



วารสาร

ปัญญาภิวัตน์

PANYAPIWAT JOURNAL

Volume 13 No. 1 January - April 2021



ISSN 2651-1088 (Online)

วารสารปัญญาภิวัตน์ (PANYAPIWAT JOURNAL)

ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย

(Thai-Journal Citation Index Centre-TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1

และฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI)

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2564

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 13 No. 1

January – April 2021

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1

มกราคม – เมษายน 2564

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 13 No. 1

January – April 2021

จัดทำโดย

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ

ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด

จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0 2855 1102, 0 2855 0908

โทรสาร 0 2855 0392



วารสารปัญญาภิวัตน์

PANYAPIWAT JOURNAL

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2564 Vol.13 No.1 January - April 2021

ISSN 2651-1088 (Online)

วารสารปัญญาภิวัตน์ได้ดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ปัจจุบันเป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI (Thai-Journal Citation Index Centre) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเป็นวารสารไทยที่ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI)

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ ศิลปศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สำหรับนักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

1. ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ ศิลปศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ประเภทผลงานวิชาการ ประกอบด้วย บทความวิจัย บทความวิชาการ บทวิจารณ์หนังสือ และบทความปริทัศน์
3. ภาษาของผลงานวิชาการ ได้แก่ ภาษาไทยและอังกฤษ

นโยบายการพิจารณากลั่นกรองบทความ

1. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวนอย่างน้อย 2 ท่านต่อบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Peer review)
2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด รวมทั้งผู้เขียนบทความต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานผู้อื่น
3. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์แต่อย่างใด
4. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร

กำหนดพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม

อัตราค่าธรรมเนียม

การตีพิมพ์บทความละ 3,500 บาท

ติดต่อกองบรรณาธิการ

สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์: 0 2855 1102, 0 2855 0908 โทรสาร: 0 2855 0392 อีเมล: journal@pim.ac.th

เว็บไซต์: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index>

ที่ปรึกษา

อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี และคณบดี สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์

รองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวต์ มณีโชติ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
ดร.นฤมล เพ็ชรสุวรรณ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ชุติมา สัจจานันท์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ศาสตราจารย์ ดร.นฤกฤต วันตะเมธัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.วรเวศม์ สุวรรณระดา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดิ์ ปั่นแห่งเพ็ชร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา ม่วงแก้ว อติตอจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
รองศาสตราจารย์ ดร.ธิดินันท์ ชาญโกศล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกุล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพิไล บัวสุวรรณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ขลิตรกุล วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูลทรัพย์ นาคานาคา อติตอจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เพชรสว่าง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณตา ทับทิมจรรยา สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาลิดา ศรีศรภักดิ์ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีริสา โชติยะปุตตะ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาคร สมเสริฐ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
อาจารย์นภเกศน์ สายสมบัติ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์
อาจารย์สิทธิกรณ คำรอด สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์

ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นางสาวนันทยา สวงดิสรรัตน์

นางสาวหทัยชนก เสาร์สูง

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Reviewers)

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ	มหาวิทยาลัยรังสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต ทะก่อง	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวต์ มณีโชติ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ธิดินันท์ ชานูโกศล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา น้อยจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรมล ศตวุฒิ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.เนาวนิตย์ สงคราม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ชยากรโสภิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมไพไล บัวสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตสะพานใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ ศิริพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รองศาสตราจารย์ ชรินทร์ ชุนหพันธ์รักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ อัจฉริยะประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกัน อนุวิจิตร	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ขวลิตกุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสนันท์ หัตถศักดิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลภา สบายยิ่ง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เดชพาหพงษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภา มะสินาริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรอนงค์ ผิวนิล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิดา ลาภศรีสวัสดิ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิมพา หิรัญกิตติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทบรรณาธิการ

“ทักษะที่จำเป็น” ต่อการทำงานในโลกยุคใหม่

สถานการณ์โควิด 19 (COVID-19) ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่างๆ เป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต (New Normal) ซึ่งนิวนอร์มัล ทำให้เราก้าวเข้าสู่การใช้ดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้น คนทำงานจำเป็นจะต้องเข้าใจและพร้อมเปลี่ยนแปลงตัวเองตลอดเวลา

ทักษะด้าน Hard Skills อย่างเดียวจะไม่เพียงพอที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน และองค์กรส่วนใหญ่เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับผู้ที่มีทักษะการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือ Soft Skills มากขึ้น ดังนั้น Soft Skills จึงเป็นทักษะในการทำงานที่จำเป็นในอนาคต เป็นส่วนช่วยให้ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ราบรื่น และประสบความสำเร็จ ดังนั้นภาคการศึกษาต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนให้สอดคล้อง และรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ โดยมุ่งเน้นให้เด็กมีทักษะที่หลากหลายด้าน นอกจากต้องเก่งเรื่องเทคโนโลยีแล้ว เด็กจำเป็นต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเขียนโปรแกรมได้ เพื่อเป็นการพัฒนาคนให้ออกมาทำงานในอาชีพใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตได้ ในขณะที่เดียวกันผู้คนในวัยทำงานปัจจุบัน ก็จำเป็นต้องปรับทักษะของตัวเองเพื่อสามารถทำงานต่อไปได้ในโลกที่กำลังเปลี่ยนไป ในรายงานของ McKinsey & Company ระบุว่าภายในปี 2030 แรงงานไม่น้อยกว่า 800 ล้านคนทั่วโลก จะถูกทดแทนโดยหุ่นยนต์และ AI เมื่องานที่เราเคยทำอยู่นั้น อาจถูกแทนที่โดยเครื่องจักร มนุษย์เราจึงต้องมีกรอบความคิดที่เปิดกว้างและยืดหยุ่น (Growth Mindset) ไม่ยึดติดกับอะไรเดิมๆ เพื่อกระตุ้นให้ตัวเองไปสู่ระดับที่สูงกว่า (แทนที่จะยึดติดกับทักษะเดิมๆ) ด้วยการเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ซึ่งเครื่องจักรยังไม่สามารถทำตามได้ มีความสามารถในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และมีความตั้งใจที่จะเปิดรับการเปลี่ยนแปลง นั่นคือทักษะที่ได้รับเลือกกว่า สำคัญที่สุดสำหรับทศวรรษนี้ รวมถึงอนาคตจากนี้ไป ส่วนผู้ที่ไม่พยายามพัฒนาทักษะให้

มีมากขึ้น ไม่รู้จักขนขวายหาความรู้ใหม่ๆ ให้ทันกับโลกที่เปลี่ยนไป คุณค่าที่เราคิดว่าเคยมีในตัวเราก็จะค่อยๆ หดไป ดังนั้น ใครที่ทำอะไรได้หลากหลาย มีทักษะหลายอย่างก็จะได้เปรียบมากกว่านั่นเอง โดยทักษะที่จำเป็นในการทำงานในโลกยุคใหม่ นอกจากการต้องปรับตัวได้และความยืดหยุ่นแล้ว ยังมีทักษะด้านอื่นๆ เช่น หนึ่ง ทักษะด้านเทคโนโลยี ได้แก่ Automation Tool, AI Technology, Data Analysis สอง ทักษะการทำงานเป็นทีม ได้แก่ People Skill, Empathy Skill, Leadership สาม ทักษะการบริหารจัดการตนเอง ได้แก่ Active Learning and Learning Strategies, Resilience, Stress tolerance and Flexibility สี่ ทักษะการแก้ปัญหา ได้แก่ Analytical Thinking, Creative, Reasoning, Problem-Solving และ ห้า ทักษะการสื่อสารและนำเสนอ ได้แก่ Exposure to, and Experience of, Written Communication, Presentation Skills, Listening Skills เป็นต้น กลุ่มทักษะเหล่านี้เป็นเรื่องที่เราควรต้องพัฒนาให้เกิดความเชี่ยวชาญ เพื่อที่ช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อรองรับการทำดิจิทัล ทรานส์ฟอร์มเมชันที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

แม้วันนี้จะยังคาดการณ์ไม่ได้ว่าวิกฤติการณ์โควิด 19 จะสิ้นสุดลงเมื่อไหร่ แต่ด้วยความร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วน จะช่วยให้เราผ่านพ้นวิกฤตินี้ไปด้วยกัน วารสารปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ขอเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้ทุกคน สามารถพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นใน “โลกยุคใหม่”

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล

tippapornmaha@pim.ac.th

สารบัญ

บทความวิจัย

ความสัมพันธ์ของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ของธุรกิจท้องถิ่นต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีน <i>วินยาภรณ์ พราหมณ์โชติ</i>	1
A COMPARISON OF PORTFOLIO DIVERSIFICATION OF THAI EQUITY FUNDS <i>Krissana Treesilvattanakul, Tanachote Boonvorachote, Nichaphat Puttisaowapak</i>	18
อิทธิพลของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อความตั้งใจซื้อและความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ ในประเทศไทย <i>วนิชย์ ไชยแสง</i>	30
การวิเคราะห์ข้ออุปทานของผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ด้วย SCOR Model: กรณีศึกษา บริษัท สวนละอ อ จำกัด <i>มฤดี จันทรัตน์, มนตรี คงตระกูลเทียน</i>	45
การวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา <i>ชาคร ประพรหม, เจษฎา ไหลภาภรณ์</i>	54
THE STUDY OF THE BEHAVIORAL INTENTION OF CULTURAL AND COMMUNITY-BASED TOURISM IN MYANMAR <i>Hlaing ZarChi Tin Myint</i>	71
เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา <i>นิติพล ธาระรูป, ปรัชญา พิระตระกูล, กมลศิริ วงศ์หมึก</i>	92
ปัจจัยด้านการสื่อสารองค์กรที่มีผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร: กรณีศึกษา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) <i>วิสาข์ เชี่ยวสมุทร</i>	104
ความไว้วางใจ ความเสี่ยงและประโยชน์ในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ <i>ศิริลักษณ์ ไรจนกิจอำนวย</i>	119
VISIONARY LEADERSHIP'S EFFECT ON EMPLOYEES' PROACTIVE BEHAVIOR: A MODERATING AND MEDIATING MODEL <i>Hao Chen, Jiwen Song</i>	132

ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของความสามารถจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย <i>อภิสิทธิ์ ธรรมวิมุติ, วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์, จันทนา แสนสุข</i>	147
ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต <i>กษิณิณ มีพรหม, สุกัญญา แซ่ม้อย, สืบสกุล นรินทรางกูร ณ อยุธยา</i>	164
ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา <i>ณัฐภัสสร ธนาบวรพาณิชย์, พิศมัย จารุจิตติพันธ์</i>	176
ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี: การประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด <i>อังค์วรา วงษ์รักษา, ศิริชัย กาญจนวาสี, สิริรักษ์ รัชชานันติ</i>	189
สหสัมพันธ์คานานิโคลของปัจจัยการออกกำลังกายนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี <i>ศทาวุธ เจียมบัว, ประสพชัย พสุนนท์</i>	201
จิตลักษณะและพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ที่ส่งผลต่อทักษะการสร้างสรรค์ งานนวัตกรรมของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง <i>วรารณณ์ คล้ายประยงค์, กาญจนา ภัทรวิวัฒน์, วิชุดา กิจธรรม, พิชิต ฤทธิ์จัญญู</i>	215
ภาษากับการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยในวรรณกรรมเพลงโรงเรียน <i>เบญจมาศ ขำสกุล, วิไลศักดิ์ กิ่งคำ, เมธาวิ ยุทธพงษ์ธาดา</i>	233
A FALSIFICATION OF ZHU QING SHI'S RESEARCH CONCLUSION THAT CONSCIOUSNESS IS THE BASIS OF THE OBJECTIVE MATERIAL WORLD <i>Xiao Yin Zhang, Wei Meng</i>	248
บทความวิชาการ	
การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน แนวโน้มการสรรหาบุคลากรที่ผู้บริหาร HR ต้องรู้ <i>ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร</i>	267
การจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล <i>นภัสนันท์ สุวรรณวงศ์, ปณิดา วรรณพิรุณ</i>	279

การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ด้วยรูปแบบ SMILES เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ ในยุคเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล อลงกรณ์ เกิดเนตร, ประภาวรรณ สมุทรเฝ้าจินดา, พันพัชร ปิ่นจินดา	294
การเสริมสร้างสมรรถนะของผู้เรียนโดยใช้การเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education จิตรรา จันทราเกตุรวี, พรพิมล ประสงค์พร	308
หลักการเดาความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษจากบริบท ไกรคุง อนันต์มงคล, ศิริินยา พิพัฒน์ศรีสวัสดิ์	318
พัฒนาการจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย วรารณ เหลืองวิไล, ศรินทร์รัตน์ กาญจนกุญชร, ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร	336
ความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย มณพัช กงประเวชนนท์	351



ความสัมพันธ์ของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบ
ในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีน

THE RELATIONSHIP OF MODERN MARKETING STRATEGIES AFFECTING THE
COMPETITIVE ADVANTAGE OF LOCAL BUSINESS TOWARDS THE HOLDING OF
THE CHINESE INVESTORS

วินยาภรณ์ พรหมณโชติ

Winayaporn Bhammanachote

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Received: March 16, 2020 / Revised: May 19, 2020 / Accepted: June 12, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีน โดยการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 393 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านความสามารถในการแข่งขันมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตลาดสมัยใหม่ ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ และด้านความพึงพอใจของลูกค้า ล้วนแต่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ มี 2 มิติ คือ ปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่น ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ($Beta = 0.590$) ด้านการตลาดสมัยใหม่ ($Beta = 0.463$) ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ ($Beta = 0.076$) ตามลำดับ และปัจจัยเชิงลบที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ด้านความสามารถในการแข่งขัน ($Beta = -0.325$) โดยปัจจัยเหล่านี้มีความแม่นยำร้อยละ 82.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การตลาดสมัยใหม่ ธุรกิจท้องถิ่น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจของชาวจีน

Abstract

This research aims to study the opinions towards the competitive advantage creation of local business in Chiang Mai province and to analyze the factors affecting the competitive advantage creation of local business towards the holding of the Chinese investors. This is a

quantitative research. A questionnaire was used as the instrument to collect data from the research sample consisting of 393 entrepreneurs in Chiang Mai province. Data were analyzed using the descriptive statistics and inferential statistics of multiple regression analysis. The results showed that: (1) the opinion toward the overall competitive advantage creation of local business was at the high level; when specific aspects of the competitive advantage creation were considered, it was found that the aspect of competitive ability received the highest opinion rating mean, followed by those of modern marketing, entrepreneurial potential, and customer satisfaction, all of which receiving opinion rating means at the high level; (2) factors affecting the competitive advantage creation of local business in Chiang Mai province composed of two dimensions: the positive factors affecting the competitive advantage creation were the customer satisfaction (Beta = 0.590), the modern marketing (Beta = 0.463), and the entrepreneurial potential (Beta = 0.076), respectively; in contrast, the negative factor affecting the competitive advantage creation was the ability to compete (Beta = -0.325). All of these factors led to the predictive power of 82.30 per cent which was significant at the .01 level of statistical significance.

Keywords: Modern Marketing, Local Business, Competitive Advantage, Chinese Business

บทนำ

ปัจจุบันการเคลื่อนย้ายของชาวจีนค่อนข้างมาก เกิดจากการสนธิกำลังของทุนต่างๆ อาทิ เงิน คน ความคิด ความรู้ เครื่องมือ กับคุณสมบัติของชาวจีนที่มองว่าทุกอย่างเป็นการทดลอง ปรับเปลี่ยนได้ ลำดับต่อมาคือ ความยืดหยุ่นมาก และมุมมองของผู้ประกอบการไทยถือว่าผู้ประกอบการจีนในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นบุคคลกลางที่ดีตราค่าและได้ขายสินค้าไทย โดยไม่เสียภาษีให้รัฐในแง่การตั้งร้านค้า อีกทั้งยังมีกลุ่มทุนขนาดใหญ่ครอบงำ ซึ่งอาจกระทบต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น (Siriphon, 2019) ทุนจีนเข้ามามีบทบาทในตลาดไทยมากขึ้น ทั้งการเข้ามาซื้อที่อยู่อาศัยและการเข้ามาร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการชาวไทย ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 ลูกค้านักชาวจีนสอบถามถึงอสังหาริมทรัพย์ไทยมากที่สุดในโลกและถือเป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดผู้ประกอบการชาวจีนให้มาลงทุนพัฒนาโครงการในไทยอีกด้วย เห็นได้จากจำนวนโครงการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการไทยและจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Kiratiyutawong, 2019) การ

เข้ามาของทุนจีนจึงเป็นที่จับตามองและมีการพูดถึงอยู่บ่อยครั้งในช่วงที่ผ่านมา โดยมูลค่าเงินโอนเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย (คอนโดมิเนียม) จากชาวจีนสูงถึงเกือบ 40,000 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 65.9 และคิดเป็นร้อยละ 12 ของมูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์ของอาคารชุดทั่วประเทศ (Charnchatreerat, 2019; Kiratiyutawong, Tungtrakul, & Kongseang, 2019) ซึ่งลูกค้าชาวจีนส่วนใหญ่โอนเงินมาจากจีนและเกาะฮ่องกงเป็นหลัก ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในไทยของชาวจีนมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ 1) ราคาที่ถูกกว่าประเทศอื่นๆ ที่ชาวจีนให้ความสนใจ เช่น สหรัฐฯ แคนาดา อังกฤษ ออสเตรเลีย 2) ผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจของนักลงทุนจีนที่มีพฤติกรรมแสวงหาผลตอบแทน (Search for Yield) และ 3) ความชื่นชอบในการใช้ชีวิตในเมืองไทยจากวัฒนธรรม คุณภาพความเป็นอยู่ และสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ชาวจีน ทำเลที่เป็นที่นิยม ได้แก่ ย่านศูนย์กลางธุรกิจในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ รวมถึงพื้นที่แถบชายทะเลของพัทยาและภูเก็ต (Tednok, 2019)

การเข้ามาของทุนจีนอาจเป็นผลดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเพิ่มสภาพคล่องทางการเงิน ลดต้นทุนต่างๆ รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเองแต่ในทางกลับกันผู้ประกอบการชาวจีนก็มีความได้เปรียบผู้ประกอบการชาวไทยที่เป็นรายย่อย ในด้านต้นทุนทางการเงิน (Kiratiyutawong, 2019) ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ที่นอกจากจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศแล้ว ยังส่งผลให้เชียงใหม่เริ่มเป็นที่น่าสนใจสำหรับการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนชาวไทยเอง หรือนักลงทุนรายใหม่อย่างนักลงทุนชาวจีน โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจชิปปิง (Shipping) ซึ่งนักลงทุนชาวจีนมองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มคนจีนที่มาท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่เป็นหลัก จึงเริ่มมีอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้เช่าเฉพาะคนจีนเท่านั้น โดยการลงทุนที่เห็นชัดของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ขณะนี้คือ โครงการลงทุนด้านโรงแรม โดยส่วนใหญ่ นักลงทุนจีนจะเข้ามาซื้อโรงแรมขนาดเล็กของคนไทย ขนาดการลงทุนราว 100-200 ล้านบาท โดยมีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคือนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งรูปแบบการลงทุนของนักธุรกิจจีนมี 3 ลักษณะ คือ 1) เข้ามาแบบถูกกฎหมายโดยคนจีนเข้ามาร่วมลงทุน ถือหุ้นร้อยละ 49 ต่อร้อยละ 51 ที่เป็นบุคคลสัญชาติไทยเข้ามาถือหุ้นบริษัท 2) เข้ามาลงทุนด้วยการให้คนไทยเป็นผู้จดทะเบียนบริษัท และบริหารตามนโยบายที่กลุ่มทุนกำหนด และ 3) กลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่เข้ามาเรียนในจังหวัดเชียงใหม่และเช่าอพาร์ทเมนต์ หรือหอพักทิ้งไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้พักอาศัย (Pholwattana, 2017)

ผู้ประกอบการจีนในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวอายุประมาณ 25-40 ปี ถือว่าเป็นคนจีนรุ่นใหม่ บางส่วนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเคยศึกษาหรือกำลังศึกษาต่อในประเทศไทย ได้เห็นช่องทางและโอกาสจึงผันตัวเองมาทำธุรกิจ โดยมีการ

พัฒนาการค้าใน 4 รูปแบบ คือ 1) การสร้างความหลากหลายทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจที่คล้ายคลึงกับประสบการณ์เดิม เช่น ทำธุรกิจโรงแรมเกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร เป็นต้น 2) สร้างระบบการจัดการแบบมืออาชีพมากขึ้น เช่น มีการวางแผน จัดระเบียบองค์กร และใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร 3) เป็นผู้ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขยายการทำธุรกิจ เช่น การใช้แอปพลิเคชันจองที่พักและการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ และ 4) การขยายตลาดหรือทำธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางหลัก เช่น ความสามารถในการส่งเสริมการขายสินค้า การขยายตลาดและการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Siriphon, 2018) เหล่านี้ล้วนสะท้อนถึงการตลาดสมัยใหม่ที่มีผู้นำเป็นชาวจีน ดังที่นิตยสาร Marketing Oops (2018) คาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2563 จะมี “คนจีนรุ่นใหม่” (Modern Chinese) เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของกลุ่มคนจีนที่มั่งคั่ง (Wealthy Chinese households) ที่เติบโตในยุคดิจิทัล (McKinsey and Company, 2019)

