบทวนวรรณกรรม พบหลักฐานที่สนับสนุนความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลอง งานวิจัยของ Singh, H., Binti Sakka, A. A., Iwuchukwu, E., Ahmed Al-Shaikhli, E. A., & Kampoowale, I. (2023), Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024) และ Prakasa & Jumani. (2024) แสดงให้เห็นว่าความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการโดยการมีทักษะและความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลบวกต่อประสิทธิภาพองค์กร นอกจากนี้งานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมดิจิทัล เนื่องจาก

ความสามารถทางเทคนิคเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรม ในทำนองเดียวกัน การมุ่งเน้นดิจิทัลก็มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมดิจิทัล โดยการมีวิสัยทัศน์และทิศทางที่ชัดเจนเกี่ยวกับดิจิทัลช่วยส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลทั้งต่อนวัตกรรมดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยตรง งานวิจัยของ Xiaolong Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. Xue et al (2023) และ Zahir & Bibi (2024) พบว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกระบวนการเป็นตัวเร่งให้เกิดนวัตกรรม และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและกระบวนการดิจิทัลให้ผลตอบแทนที่ชัดเจนในการดำเนินงาน จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยที่ประกอบด้วยตัวแปรหลัก 5 ตัวแปร ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดตัวแบบการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย
ที่มา : จากการทบทวนวรรณกรรม

ลักษณะของแบบจำลองนี้ ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม โดยคำนึงถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในสภาวะการณ์ปัจจุบัน เพื่อเป็นตัวช่วยยืนยันถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจค้าปลีกนั้นสามารถที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจได้จริง

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการสังเคราะห์ตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุด้านนวัตกรรมดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย โดยพิจารณาตัวแปรสำคัญ 5 ตัวแปร ดังรูปที่ 1 ได้สมมติฐานตามที่ได้กล่าวข้างต้น ทั้งนี้การบูรณาการตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปร สามารถสร้างกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมสำหรับนำมาพัฒนาธุรกิจค้าปลีกในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล นอกจากนี้ การศึกษาได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้เป็นกลไกหลักในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

และการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย โดยเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าทั้งสำหรับความเข้าใจทางวิชาการและการประยุกต์ใช้งานจริงในภูมิทัศน์ธุรกิจดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในบริบทของภาคค้าปลีกของประเทศไทย การพัฒนาความสามารถทางดิจิทัล การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการการเปลี่ยนแปลงเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้มีข้อจำกัดสำคัญคือเป็นเพียงการสังเคราะห์กรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม ยังไม่มีการทดสอบเชิงประจักษ์ด้วยข้อมูลจริงจากธุรกิจค้าปลีกในไทย นอกจากนี้การศึกษามุ่งเน้นเฉพาะอุตสาหกรรมค้าปลีกเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางทฤษฎี

1. ควรศึกษาทฤษฎีความสามารถทางดิจิทัลให้เหมาะสมกับบริบทธุรกิจไทย
2. ควรศึกษากรอบแนวคิดที่บูรณาการปัจจัยดิจิทัลหลายมิติเข้าด้วยกัน
3. ควรศึกษาทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่สะท้อนกระบวนการตามเวลา
4. ศึกษาบทบาทของนวัตกรรมดิจิทัลเป็นตัวกลางในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

1. สำหรับผู้บริหารธุรกิจค้าปลีก ลงทุนพัฒนาทีม เน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัลของพนักงานอย่างต่อเนื่องสร้างวัฒนธรรมดิจิทัล ปลูกฝังค่านิยมการใช้เทคโนโลยีในทุกระดับองค์กรการลงทุนแบบเป็นระบบเริ่มจากระบบพื้นฐานไปสู่เทคโนโลยีขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง

2. สำหรับนโยบายภาครัฐ สร้างโปรแกรมช่วยเหลือธุรกิจขนาดเล็ก-กลางในการปรับตัวสู่ดิจิทัล ลงทุนระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั่วประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน-สถาบันการศึกษา

3. สำหรับสถาบันการศึกษา เพิ่มเนื้อหาเทคโนโลยีดิจิทัลและการจัดการนวัตกรรม จัดโปรแกรมพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ และสนับสนุนการวิจัยเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ธุรกิจท้องถิ่น

ข้อเสนอแนวทางการวิจัยต่อยอด

การวิจัยต่อยอดสามารถดำเนินการทดสอบตัวแบบเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์จากธุรกิจค้าปลีกไทยจริง สามารถขยายการศึกษาไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากนวัตกรรมดิจิทัล นอกจากนี้ สามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยกำกับ เช่น ขนาดธุรกิจ ประสบการณ์ดิจิทัล และการสนับสนุนจากรัฐบาล

รวมถึงการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและความท้าทายที่เกิดขึ้นในการนำไปปฏิบัติจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

Abourokbah, S. H., Mashat, R. M., & Salam, M. A. (2023). Role of Absorptive Capacity, Digital Capability, Agility, and Resilience in Supply Chain Innovation Performance. *Sustainability*, *15*(4), 3636.

Auiyasathian, S., Toopgrajank, S., Chandarasorn, V., & Krajangyooth, S. (2022). Patc̆hai kamnot prasitthiphon ʻong kradi c̆hi than khoṃng ʻutsāha koṃn rom khā plīk nai prathēt Thai [Factors Determining the Effectiveness of Digital Organization in Thailand Retail Industry]. *Rajapark Journal*, *16*(45), 266–280.

สุปราณี อุยยะเสถียร, ศรีปริญญา ธูปกระจ่าง, วรเดช จันทรศร, และเสาวภาคย์ กระจ่างยุทธ. (2565). ปัจจัยกำหนดประสิทธิผลองค์กรดิจิทัลของอุตสาหกรรมค้าปลีก ในประเทศไทย. *Rajapark Journal, 16*(45), 266–280.

Giang, H. T. T., & Dung, L. T. (2025). Sharing Economy and Retailer Sustainable Performance: The Mechanisms via Business Model Innovation and Digital Capabilities. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *14*(1), 27

Huang, Q., Xu, C., Xue, X., & Zhu, H. (2023). Can Digital Innovation Improve Firm Performance: Evidence from Digital Patents of Chinese Llisted Firms. *International Review of Financial Analysis*, *87*, 102567.

Khakwani, M. S., Zafar, A., Mahmood, G., & Khan, Q. M. (2024). Impact of Digital Transformation and Green Manufacturing Practices on Firm Performance with Mediating Role of Green Product Innovation: An Empirical Investigation with PLS-SEM modeling. *Sustainable Business and Society in Emerging Economies*, *6*(1), 130-154.

Economic Statistics Division National Statistical Office. (2022). *Kā c̆hoṭkā rami kānchai theknolōyi sārasonthēt læ kānsusān nai sathānprakopkān Phoṭ.Soṭ. soṃngphanhārōihoksiphā [The 2022 Survey of Information and Communication Technology Usage in Establishments].* National Statistical Office.

กองสถิติเศรษฐกิจ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานประกอบการ พ.ศ. 2565.* สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

Prakasa, Y., & Jumani, Z. A. (2024). Linking Digital Capability to Small Business Performance: The Mediating Role of Digital Business Transformation. *Cogent Business and Management*, *11*(1), 2342486.

Ramadhan, R., Faisal, A., & Arafah, W., R., Faisal, A., & Arafah, W. (2024). The Role of Digital Innovation in Mediating the Influence of Digital Leadership and Digital Capability on Business Performance in the Event/MICE Industry in Indonesia. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, *5*(6), 1234-1248.

Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025). The Role of Digital Technology and Digital Innovation towards Firm Performance in a Digital Economy: In Pakistan. *Innovative Education Research Institute*, *2*(1), 45-62.

Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. , N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2024). The Role of Digital Technology and Digital Innovation towards Firm Performance in a Digital Economy. *Kybernetes*, *53*(2), 620-644.

Singh, H., Binti Sakka, A. A., Iwuchukwu, E., Ahmed Al-Shaikhli, E. A., & Kampoowale, I. , H., Binti Sakka, A. A., Iwuchukwu, E., Ahmed Al-Shaikhli, E. A., & Kampoowale, I. (2023). The Impact of Manufacturing Capability, Networking Capability and Digital Capability on SMEs Firm Performance in India. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *13*(9), 872-889.

Wongwas, W., Wongsim, M., & Satchawatee, N. (2024). *The Role of Digital Transformation in Enhancing Business Performance and Smart Economy Integration: A Case Study of Thailand's Retail Industry*. International Journal of Analysis and Applications, *22*, 173.

Xiaolong Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. Xue, Chuhong Xu, Qiongyu Huang, & Hui Zhu. (2023). Can Digital Innovation Improve Firm Performance: Evidence from Digital Patents of Chinese Listed Firms. *International Review of Financial Analysis*, *87*, 102567.

Zahir, S., & Bibi, A. (2024). Exploring the Mediating Role of Operational Capabilities in the Relationship between Digital Transformation and Firm Performance in SMEs. *Journal of Asian Development Studies*, *13*(4), 536-548.

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การและการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF ORGANIZATION AND AWARENESS OF FUTURE CONSEQUENCES OF INDIVIDUALS AND ETHICAL WORK BEHAVIOR OF EMPLOYEES AT AN INSURANCE COMPANY

รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว[1], ภัทรารัช แก้วพลายงาม[2], เกศกนก สาพิมพ์[3]
Ratchaneephorn Klongklaw[1], Phattharach Kaewpaingam [2], Katekanok Sapim[3]
(Received: March 11, 2025 ; Revised: May 13, 2025 ; Accepted: September 22, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงาน 2) ศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงาน 3) ศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงาน ด้วยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล โดยพนักงานเป็นของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานทั้งหมดของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง จำนวน 358 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูล ด้วย สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน คือ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การทั้งโดยรวม และรายด้านในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวมสูงด้วย 2) พนักงานที่ตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ทั้งโดยรวมและรายด้านในระดับที่สูง มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมมากตามไปด้วย 3) การบริหาร

[1] อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Instructor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University. e-mail: Ratchi2@hotmail.com
[2] อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Instructor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University. e-mail: Phattrarach@bsu.ac.th
[3] อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Instructor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University. e-mail: Katekanok@bsu.ac.th

ทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้เพียงเล็กน้อย (27.3%)

คำสำคัญ : การบริหารทรัพยากรมนุษย์ พฤติกรรมการทำงาน การตระหนักถึงผลในอนาคต จริยธรรมของพนักงาน

Abstract

The purposes of this study were to 1) examine the relationship between human resource management and the ethical work behavior of employees at an insurance company 2) explore the relationship between individuals' awareness of future consequences and the ethical work behavior of employees at an insurance company 3) investigate the ability to predict the ethical work behavior of employees at an insurance company of human resource management and awareness of future consequences of individuals and to study the relationship between human resource management. The sample was 358 employees from an insurance company using convenience sampling. The statistics analyses were mean, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression. The results showed that 1) employees of an insurance company who had a high awareness of the organization's human resource management exhibited overall high ethical work behavior 2) employees who had a high awareness of the future consequences of their actions exhibited high ethical work behavior. 3) human resource management and individuals' awareness of future consequences can jointly predict only 27.3 percent of ethical work behavior.