ขณะที่ผู้ค้าจีนรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากคนจีนโพ้นทะเลยุคเก่าที่มาพร้อมกับเสื้อผ้ามอญใบ กลุ่มผู้ค้าจีนรุ่นใหม่เหล่านี้กำลังสะท้อนลักษณะของทุนนิยมพันธุ์ผสม เป็นคนจีนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจที่มีความยืดหยุ่น และสามารถผสมผสานการใช้เทคโนโลยีและสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเครื่องมือทางการค้าที่มีความหลากหลายและน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งการค้าอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ของประเทศจีนได้เติบโตแบบก้าวกระโดด จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ประกอบกับการส่งเสริมและผลักดันจากภาครัฐทั้งการออกนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ เพื่อควบคุมเศรษฐกิจดิจิทัล ส่งผลให้อีคอมเมิร์ซของจีนแผ่ขยายไปทั่วโลก ส่งผลให้การค้าปลีกข้ามพรมแดนกลายเป็นโมเดลใหม่ของการเปิดตลาดการค้าของคนจีนโพ้นทะเลรุ่นใหม่ (Kuankham, 2019)

อย่างไรก็ตามการเข้ามาของนักลงทุนชาวจีนส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้าไทยในระยะยาว ที่ไม่สามารถแข่งขันกับนักลงทุนจีนได้ และท้ายที่สุดคือทำให้ประเทศไทยขาดดุลการค้าเพิ่มขึ้น หากภาครัฐให้การสนับสนุนและเป็นสะพานให้กับทุนจีน หรือสินค้าจีนให้หลั่งไหลเข้ามาในไทยเป็นจำนวนมาก (Thai Civil Rights and Investigative Journalism, 2018) ในขณะที่นักธุรกิจท้องถิ่นก็มีความเสียเปรียบและได้รับผลกระทบจากธุรกิจที่มีนักลงทุนจีนเข้ามาในเชียงใหม่ เนื่องจากผู้ประกอบการดั้งเดิมในไทยสู้สินค้าที่มีราคาต่ำกว่าของจีนไม่ได้ ธุรกิจไทยที่ผลิตสินค้าคล้ายหรือทับซ้อนกับคนจีนขาดส่วนแบ่งทางการตลาด เพราะไม่สามารถแข่งขันเรื่องต้นทุนได้ (PPTV, 2018) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสถานการณ์ถือครองธุรกิจของชาวจีนในทุกภาคส่วน เนื่องจากเห็นโอกาสในการทำธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ทุกประเภท และปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อลดความกดดันจากองค์กรประกอบต่างๆ ที่ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเสียเปรียบในการประกอบการของกลุ่มทุนและนักธุรกิจชาวจีนที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการประกอบธุรกิจ ด้วยการค้นหาปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวกำหนดโชคชะตาและความอยู่รอดของบริษัท และเป็นสิ่งที่บริษัทสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Porter, 1985) Hay & Williamson (1991) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันประกอบด้วย ตำแหน่งทางการตลาด ศักยภาพของผู้ประกอบการ (Newbert, 2008) ความสามารถในการแข่งขัน (Klein, 2002) และ ความพึงพอใจของลูกค้า (Mukerjee, 2016) อนึ่ง การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้นำแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาทำการค้นคว้าหาคำตอบที่สามารถนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) คือ ความสามารถที่ผู้ประกอบการหรือองค์กรดำเนินธุรกิจของตนเองได้ดีกว่าองค์กรอื่น สามารถทำกำไรได้สูงกว่ามาตรฐานของอุตสาหกรรม หรือธุรกิจสามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นมากกว่าคู่แข่ง (Chatravisit et al., 2010) ความได้เปรียบในการแข่งขันนี้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความสามารถพิเศษของตนเอง เช่น นวัตกรรม ความรู้ ภาพลักษณ์ขององค์กร (Nakkasem & Pasunon, 2018) และสิ่งเหล่านี้ล้วนนำไปสู่การเป็นผู้นำทางการตลาด และการสร้างผลกำไร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดต่อไปนี้มาเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อันประกอบด้วย ศักยภาพของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยง ที่จะต้องมีความพยายามในการค้นหาและพัฒนาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ อ้างอิงตามผลงานวิจัยของ Phacharintanakul et al. (2013) ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมการบริโภคของลูกค้า

ที่เปลี่ยนไปจากเดิมมาก ผู้ประกอบการจึงต้องใส่ใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น ความสะดวกสบาย (Yanan & Thanabordeekij, 2016) การมีสินค้าที่หลากหลาย เป็นต้น โดยองค์ประกอบของผู้ประกอบการนั้น Hatten (2006) ระบุว่า ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) ที่จะริเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่ สามารถสร้างนวัตกรรม (Innovation) การผลิตสินค้าใหม่ด้วยกระบวนการใหม่ๆ มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ที่เกิดจากการขาดทุนหรือความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ และมุ่งหวังในประสิทธิภาพ (Performance Intention) ที่มีต่อระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ ขณะที่ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ นับว่ามีความสำคัญ โดยเมื่อก้าวถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการ Porter (2005) ได้ให้แนวคิดไว้ว่าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจอยู่เหนือกว่าคู่แข่ง ต้องอาศัยกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Strategy) ซึ่งธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเลือกใช้วิธีการลดต้นทุนแทนการเพิ่มราคาขาย ซึ่งเป็นแนวคิดในการจัดการโดยการเพิ่มผลผลิต 2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiate Strategy) เป็นการสร้างคุณค่าให้สินค้าและบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และ 3) การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Niche or Focus Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจเลือกใช้ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในเรื่องความต้องการสินค้า

อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการเป็นผลที่เกิดจากองค์ประกอบสำคัญต่างๆ ที่จะทำให้การบริการมีประสิทธิภาพและได้รับความสนใจจากลูกค้าเพิ่มขึ้น ซึ่ง Locker & Dunt (1978) ระบุถึงทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า 6 ประเภท ที่จะช่วยประเมินการเข้าถึงลูกค้า และความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับ ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับ (Convenience)

2) ความพึงพอใจต่อการประสานงาน (Co-ordination) 3) ความพึงพอใจต่อข้อมูล (Information) 4) ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยไมตรี (Courtesy) 5) ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) และ 6) ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่าย (Output-off-Pocket Cost) หลักฐานจากงานวิจัยโดย Rahimić & Uštović (2012) ที่พบว่า ผู้ประกอบการไม่ใช่แค่ต้องทำเร็วกว่าหรือดีกว่าคู่แข่ง หากแต่ต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าร่วมด้วย ซึ่งถือเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

โดยที่ปัจจุบันยังต้องคำนึงถึง แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing Management: MMM) ดังที่ Rahnema & Beiki (2013) กล่าวว่า เป็นกระบวนการที่ส่งผลความเป็นอยู่ของผู้บริโภคเพราะเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าส่งผ่านการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ซึ่งการบริหารกิจการสมัยใหม่โดยเชื่อมโยง (Connecting) กับผู้บริโภคด้วยวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการตลาดและเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงมุ่งเน้นการบูรณาการด้านการตลาด การสื่อสารการตลาด และโซ่อุปทาน ขณะที่การดำเนินธุรกิจและการพัฒนาเครื่องมือด้านการบูรณาการการตลาด การบูรณาการด้านการสื่อสารการตลาด การตลาดสัมพันธ์ ล้วนเป็นระบบการจัดการตลาดที่ทันสมัยทันเหตุการณ์โลกธุรกิจ (Olteanu, 2008) นอกจากนี้ วิสัยทัศน์ การพัฒนาเศรษฐกิจประเทศด้วย “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์” (Value-Based Economy) ผ่านกระบวนการทางการตลาด เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ (Apirungruengsakul & Pasunon, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yanan & Thabordeekij (2016) ที่พบว่า ความสะดวกสบายของลูกค้าและการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ (ออนไลน์) ในธุรกิจเครื่องสำอางไทยในสาธารณรัฐประชาชนจีน

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้

(H₁) ศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นที่มีต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่

(H₂) ความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นที่มีต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่

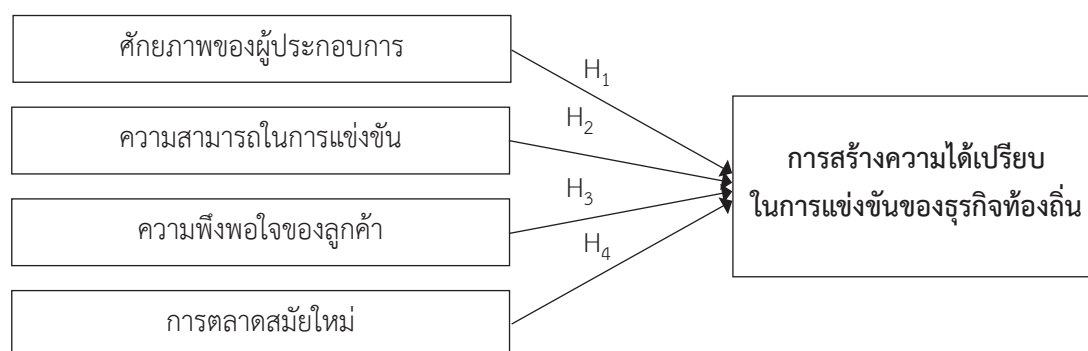
(H₃) ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นที่มีต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่

(H₄) การตลาดสมัยใหม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นที่มี

ต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดโดยนำความสำคัญของการดำเนินธุรกิจท้องถิ่นที่ประกอบด้วย แนวคิดศักยภาพของผู้ประกอบการ แนวคิดความสามารถในการแข่งขัน แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ และแนวคิดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นที่มีต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Porter 1980; Dunn, Norburn, & Burley 1994; Dess, Lumpkin, & Taylor, 2005)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22,560 ราย (ข้อมูลเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่) เป็นนิติบุคคล 52 แห่ง ที่มีนักธุรกิจสัญชาติจีนถือหุ้นร้อยละ 52.49 ของสัดส่วนการลงทุนทั้งหมด (Thai PBS, 2016) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ดังนี้

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

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากร (22,560 คน)

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ในที่นี้คือ ร้อยละ 5 หรือ 0.05)

แทนค่าในสูตรดังกล่าว จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 ราย

$$n = \frac{22,560}{1 + 22,560 (0.05)^2} = 393.03$$

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ที่ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในเชียงใหม่เพื่อแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ (Accidental) จากจำนวนผู้ประกอบการ 52 แห่งๆ ละ 8 ชุด

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อออกแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยมีข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและครอบคลุมเนื้อหา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสอบถามข้อเสนอแนะในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการหาคุณภาพเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ที่เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจและด้านคณิตศาสตร์ตรวจสอบเพื่อทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) และตรวจสอบสำนวนภาษาให้มีความเหมาะสมเข้าใจง่าย ตลอดจนตรวจสอบเกณฑ์การให้คะแนน การแปลผล และความหมายของคะแนน (Ongiem & Vichitvejpaisal, 2018) ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่าระหว่าง 0.66-1.00 หลังจากนั้นทำการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 50 ชุด ถึงแม้ว่ายังไม่ปรากฏข้อมูลอ้างอิงที่ระบุขนาดตัวอย่างของการทดสอบแบบสอบถาม (Perneger et al., 2015) แต่นักวิชาการส่วนใหญ่มักทำการทดสอบระหว่าง 5-8 ชุด (Wild et al., 2005) ไปจนถึง 25-72 ชุด หรือให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (Converse & Presser, 1986) นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำแบบสอบถามมาหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายข้อกับ

โดยรวม (Item Total Correlation) ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ค่าระหว่าง 0.30-0.82 พร้อมทั้งวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.87 ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องเนื่องจากแบบทดสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี และสามารถนำไปวัดผลได้จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 (Ongiem & Vichitvejpaisal, 2018)

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยแต่งตั้งผู้ช่วยนักวิจัยจำนวน 10 คน ให้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่เป้าหมาย ทำหนังสือขออนุญาตสถานประกอบการ แล้วจึงเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบว่ามีความสมบูรณ์แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ 2) การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 3) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประเภทธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิตจำนวน 248 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.10 และภาคบริการ 145 ราย จำนวน คิดเป็นร้อยละ 36.90 ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน ระหว่าง 1-5 ล้านบาท จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมาคือ ทุนจดทะเบียน ระหว่าง 5 แสน ถึง 1 ล้านบาท จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.90 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี จำนวน 264 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.17 รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.28 และส่วนใหญ่มีที่มาของแหล่งเงินทุนจากเงินกู้ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.98

รองลงมาคือ ทนส่วนตัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70

ได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ แสดงดังในตารางต่อไปนี้

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการสร้างความ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวม

ความคิดเห็นที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ	4.11	0.44	มาก
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	4.14	0.57	มาก
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า	3.89	0.31	มาก
ด้านการตลาดสมัยใหม่	4.12	0.51	มาก
เฉลี่ย	4.06	0.34	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.06 และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ ด้านการตลาดสมัยใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

3.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันเพื่อทดสอบว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กับก็แปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ก็ จะนำเฉพาะตัวแปรดังกล่าวเข้าสมการการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis)

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระและระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	Y (การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่น)
ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1)	0.490**
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X2)	-0.860**
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (X3)	0.735**
ด้านการตลาดสมัยใหม่ (X4)	0.574**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมูลเหตุคือ ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X2) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (X3) และ ด้านการตลาดสมัยใหม่ (X4) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่น อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระมีความเหมาะสมที่จะใช้พยากรณ์ตัวแปรตาม

3.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity โดยทำการวิเคราะห์โดยค่า Tolerance และ ค่า VIF

ตารางที่ 3 แสดงค่า Tolerance และ ค่า VIF

ตัวแปรพยากรณ์	Tolerance	VIF
ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1)	0.610	1.641
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X2)	0.557	1.796
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (X3)	0.676	1.479
ด้านการตลาดสมัยใหม่ (X4)	0.354	2.825

จากตารางที่ 3 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้ ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 หากเกินกว่านี้ แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก และหากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 2.825 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด 0.354 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันระดับสูง

(ไม่เกิด Multicollinearity) (Miles & Shevlin, 2001; Pedhazur, 1997; Blalock, 1970) ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า (H₁) ศักยภาพของผู้ประกอบการ (H₂) ความสามารถในการแข่งขัน (H₃) ความพึงพอใจของลูกค้า และ (H₄) การตลาดสมัยใหม่ ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นที่มีต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

3.3 การนำตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่เพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	-0.263	0.152		-1.727	0.085
ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1)	0.077	0.028	0.076	2.789	0.006
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X2)	-0.257	0.022	-0.325	-11.456	0.000
ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (X3)	0.846	0.037	0.590	22.920	0.000
ด้านการตลาดสมัยใหม่ (X4)	0.413	0.032	0.463	13.006	0.000

R = 0.907, R² = 0.823, F = 459.661, Sig = 0.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งปัจจัยที่ส่งผลทางบวกและส่งผลทางลบ โดยปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (X3) (Beta = 0.590) ด้านการตลาดสมัยใหม่ (X4) (Beta = 0.463) และด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1) (Beta = 0.076) ในขณะที่ปัจจัยเชิงลบที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ คือด้านความสามารถในการแข่งขัน (X2) (Beta = -0.325) โดยปัจจัยเหล่านี้มีความแม่นยำร้อยละ 82.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมการที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปรที่เข้าสมการ ด้วยวิธีการเอาตัวแปรอิสระทุกตัว ทั้งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเข้าไปวิเคราะห์ในสมการถดถอย (Chanaboon, 2017) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถนำมาเขียนในรูปคะแนนดิบและมีคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = -0.263 + 0.077 (X1) - 0.257 (X2) + 0.846 (X3) + 0.413 (X4)$$

ผลจากสมการคะแนนดิบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนนความคิดเห็นในด้านความพึงพอใจของลูกค้าด้านการตลาดสมัยใหม่ และด้านศักยภาพของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 คะแนน ในแต่ละด้าน จะทำให้คะแนนความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มขึ้น 0.846, 0.413 และ 0.077 คะแนน ตามลำดับ ในขณะที่คะแนนความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของลูกค้า หากเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะส่งผลทำให้คะแนนความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจลดลง -0.257 คะแนน

สมการพยากรณ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.076 (X1) - 0.325 (X2) + 0.590 (X3) - 0.463 (X4)$$

จากสมการคะแนนมาตรฐานอธิบายได้ว่า หากต้องการให้การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ (Z) เปลี่ยนแปลงค่าไป 1 หน่วย จะขึ้นอยู่กับค่าการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปร 4 ตัวแปรประกอบกัน ได้แก่ ศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1) จำนวน 0.076 หน่วย ความสามารถในการแข่งขัน (X2) จำนวน -0.325 หน่วย ความพึงพอใจของลูกค้า (X3) จำนวน 0.590 หน่วย และการตลาดสมัยใหม่ (X4) จำนวน 0.463 หน่วย

อภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นต่อการถือครองธุรกิจของชาวจีน พบประเด็นที่น่าสนใจหยาบมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า (X3) การตลาดสมัยใหม่ (X4) และศักยภาพของผู้ประกอบการ (X1) ซึ่งปัจจัยทั้งสามล้วนมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นจะต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวและนำมาพัฒนากลยุทธ์ เช่นเดียวกับ Teeyasoontranon & Rukmai (2019) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดระดับ

ที่สูงขึ้น จะทำให้มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับที่สูงมากขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคาและการส่งเสริมการตลาดให้มีความเหมาะสม และเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ดี จึงก่อให้เกิดความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้น

ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tarapituxwong (2017) ที่ศึกษาเรื่องการสร้างตัวแบบการบริหารวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาธุรกิจชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ข้อค้นพบว่าผู้ประกอบการมีความพร้อมและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพไปสู่การขยายตลาดไปสู่ตลาดในประชาคมอาเซียน แต่ยังคงต้องทำการพัฒนาบุคลากรและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในด้านการตลาดและการผลิต โดยผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันด้านการตลาดเชิงรุก เช่น การออกงานแสดงสินค้าระดับประเทศ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย การขยายตลาดโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐ ต้องการปรับปรุงตราสินค้าให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรได้รับการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา การอบรมให้ความรู้แก่ผู้ผลิตเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สนับสนุนด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และควรมีการเสริมสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามลำดับ

ผลการศึกษาด้านการตลาดสมัยใหม่ที่สูงผลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอ้างอิงตามข้อค้นพบจากงานวิจัยของ Yanan & Thanabordeekij (2016) ที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ กล่าวคือกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ อาทิ สื่อสังคม

ออนไลน์ (social media) เป็นช่องทาง (platform) ที่ส่งเสริมการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและสร้างกลยุทธ์การตลาดของบริษัทให้มีความแตกต่าง ดังที่ Kotler & Keller (2012) เรียกว่า “นวัตกรรมการตลาด” (Marketing innovation) ให้เข้ามามีบทบาทในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มและมีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Healy et al., 2014)

2. ปัจจัยเชิงลบที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่คือ ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X2) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแรงกดดันในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ที่ก่อให้เกิดความตึงเครียดของการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นการแข่งขันในลักษณะชิงดีชิงเด่นธุรกิจอยู่ในสนามแข่งขันเสมือนว่าอยู่ในสนามรบที่ต้องหวาดระแวงอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือการแข่งขันอาจนำไปสู่ความขัดแย้งกันในการประกอบธุรกิจและอาจส่งผลเสียและเกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานที่หลากหลาย ทั้งด้านการลงทุน การตลาด และการจัดการ ดังที่ Sansawat & Suthiphasilp (2019) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มิตศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ระบุว่า อุปสรรคที่สำคัญคือไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตสินค้าในแต่ละรอบได้ การตลาดมีการแข่งขันกันในพื้นที่สูง มีอำนาจการต่อรองน้อย และการแข่งขันด้านราคาและปริมาณสินค้าสูง โดยเห็นว่า ภาครัฐและเอกชนควรส่งเสริมระบบการผลิตที่เน้นการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับมาตรฐานและความต้องการ และการสร้างกลุ่มที่เข้มแข็งในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่เพื่อให้มีปริมาณสินค้าที่สม่ำเสมอและควบคุมอำนาจการต่อรองได้

อย่างไรก็ดีเปลี่ยนการแข่งขันทางธุรกิจมาเป็นการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างเป็นเอกภาพ

ที่ทรงพลังจะนำไปสู่ความมั่นคงของธุรกิจได้ ดังตัวอย่าง การดำเนินธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือยังเป็นสิ่งที่สะท้อน ถึงความงาม ความเป็นเอกลักษณ์และกลิ่นอายของ วัฒนธรรม (Leksuit, 2018) ซึ่งยากต่อการเลียนแบบ เป็นการรวมกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันเป็นเครือข่าย ธุรกิจที่ทรงพลังขยายผลสู่ตลาดระดับประเทศและ ต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