Keywords: Human Resources Management, Work Behavior, Future Awareness, Employee Ethics

บทนำ

องค์การในปัจจุบันการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวจักรที่ขับเคลื่อนองค์กรนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง ความมั่งคั่ง ความมีเสถียรภาพและความยั่งยืน องค์กรใดมีทรัพยากรมนุษย์ที่เต็มเปี่ยมด้วยความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและทักษะการทำงานเป็นเลิศ องค์กรนั้นย่อมมีแต่ความเจริญก้าวหน้า หลายองค์กรในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การกำหนดอัตรากำลัง การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร การให้ผลประโยชน์และค่าตอนแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน จนกระทั่งการธำรงรักษาพนักงานที่มี

ความรู้ความเชี่ยวชาญตามที่องค์การต้องการเพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานตามหน้าที่ของตนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเกิดปัญหาให้น้อยที่สุด รวมถึงการพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพเพิ่มขึ้นเพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเพื่อความสำเร็จขององค์กรที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย การบริหารจัดการในด้านความสามารถของบุคลากรนี้เป็นเรื่องที่มีความจำเป็น เพราะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนขององค์กร การบริหารจัดการในส่วนของบุคคล ได้แก่ เรื่องทักษะการทำงานและประสบการณ์การทำงาน รวมไปถึงเรื่องของลักษณะนิสัย หากทุกอย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับการทำงานก็จะยิ่งทำให้การทำงานสามารถทำได้ราบรื่นไม่เกิดปัญหาใด ๆ แล้วสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็สามารถฝึกอบรมได้เพื่อให้บุคลากรแต่ละคนพัฒนาศักยภาพของตัวเองให้สูงขึ้นได้ (ชัยพร วิชชาวุธ, 2562) การเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของบุคคลนั้นมักมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเหล่าหรือแต่ละบุคคล พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมก็ต้องก้าวข้ามความสะดวกสบายและปัญหาต่าง ๆ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมไม่ได้บรรจุอยู่ในกฎหมาย ความเข้าใจในหลักจริยธรรมและการตัดสินใจอย่างถูกต้องเหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรม ซึ่งนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่มีจริยธรรมในองค์การด้วย (จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์, 2560) พฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรมจะแสดงออกถึงการกระทำที่ยึดถือผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริตและมีความโปร่งใส มีการตระหนักในการทำความดีของตนเอง รวมถึงตระหนักถึงผลจากการกระทำของตนเอง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการมีพฤติกรรมจริยธรรม (Dessler, 2013) มีความเชื่อมโยงกับการปรับตัวทางจริยธรรม ตลอดจนการรับรู้ความสำคัญทางจริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคม (Robbins, 2012)

องค์การในปัจจุบันจึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ตั้งแต่การวางแผนการฝึกอบรม ให้มีทักษะความสามารถและพฤติกรรมที่มีความเหมาะสม มีการอธิบายรายละเอียดเพื่อให้ทราบถึงกฎระเบียบ ข้อบังคับในองค์การ รวมถึงสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน โดยใช้การสื่อสารแบบสองทางที่เปิดเผยและซื่อตรง และสิ่งที่เอื้ออำนวยในการทำงาน บรรยากาศทางสังคมเพื่อนร่วมงาน วัฒนธรรมองค์การรวมถึงการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ รวมถึงบริหารงานทรัพยากรมนุษย์จะส่งผลให้พนักงานขององค์การนั้น ๆ สามารถทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบในงานของตนอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งช่วยรักษาทรัพย์สินของหน่วยงานและองค์การด้วย ซึ่งการที่องค์การนำหลักจริยธรรมมาใช้ในการดำเนินงานบริหารองค์การจะทำให้องค์การสามารถปรับตัวและแข่งขันกับคู่แข่งขันได้ (บังอร โสฬส, 2561 (บังอร โสฬส, 2561)

ธุรกิจประกันภัยมี คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย โดยได้กำหนดให้ตัวแทนหรือนายหน้าบริษัทประกันภัย ต้องมีความรู้ใหม่ ๆ มีความสามารถในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ และมีการทดสอบทางด้านจรรณยาบรรณและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2567) ซึ่งบริษัทประกันภัยในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านจริยธรรม โดยได้กำหนดโครงการฝึกอบรม

กฎระเบียบทางจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ ตามหลักจริยธรรมต่อบริษัท ต่อเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ต่อตนเอง ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจและมีความจำเป็นในการศึกษาความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตและพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรมของพนักงาน โดยเน้นศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

2. เพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

3. เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม จากการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน (Back Office) ของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2555)

กลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงานk Office) ในบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ทั้งหมด 8 สาขา จำนวน 358 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์แจกแบบสอบให้แก่พนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน

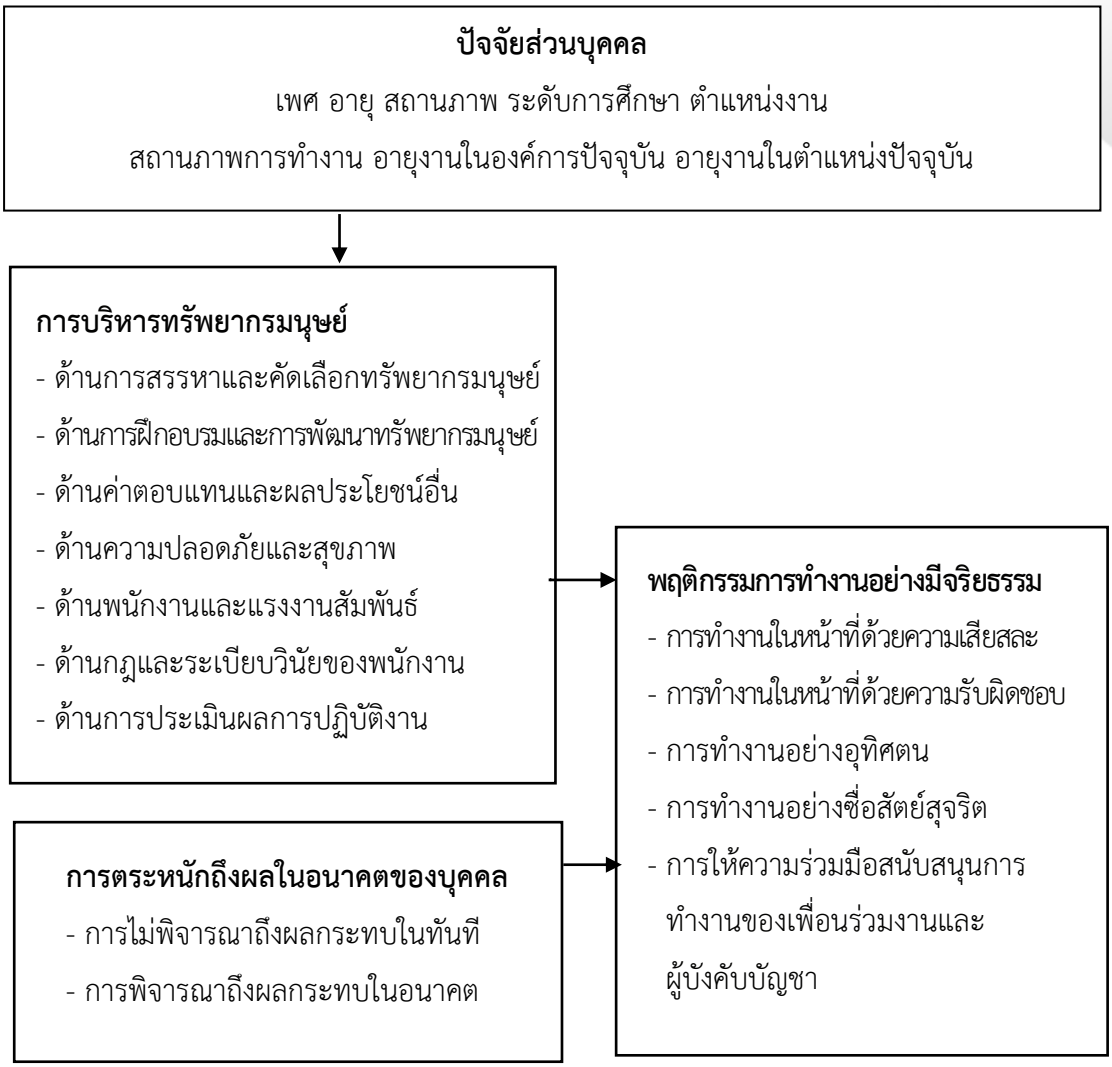
สมมติฐานงานวิจัย

1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

2. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีมาตรวัดประเมินแบบลิเคิร์ท (Likert Type Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ตรวจให้คะแนนการตอบเป็น 1 ถึง 5 คะแนน ตามลำดับ

ประกอบด้วย 4 ฉบับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ฉบับที่ 1 แบบสอบถามการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จากแบบวัดของนักวิชาการ (Rogers and Wright, 1998; Abeysekera, 2007; Budapest and Brussels, 2011) ปรับใช้เป็นข้อคำถามด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งหมด 7 ด้าน รวมทั้งหมด 42 ข้อ

ฉบับที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ได้นำแบบสอบถามของ ปริม จิตรวิเศษ (2555) และ โกศล มีคุณ (2545) มาปรับข้อคำถามให้เป็นข้อคำถามด้านพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทั้งหมด 5 ด้าน รวม 19 ข้อ

ฉบับที่ 3 แบบสอบถามการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ได้ปรับแบบสอบถามตามแนวทางแบบสอบถามของนักวิชาการ (Joireman, Strathman and Balliet, 2006; Joireman, Shaffer, Balliet and Strathman, 2012) มีข้อคำถาม 2 ด้าน รวมทั้งหมด 12 ข้อ

ฉบับที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลมีข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ตำแหน่งงาน และสถานภาพการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยอ้างอิงกับความหมาย แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมโดยคณะกรรมการสำนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญภายนอก 3 ท่าน

การหาความน่าเชื่อถือของแบบวัดแบบรายข้อและทั้งฉบับ (Reliability) โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถาม ทั้งฉบับ แล้วทำการปรับแก้ไขตามความจำเป็นอีกครั้ง หลังจากนั้นจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคล

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยการใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficients) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มทีละตัวแปร (Multiple Regression Analysis: Stepwise) เพื่อหาค่าร้อยละในการพยากรณ์ของตัวทำนาย

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลอธิบาย ดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 อายุ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 สถานภาพสมรส มีสถานภาพโสด จำนวน 235 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.4 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด คือ ระดับ ปริญญาตรี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 ตำแหน่งงาน มีตำแหน่งงานในระดับพนักงาน/เจ้าหน้าที่ จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 สถานภาพการทำงาน มีสถานภาพการทำงานเป็นพนักงานประจำ จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 94.2 อายุงานในองค์การปัจจุบัน มี

อายุงานในองค์การปัจจุบันอยู่ ในช่วง 1-3 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็น ร้อยละ 38 อายุงานในตำแหน่งปัจจุบัน 1–3 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

1.ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.272$, $p < 0.01$) ตามตารางที่ 1

1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ (QA1) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในแต่ละด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ(MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน(MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต(MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.224, 0.233, 0.153, 0.178$ ตามลำดับ, $p < 0.01$) และยังมีความสัมพันธ์เชิง บวกกับ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) ($r = 0.116$, $p < 0.05$)

2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์(QA2) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.149, 0.238, 0.269, 0.294, 0.241$ ตามลำดับ, $p < 0.01$)

3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (QA3) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมใน 3 ด้าน คือ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.189, 0.156$ ตามลำดับ, $p < 0.01$) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.118$, $p < 0.05$)

4) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (QA4) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมใน 4 ด้าน คือ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.173, 0.168$ ตามลำดับ, $p < 0.01$) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.126, 0.124$ ตามลำดับ, $p < 0.05$)

5) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ (QA5) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในแต่ละด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) อย่างมีสำคัญทางสถิติ (r =0.159,0.205, 0.172 ตามลำดับ, $p < 0.01$) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ(MB1) ด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา(MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = 0.119, 0.139 ตามลำดับ, $p < 0.05$)

6) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านกฎและระเบียบวินัยของพนักงาน (QA6) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = 0.205, 0.232, 0.214, 0.218 ตามลำดับ, $p < 0.01$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r =0.119, $p < 0.05$)

7) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (QA7) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมใน 4 ด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = 0.143, 0.168, 0.152, 0.180 ตามลำดับ, $p < 0.01$)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ตัวแปร	MB	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5
OA	**0.272****	0.138**	0.198**	0.257**	0.213**	0.206**
OA1	0.246**	0.116*	0.224**	0.233**	0.153**	0.178**
OA2	0.320**	0.149**	0.238**	0.269**	0.294**	0.241**
OA3	0.163**	0.041	0.099	0.189**	0.156**	0.118*
OA4	0.178**	0.099	0.126*	0.173**	0.168**	0.124*
OA5	0.202**	0.119*	0.159**	0.205**	0.172**	0.139*
OA6	0.257**	0.119*	0.205**	0.232**	0.214**	0.218**
OA7	0.192**	0.084	0.143**	0.168**	0.152**	0.180**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม (MB) ทั้งโดยรวมและรายด้าน พบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล (FC) โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.496$, $p < 0.01$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.248$, $p < 0.01$) นอกจากนี้ยังพบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมรายด้านทุกด้าน กล่าวคือ

1) การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที (FC1) มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.338, 0.332, 0.349, 0.288, 0.283$ ตามลำดับ, $p < 0.01$)

2) การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต (FC2) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.164, 0.162, 0.219, 0.189, 0.216$ ตามลำดับ, $p < 0.01$)

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ตัวแปร	MB	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5
FC	**0.496****	0.375**	0.363**	0.415**	0.359**	0.371**
FC1	0.416**	0.338**	0.332**	0.349**	0.288**	0.283**
FC2	0.248**	0.164**	0.162**	0.219**	0.189**	0.216**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลที่พบจึงสนับสนุนสมมุติฐานที่ 2 ที่ว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม จากการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล

ผลการใช้สถิติวิเคราะห์ความถดถอย เพื่อทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม จากการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล พบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมี จริยธรรมได้ร้อยละ 24.8 ($R^2 = 0.248 = 24.8\ \%$, $F=118.244$, $p < .01$) แต่เมื่อเพิ่มเป็น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการ

ตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล สามารถร่วมกันทำนาย พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ ร้อยละ 27.3 (R^2 = 0.273 = 27.3 %, F=58.410, p < .01)

ตารางที่ 3 อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล

ตัวแปรพยากรณ์	R^2_{change}	B	$S.E._{bi}$	$S.E._{est}$	Beta	t	Sig.
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล	0.248	1.019	0.096	10.978	0.498	10.784	0.000
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	0.273	0.946	0.096	10.784	0.460	10.004	0.000
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล		0.079	0.020		0.182	3.934	0.000

ผลจากตารางที่ 3 สนับสนุนสมมุติฐานที่ 3 ที่ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้ เพียงเล็กน้อย สามารถทำนายได้ 27.3 %

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงาน อย่างมีจริยธรรม (สมมติฐานที่ 1)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม พบว่ามีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันทางบวก แสดงว่าพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การทั้งโดยรวมและรายด้านในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวมในระดับที่สูงด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการ ทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้าน

การทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงาน ของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงด้วย พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านกฎและระเบียบวินัยของพนักงานในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วยพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานใน หน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงด้วย

จากผลการศึกษา สอดคล้องกับ จุฑามาศ ทวี ไพบูลย์วงษ์ (2560) ที่สรุปว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในด้านการฝึกอบรมที่มีเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรม การให้ข้อมูลกับพนักงานในเรื่องผลของการประเมินการปฏิบัติงาน รวมไปถึงระดับของ ค่าตอบแทนที่พนักงานได้รับมีผลต่อการรับรู้บรรยากาศจริยธรรมในองค์การ นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มืออาชีพทั้งในด้านการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ต้องเน้นไปที่การปฏิบัติเพื่อตอบสนองในวงกว้างและปกป้องประโยชน์สาธารณะ และสอดคล้องกับ Werner, Schuler and Jackson (2020) ว่า การเน้นไปที่การปฏิบัติเป็นสิ่งสำคัญมากกว่ากฎระเบียบที่องค์การได้กำหนดไว้

2. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม (สมมุติฐานที่ 2)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม พบว่ามีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันทางบวก แสดงว่า พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลทั้งโดยรวมและรายด้านในระดับสูง

ก็จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวมในระดับสูงด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านดังนี้

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านการทำงาน ในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวมในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณา ถึงผลกระทบในทันที ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

ผลการศึกษาสอดคล้องกับ มะลิวัลย์ หงษ์สุวรรณ (2550) ที่ทำการสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนกับพฤติกรรมของบุคคล โดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน พบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจริยธรรม และสอดคล้องกับ Robbins (2012) ที่ว่า การมองอนาคตของบุคคล มีความเชื่อมโยงกับการปรับตัวทางจริยธรรม ตลอดจนการรับรู้ความสำคัญทางจริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคมในองค์การ

3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้ (สมมติฐานที่ 3)

ผลการวิเคราะห์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลเพื่อร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ พบว่า สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งได้

ผลการทำนายดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า พนักงานที่มีจิตลักษณะให้ความสำคัญถึงผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และพนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาจากองค์การจำนวนมากส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีพฤติกรรมจริยธรรมที่สูงขึ้น และในทางกลับกันพนักงานที่มีจิตลักษณะให้ความสำคัญถึงผลที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบัน และพนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาจากองค์การในจำนวนที่น้อยส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมน้อยลงตามไปด้วย

ผลการศึกษา สอดคล้องกับ Dessler (2013) ที่ว่า การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางด้านจริยธรรม เช่น การแนะนำหลักเกณฑ์ แนวทางปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานสามารถ

แยกแยะในเรื่องที่สุ่มเสี่ยงต่อการฝ่าฝืนทางจริยธรรม สอดคล้องกับ ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (2554) กล่าวว่า การฝึกอบรมทางด้านจริยธรรมและการจัดตั้งองค์การกลางที่ทำหน้าที่คอยตรวจสอบคุณธรรมจริยธรรมและการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบความสัมพันธ์เชิงบวกที่เด่นชัด ระหว่างการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรให้การส่งเสริมทั้ง 7 องค์ประกอบ และนอกจากนี้ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะว่า องค์การหรือนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรนำแบบวัดการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล มาใช้ในการคัดเลือกพนักงานที่มีจิตลักษณะการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลเข้ามาทำงานในองค์การ หรือให้การส่งเสริมพัฒนาพนักงานที่มีอยู่ในองค์การเพื่อให้พนักงานเกิดลักษณะดังกล่าวขึ้น และองค์การควรส่งเสริมให้พนักงานรับรู้ถึงการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยเฉพาะให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนา ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมให้แก่พนักงานตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาวิจัยต่อไป คือ ควรศึกษาหาเหตุปัจจัยหรือแนวทางที่จะทำให้พนักงานรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Abeysekera, R. (2007). The Impact of Human Resource Management Practices on Marketing Executive Turnover of Leasing Companies in Sri Lanka. *Contemporary Management Research, 3*(3), 233-252.

Budapest, F. D., & Brussels, M. K. (2011). *Human resource management in public higher education in the tempus partner countries.* Brussels: EACEA.

Center for Promoting Ethics. Civil Service Training Institute. (2011). *Khūmư̄ kānphatthanā læ songsœ̄m kān patibat tām mātrathān thāng čhariyatham kharātchakān phonlarūan samrap khana kammakān kān čhariyatham [Manual for Developing and Promoting Compliance with Ethical Standards for Civil Servants].* Bangkok: Office of the Civil Service Commission.

ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรม. สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. (2554). *คู่มือการพัฒนาและส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรมข้าราชการพลเรือน สำหรับคณะกรรมการการจริยธรรม.* กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการ, สำนักงาน ก.พ.

Chitwiset, P. (2012). *Kān̄suksā̄ phruttikam čhariyatham khǭng phanakngān̄ rātchakān̄ nai ʻongkǭn pokkhrǭng sūan thǭngthin* [A Study on Ethical Behavior of Government Employees in Local Government Organizations]. (Master's Thesis, Chiang Mai University).

ปริม จิตรวิเศษ. (2555). *การศึกษาพฤติกรรมจริยธรรมของพนักงานราชการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

Dessler, G. (2013). *Human Resource Management* (13th ed.). London: Pearson Education.

Hongsuwan, M. (2007). *Kān̄ sangkhrǫ ngān̄wičhai thī̄ suksā̄ khwām̄samphan rawāng laksana mu ngǭ nā khot khūapkhum ton kap phruttikam khǭng bukkhon doī withīkān̄ wikhrǫ ʻaphi mān̄ [Synthesis of Research that Studied the Relationship between Future-orientation Self-control and Individual Behavior by Using Meta-analysis].* Bangkok: Graduate School of Environmental Development Administration, National Institute of Development Administration.

มะลิวัลย์ หงษ์สุวรรณ. (2550). *การสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนกับพฤติกรรมของบุคคล โดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน.* กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Joireman, J., Strathman, A., & Balliet, D. (2006). *Considering Future Consequences: An Integrative Model. In L. Sanna & E. Chang (Eds.), Judgments Over Time: The Interplay of Thoughts, Feelings, and Behaviors*. Oxford: Oxford University Press.

Mikhun, K. (2002). *Kān̄phatthanā phruttikam čhariyatham khǭng phanakngān̄ nai ʻongkān̄. [Development of Ethical Behavior of Employees in the Organization].* Bangkok: Chulalongkorn University Press.

โกศล มีคุณ. (2545). *การพัฒนาพฤติกรรมจริยธรรมของพนักงานในองค์การ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Office of the Insurance Commission. (2024). *Rāingān̄ nayōbāī læ nǣo thān̄gkān̄ kamkap bǭrisat prakanphai [Report on Policies and Guidelines for Supervision of Insurance Companies].* Bangkok: Author.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2567). *รายงานนโยบายและแนวทางการกำกับบริษัทประกันภัย.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

Robbins, S. P. (2012). *Organizational Behavior* (15th ed.). Boston: Pearson Education.

Robbins, T. L. (2012). Linking Consideration of Future Consequences to Ethical Priorities and Orientations. *International Journal of Business Humanities and Technology, 2*(3), 1-6.

Rogers, E. W., & Wright, P. M. (1998). *Measuring Organizational Performance in Strategic Human Resource Management: Problems and Prospects*. Ithaca, NY: Cornell University, School of Industrial and Labor Relations, Center for Advanced Human Resource Studies.

Sorot, B. (2018). Kān̄wicȟai phụ̄a phatthanā sapphayākō̜n manut [Research for Human Resource Development]. *Journal of Resource Development, 1*(1), 91-115.

บังอร โสพส. (2561). การวิจัยเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารการพัฒนาทรัพยากร, 1*(1), 91-115.

Thawiphaibunwong, C. (2017). Patcȟai thī̄ mī̄ phon tō̜ ʻakān̄ raprū banyākāt cȟariyatham nai kān̄thamngān̄ læ botbāt khō̜ng kān̄cȟatkān̄ sapphayākō̜n manut thī̄ mung songsoēm cȟariyatham khō̜ng phanakngān̄ [Factors affecting the Perception of the Work Ethic Atmosphere and the Role of Human Resource Management Aimed at Promoting Employee Ethics]. In *Academic Conference of Kasetsart University, The 49th Annual Conference on Economics and Business Administration.* Kasetsart University.

จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้บรรยากาศจริยธรรมในการทำงานและบทบาทของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งส่งเสริมจริยธรรมของพนักงาน. ใน *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 49 สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ.* มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Werner, S., Schuler, R. S., & Jackson, S. E. (2020). *Human Resource Management.* Canada: Nelson Education.

Witchawut, C. (2019). *Phruttikam cȟariyatham nai sangkhom Thai patcȟuban : suksā tām nǣothāng cȟittawitthayā sangkhom [Ethical Behavior in Thai Society today: A Study Based on Social Psychology Guidelines].* Bangkok: Office of the National Education Commission, Chulalongkorn University.

ชัยพร วิชชาวุธ. (2562). *พฤติกรรมจริยธรรม ในสังคมไทยปัจจุบัน : ศึกษาตามแนวทางจิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การจัดการการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์

NET-ZERO CARBON TOURISM MANAGEMENT

กนกวรรณ ศรีขวัญ[1], จุฑารัตน์ เหล่าพรามณ์[2], ตวงกาญจน์ วัฒน์บุณย์[3]
Kanokwan Srikhwan[1], Jutharat Laopram[2], Tuangkarn Wattabun[3]

(Received: June 23, 2025 ; Revised: August 8, 2025 ; Accepted: August 13, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งวิเคราะห์นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ในประเทศไทย โดยใช้กรอบแนวคิด “LOW CARBON MODEL” ที่พัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) Location การกำหนดพื้นที่เป้าหมายเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 2) Objective การตั้งเป้าหมายกิจกรรมเพื่อมุ่งลดคาร์บอน 3) What is Carbon Footprint การสร้างความเข้าใจต่อคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 4) Collect Data การเก็บรวบรวมข้อมูลกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 5) Approach การคำนวณคาร์บอนตามขอบเขตมาตรฐานสากล 6) Reduce การลดการใช้พลังงานและคาร์บอนในกิจกรรม 7) Balance การสร้างความสมดุลระหว่างกิจกรรมและการปล่อยคาร์บอน 8) Offset การชดเชยคาร์บอนส่วนเกิน และ 9) Neutrality การสื่อสารคุณค่าของการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าการจัดการแบบมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว มีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความรู้ การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การกำหนดมาตรฐานกลาง และการสนับสนุนเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง LOW CARBON MODEL นี้ จึงสามารถใช้เป็นกรอบแนวทางในการวางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนในระดับพื้นที่และประเทศต่อไป

[1] อาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ คณะวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Instructor, Tourism and Hospitality International College of Tourism ,Suratthani Rajabhat University. e-mail: kanokwan.srikhwan12@gmail.com

[2] อาจารย์ สาขาวิชาธุรกิจการบิน คณะวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Instructor, Aviation Business Program, International College of Tourism ,Suratthani Rajabhat University. e-mail: laophram.j@gmail.com

[3] อาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ คณะวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Instructor, Tourism and Hospitality International College of Tourism, Suratthani Rajabhat University. e-mail: Tuangkarn.W@gmail.com

คำสำคัญ : การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ การลดคาร์บอน ลดภาวะเรือนกระจก

Abstract

This purpose of this academic article was to analyze policies and practices related to the management of net-zero carbon tourism in Thailand by employing the "LOW CARBON MODEL," a conceptual framework developed from synthesized data. The model comprises nine key components: 1) Location – identifying target areas for tourism route development; 2) Objective – setting activity goals to reduce carbon emissions; 3) What is Carbon Footprint – building understanding of carbon footprints; 4) Collect Data – gathering data on tourism-related activities; 5) Approach – calculating carbon emissions based on international standards and scopes; 6) Reduce – minimizing energy use and carbon emissions in tourism activities; 7) Balance – balancing tourism activities and carbon emissions; 8) Offset – offsetting residual carbon emissions that cannot be reduced; and 9) Neutrality – communicating the value of net-zero carbon tourism. The results showed that collaborative management involving multiple sectors government agencies, local administrative organizations, private enterprises, communities, and tourists were crucial to the success of carbon neutral tourism policies. Key factors included public education, the adoption of appropriate technologies, the establishment of standardized guidelines, and ongoing policy support. The LOW CARBON MODEL thus served as a strategic framework for planning and managing tourism with a focus on environmental impact reduction, contributing to long-term sustainability at both local and national levels.