3. เกิดการทำธุรกิจแบบตัวแทนหรือเรียกว่า นอมินี (Nominee) ในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบจากการศึกษาตามความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่ปฏิเสธไม่ได้ว่า ผู้ประกอบการจะต้อง ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการรุกรืบของ ทุนต่างชาติที่แฝงมากับการทำธุรกิจแบบตัวแทนหรือ เรียกว่านอมินี ซึ่งการปรับตัวของผู้ประกอบการท้องถิ่น จะต้องอาศัยกลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อรองรับการแข่งขัน ที่รุนแรง ตามที่ Punyaruang & Pooripakdee (2016) ระบุว่า กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีต่อผลความสำเร็จในการมุ่งเน้นพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของ ตลาด เจาะตลาดเฉพาะเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความแตกต่าง โดยการสร้างความเชื่อมั่น ให้แก่ผู้บริโภค รักษาคุณภาพมาตรฐานสินค้าให้คงไว้ และจะต้องมีความสามารถในการลดต้นทุนโดยใช้ ทรัพยากรร่วมกันกับหน่วยธุรกิจอื่นๆ รวมถึงลักษณะ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญจะต้องมีการปรับตัว มีการเรียนรู้ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. มาตรการชดเชยทางกฎหมายในการ ประกอบธุรกิจ นอกจากนั้นผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็น และข้อเสนอกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการ แข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นภายใต้สถานการณ์ถ้อยครอง ธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ที่พบว่า กฎหมาย ไม่สามารถกีดกันให้นักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามา ลงทุนหรือถือหุ้นในกิจการของผู้ประกอบการไทยได้ จึงทำให้นักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนที่มองเห็น โอกาสจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้วย กันนับสิบล้านคนในแต่ละปี จึงเข้ามาลงทุนด้วยการ

อาศัยชาวไทยเป็นหุ้นเชิดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยประสบภาวะถดถอยทาง ธุรกิจ ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญและหามาตรการ แก้ไขปัญหาในด้านนี้เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย ดังที่ Tantivisetthak & Na Ubon (2018) ระบุถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการลงทุนโดยตรงของจีน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้น ภาครัฐควรเข้ามาดูแลให้ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตาม กฎหมาย โดยต้องไม่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมชุมชน อีกทั้งกระแสการท่องเที่ยวด้วยตัวเองของนักท่องเที่ยวจีน ได้รับความนิยมน่าขึ้นอย่างมาก ภาครัฐควรร่วมมือ กับเอกชนเพื่อสร้างแอปพลิเคชันต่างๆ ให้นักท่องเที่ยว สามารถหาข้อมูล จองห้องพัก จองร้านอาหาร จองตั๋วโดยสาร จองบัตรเข้าสถานที่ท่องเที่ยว ซื้อ สินค้า และบริการประเภทต่างๆ ได้โดยต้องมีความ ปลอดภัยสูง และสามารถตรวจสอบได้ พร้อมทั้งควร กำหนดนโยบายให้เหมาะสมเพื่อปรับปรุงขีดความ สามารถการแข่งขัน และสร้างรายได้เปรียบในเชิง การค้าได้

สรุปผล

ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ ที่เป็นกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ของธุรกิจท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) ด้านศักยภาพ ของผู้ประกอบการที่ต้องเร่งสร้างศักยภาพด้านการ สื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการทั้งด้านภาษา และเทคโนโลยีที่จะนำไปสู่การเข้าถึงลูกค้าโดยตรง 2) ด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ต้องการสร้างความ เชื่อมั่นในสินค้าและรักษาคุณภาพมาตรฐานสินค้าให้ คงไว้ ตลอดจนมีความคิดสร้างสรรค์และใช้นวัตกรรม เข้ามาช่วยสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันควบคู่ กับการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Sawitwanich, 2010) 3) ด้านการตลาดสมัยใหม่ ที่ต้องปรับปรุง สินค้าให้คงความเป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับ รสนิยมของผู้บริโภค ผ่านนวัตกรรมการผลิตที่ยาก ต่อการเลียนแบบและมีความแตกต่างในผลิตภัณฑ์

รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการตอบสนองผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Sukglun, Suttapong, & Pianroj, 2018) นอกจากนี้ 4) ด้านความสามารถในการแข่งขัน ที่ต้องบูรณาการกับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ที่เป็นการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทั้งระบบ และการกำกับดูแลการถือครองธุรกิจของชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่อย่างเคร่งครัด ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่น (ผู้วิจัยสังเคราะห์)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากข้อค้นพบปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า การตลาดสมัยใหม่ และศักยภาพของผู้ประกอบการ ในขณะที่ปัจจัยเชิงลบคือ ความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นหน่วยธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่จึงควรดำเนินการต่อไปนี้

1.1 ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการแข่งขันมาเป็นกลยุทธ์สร้างความร่วมมือในการประกอบธุรกิจ เช่น การตกลงความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ หรือจัดตั้งสมาคมธุรกิจท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวคือเปลี่ยนการแข่งขันมาเป็นความร่วมมือทางธุรกิจ

1.2 ขับเคลื่อนกลยุทธ์สร้างความพึงพอใจของลูกค้า ธุรกิจท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต้องตระหนักถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและบริการให้เกิดความประทับใจจนนำไปสู่ความผูกพันต่อ

ผลผลิตและบริการของธุรกิจนั้นๆ

1.3 นำกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นมากมาย ธุรกิจจะต้องปรับตัวโดยนำนวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ

1.4 ใ้รับเร่งพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการต้องตื่นตัวตลอดเวลาเนื่องจากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงแบบพลวัตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน กล่าวคือผู้ประกอบการต้องพัฒนาความพร้อมของตนเองอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา โดยเฉพาะการมีแผนบริหารความเสี่ยงท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของการประกอบธุรกิจชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงเพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบเป็นสารสนเทศในการกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

References

- Apirungruengsakul, N. & Pasunon, P. (2020). Marketing Innovation Driven to E-Commerce. *Panyapiwat Journal*, 12(1), 1-14. [in Thai]
- Blalock, H. M. (1970). *An Introduction to Social Research*. Englewood Chiffs: Prentice-Hall.
- Chanaboon, S. (2017). *Chapter 6 Inferential Statistics Analysis. Statistics and Analysis in Basic Health Research*. Khonkaen: Khonkaen Provincial Health Office. [in Thai]
- Charnchatreerat, S. (2019). *Purchasing Power of Thai People Rely on “Chinese”*. Retrieved May 9, 2020, from <https://www.prachachat.net/columns/news-348839> [in Thai]
- Chatrivisit, R., Phujinda, S., Chootrakul, A., Jinanuluck, N., Puangkrasae, P., & Nilju, W. (2010). *Strategic Management*. Bangkok: Uksornngerndee. [in Thai]
- Converse, J. M. & Presser, S. (1986). *Survey Questions. Handcrafting the Standardized Questionnaire*. Newbury Park: Sage Publications Inc.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Taylor, M. L. (2005). *Strategic Management: Creating Competitive Advantage* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dunn, M., Norburn, D., & Burley, S. (1994). The Impact of Organizational Values, Goals, and Climate on Marketing Effectiveness. *Journal of Business Research*, 30, 131-141.
- Hatten, T. S. (2006). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond*. Boston: Houghton Mifflin.
- Hay, M. & Williamson, P. (1991). Strategic Staircases: Planning the Capabilities Required for Success. *Long Range Planning*, 24(4), 36-43.
- Healy, P., Serafeim, G., Srinivasan, S., & Yu, G. (2014). Market Competition, Earnings Management and Persistence in Accounting Profitability around the World. *Review of Accounting Studies*, 19(4), 1281-1308.
- Kiratiyutawong, C. (2019). *Insights into the Chinese Capital in the Real Estate Sector in Thailand*. Bangkok Business. Retrieved March 25, 2019, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646716> [in Thai]
- Kiratiyutawong, C., Tungtrakul, T., & Kongseang, M. (2019). *The Risk of Chinese Capital in the Thai Property Market*. Retrieved May 10, 2020, from <https://www.isranews.org/isranews-article/74682-risk-74682.html> [in Thai]
- Klein, J. (2002). Beyond Competitive Advantage. *Strategic Change*, 11(6), 317-327.
- Kotler, P. T. & Keller, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New York: Pearson Education limited Prentice-Hall.
- Kuankham, S. (2019). New Chinese Entrepreneurs and The Influences on E-commerce: The Study of Chinese Retailers in Chiang Mai Province. *Journal of Social Development*, 21(2), 119-139. [in Thai]

- Leksuit, S. (2018). Local Wisdom of Hand-Woven Textile Conservation in Accordance with Dharma Principles of Bann Nongnuak Tetile Center, Mae Raeng, Pasang District Lamphun. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12(29), 135-146. [in Thai]
- Locker, D. & Dunt, D. (1978). Theoretical and Methodological Issues in Sociological Studies of Consumer Satisfaction with Medical Care. *Social Science and Medicine*, 12(4A), 283-292.
- Marketing Oops. (2018). *Come to know "The New Chinese Generation" Influential Consumers in this Era and Tips for the Thai Brand to Beat Chinese*. Retrieved January 25, 2020, from <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/the-power-of-modern-chinese-consumers/> [in Thai]
- McKinsey and Company. (2019). *China Luxury Report 2019: How Young Chinese Consumers are Reshaping Global Luxury*. Retrieved May 10, 2020, from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/how-young-chinese-consumers-are-reshaping-global-luxury>
- Miles, J. & Shevlin, M. (2001). *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers*. London: Sage Publications.
- Mukerjee, K. (2016). Factors That Contribute Towards Competitive Advantage: A Conceptual Analysis. *The IUP Journal of Business Strategy*, 13(1), 1-14.
- Nakkasem, W. & Pasunon, P. (2018). Factors Affecting the Competitive Advantage of Service Business Entrepreneurs in Bangkok. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 2148-2167. [in Thai]
- Newbert, S. L. (2008). Value, Rareness, Competitive Advantage, and Performance: A Conceptual-Level Empirical Investigation of the Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 29(7), 745-768.
- Olteanu, V. (2008). Modern Marketing, Determinant Concept in the Reappraisal of Business and Organizational Professions and of Training Professionals in the New Economy. *Management and Marketing Journal*, 6(1), 5-10.
- Ongiem, A. & Vichitvejpaisal, P. (2018). Validation of the Tests. *Thai Journal of Anesthesiology*, 44(1), 36-42. [in Thai]
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction* (3rd ed.). Fort Worth, TX: Harcourt Brace College Publishers.
- Perneger, T. V., Courvoisier, D. S., Hudelson, P. M., & Gayet-Ageron, A. (2015). Sample Size for Pre-tests of Questionnaires. *Quality of Life Research*, 24(1), 147-151.
- Phacharintanakul, P., Sakrungsongsakul, S., Mahasinpaisan, T., & Artrajakit, S. (2013). Retail Marketing Strategies for Drugstore in Thailand. *Panyapiwat Journal*, 4(2), 1-9. [in Thai]
- Pholwattana, K. (2017). *Chinese Business in Chiang Mai*. Master's Degree Sociology and Anthropology Department, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University. [in Thai]

- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- PPTV. (2018). *Insight into the Good-effects of Thailand's Cooperation with Alibaba*. Retrieved May 10, 2020, from <https://today.line.me/th/pc/article/เจาะลึก+ผลดี+ผลเสีย+ความร่วมมือของไทยกับอาลีบาบา> [in Thai]
- Punyaruang, K. & Pooripakdee, S. (2016). Strategies Competitive Advantage that Affect the Success of the Operation Base on the Balance Scorecard Concept in Small and Medium Enterprises Food Processing in Supanburi Province. *The 1st Rajabhat Nakhon Sawan Research Conference* (pp. 803-816). Nakhon Sawan, Thailand: Rajabhat Nakhon Sawan University. [in Thai]
- Rahimić, Z. & Uštović, K. (2012). Customer Satisfaction as a Key Factor in Building and Maintaining Competitive Advantages of Companies. *Problems of Management in the 21st century*, 3, 91-105.
- Rahnama, R. & Beiki, A. (2013). Modern Marketing, Concepts and Challenges. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(6), 143-155.
- Sansawat, B. & Suthiphasilp, P. (2019). Promoting the Production of Organic Products in Chiang Mai Province: The Potential Competition in Asean Community. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*, 20(1), 19-29. [in Thai]
- Sawitwanich, S. (2010). *Strategic Management: Concepts and Theories*. Bangkok: Thammasat University Press.
- Siriphon, A. (2018). New Chinese Entrepreneur and the Changing of Border Trade Culture in the Northern Thailand. *Journal of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University*, 14(2), 139-157. [in Thai]
- Siriphon, A. (2019). New Chinese Trader and the Cross-Border Trade Tactics in Chiang Mai. In Santasombat, Y. (Ed.). *Chinese Capitalism Southeast Asia* (pp. 379-391). Chiang Mai, Thailand: Chiang Mai University. [in Thai]
- Sukglun, A., Suttapong, K., & Pianroj, N. (2018). Strategies for Creating Competitive Advantage for Smart Farming Enterprise. *Executive Journal Bangkok University*, 38(1), 91-100. [in Thai]
- Tantivisethsak, P. & Na Ubon, A. (2018). Factors Affecting China's FDI in Thailand in Comparison with other Asean Countries During 2000 - 2016. *Suthiparithat Journal*, 32(104), 169-182. [in Thai]

- Tarapituxwong, S. (2017). *The Creation of a Suitable Community Enterprise Administration Model for Competitive Advantage in ASEAN Economic Community: Case study, Community Enterprise in Mae Rim District of Chiang Mai Province*. Bangkok: The National Research Council of Thailand (NRCT). [in Thai]
- Tednok, P. (2019). *Chinese People Outside of China are Buying More Thai Property*. Retrieved May 10, 2020, from <https://www.prop2morrow.com/2019/05/17/คนจีนนอกประเทศจีนลุยซื้ออสังหาฯไทยมีมากขึ้น> [in Thai]
- Teeyasoontranon, T. & Rukmai, S. (2019). Behavior and Marketing Mix Factors Affecting Customers' Satisfaction on Local Restaurant Services in Chiangmai. *Dusit Thani College Journal*, 13(1), 302-314. [in Thai]
- Thai Civil Rights and Investigative Journalism (TCIJ). (2018). *Pull 400 Chinese Capital to Invest More in EEC, the Prime Minister Worry E-Commerce affect Thais*. Retrieved May 10, 2020, from <https://www.tcijthai.com/news/2018/29/current/7933> [in Thai]
- Thai PBS. (2016). *Nominee is the Key Man for Chinese Investors in Chiang Mai*. Retrieved May 10, 2020, from <https://news.thaipbs.or.th/content/252907> [in Thai]
- Wild, D., Grove, A., Martin, M., Eremenco, S., McElroy, S., Verjee-Lorenz, A., & Erikson, P. (2005). Principles of Good Practice for the Translation and Cultural Adaptation Process for Patient-reported Outcomes (PRO) Measures: Report of the ISPOR Task Force for Translation and Cultural Adaptation. *Value in Health*, 8, 94-104.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Yanan, Z. & Thanabordeekij, P. (2016). Online Marketing Strategy for Thai Cosmetics in China. *Panyapiwat Journal*, 8(1), 14-23.



Name and Surname: Wlinataporn Bhammanachote

Highest Education: Doctor of Philosophy (Management), University of Stirling, Scotland

Affiliation: Chiang Mai Rajabhat University

Field of Expertise: Management and Business

A COMPARISON OF PORTFOLIO DIVERSIFICATION OF THAI EQUITY FUNDS

Krissana Treesilvattanakul¹ Tanachote Boonvorachote², and Nichaphat Puttisaowapak³

^{1,2,3}Faculty of Agro-Industry, Kasetsart University

Received: March 25, 2020 / Revised: June 10, 2020 / Accepted: July 8, 2020

Abstract

Bank-affiliated equity funds have more business opportunity than nonbank-affiliated equity funds because the first group can implement its selling strategy via their commercial bank branches. This research compared the investment performance using portfolio diversification and characteristics of assets held between bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds that implemented the similar growth and value investing strategies. Statistics for data analysis were descriptive statistics with t-test for statistical difference test, analysis of variance, and regression analysis. Overall, bank-affiliated (42 funds) and nonbank-affiliated (24 funds) equity funds did not have any significant difference in investment performance. Both groups invested in large stocks about 90% of their asset values, while top-ten stocks occupied about 52-56% in their portfolios. For portfolio diversification, bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds had unsystematic risk of 28.22% and 33.54%, respectively. Therefore, both equity funds groups have administered approximately similar level of internal risk. Concerning the characteristics of assets held, a slight difference is evidenced where bank-affiliated equity funds have chosen to invest in smaller stocks, although their fund sizes are larger.

Keywords: Portfolio Diversification, Equity Funds, Investment Performance

Introduction

Financial independence usually starts from well-prepared savings. Investment on traditional banking accounts not only have low growth rate of capital value appreciation, but investors generally suffer from rising inflation (Thune, 2018: 2). For these reasons, other alternative investments for savings become more popular for investors to meet their desired financial goals. One of the most popular investing choices is equity mutual

funds, which investors can potentially receive different yet higher returns according to their risk tolerance. To achieve their investing goal in equity funds, investors generally prefer good portfolio diversification managed by fund managers. The better risk diversification managed by institutional professions is among several advantages of investing in mutual funds over investing in particular stocks (ID Analysts, 2018: 2). Nonetheless, all investments including mutual

funds have risks; and investors can bear risks differently (Dwyer, Gilkeson, & List, 2002: 151; Pandey, 2018: 9). It is critically important that investors must study objectives and characteristics of those mutual funds to determine those risks and their own risk acceptant levels. There are several types of mutual funds. Equity funds become the point of interest in this study because of their attractiveness from high long-term growth rate comparing to others. Typically, equity funds can be further categorized into bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds. Bank-affiliated equity funds might have more business opportunity from multiple-branch access to customers than those managed by the nonbank institutions. The first group can implement its selling strategy via commercial bank branches. Nevertheless, there is no guarantee that the bank-affiliated equity funds will outperform the nonbank-affiliated equity funds because of their higher business opportunity. As frequently cited by the financial press, portfolio managers of bank-affiliated equity funds have reputation of being less aggressive resulting in incapability of earning large returns (Frye, 2001: 419).

Research Objective

In this research, we compare investment performance of bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds that using growth and value strategy according to Baldrige (2018: 2) which operating in the Stock Exchange of Thailand on the followings: characteristics of assets held and portfolio diversification.

The result from this research will provide the answer if better investment performance of equity funds exists, which will eventually leads to investment decision.

Literature Review

Many studies on investment performance focuses on risk as every investment has risk and return. There are several common measures of investment performance, the frequently used measures are Sharpe ratio, Jensen's alpha, Treynor ratio, the excess standard deviation adjusted return, residual variance, and information ratio. Some studies choose to use combination of selected measures, and a few choose to use all of the measures. Statman (2000: 38) studied investment performance between socially responsible mutual funds and conventional funds. This study used Jensen's alpha and excess standard deviation adjusted return (eSDAR) as measures of investment performance. The result showed that socially responsible mutual funds performed better than conventional funds under a control of equal asset size but their risk-adjusted returns were not statistically different. Bello (2005: 55) also investigated diversification of socially screened portfolios covered with characteristics of assets held by funds. The study used Jensen's alpha, Sharpe ratio, and eSDAR as investment performance measures including residual variance (RV) to measure a level of unsystematic risk. This research indicated that socially responsible mutual funds' performance was not significantly different from conventional

funds in term of any aspects. In addition, diversification of portfolio of the two groups of funds was not significantly different from one to the other. Bernardin & Dumoussaud (2013: 1) conducted a research on risk-adjusted financial performance of the Vice Funds (funds investing in sin stocks e.g. alcohol). They used Treynor ratio, Sharpe ratio, and Jensen's alpha to measure investment performance. The study found that the Vice Funds performed better on average return than the benchmark over the studied period regardless of the market conditions. Panwar & Madhumathi (2006: 1) studied investment performance by focusing on characteristics, portfolio diversification of mutual funds in India. Two types of mutual funds of varied assets were investigated; the public-sector sponsored mutual funds and the private-sector sponsored mutual funds. The result showed that the public-sector sponsored mutual funds were not significantly different from the private-sector sponsored mutual funds on average returns. However, there was a significant difference found between the two groups in terms of average standard deviation, average variance, and average coefficient of variation (CV). Furthermore, the result showed a statistical difference for excess standard deviation adjusted return (eSDAR) as a measure of investment performance. With respect to portfolio diversification using residual variance as a measure, there was a significant difference between different sponsored funds. The empirical result of Frye (2001: 420) showed that bank-affiliated mutual funds were more

conservative than nonbank-affiliated mutual funds on the investment strategy. Nonetheless, in the aspect of risk, there was no significant difference in Sharpe ratio of the two mutual funds for any investment objectives. Hence, Frye concluded that bank-affiliated mutual fund did not underperform compared to the nonbank-affiliated mutual funds. Viriyabus (2002: 10) evaluated management of expected return for closed-end mutual funds of Thai commercial bank-affiliated funds and nonbank-affiliated funds. The result indicated that there was no significant difference on investment performance of the two groups by the measures of Sharpe ratio or Jensen's alpha. But a significant difference was found when Treynor ratio was implemented. With regard to risk measurement, the study revealed no significant difference in any of total risk, systematic risk, or unsystematic risk. Nevertheless, this study lacks of a comparison on information ratio of the two groups. Detpech (2016: 68) investigated on equity fund performance comparison between the bank-affiliated and nonbank-affiliated subsidiary mutual funds. This research concluded that the performance of mutual funds managed by banks were better than that of the ones managed by the non-bank institutions. The study revealed that bank-affiliated mutual funds had significantly higher Sharpe ratio and much lower risk than those of nonbank-affiliated mutual funds. In summary, many literatures found that investment performance of bank-affiliated and non-bank-affiliated mutual funds were not

significantly different despite of using different performance evaluation measures, namely, Sharpe ratio, Treynor ratio, Jensen's alpha, and excess standard deviation adjusted return. Nevertheless, a few literatures indicated a slight superior performance of mutual funds affiliated by banks. Forasmuch as aforementioned, it is interesting to research on portfolio diversification for the equity mutual funds with the growth and value investment strategy operating in the Stock Exchange of Thailand to fill in the missing literature gap.

Methodology

Data Collection

Net asset value (NAV) monthly data from January 2014 to December 2018 of equity funds which implementing a growth and value strategy as an active investment policy in the Stock Exchange of Thailand were collected. The equity funds were categorized into two groups; 42 bank-affiliated equity funds and 24 nonbank-affiliated equity funds.

Measurement of investment performance

Five alternative measures, namely, Jensen's alpha, α_p ; Treynor ratio, T_p ; Sharpe ratio, S_p ; residual variance, RV ; excess standard deviation adjusted return, $eSDAR$; and information ratio, IR were used to compare the investment performance of the equity funds groups. Jensen's alpha and Treynor ratio rely on beta as a measure of risk whereas the rest rely on standard deviation. S_p and IR rely on total risks, while α_p and T_p rely on systematic risk. Jensen's alpha can be

estimated as:

$$r_p - r_f = \alpha_p + \beta_p(r_m - r_f) \quad (1)$$

where r_p is the monthly return on portfolio p, r_f is the monthly return on one-year government bonds for one-year risk-free asset holding, r_m is the monthly return on market, and β_p is the beta of portfolio p. r_f is used to calculate risk premium. For Treynor ratio, the estimation is:

$$T_p = \frac{r_p - r_f}{\beta_p} \quad (2)$$

Refer to Bello (2005: 55), residual variance of portfolio p (RV) can be estimated as:

$$RV = 1 - \frac{\beta_p^2 \sigma_m^2}{\sigma_p^2} \quad (3)$$

where σ_m^2 and σ_p^2 are the variance of returns on market and portfolio p, respectively. The residual variance was used for estimating the level of unsystematic risk of the portfolio. If the residual variance was high, then diversification of the mutual funds would be low. According to Sharpe (1994: 50), risk premium over total risks can be measured through Sharpe ratio as:

$$S_p = \frac{r_p - r_f}{\sigma_p} \quad (4)$$

Furthermore, Statman (2000: 38) indicated that the excess standard deviation adjusted return ($eSDAR$) is a modified version of Sharpe ratio and the equation is:

$$eSDAR = r_f + \left(\frac{r_p - r_f}{\sigma_p} \right) \sigma_m - r_m \quad (5)$$

The *eSDAR* demonstrates excess return of the portfolio over the return of benchmark portfolio, where the portfolio is leveraged to have the standard deviation of benchmark. In addition, information ratio, *IR* was calculated following Israelsen (2005: 423). It is a measurement of portfolio returns beyond the returns of a benchmark compared to the volatility of those returns. It can be calculated as:

$$IR = \frac{r_p - r_m}{\sqrt{Var(r_p - r_m)}} \quad (6)$$

Following Bello (2005: 55), the data of the bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds groups were compared by using covariance analysis to investigate the differential impact of residual variance on investment performance. This selected method was a combined analysis of variance and regression altogether. Two advantages could be gained from this method; a test for significant difference of the means of portfolio performance can be undertaken, and a test for significant difference of investment performance associated with difference in residual variance can be conducted. The model that links investment performance to the two independent variables; residual variance and type of funds, is:

$$y = \omega_0 + \omega_1 x_1 + \omega_2 x_2 + \omega_3 x_1 x_2 + \varepsilon \quad (7)$$

where

y = Investment performance of the portfolio,

x_1 = Residual variance,

x_2 = Combined analysis by group of funds (A = bank-affiliated equity funds, and B = nonbank-affiliated equity funds), where $x_2 = 0$ if group B, and $x_2 = 1$ if group A,

ω_0 = The intercept of the two covariance analysis models,

ω_1 = The difference in investment performance between groups of equity funds

ω_2 = The difference in intercept of the two covariance analysis models,

ω_3 = The difference in slopes of the two covariance analysis models,

ε = The error terms.

According to the equation mentioned above, the expected values of investment performance for bank-affiliated equity funds are:

$$E(y) = (\omega_0 + \omega_2) + (\omega_1 + \omega_3)x_1 \quad (8)$$

And for nonbank-affiliated equity funds are:

$$E(y) = \omega_0 + \omega_1 x_1 \quad (9)$$

For this reason, ω_2 and ω_3 are the difference in intercept and slopes of the two covariance analysis models, respectively. According to these models, the difference in effect of residual variance on investment performance as a function group can be tested by testing

the null hypothesis: $H_0: \omega_3 = 0$. After the residual variance effects are adjusted, the difference in investment performance between groups of equity funds can be tested by testing the null hypothesis: $H_0: \omega_2 = 0$. Lastly, from equation (9), a linear relationship between residual variance and investment performance for nonbank-affiliated equity funds can be tested by testing

the null hypothesis: $H_0: \omega_1 = 0$.

Results

The summaries of a statistical difference t-test of bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds with growth and value strategy assuming unequal variance on their characteristics is shown in Table 1.

Table 1 A profile of bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds having growth and value investment strategy: January 2014 to December 2018

Deserption	Sample Mean		t-statistic
	Nonbank	Bank	
Panel A. Monthly Return			
Mean return	2.737	2.522	0.2008
Avg. standard deviation	11.655	12.349	1.8758*
Avg. coefficient of variation ^a	2.089	1.082	0.8089
Panel B. Portfolio Characteristic			
Net assets (M. Baht)	460.376	2,230.634	3.0306***
Common stock%	87.421	90.967	3.1566***
Bond%	2.364	1.677	0.6091
Capitalization (M. Baht)	116,823.223	99,013.064	1.8998*
Holdings	44.583	42.690	0.5999
Top ten%	56.489	52.131	2.3608**

Note: Common stock% and bonds% are percentage of common stock and bond investments of the fund's asset, respectively; capitalization is the median market capitalization of the companies held by the fund; holdings are the total number of companies held by the fund; and top ten% is the percentage of net assets invested in the fund's top ten holdings. The *t*-statistic are from a two-sample assuming unequal variances^a. This is the average of the coefficient of variation of the funds in that group.

***Significant at the 1% level, **Significant at the 5% level, *Significant at the 10% level by p-value statistics

The result indicated that bank-affiliated equity funds had net asset and percentage of common stock more than those of nonbank-affiliated equity funds with statistical significance. This means that bank-affiliated equity fund's size is statistically larger. On the other hand, nonbank-affiliated equity funds possessed larger market capitalization and percentage of net assets invested in the fund's top ten holdings. In other words, nonbank-affiliated equity funds held stocks with a slightly larger stock size than bank-affiliated equity funds did. Based on our result, we can conclude that equity funds affiliated by banks invested in stocks which were a bit smaller in stock size, although bank-affiliated

equity funds had higher investment capital. On the other hand, nonbank-affiliated equity funds chose to invest in a bit larger stock size although they had lower investment capital.

Table 2 presents the result of performance measures of two group of equity funds by using t-Test: 2 samples assuming unequal variance. Although portfolio's beta between the two groups of funds have significant difference as represented by t-statistic of 3.2994, bank-affiliated equity fund's beta was higher than that of the other. Investment performance of bank-affiliated equity funds and nonbank-affiliated equity funds were not significantly different for all measures.

Table 2 Performance of bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds having growth and value investment strategy: January 2014 to December 2018.

Measure	Sample Mean		t-statistic
	Nonbank	Bank	
α_p	-0.0119	-0.0165	0.4389
β_p	0.8480	0.9392	3.2994***
RV	0.3354	0.2822	1.2670
S_p	0.1173	0.0942	0.2562
$eSDAR$	-0.0139	-0.0165	0.2562
IR	-0.2254	-0.2324	0.0801
T_p	0.0104	0.0084	0.1533

Note: Performance relative to SET index

***Significant at the 1% level, **Significant at the 5% level, *Significant at the 10% level by p-value statistic

The result is consistent with Viriyabus (2002: 10), when Sharpe ratio and Jensen's alpha were used as the measures of investment performance. Our result is also consistent with Frye (2001: 420), who studied on bond funds and found no evidence that bank-affiliated mutual funds underperformed nonbank funds. However, our result differs from Detpech (2016: 68), who asserted that bank-affiliated mutual funds outperformed nonbank-affiliated mutual funds. For residual variance that represents portfolio diversification, bank-affiliated equity funds had lower residual variance (0.2822 or 28.22 %) than nonbank-affiliated equity funds (0.3354 or 33.54%). It means that bank-affiliated equity funds did better than nonbank-affiliated equity funds in term of investment diversification. Still, the difference between their residual variance was not statistically significant as indicated by relevant t-statistic when the SET index was used as the benchmark.

The correlation between measures of portfolio diversification and investment performance is shown in Table 3. The Sharpe ratio and *eSDAR* were calculated based on total variance, hence, they should be negatively correlated with residual variance.

The result suggested that not only Sharpe ratio and *eSDAR* had significant correlation with residual variance. The other remaining measures also had a significant correlation with residual variance in negative way. This study further demonstrated lower portfolio diversification implying lower investment performance because residual variance shows how much diversifiable risk remaining in portfolio.

Table 4 shows the effect of diversification on investment performance. To test the effect of residual variance as a group function using $H_0: \mathbf{\Omega}_3 = 0$. Whether we use any measures as a measure of investment performance, the *RV*Group* interaction term indicates that there is no significant difference in the effect of residual variance on investment performance as a function of groups when *RV* equals 1. The difference in investment performance between bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds, after the variable effects of diversification are adjusted, can be tested by using $H_0: \mathbf{\Omega}_2 = 0$. The result from Table 4 shows that there was no significant difference between bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds because of no difference in intercept.