Keywords: Tourism Management, Net-zero Carbon Tourism, Low Carbon Tourism, Carbon Reduction, Greenhouse Effect Reduction

บทนำ

ภาวะโลกร้อน (Global Warming) และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ได้กลายเป็นวิกฤตระดับโลกที่ท้าทายความสามารถของมนุษยชาติในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและระบบเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions: GHGs) โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) จากกิจกรรมของมนุษย์ เป็นสาเหตุ

สำคัญที่เร่งให้เกิดภาวะดังกล่าว สหประชาชาติได้กำหนดเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในกลางศตวรรษนี้ ซึ่งถือเป็นพันธกิจร่วมของนานาประเทศในการหยุดยั้งอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้เพิ่มขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียสจากระดับก่อนยุคอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงและมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของหลายประเทศ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงเช่นกัน โดยเฉพาะจากการเดินทางทางอากาศ ที่พัก การบริโภค และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนในการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์คิดเป็น ร้อยละ 8 ของการปล่อยคาร์บอนทั่วโลก (Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. & Malik, A. , 2018) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีรายได้สูงมีส่วนรับผิดชอบมากถึง ร้อยละ 50 ของการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีกำลังซื้อและมีแนวโน้มการเดินทางระยะไกลและบ่อยครั้งมากขึ้น (Sustainable Travel International, 2024) ประเทศไทยในฐานะหนึ่งในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวยอดนิยมในระดับโลก จึงไม่อาจละเลยต่อบทบาทของภาคการท่องเที่ยวที่มีต่อวิกฤติสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐหลายแห่งรวมถึงภาคเอกชนจึงได้ร่วมกันขับเคลื่อนแนวทาง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) โดยมีเป้าหมายเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่กำลังได้รับความสนใจคือ “การท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์” (Carbon Neutral Tourism: CNT) ซึ่งมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนกิจกรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด และชดเชยคาร์บอนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ผ่านกลไกต่าง ๆ เช่น คาร์บอนเครดิต การฟื้นฟูแหล่งกักเก็บคาร์บอนธรรมชาติ (เช่น ป่าชายเลน หญ้าทะเล) และการใช้พลังงานสะอาด ทั้งนี้ แนวคิด CNT ได้พัฒนามาจากฐานแนวคิดเดิมของ Ecotourism และ Low Carbon Tourism ซึ่งมีจุดร่วมสำคัญคือการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดย CNT ได้ยกระดับจากการ “ลด” ไปสู่การ “ชดเชย” และ “สมดุล” เพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย Net Zero GHG Emissions อย่างเป็นรูปธรรม

ภาครัฐไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสำนักงานส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ได้สนับสนุนกิจกรรมวิจัยและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้าน CNT อย่างต่อเนื่อง ผ่านการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาชน และชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวทะเลแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพื้นที่อันดามัน (เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ, 2564)

ในบริบทนี้ การศึกษาเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์” ในประเทศไทย จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย โดยมีเป้าหมายในการวิเคราะห์นโยบาย แนวทางปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อเสนอ โมเดลการจัดการที่เหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของประเทศไทย อันจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเป้าหมาย Net Zero Emissions และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวไทยในระดับนานาชาติ

การท่องเที่ยวไทยตามโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ–เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (Bio–Circular-Green Economy: BCG)

การท่องเที่ยวไทยตามโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล เพื่อลดผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจของประเทศ และภาพลักษณ์ของประเทศ ใน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการมีส่วนบรรเทาก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ 2) ด้านการสร้างการรับรู้และตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 3) ด้านการเพิ่มมูลค่าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยในตลาดโลก 4) ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศ 5) ด้านการสร้างโอกาสและการต่อยอดให้กับผู้ประกอบการและชุมชน และ 6) ด้านการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความเข้าใจและสนใจการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์มีแนวทางสำคัญในการดำเนินการ คือ “Low Carbon” ได้แก่ 1) Location กำหนดสถานที่เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 2) Objective ตั้งเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนกิจกรรมลดการปล่อยคาร์บอน 3) What is Carbon Footprint ทำความรู้จักและเข้าใจเรื่องคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 4) Collect Data เก็บข้อมูลกิจกรรมและปัจจัยในการคำนวณหาปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 5) Approach คำนวณหาปริมาณการปล่อยคาร์บอนตามหลักการและขอบเขตสากล 6) Reduce ลดการปล่อยคาร์บอนหรือลดการใช้พลังงานในกิจกรรมท่องเที่ยว 7) Balance สร้างความสมดุลของการปล่อยคาร์บอน 8) Offset ชดเชยคาร์บอนส่วนเกินจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่สามารถลดได้ และ 9) Neutrality สร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ปัจจุบันภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้พัฒนาต้นแบบธุรกิจท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ โดยการปรับและพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ลด

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบบเข้มข้น และชดเชยผลกระทบที่เกิดขึ้นด้วยการจัดหาคาร์บอนเครดิต ซึ่งได้มาจากกิจกรรมฟื้นฟูและสร้างแหล่งดูดซับคาร์บอนเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นให้เท่ากับศูนย์ ประกอบด้วยธุรกิจ 3 ประเภท คือ 1) ชุมชน ได้แก่ ชุมชนถ้ำเสือ จังหวัดเพชรบุรี และชุมชนริมคลองโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรสงคราม (เมษ์ธาวิน พลโยธา, สุธาธิณี หนูเนียม, สุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ, 2565) 2) ฟาร์มสเตย์ ได้แก่ ฟาร์มสเตย์ไร่ใจยิ้ม จังหวัดกาญจนบุรี และฟาร์มสเตย์ไร่คืนรัง จังหวัดนครราชสีมา และ 3) สมาร์ทฟาร์ม ได้แก่ สวนส้มโอไทยทวี จังหวัดนครปฐม (กรมการท่องเที่ยว, 2566)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) จัดทำแผนงานการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน “ZERO CARBON” จากโครงการการขับเคลื่อนและผลักดันการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย เมื่อกรกฎาคม 2566 ซึ่งใช้ในการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการชดเชยคาร์บอนจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมใหม่เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนหรือคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2566)

แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานาประเทศ ให้การสำคัญ เพื่อการมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmentally Sustainable Development) โดยให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง (กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว, 2560)

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่าง ๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและท้าทาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติ จึงเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ

การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ หรือ Low Carbon Tourism คือ การท่องเที่ยวที่กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน โดยจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเกิดจากทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับภาวะโลกร้อน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนอันเป็นสาเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อน หากจะพิจารณารอยเท้าคาร์บอนของการ

เดินทางท่องเที่ยว จะเห็นว่าแค่เราก้าวเท้าออกจากบ้านเพื่อไปท่องเที่ยวก็เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนแล้ว ดังนั้น เมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นตัวการที่ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอน จึงเกิดแนวคิดของการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ หรือ Low Carbon Tourism เพื่อให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน และรบกวนสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการช่วยลดก๊าซคาร์บอน โดยให้นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นนาน ๆ ทำกิจกรรมท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งกับคนพื้นถิ่น รวมถึงการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอนด้วย ทั้งนี้ การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำสามารถเป็นการท่องเที่ยวแบบง่าย ๆ ราคาประหยัด ไปจนถึงการท่องเที่ยวแบบหรูหรา ราคาแพง ตามความชอบหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เลย เพียงแต่กิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นต้องให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการลดก๊าซคาร์บอน เช่น การท่องเที่ยวอย่างไม่เร่งรีบ การเลือกโรงแรมที่เป็นโรงแรมสีเขียว การรับประทานอาหารพื้นเมืองที่ปรุงจากวัตถุดิบในท้องถิ่น การทำกิจกรรมท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมปลูกป่า ปลูกปะการัง การเก็บขยะ เป็นต้น (สุชาติ อินทร์กล่ำ, 2560) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำจะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนได้มากกว่าการท่องเที่ยวแบบทั่วไปที่เป็นการท่องเที่ยวแบบเร่งรีบ ฉาบฉวย ซึ่งการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำเป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้นนาน ๆ เพื่อลดการเดินทางขณะท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เกิดการกระจายรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น (กัณภัทร ชื่นวงศ์, จักรพงษ์ พงษ์ธนัยสวรรค์, สุลักษณ์ สุมิตรสวรรค์ และธรรศมน ศุภมิตร, 2565) ประโยชน์ด้านสังคม-วัฒนธรรม การที่นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ระหว่างนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ประโยชน์ในด้านสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เช่น การปั่นจักรยานเที่ยว การทำกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน ซึ่งเป็นผลดีต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

การกำหนดนโยบายและแผนงานที่ชัดเจนในการดำเนินงานสถานประกอบการที่พักให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมช่วยให้ผู้ประกอบการมีทิศทางในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จแนวทางปฏิบัติในด้านของนโยบายและการจัดการ (กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว, 2560) มีดังนี้

1. มีนโยบายปณิธานและแผนงานที่ให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนในระยะยาวทั้งด้านสิ่งแวดล้อมสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ

2. เคารพและปฏิบัติตามกฎหมายอนุสัญญาข้อตกลงระหว่างประเทศกฎระเบียบในประเทศที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมรวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

3. บุคลากรหรือพนักงานที่เกี่ยวข้องได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมรวมถึงวิธีปฏิบัติที่หลีกเลี่ยงลดละทดแทนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

4. มีการออกแบบก่อสร้างอาคารและระบบสาธารณูปโภคให้สอดคล้องกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมโดยคำนึงถึงหลักการออกแบบที่ยั่งยืนและเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุเด็กเล็กคนพิการสามารถใช้ได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

5. มีแผนและแนวทางปฏิบัติในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เช่นเชื้อเพลิงไฟฟ้าน้ำอย่างประหยัดและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในเชิงธุรกิจและการบริการ

6. มีแผนและแนวทางปฏิบัติในการจัดซื้อสินค้าและบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

7. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงรวมทั้งเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

8. มีแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์โดยใช้ประเด็นด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและร่วมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสถานประกอบการ

9. การประชาสัมพันธ์และการตลาดต้องถูกต้องตรงกับความเป็นจริง

10. มีการประเมินตรวจวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอพร้อมทั้งมีการแก้ไขปรับปรุงตามความเหมาะสม

11. มีการหาเครือข่ายความร่วมมือและช่องทางรับทราบข้อมูลข่าวสารรวมถึงนวัตกรรมใหม่ที่นำไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานเพื่อเป็นสถานประกอบการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral Tourism Management)

การพัฒนาธุรกิจสู่การเป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ จำเป็นต้องดำเนินการตามกระบวนการพัฒนา โดยเริ่มจากการประเมินศักยภาพของธุรกิจก่อนออกแบบหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นมิตรต่อสิงแวดล้อมมากขึ้นโดยการใช้หลักการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) คือ ลดการใช้พลังงานและใช้วัสดุอุปกรณ์จากธรรมชาติมากขึ้นหลังจากนั้นจึงมีการคำนวณปริมาณการปล่อยคาร์บอน และ “ชดเชย” (Carbon Offsetting) ด้วยคาร์บอนเครดิตเพื่อทำให้ค่าการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ และสร้างความสมดุลแก่ธรรมชาติตาม 5 กระบวนการ ต่อไปนี้ 1) ประเมินศักยภาพก่อนการพัฒนา 2) ออกแบบและพัฒนากิจกรรมให้คาร์บอนต่ำ 3) เก็บข้อมูลกิจกรรมเพื่อนำไปคำนวณ 4) คำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์และ5) ชดเชยคาร์บอนสุทธิให้เป็นศูนย์ (เมทิกา พ่วงแสง, 2566)

การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Carbon Tourism) เป็นแนวคิดที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวให้เหลือศูนย์ หรือให้คาร์บอนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งหมดถูกชดเชยจนเท่ากับศูนย์ ซึ่งส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อด้านนโยบาย การพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต ดังนั้นหลายประเทศจึงได้มีการสำรวจแนวทางที่คุ้มค่าเพื่อบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์ ซึ่งแนวทางการดำเนินการ ดังนี้ (ธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์, 2561)

1. การลดการปล่อยคาร์บอนจากการดำเนินการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรเป็นอย่างมีระบบและครอบคลุมองค์ประกอบหลายด้านได้แก่ 1) การใช้พลังงานทดแทนโดย เปลี่ยนไปใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม หรือพลังงานชีวมวล สำหรับโรงแรม รีสอร์ท และสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพพลังงานโดย ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและระบบทำความร้อน-ความเย็นที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การใช้หลอดไฟ LED 2) การจัดการขยะและน้ำเสีย เช่นการลด ปริมาณขยะโดยลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง และส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายหรือรีไซเคิลได้ การรีไซเคิลโดยจัดตั้งระบบรีไซเคิลในสถานประกอบการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการบำบัดน้ำเสียโดยใช้ระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ (ธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์, 2561) 3) การขนส่ง เช่น การใช้ยานพาหนะที่มีประสิทธิภาพสูงโดยส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่ใช้พลังงานไฟฟ้า รถยนต์ไฮบริด หรือยานพาหนะที่ใช้พลังงานทดแทน การขนส่งสาธารณะโดยสนับสนุนการใช้การขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟ รถบัส และรถราง เพื่อลดจำนวนยานพาหนะส่วนบุคคลบนถนน รวมถึงการเดินทางแบบไม่ใช้พลังงานโดยส่งเสริมการใช้จักรยาน การเดินเท้า และการใช้เรือพายในกิจกรรมท่องเที่ยว 4) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การประหยัดน้ำโดยใช้เทคโนโลยีการประหยัดน้ำ เช่น ฝักบัวและก๊อกน้ำที่ประหยัดน้ำ และระบบรีไซเคิลน้ำในโรงแรมและรีสอร์ท การรักษาพื้นที่ธรรมชาติโดย ส่งเสริมการอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติ เช่น การปลูกป่าและการฟื้นฟูพื้นที่ธรรมชาติที่เสียหาย 5) การปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการ เช่น การฝึกอบรมและการสร้างความตระหนักโดย ฝึกอบรมพนักงานและให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดย ใช้ระบบการจัดการที่ลดการสูญเสียทรัพยากร ระบบการจัดการขยะ 6) การออกแบบและก่อสร้างที่ยั่งยืน เช่น การก่อสร้างอาคารสีเขียวโดย ใช้หลักการก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุที่ยั่งยืน การออกแบบอาคารให้มีการระบายอากาศธรรมชาติ และการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ และการปรับปรุงอาคารเดิมโดยปรับปรุงอาคารเก่าให้มีประสิทธิภาพพลังงานสูงขึ้น เช่น การเพิ่มฉนวนกันความร้อนและการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ 7) การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การดำเนินการเหล่านี้จะช่วยลดการปล่อยคาร์บอนจากการดำเนินการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวในระยะยาว (มนรัตน์ ใจเอื้อ, 2566)

2. การชดเชยคาร์บอนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถทำได้ด้วยวิธีการหลากหลาย เพื่อให้สามารถชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) โครงการปลูกป่าและฟื้นฟูระบบนิเวศ เช่น การปลูกป่า ลงทุนในโครงการปลูกป่า ซึ่งช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์จากบรรยากาศและฟื้นฟูพื้นที่ป่า และ การฟื้นฟูระบบนิเวศ ฟื้นฟูพื้นที่ที่เสื่อมโทรมและพื้นที่ชุ่มน้ำ เพื่อเพิ่มความสามารถในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ของธรรมชาติ 2) การลงทุนในพลังงานสะอาด เช่น พลังงานทดแทน สนับสนุนโครงการพลังงานสะอาด เช่น โครงการพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม หรือพลังงานชีวมวล ที่ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ และการปรับปรุงประสิทธิภาพพลังงาน ลงทุนในโครงการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เช่น การติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน 3) การซื้อเครดิตคาร์บอน เช่น เครดิตคาร์บอน (Carbon Credits) ซื้อเครดิตคาร์บอนจากโครงการที่ได้รับการรับรอง เช่น โครงการ Clean Development Mechanism (CDM) หรือโครงการ Verified Carbon Standard (VCS) ซึ่งช่วยชดเชยการปล่อยคาร์บอนของกิจกรรมท่องเที่ยว 4) การพัฒนาและสนับสนุนเทคโนโลยีการเก็บและกักเก็บคาร์บอน เช่น การเก็บและกักเก็บคาร์บอน (Carbon Capture and Storage - CCS) สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยเก็บและกักเก็บคาร์บอนจากกระบวนการผลิตและปล่อยของอุตสาหกรรมต่างๆ 5) การลดการใช้พลังงานและทรัพยากรในสถานประกอบการ เช่น การประหยัดพลังงาน ใช้มาตรการประหยัดพลังงานในโรงแรม รีสอร์ท และสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การใช้ระบบไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูงและการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ลดการใช้ทรัพยากรน้ำและวัสดุต่างๆ และเพิ่มการรีไซเคิลเพื่อลดการปล่อยคาร์บอน การชดเชยคาร์บอนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องการการร่วมมือจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และองค์กรภาครัฐ เพื่อให้การชดเชยคาร์บอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้บรรลุการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ต้องการการวางแผนและการดำเนินการที่รอบคอบในหลายๆ ด้าน ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การดำน้ำดูปะการัง และการเยี่ยมชมเขตอนุรักษ์ธรรมชาติ และการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) การส่งเสริมการขนส่งที่ยั่งยืน เช่น การใช้ยานพาหนะที่มีคาร์บอนต่ำ สนับสนุนการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า รถไฮบริด หรือยานพาหนะที่ใช้พลังงานสะอาดในบริการขนส่งสำหรับนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการขนส่งสาธารณะ สร้างเครือข่ายการขนส่งสาธารณะที่สะดวกสบายและมีประสิทธิภาพ เช่น รถไฟ รถบัส และรถราง เพื่อลดการใช้ยานพาหนะส่วนตัว 3) การจัดการขยะและน้ำเสียอย่างยั่งยืน เช่น การลดปริมาณขยะลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวและส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ และการรีไซเคิลโดยจัดตั้งระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพในสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม และร้านอาหาร รวมถึง

การบำบัดน้ำเสีย ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพเพื่อป้องกันการปล่อยสารมลพิษสู่ธรรมชาติ 4) การสร้างความตระหนักและการให้ความรู้ เช่น การฝึกอบรมพนักงานในด้านการปฏิบัติงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยคาร์บอน และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว สร้างความตระหนักและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเดินทางและกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5) การทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและภาคเอกชน การพัฒนานโยบายและมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับธุรกิจที่ใช้พลังงานสะอาด และการร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร การสร้างโครงการร่วมกันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (สุชาติ อินทร์กล่ำ , 2560)

4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ประกอบด้วย 1) การเลือกวิธีการเดินทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้การขนส่งสาธารณะ เลือกใช้รถไฟ รถบัส รถราง หรือการขนส่งสาธารณะอื่นๆ แทนการใช้ยานพาหนะส่วนตัวหรือการเดินทางทางอากาศที่ปล่อยคาร์บอนสูง และการใช้ยานพาหนะที่มีคาร์บอนต่ำ เลือกเช่ารถยนต์ไฟฟ้าหรือรถไฮบริดเมื่อจำเป็นต้องใช้รถยนต์ รวมถึงการเดินทางแบบไม่ใช้พลังงาน ใช้จักรยานหรือการเดินเท้าในระยะทางสั้นๆ หรือในเมืองที่สามารถเดินทางได้สะดวก 2) การพักผ่อนในที่พักที่ยั่งยืน เช่น การเลือกที่พักสีเขียว เลือกพักในโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีมาตรการประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ที่พักที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานด้านความยั่งยืน และการประหยัดพลังงานในที่พัก ปิดไฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน ปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสม และใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำเพื่อลดการซักล้าง 3) การบริโภคอย่างยั่งยืน เช่น การสนับสนุนอาหารท้องถิ่นรับประทานอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนจากการขนส่งอาหาร และการลดการใช้พลาสติก ใช้ขวดน้ำแบบเติมได้ นำถุงผ้าและภาชนะส่วนตัวมาใช้ ลดการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว 4) การเลือกกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เลือกทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การดำน้ำดูปะการัง และการเยี่ยมชมเขตอนุรักษ์ธรรมชาติ และ การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น เลือกกิจกรรมที่สนับสนุนเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองและการใช้บริการจากผู้ประกอบการท้องถิ่น 5) การจัดการขยะและรีไซเคิล เช่น การลดการสร้างขยะหลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง นำถุงผ้าและภาชนะส่วนตัวมาใช้ และใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ และ การรีไซเคิล แยกขยะและรีไซเคิลขยะเมื่อมีโอกาส โดยใช้ถังรีไซเคิลที่มีอยู่ในที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว 6) การให้ความรู้และการสร้างความตระหนัก เช่น การศึกษาก่อนเดินทาง ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการลดการปล่อยคาร์บอนก่อนการเดินทาง และการเผยแพร่ข้อมูล แชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือบล็อกเพื่อสร้างความตระหนักและเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น 7) การสนับสนุนโครงการชดเชยคาร์บอน เช่น การซื้อเครดิตคาร์บอน ลงทุนซื้อเครดิต

คาร์บอนเพื่อชดเชยการปล่อยคาร์บอนจากการเดินทางและกิจกรรมท่องเที่ยวของตนเอง และการสนับสนุนโครงการปลูกป่า บริจาคหรือมีส่วนร่วมในโครงการปลูกป่าหรือฟื้นฟูระบบนิเวศที่ช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์จากบรรยากาศ พฤติกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดการปล่อยคาร์บอน แต่ยังสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (อนุชา ดีสวัสดิ์, 2566)

5. การทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ควรดำเนินการในลักษณะบูรณาการและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) ภาครัฐบาล เช่น การกำหนดนโยบายและกฎระเบียบโดยรัฐบาลต้องกำหนดนโยบายและกฎหมายที่สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ เช่น มาตรการจูงใจทางภาษีสำหรับธุรกิจที่ลดการปล่อยคาร์บอน และการออกมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการสนับสนุนทางการเงินและโครงการโดย ให้การสนับสนุนทางการเงินสำหรับโครงการที่เกี่ยวกับการลดการปล่อยคาร์บอน เช่น การสนับสนุนเงินทุนสำหรับโครงการพลังงานทดแทนในธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์โดยรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวผ่านสื่อและแคมเปญต่างๆ 2) ภาคธุรกิจ เช่น การนำเทคโนโลยีสีเขียวมาใช้โดย ธุรกิจท่องเที่ยวควรลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยคาร์บอน เช่น ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้วัสดุที่ยั่งยืน และการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนโดย พัฒนาบริการและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่ยั่งยืนในกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีส่วนร่วมในโครงการชดเชยคาร์บอน เช่น การปลูกป่าและการฟื้นฟูพื้นที่ธรรมชาติ และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) ชุมชนท้องถิ่น เช่น การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีส่วนร่วมในการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อชุมชน และ การส่งเสริมวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นโดย พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สะท้อนวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และยั่งยืน 4) องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) เช่น การให้ความรู้และการสร้างความตระหนักโดย NGOs สามารถให้ความรู้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการลดการปล่อยคาร์บอน และการสนับสนุนและประสานงาน ทำงานร่วมกับรัฐบาลและธุรกิจในการพัฒนาโครงการและนโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ รวมถึง การวิจัยและพัฒนา ดำเนินการวิจัยเพื่อหาแนวทางใหม่ๆ ในการลดการปล่อยคาร์บอนและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) นักท่องเที่ยว เช่น การปรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวควรเลือกใช้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น การลดการใช้พลาสติกและการใช้การขนส่งที่มีคาร์บอนต่ำ และการสนับสนุนโครงการชดเชยคาร์บอนโดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการชดเชยการปล่อยคาร์บอนของตนเองผ่านการบริจาคหรือการซื้อเครดิตคาร์บอน 6) สถาบันการศึกษา

และนักวิจัย เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีและแนวทางใหม่โดยสถาบันการศึกษาควรวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและแนวทางใหม่ในการลดการปล่อยคาร์บอนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการให้ความรู้และการฝึกอบรมจัดโปรแกรมการศึกษาและการฝึกอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการจัดการคาร์บอนสำหรับนักศึกษาและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ เหล่านี้จะช่วยสร้างระบบการท่องเที่ยวที่มีคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว (เมทิกา พ่วงแสง, 2566)

สรุป

การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral Tourism) คือ การท่องเที่ยวโดยลดการใช้พลังงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์มีแนวทางสำคัญในการดำเนินการ คือ “LOW CARBON” ได้แก่ 1) Location กำหนดสถานที่เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 2) Objective ตั้งเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนกิจกรรมลดการปล่อยคาร์บอน 3) What is Carbon Footprint ทำความรู้จักและเข้าใจเรื่องคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 4) Collect Data เก็บข้อมูลกิจกรรมและปัจจัยในการคำนวณหาปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 5) Approach คำนวณหาปริมาณการปล่อยคาร์บอนตามหลักการและขอบเขตสากล 6) Reduce ลดการปล่อยคาร์บอนหรือลดการใช้พลังงานในกิจกรรมท่องเที่ยว 7) Balance สร้างความสมดุลของการปล่อยคาร์บอน 8) Offset ชดเชยคาร์บอนส่วนเกินจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่สามารถลดได้ และ 9) Neutrality สร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์

เอกสารอ้างอิง

Academic Group and Tourist Attraction Standard. (2017). *Khūmư̄ kānboṛihān cẖatkān lǣng thoṛngthīeo chœ̄ng sān̄gsan [Creative Tourism Management Guide].* Bangkok: Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports.

กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว. (2560). *คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

Chaiuea, M. (2023). *Kān̄thoṛngthīeo khāboṛn tam [Low Carbon Tourism].* Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce.

มนรัตน์ ใจเอื้อ. (2566). *การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Chanreungrit, T. (2018). *Nǣothān̄g kān̄cẖatkān kān̄thoṛngthīeo doī chumchon phūa kān̄thoṛngthīeo yān̄g yangyūn̄ koṛanī suksā chumchon rim nam cẖan thabūn ʻAmphœ̄ Mūang cẖangwat Cẖanthaburī [Sustainable Tourism Approach,*

Management by Community Case Study: Chanthaboon Waterfront, Mueang District, Chanthaburi Province]. (Master's Thesis, Bangkok University).

ธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์. (2561). *แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบูร อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

Chatchawanchanchonkit, P. (2021). *ʻongprakop̄ kān̄thoṇ̄gthīeo thī mī ʻitthi phon toṇ̄ phāplak kān̄thoṇ̄gthīeo chœ̄ng sukkhaphāp khoṇ̄g c̄hangwat Ranoṇ̄g [Tourism Components Influencing Tourism Image of Ranong Province.].* (Master's Thesis, Dhurakij Pundit University).

เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). *องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ จังหวัดระนอง.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

Chuenwong, K., Pongthanaisawan, J., Sumitsawan, S. & Suppamit, T. (2022). Kān̄c̄hatkān̄ khaya mūnfoi̯ chumchon phūa banlu paomāi kān̄ ploi̯ monlaphit sutthi pen sūn nai mūang khū fǣt dān̄ kān̄thoṇ̄gthīeo ʻĀsīan : koṛanī suksā mūang Nān̄ læ lūang phra bāng [Municipal Solid Waste Management for Reaching Net-zero Emissions in ASEAN Tourism Twin Cities: A Case Study of Nan and Luang Prabang]. *Heliyon, 8*(8), e10295.

กัณภัทร ชื่นวงศ์, จักรพงษ์ พงษ์ธนัยสวรรค์, สุลักษณ์ สุมิตรสวรรค์, และธรรศมน ศุภมิตร. (2022). การจัดการขยะมูลฝอยชุมชนเพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยมลพิษสุทธิเป็นศูนย์ในเมืองคู่แฝดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน : กรณีศึกษาเมืองน่านและหลวงพระบาง. *Heliyon, 8*(8), e10295.

Department of Tourism. (2566). *Phǣn yutthasāt phatthanākān̄ thoṇ̄gthīeo Phoṣ̄.Soṣ̄. soṇ̄gphanhārōi̯hoksip ʻet - soṇ̄gphanhārōi̯hoksipsī khoṇ̄g krommakān̄ thoṇ̄gthīeo. [Tourism Development Strategic Plan B.C. 2018 - 2021 of Department of Tourism].* Bangkok: VIP Copy Print.

กรมการท่องเที่ยว. (2566). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 ของกรมการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: วีไอพี ก๊อปปี้ปริ้น.

Disawat, A. (2023). *Kān̄thoṇ̄gthīeo thī ploi̯ khābon̄ sutthi pen sūn [Carbon Neutral Tourism].* Bangkok: The Secreatriant of the House of the Representatives.

อนุชา ดีสวัสดิ์. (2566). *การท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutral Tourism).* กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

Inklam, S. (2017). *Kān-čhatkān kān-thǭ-ngthīeo chœ̄ng ʻanurak chumchon yong sata-tambon tha-kham ʻamphœ̄-pa lī-an čhangwat Trang. [Yongstar Community-Based Ecotourism Management, Tha Kham Subdistrict, Palian District, Province].* Trang: Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang Campus.

สุชาติ อินทร์กล่ำ. (2560). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง.* ตรัง: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง.

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. & Malik, A. (2018). The Carbon Footprint of Global Tourism. *Nature Climate Change, 8*(6), 522–528.

Phonyotha, M., Nuniiam, S. & Sakunwanichǫcharoen, S. (2022). Næ-othā-ng kān-phatthana-kān-thǭ-ngthīeo doi-chumchon yā-ng yangyun̄ kǫ-rani-suksa-chumchon thai dam bān-na-pa-nat-ʻamphœ̄-chi-ang khān-čhangwat loei-[Guideline for Sustainable Community Tourism Development: a Case Study of the Tai Dam Community, Ban Na Pa Nat, Chiang Khan District, Loei Province]. *International Thai Tourism Journal, 18*(1), 1-20.

เมษ์ธาวิน พลโยธา, สุธาธิณี หนูเนียม, และสุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารไทยท่องเที่ยวนานาชาติ, 18*(1), 1-20.

Puangsang, M. (2023). Kān-thǭ-ngthīeo khā-bǭn tam: withī kān-thǭ-ngthīeo thī pen mit kap singwǣ-tlǭm [Low Carbon Tourism: Eco Friendly Tourism]. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus, 12*(2) 615-627.

เมทิกา พ่วงแสง. (2566). การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ: วิถีการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารมหามงกุฎราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด*, *12*(2) 615-627.

Sustainable Travel International. (2024). *Carbon Footprint of Tourism.* Retrieved June 2, 2024, from https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/

Thailand Science Research and Innovation. (2023). *Phǣn-ngān thǭ-ngthīeo læ se-tthakit sā-ngsan [Tourism and Creative Economy Plan].* Bangkok: Author.

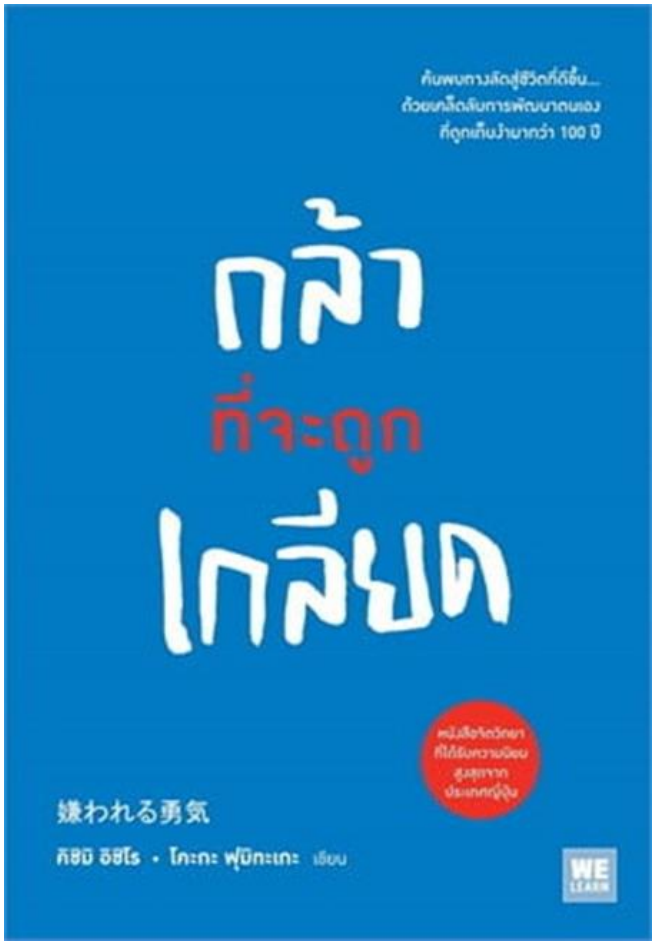
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2566). *แผนงานท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

Book Review

กล้าที่จะถูกเกลียด

เยาวภานี รอดเพ็ชร[1]

Yaowapanee Rodpech



หนังสือเรื่อง กล้าที่จะถูกเกลียด

ชื่อเรื่องต้นฉบับ: The Courage to Be Disliked

เขียนโดย คิชิมิ อิชิโร และ โคะกะ ฟุมิทะเกะ

แปลโดย โยชุเกะ, นิพดา เขียวอุไร

สำนักพิมพ์ WE LEARN

313 หน้า ราคา 240 บาท

ISBN: 978-616-287-142-9

[1] ผู้อำนวยการ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Director of the Library, Southeast Bangkok University. e-mail: yaowapanee@southeast.ac.th

ในยุคที่โซเชียลมีเดียครอบงำชีวิต และคนเราต้องการการยอมรับจากผู้อื่นมากกว่าที่เคย หนังสือ "กล้าที่จะถูกเกลียด" ของ คิชิมิ อิชิโร และ โคะกะ ฟุมิทะเกะ กลับมาเสนอแนวคิดที่ขัดแย้งกับกระแสหลัก นั่นคือ การกล้าปฏิเสธความต้องการได้รับการยอมรับ เพื่อแลกกับเสรีภาพที่แท้จริงในการใช้ชีวิต หนังสือเล่มนี้ไม่ใช่เพียงแค่คู่มือพัฒนาตนเองทั่วไป แต่เป็นการนำเสนอจิตวิทยาเชิงลึกของ อัลเฟรด แอดเลอร์ (Alfred Adler) ซึ่งเป็นหนึ่งในสามเสาหลักของจิตวิทยาเชิงลึกร่วมกับฟรอยด์และ คาร์ล ยุง โดยแอดเลอร์มีแนวคิดที่แตกต่างจากฟรอยด์อย่างสิ้นเชิง ตรงที่เขาให้ความสำคัญกับ "เป้าหมายในอนาคต" มากกว่า "อดีต"

จุดเด่นสำคัญของหนังสือเล่มนี้คือ รูปแบบการนำเสนอในแบบ Socratic Dialogue หรือ บทสนทนาเชิงตรรกะระหว่าง "นักปรัชญา" กับ "ชายหนุ่มผู้เต็มไปด้วยความสงสัย" ซึ่งเริ่มจากคำถามง่าย ๆ แล้วค่อย ๆ พัฒนาไปสู่คำตอบที่ลึกซึ้งขึ้น วิธีการนำเสนอเช่นนี้ทำให้ผู้อ่านรู้สึกเหมือนได้ร่วมสนทนา คิดตาม และสามารถตั้งคำถามต่อแนวคิดของตัวละครได้ตลอดเวลา แทนที่จะรู้สึกเหมือนกำลังอ่านหนังสือจิตวิทยา

หนังสือแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บทใหญ่ โดยแต่ละบทเริ่มต้นด้วยคำถามสำคัญเกี่ยวกับชีวิต เช่น “คนเราสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองได้หรือไม่”, “ทำไมคนเราถึงไม่มีความสุข”, หรือ “ชีวิตที่เป็นอิสระคืออะไร” คำถามเหล่านี้ไม่ใช่คำถามปรัชญาเชิงทฤษฎี หากแต่เป็นคำถามที่ทุกคนล้วนเคยเผชิญในชีวิตจริง โดย *บทที่ 1 “อย่าเชื่อเรื่องแผลในใจ”* บทนี้เน้นย้ำว่าอดีตมิได้เป็นตัวกำหนดชีวิตหรือบุคลิกภาพของบุคคลอย่างตายตัว ความเจ็บปวดและบาดแผลทางใจเป็นเพียงการตีความและความหมายที่บุคคลสร้างขึ้นเอง หากสามารถเปลี่ยนมุมมองและปรับวิธีคิด ย่อมสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดของอดีตและกำหนดชีวิตใหม่ได้ด้วยการเลือกในปัจจุบัน *บทที่ 2 “ความทุกข์ใจทั้งหมดล้วนเกิดจากความสัมพันธ์”* ความทุกข์ทั้งหลายมิได้เกิดจากปัจจัยภายนอกเพียงอย่างเดียว หากแต่มีรากฐานจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกเปรียบเทียบ การยอมรับ หรือความคาดหวังที่มีต่อกัน การเข้าใจธรรมชาติของความสัมพันธ์และวางตนอย่างเหมาะสม จึงเป็นหนทางสำคัญในการคลี่คลายความทุกข์และสร้างความสงบในชีวิต *บทที่ 3 “ตัดเรื่องของคนอื่นทิ้งไปเสีย”* การแยกแยะ “ภารกิจของตนเอง” ออกจาก “ภารกิจของผู้อื่น” เพื่อไม่ให้ชีวิตถูกครอบงำด้วยความคาดหวังหรือการตัดสินจากคนรอบข้าง การดำเนินชีวิตอย่างอิสระย่อมเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลเลือกที่จะรับผิดชอบเฉพาะสิ่งที่เป็นหน้าที่ของตน และปล่อยวางสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุม *บทที่ 4 “ศูนย์กลางของโลกอยู่ตรงไหน”* บทนี้ชี้ให้เห็นว่าโลกมิได้หมุนรอบตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง การมุ่งเน้นเพียงตนเองหรือการยึดตนเป็นศูนย์กลางย่อมก่อให้เกิดความทุกข์และความขัดแย้ง การดำรงชีวิตอย่างมีความหมายเกิดจากการตระหนักว่าตนเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสังคม และมีคุณค่า ก็ต่อเมื่อสามารถสร้างประโยชน์และความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลต่อผู้อื่น และ*บทที่ 5 “ใช้ชีวิต ณ “วินาทีนี้” อย่างจริงจัง”* บทนี้เน้นย้ำว่าชีวิตที่มีคุณค่ามิได้อยู่ที่อดีตที่ผ่านไปแล้ว หรืออนาคตที่ยังมาไม่ถึง หากแต่อยู่ที่การตัดสินใจและการกระทำในปัจจุบัน การใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ ณ ขณะนี้ คือหัวใจของการสร้าง

ความหมายและความสุขที่แท้จริง เพราะทุกวินาทีคือโอกาสใหม่ในการเลือกเส้นทางชีวิตด้วยความรับผิดชอบและความกล้าหาญ

แนวคิดหลักในหนังสือ

"การปลดปล่อยจากอดีต เมื่อปัจจุบันคือทางเลือก"

หนึ่งในแนวคิดหลักที่ท้าทายคือ การที่มนุษย์ไม่จำเป็นต้องเป็นเชลยของอดีต ซึ่งแตกต่างจากจิตวิทยาของฟรอยด์ที่มองว่าอดีตและประสบการณ์ในวัยเด็กเป็นตัวกำหนดปัจจุบัน แอดเลอร์เสนอว่า "เราไม่ได้ทุกข์เพราะอดีต แต่เพราะเราเลือกจะทุกข์เพื่อบรรลุเป้าหมายบางอย่าง" แนวคิดนี้อาจฟังดูโหดร้าย แต่กลับเป็นการมอบอำนาจกลับคืนมาให้กับตัวเราเพราะหมายความว่าเราสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตั้งแต่วันนี้ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ คนที่เก็บตัวอาจไม่ได้เกิดจากการถูกปฏิเสธในอดีต แต่เพราะเขาใช้การเก็บตัวเป็นเครื่องมือหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับความล้มเหลวในปัจจุบัน การมองแบบนี้ช่วยให้เราหยุดมองตัวเองเป็นเหยื่อ และเริ่มรับผิดชอบต่อทางเลือกของเราอย่างแท้จริง

"การแยกปัญหา ขีดเส้นแห่งความรับผิดชอบ"

แนวคิดสำคัญอีกประการหนึ่งคือ "Separation of Tasks" หรือการแยกปัญหา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการมีชีวิตที่เป็นอิสระ หลักการนี้สอนให้เรารู้จักแยกแยะระหว่าง "หน้าที่ของเรา" กับ "หน้าที่ของผู้อื่น" ออกจากกัน เช่น การเรียนของลูกคือหน้าที่ของลูก ไม่ใช่ของพ่อแม่ หรือการที่คนอื่นจะชอบเราหรือไม่ นั่นคือหน้าที่ของเขา ไม่ใช่ของเรา ในทางปฏิบัติ แนวคิดนี้ช่วยลดความเครียดจากการพยายามควบคุมสิ่งที่เราควบคุมไม่ได้ และช่วยให้เราโฟกัสกับสิ่งที่อยู่ในอำนาจของเราอย่างแท้จริง เมื่อเราหยุดเข้าไปแทรกแซงหน้าที่ของผู้อื่น เราก็จะเป็นอิสระจากความคาดหวังและแรงกดดันจากคนรอบข้าง ทั้งนี้ การแยกปัญหาไม่ได้หมายความว่าเราจะเห็นแก่ตัวหรือไม่สนใจผู้อื่นแต่เป็นการสร้างขอบเขตที่ชัดเจนเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายมีพื้นที่เติบโตอย่างเป็นอิสระ

"การมีคุณค่าโดยไม่ต้องแข่งขัน"

แนวคิดที่สามคือการยอมรับในคุณค่าของตนเองโดยไม่ต้องเปรียบเทียบกับผู้อื่น แอดเลอร์เน้นว่าทุกคนมีคุณค่าโดยกำเนิด และชีวิตที่ดีคือชีวิตที่รู้สึกว่า "ตนเองมีส่วนร่วมกับโลกและอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างเท่าเทียม" หรือที่เรียกว่า "Community Feeling" ความสุขแท้จริงจึงมาจากการมี "จุดร่วมกับผู้อื่น" ในลักษณะของความเท่าเทียม ไม่ใช่ความเหนือกว่า แนวคิดนี้เป็นการท้าทายระบบการศึกษาและสังคมที่สร้างขึ้นบนพื้นฐานของการแข่งขัน การเปรียบเทียบ และการจัดอันดับ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของสังคมที่มักวัดคุณค่าคนจากการแข่งขันและการเหนือกว่าผู้อื่น นักปรัชญาในหนังสือจึงเสนอให้เราหยุดมองชีวิตเป็นการแข่งขัน และเริ่มมองเป็นการเดินทางร่วมกันของมนุษยชาติ

"เสรีภาพจากการถูกยอมรับ"

แนวคิดสุดท้ายและสำคัญที่สุดคือ การที่เป้าหมายของชีวิตไม่ใช่การได้รับการยอมรับ แต่อยู่ที่การมีอิสรภาพในการเลือกทางเดินของตนเอง ทุกคนสามารถ "เลือก" ได้ว่าจะใช้ชีวิตอย่างไร และ

ความทุกข์ส่วนมากเกิดจากการเปรียบเทียบหรืออยากได้รับการยอมรับจากผู้อื่น หากเรายังใช้ชีวิตเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้อื่น เราจะไม่มีวันเป็นอิสระอย่างแท้จริง "กล้าที่จะถูกเกลียด" จึงไม่ได้หมายความว่าให้เราไปทำร้ายหรือละเลยผู้อื่น แต่หมายถึงการกล้าที่จะยืนหยัดในสิ่งที่เราเชื่อ แม้จะมีคนไม่เห็นด้วยหรือไม่ยอมรับเราก็ตาม

นักปรัชญาในเรื่องชี้ให้เห็นว่าความทุกข์ของคนส่วนใหญ่เกิดจากการอยากได้รับการยอมรับ หากเรายังใช้ชีวิตเพื่อตอบสนองผู้อื่น เราจะไม่มีวันเป็นอิสระ หนังสือจึงชี้นำให้ผู้อ่าน "กล้าที่จะถูกเกลียด" เพื่อจะได้เป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง

จุดเด่นของหนังสือ

"รูปแบบการนำเสนอที่เข้าถึงได้"

จุดเด่นที่สุดของหนังสือคือการใช้บทสนทนาแทนการบรรยาย ทำให้แนวคิดที่ซับซ้อนกลายเป็นเรื่องง่าย ผู้อ่านไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานทางจิตวิทยา แต่สามารถติดตามและเข้าใจได้ตั้งแต่หน้าแรก การที่ชายหนุ่มในเรื่องตั้งคำถามและโต้แย้งกับนักปรัชญา ทำให้ผู้อ่านรู้สึกเหมือนมีคนถามแทนในสิ่งที่ตนเองสงสัย

"การท้าทายความเชื่อพื้นฐาน"

หนังสือมีความกล้าหาญในการนำเสนอแนวคิดที่ขัดแย้งกับสามัญสำนึก ไม่ว่าจะเป็น "คนเราเลือกจะทุกข์" หรือ "ไม่จำเป็นต้องได้รับการยอมรับ" แนวคิดเหล่านี้อาจทำให้ผู้อ่านรู้สึกไม่สบายใจ ในตอนแรก แต่กลับเป็นจุดเริ่มต้นของการทบทวนชีวิตอย่างลึกซึ้ง

"ความเป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติ"

หนังสือไม่ได้จำกัดอยู่ที่ทฤษฎี แต่มีแนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง การฝึกแยกปัญหา การยอมรับความเป็นตัวเอง หรือการหยุดการแข่งขัน ล้วนเป็นสิ่งที่ผู้อ่านสามารถฝึกฝนและพัฒนาได้ในชีวิตประจำวัน

จุดด้อยของหนังสือ

"การนำเสนอที่ซ้ำซ้อน"

จุดอ่อนที่เห็นได้ชัดคือการที่บทสนทนาบางช่วงรู้สึกยืดเยื้อ โดยเฉพาะในส่วนที่เน้นย้ำแนวคิดเดิมหลายรอบ ทำให้ผู้อ่านบางคนอาจรู้สึกเบื่อหรือใจร้อนต้องการให้เรื่องเดินหน้าเร็วขึ้น

"ความขัดแย้งทางวัฒนธรรม"

แนวคิดเรื่องการแยกปัญหาอาจไม่เข้ากับบริบทของสังคมตะวันออก โดยเฉพาะในวัฒนธรรมไทยที่ให้ความสำคัญกับครอบครัวและชุมชน การนำแนวคิดนี้ไปใช้อย่างตรงไปตรงมาอาจถูกมองว่าเห็นแก่ตัวหรือไม่รับผิดชอบต่อส่วนรวม ผู้อ่านจึงต้องใช้วิจารณญาณในการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง

“ความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้น”

ชื่อหนังสือ "กล้าที่จะถูกเกลียด" อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นการส่งเสริมให้คนไม่สนใจผู้อื่นหรือทำตัวเห็นแก่ตัว ในขณะที่จริงแล้วหนังสือต้องการสื่อถึงการมีอิสรภาพในการเลือกทางเดินของตนเอง โดยไม่ต้องกลัวการวิพากษ์วิจารณ์ เรียกร้องให้ผู้อ่านมีความกล้าที่จะไม่วิ่งตามความคาดหวังของคนอื่น และใช้ชีวิตตามเป้าหมายที่แท้จริงของตนเอง เป็นหนังสือที่เปิดพื้นที่ให้ผู้อ่านได้คิด ทบทวน และสำรวจภายในจิตใจของตัวเองอย่างลึกซึ้ง

การประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง

หนังสือเล่มนี้เหมาะกับผู้ที่รู้สึกติดอยู่กับความคาดหวังของสังคม ผู้ที่ยังไม่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้ หรือผู้ที่กำลังค้นหาความหมายของชีวิต แนวคิดในเล่มสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้หลายมิติ เช่น:

- การเลี้ยงดูลูก: พ่อแม่สามารถใช้หลักการแยกปัญหาและยอมรับในความสามารถของลูกโดยไม่เข้าไปควบคุมเกินจำเป็นแต่พร้อมให้การช่วยเหลือเมื่อถูกขอ
- การทำงาน: เราสามารถหยุดพยายามทำให้ทุกคนพอใจ และโฟกัสกับเป้าหมายที่แท้จริงของงาน
- ความสัมพันธ์: เราสามารถลดความคาดหวังจากผู้อื่น และเรียนรู้ที่จะมีความสุขแม้จะไม่ได้รับการยอมรับเสมอไป

ข้อคิดสำคัญจากหนังสือ

- ชีวิตของเราถูกกำหนดโดยเป้าหมายที่เราเลือก ไม่ใช่อดีตที่เราหนีไม่ได้
- ความสุขเกิดขึ้นเมื่อเราหยุดแข่งขัน และเริ่มมีส่วนร่วมกับโลกอย่างเท่าเทียม
- เราสามารถเป็นอิสระได้ทันที ถ้าเรากล้าที่จะยอมรับว่า “เราไม่จำเป็นต้องได้รับการยอมรับจากทุกคน”

บทสรุป

“กล้าที่จะถูกเกลียด” เป็นมากกว่าหนังสือทางจิตวิทยา แต่คือคำเชิญให้ผู้อ่านตั้งคำถามกับระบบความเชื่อที่ฝังลึกในจิตใจ และตัดสินใจใช้ชีวิตอย่างกล้าหาญตามแนวทางของตนเอง หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้ที่รู้สึกติดอยู่กับความคาดหวังของสังคม ผู้ที่ยังไม่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้ หรือผู้ที่กำลังค้นหาความหมายของชีวิต แม้จะมีจุดด้อยในเรื่องการนำเสนอที่ซ้ำซ้อนและความขัดแย้งทางวัฒนธรรมบางประการ แต่คุณค่าของแนวคิดที่นำเสนอนั้นมีน้ำหนักมากพอที่จะทำให้หนังสือเล่มนี้กลายเป็นหนึ่งในผลงานสำคัญด้านจิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง หากคุณรู้สึกสับสน หวั่นไหว หรือรู้สึกว่าชีวิตยังไม่ใช่ของคุณ "กล้าที่จะถูกเกลียด" อาจเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการเปลี่ยนแปลงอย่าง

แท้จริง ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงที่รอคอยสิ่งภายนอก แต่การเปลี่ยนแปลงที่เริ่มต้นจากการเลือกใหม่ในวันนี้ ตั้งแต่วินาทีนี้ ความกล้าหาญที่แท้จริงไม่ได้อยู่ที่การไม่กลัว แต่อยู่ที่การเลือกที่จะใช้ชีวิตตามใจตนเอง แม้จะมีความกลัว และนั่นคือสิ่งที่หนังสือเล่มนี้ต้องการจะสื่อ

"กล้าที่จะถูกเกลียด" ไม่ได้สอนให้เป็นคนเย็นชา หรือไร้ความรู้สึกต่อผู้อื่น แต่คือการ กล้าใช้ชีวิตตามเป้าหมายที่แท้จริงของตนเอง โดยไม่ยึดติดกับการยอมรับจากภายนอก

หนังสือเล่มนี้จึงไม่ใช่เพียงแค่การ "กล้าที่จะถูกเกลียด" แต่คือการ กล้าที่จะเป็นตัวเอง และกล้าที่จะรักผู้อื่นโดยไม่ต้องครอบครอง

รูปแบบการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ใน
วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

<u>การเตรียมต้นฉบับ</u>

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 และอีเมล์ของผู้เขียน (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 (ระบุชื่อไว้ใต้รูป 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) กำหนดคำสำคัญที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ทำคำค้นในระบบฐานข้อมูลที่คิดว่าผู้ที่จะค้นหาบทความนี้ควรใช้ ให้ระบุทั้งคำภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษาอย่างละไม่เกิน 5 คำ

5. บทนำ (Introduction) อธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาและเหตุผลที่นำไปสู่การศึกษาวิจัย ให้ข้อมูลทางวิชาการที่มีการตรวจเอกสาร (Literature Review) รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย

6. วิธีการวิจัยหรือระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) อธิบายกระบวนการการดำเนินการวิจัย 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 และให้จบด้วยข้อเสนอแนะที่จะนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือทิ้งประเด็นคำถามการวิจัย 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 สุวรณแสง, 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 พร้อมทั้งแปลงภาษาด้วย (ตามตัวอย่างวิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ)

2.2 รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA ดังต่อไปนี้

หนังสือ

รูปแบบ	ผู้แต่ง./(ปีที่พิมพ์)./*ชื่อเรื่อง*/ครั้งที่พิมพ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./ สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	กีรติ บุญเจือ. (2547). *ตรรกวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
ผู้แต่ง 2 คน	ลัลนา ศิริเจริญ, และสุมาลี นิมานุภาพ. (2540). *ความรู้ทั่วไปทางภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
ผู้แต่ง 3-6 คน	ผู้แต่ง1, ผู้แต่ง2, ผู้แต่ง3, ผู้แต่ง4, ผู้แต่ง5, และผู้แต่ง6. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง.* สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 7 คนขึ้นไป	ผู้แต่ง1, ผู้แต่ง2, ผู้แต่ง3, ผู้แต่ง4, ผู้แต่ง5, ผู้แต่ง6,...ผู้แต่งคนสุดท้าย. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง.* สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ	คะนึง จันทรศิริ. (ผู้รวบรวม). (2547). *ประดิษฐ์เศษวัสดุ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
หนังสือแปล	ปาร์กเกอร์, อาร์. บี. (2552). *ศพคนดัง* [High profile] (อิสริยา ชมภูผล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: นกฮูก พับลิชชิ่ง.
ผู้แต่งเป็นสถาบัน เช่น หน่วยราชการ สถาบันการศึกษา	สำนักนายกรัฐมนตรี. กรมประชาสัมพันธ์. (2547). *นามสงเคราะห์ส่วนราชการ.* กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.
ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง	*ข้อขัดแย้งเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย*. (2547). กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
ไม่ปรากฏเมืองที่พิมพ์ / สำนักพิมพ์ หรือไม่ปรากฏปีที่พิมพ์	เมืองให้ใส่ (ม.ป.ท.) สำนักพิมพ์ให้ใส่ (ม.ป.พ.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.p.) สำหรับภาษาต่างประเทศ ปีให้ใส่ (ม.ป.ป.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.d.) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ *ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). (ม.ป.ป.). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

วารสาร

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

หนังสือพิมพ์

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

วิทยานิพนธ์

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./(ปีที่พิมพ์)./*ชื่อวิทยานิพนธ์*./(ระดับวิทยานิพนธ์,/ชื่อมหาวิทยาลัย).
	วรุณี อุดมศิลป. (2543). *ศิลปการประพันธ์เรื่องกายในนวนิยายของมาร์เกอริตยูรเซอร์นาร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

บทความในหนังสือ

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน หรือ In/ชื่อบรรณาธิการ/(บรรณาธิการ หรือ Ed. หรือ Eds.),/*ชื่อหนังสือ*/(ครั้งที่พิมพ์)/(เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.
	เสาวณีย์ จำเดิมเผด็จศึก. (2534). การรักษาภาวะจับหืดเฉียบพลันในเด็ก. ใน สมศักดิ์ โลห์เลขา, ชลีรัตน์ ดิเรกวัฒนชัย และมนตรี ตู้จินดา (บรรณาธิการ), *อิมมูโนวิทยาทางคลีนิคและโรคภูมิแพ้* (น.99-103). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย.

บทความจากวารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ	ผู้แต่ง./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./*ชื่อวารสาร*,/*ปีที่*(ฉบับที่),/เลขหน้า-เลขหน้า./ URLของวารสาร
	William, J. (2008). The victim of crime. *Sociology Review*, *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). *โรคสะเก็ดเงิน.* สืบค้น 28 ตุลาคม 2547, จาก http://www.thaiheath.net/h/article239.html.

การสัมภาษณ์

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

<u>วิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิง</u>

เอกสารอ้างอิง

(TH Sarabun New 16 Point ตัวหนา กึ่งกลางหน้า)

(เอกสารอ้างอิงจำนวนไม่เกิน 15 รายการเฉพาะที่ปรากฏในบทความเท่านั้น ใช้รูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA Style)

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

.....

(เอกสารอ้างอิงภาษาไทย และภาษาอื่นๆให้แปลเป็นภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA Style โดยเฉพาะ<u>เอกสารอ้างอิงภาษาไทย</u> ต้องทำให้เป็น Thai Romanization (การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมัน) และแสดงภาษาอังกฤษในวงเล็บเหลี่ยม [...])

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

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

.....

.....

.....

(ตัวอย่างวิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ)

เอกสารอ้างอิง

(เรียงลำดับตามตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวแรก เรียงลำดับรวมกันทั้งรายการอ้างอิงของไทยและต่างประเทศ)

Academic Standards Group. (2019). *Sarup phonlakā roḍam nœ̄n 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.

แปล

กลุ่มงานมาตรฐานวิชาการ. (2562). *สรุปผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาและการฝึกปฏิบัติงานปีการศึกษา 2561.* กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

Bergmann, J. and Sams, A. (2012). Flip the Classroom, International Society for Technology in Education, Washington DC., USA: Google Scholar.

Limratanamongkol, P. and Vicheanpanya, J. (2013). Patc̆hai hǣng khwāmsamret khoṇg kān rīan ʻoṇlai khoṇg phū rīan mahāwitthayālai sai bœ̄ Thai. [Critical Success Factor of Online Learning Toward Student of Thai Cyber University Project]. *Rangsit Information Journal*, 19(2), 54-63.

แปล

พชร ลิ่มรัตนมงคล และ จิรัชฌา วิเชียรปัญญา. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. *วารสารรังสิตสารสนเทศ.* 19(2), 54-63.

Office of the Higher Education Commission. (2018). *Phǣn ʻudomsuksā raya yāo yīsip pī (Phoṣo.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.

แปล

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (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.

Pinyosinwat, P. (2020). Chatkān rīan kānsoṇ yangrai nai sathānakān khō wit - sipkāo : c̆hak botrīan tangprathet sū kānc̆hatkān rīanrū khoṇg 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

แปล

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

Sutthaso, W. (2016). Thaksa kān rīanrū nai satawat thī yīsip ʻet : khwām thāthāi khong mahāwitthayālai rātchaphat wārasān wichākān mahāwitthayālai rātchaphat Phra Nakhon. [Century Learning Skills : Challenges of the Rajbhat University]. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, *7*(2), 149-156.

แปล

วิชยานนท์ สุทธโส (2559). ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 : ความท้าทายของมหาวิทยาลัยราชภัฏ *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 7*(2), 149-156.

<u>การส่งบทความ</u>

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 จัดส่งทางอีเมล์มาที่ 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 209, 211

2. กองบรรณาธิการจะนำบทความที่ท่านส่งมาเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมสำหรับตีพิมพ์ในวารสารฯ ในกรณีผลการประเมินระบุให้ต้องปรับปรุงหรือแก้ไข ผู้เขียนจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 15 วัน นับจากวันที่ได้รับผลการประเมินบทความ

แบบฟอร์มการส่ง ☐บทความวิจัย หรือ ☐บทความวิชาการ (โปรดใส่เครื่องหมายใน☐)
เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ) .....
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. ชื่อบทความ (ภาษาไทย) .....
.....
(ภาษาอังกฤษ) .....
.....
4. ชื่อผู้เขียนทุกคน (เพิ่มให้ครบตามจริง)
   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
.....
.....
โทรศัพท์ .....e-mail .....

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม(ถ้ามี)ขอรับรองว่า บทความเรื่องที่นำเสนอมานี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารเล่มใดมาก่อน และขอให้ความยินยอมในบทความเรื่องดังกล่าวที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ซึ่งหากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพกราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยินยอมรับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียว โดยบทความเรื่องที่นำส่งนี้จะต้องได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตามหลักเกณฑ์ที่กองบรรณาธิการกำหนด และในกรณีที่ข้าพเจ้าถอนบทความที่นำเสนอก่อนจะได้รับการตีพิมพ์ ข้าพเจ้ายินยอมเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการประเมินบทความดังกล่าว

ลงชื่อ .....
(.....)

แบบฟอร์มการชำระเงิน
วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์(Online)

ชื่อ (นาย, นาง, นางสาว).....นามสกุล.....

ที่อยู่เลขที่..... ถนน.....ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์..... Fax .....E-mail .....

Line ID.....

☐ สมัครสมาชิกและ ชำระค่าตีพิมพ์บทความ (Reader & Author)

ในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์(Southeast Bangkok Journal)

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

ขอส่งบทความของข้าพเจ้าจำนวน .....บทความ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น.....บาท

(..... .....)

โดยโอนเงินเข้าบัญชี ธนาคารกรุงไทย

ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

เลขที่บัญชี 180-0-21874-5

ลงชื่อผู้สมัคร/เจ้าของบทความ.....

(.....)

วันที่...../...../.....

กรุณาส่งแบบฟอร์มการชำระเงินพร้อมสำเนาหลักฐานการโอนเงินไปที่

e-mail : SBJournal@southeast.ac.th

หรือทางไปรษณีย์ ส่ง กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

298 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา

กรุงเทพฯ 10260 (วงเล็บมุมซอง “วารสารวิชาการ”)

โทร. 027447356 ถึง 65 ต่อ 209, 211

หมายเหตุ กองบรรณาธิการจะไม่มีการจ่ายคืนเงินทุกประเภท และขอสงวนสิทธิ์การตีพิมพ์บทความที่ยังไม่มีหลักฐานการโอนเงิน