Table 3 Pearson correlation of investment performance with diversification

Measure of Diversification	α_p	β_p	S_p	$eSDAR$	IR	T_p
Panel A. Nonbank-Affiliated Equity Funds						
<i>RV</i>	-0.802 (0.000)	-0.675 (0.000)	-0.816 (0.000)	-0.816 (0.000)	-0.809 (0.000)	-0.835 (0.000)
Capitalization	0.383 (0.065)	-0.220 (0.301)	0.325 (0.122)	0.325 (0.122)	0.310 (0.140)	0.329 (0.116)
Holdings	0.206 (0.335)	-0.189 (0.378)	0.192 (0.368)	0.192 (0.368)	0.173 (0.419)	0.214 (0.315)
Top Ten%	0.032 (0.883)	-0.173 (0.420)	0.031 (0.884)	0.031 (0.885)	0.041 (0.850)	0.028 (0.897)
Panel B. Bank-Affiliated Equity Funds						
<i>RV</i>	-0.702 (0.000)	-0.333 (0.031)	-0.724 (0.000)	-0.724 (0.000)	-0.723 (0.000)	-0.752 (0.000)
Capitalization	0.005 (0.977)	0.332 (0.032)	0.014 (0.928)	0.014 (0.928)	0.037 (0.814)	0.039 (0.804)
Holdings	0.016 (0.918)	-0.580 (0.000)	-0.029 (0.854)	-0.029 (0.854)	-0.070 (0.658)	-0.062 (0.699)
Top Ten%	0.023 (0.887)	0.105 (0.508)	0.040 (0.802)	0.040 (0.802)	0.052 (0.743)	0.057 (0.720)
Panel C. Combined Sample						
<i>RV</i>	-0.713 (0.000)	-0.463 (0.000)	-0.740 (0.000)	-0.741 (0.000)	-0.741 (0.000)	-0.770 (0.000)
Capitalization	0.108 (0.388)	0.107 (0.392)	0.106 (0.399)	0.106 (0.399)	0.113 (0.366)	0.125 (0.319)
Holdings	0.086 (0.491)	-0.447 (0.000)	0.054 (0.665)	0.054 (0.665)	0.020 (0.875)	0.045 (0.720)
Top Ten%	0.041 (0.746)	-0.103 (0.409)	0.044 (0.726)	0.044 (0.727)	0.048 (0.704)	0.048 (0.702)

Note: SET index is used as the benchmark portfolio. *p-values* are the numbers in parentheses.

***Significant at the 1% level, * Significant at the 10% level

Moreover, when $H_0: \mathbf{\Omega}_1 = 0$ was used to test the relation between residual variance and investment performance for nonbank-affiliated equity funds. This result, in line with the result from correlation analysis, indicated that residual variance was significantly related to all investment performance

measures observing by linear relationship between residual variance and investment performance. We can then conclude that residual variance of nonbank-affiliated equity funds was linearly related to investment performance.

Table 4 Covariance analysis

Source	df	SS ^a	F-value	p-value
Panel A. Dependent Variable: α_p				
RV	1	0.059	70.083	0.000***
Group	1	0.000	0.187	0.667
RV * Group	1	0.000	0.308	0.581
Panel B. Dependent Variable: S_p				
RV	1	4.520	81.085	0.000***
Group	1	0.018	0.324	0.571
RV * Group	1	0.006	0.111	0.741
Panel C. Dependent Variable: $eSDAR$				
RV	1	0.055	81.076	0.000***
Group	1	0.000	0.324	0.571
RV * Group	1	0.000	0.110	0.741
Panel D. Dependent Variable: IR				
RV	1	4.073	79.434	0.000***
Group	1	0.009	0.177	0.675
RV * Group	1	0.007	0.128	0.722
Panel F. Dependent Variable: T_p				
RV	1	0.093	96.913	0.000***
Group	1	0.001	0.544	0.464
RV * Group	1	0.000	0.020	0.887

Note: The result of covariance analysis using general linear model. The dependent variable is investment performance, all calculate using SET index as the benchmark portfolio. The covariate is residual variance. *Group* is equal to 0 if nonbank-affiliated equity fund, and 1 if bank-affiliated equity fund. The interaction term is *RV*Group*, it indicates difference in the relation between residual variance and performance as a function of group.

^aSum of squares (SS) type III

***Significant at the 1% level

Discussion

The primary objective of this study was to investigate the difference in investment performance of bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds through portfolio diversification and characteristics of assets held. This paper has shown the result that the investment performance of the bank-affiliated and nonbank affiliated funds

that show no significant difference. The result is consistent with the other studies. Because bank-affiliated equity funds could access to customers easier than non-bank-affiliated equity funds; therefore, their fund size is larger. Nevertheless, this was not the cause that bank-affiliated funds diversified their portfolios differently from non-bank-affiliated equity funds.

Conclusion

Essentially, bank-affiliated and non-bank-affiliated equity funds have not had any significant difference in investment performance. For portfolio diversification, bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds had unsystematic risk of 28.22% and 33.54%, respectively. The unsystematic risk is the risk which can be managed internally by fund manager. Therefore, both equity funds groups have administered approximately similar level of internal risk. Concerning

the characteristics of assets held, a slight difference is evidenced where Bank-affiliated equity funds have chosen to invest in smaller stocks, although their fund sizes are larger. The result of this study was based on the limited total 66 bank-affiliated and nonbank-affiliated equity funds covering 5 years period. As generally known for dynamic of financial investment, the further study could be conducted for longer period of time especially during the unstable global situation.

References

- Baldrige, R. (2018). *Understanding the Mutual Fund Style Box*. Retrieved March 10, 2020, from <https://www.investopedia.com/articles/basics/06/stylebox.asp>
- Bello, Z. Y. (2005). Socially Responsible Investing and Portfolio Diversification. *Journal of Financial Research*, 28(1), 41-57.
- Bernardin, A. & Dumoussaud, C. (2013). *A Case Study on the Risk-Adjusted-Financial Performance of The Vice Fund*. Master's Thesis, Umeå University.
- Detpech, B. (2016). *Equity Fund Performance Comparison Between Bank Affiliate and Non-bank Affiliate Subsidiary Mutual Funds*. Master's Thesis, Kasetsart University. [in Thai]
- Dwyer, P. D., Gilkeson, J. H., & List, J. A. (2002). Gender Differences in Revealed Risk Taking: Evidence from Mutual Fund Investors. *Economics Letters*, 76(2), 151-158.
- Frye, M. B. (2001). The Performance of Bank-affiliated Mutual Funds. *Journal of Financial Research*, 24(3), 419-442.
- ID Analysts. (2018). *Mutual Funds vs. Stocks (Which is Better in 2019?)*. Retrieved March 10, 2020, from <https://www.investingdaily.com/44677/mutual-funds-vs-stocks/>
- Israelsen, C. L. (2005). A Refinement to the Sharpe Ratio and Information Ratio. *Journal of Asset Management*, 5(6), 423-427.
- Pandey, D. R. (2018). *Study of Risk Management in Mutual Funds*. Retrieved March 10, 2020, from <https://www.slideshare.net/DEEPAKPANDEY228/risk-management-in-mutual-fund>
- Panwar, S. & Madhumathi, R. (2006). Characteristics and Performance Evaluation of Selected Mutual Funds in India. Retrieved October 1, 2019, from <https://ssrn.com/abstract=876402>
- Sharpe, W. (1994). The Sharpe Ratio. *Journal of Portfolio Management*, 21(1), 49-58.

- Statman, M. (2000). Socially Responsible Mutual Funds. *Financial Analysts Journal*, 56(3), 30-39.
- Thune, K. (2018). *Best Mutual Funds for Short-term Investing*. Retrieved March 10, 2020, from <https://www.thebalance.com/best-mutual-funds-for-short-term-investing-2466348>
- Viriyabus, A. (2002). *An Evaluation of Managing Expected Return for Closed-end Fund between Commercial Banks Group and Unit Trusts Group of Thailand during 1994-1996*. Master's Thesis, Dhurakij Pundit University. [in Thai]



Name and Surname: Krissana Treesilvattanakul
Highest Education: Ph.D. (Agricultural Economics), Purdue University, U.S.A.
Affiliation: Kasetsart University
Field of Expertise: Agricultural Economics



Name and Surname: Tanachote Boonvorachote
Highest Education: D.B.A. (Finance), Thammasat University
Affiliation: Kasetsart University
Field of Expertise: Finance



Name and Surname: Nichaphat Puttisaowapak
Highest Education: M.Sc. (Agro-Industrial Technology Mgt.), Kasetsart University
Affiliation: Kasetsart University
Field of Expertise: Agro-Industrial Technology Mgt

อิทธิพลของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อความตั้งใจซื้อและความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ในประเทศไทย

INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS BUYING INTENTIONS AND WILLINGNESS TO PAY FOR ORGANIC VEGETABLES IN THAILAND

วนิชย์ ไชยแสง

Vanich Chaisaeng

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Program in General Management, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

Received: March 20, 2020 / Revised: May 26, 2020 / Accepted: July 9, 2020

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและองค์ประกอบการเลือกซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค 2) วิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ตัวแปรที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในประเทศไทย โดยใช้แบบสำรวจตัวอย่างผู้บริโภค 6 ภาค ประเทศไทย จำนวน 601 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ สถิติอนุमान เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง และการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมเลือกซื้อผักอินทรีย์ 6 ด้าน คือ 1) ผักอินทรีย์มีความปลอดภัยมากกว่าผักอื่น 2) การมีผลดีต่อสุขภาพ 3) ฟาร์มเกษตรอินทรีย์มีการใช้พลังงานน้อย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) ผักอินทรีย์ช่วยสนับสนุนเกษตรกรในท้องถิ่น 5) การรับรองคุณภาพและมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ 6) ผักอินทรีย์ราคาขายสูง ผลการปรับตัวแบบอิทธิของพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ มีความสำคัญที่สุด ค่าเท่ากับ 0.87 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยหลังปรับตัวแบบการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืน ($\chi^2/df = 1.97$, AGFI = 0.9, RMSEA = 0.042) ตัวแบบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลทดสอบสมมติฐานคือ ทศนคมีผลต่อความตั้งใจซื้อ (H_1) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจซื้อ (H_3) และความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อ (H_4) ความตั้งใจซื้อส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อ (H_5) และค่านิยมไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ (H_2)

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค ความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อ ผักอินทรีย์

Abstract

The purposes of this study were: (1) to examine the behavior and components of buying organic vegetables of consumers; and (2) to analyze variables-relationship model that is suitable for the consumers in Thailand. This research used a survey questionnaire to collect data from the research sample consisting of 601 consumers in 6 regions of Thailand. The employed statistics

were inferential statistics to analyze the influence of variables with the path analysis technique and variables-relationship model analysis.

The results showed that there were 6 aspects of behavior of buying organic vegetables as follows: (1) organic vegetables were safer than non-organic vegetables; (2) organic vegetables were good for health; (3) organic farms consumed less energy and they were eco-friendly; (4) organic vegetables supported the local farmers; (5) the quality and standard certification from relevant institutions; and (6) organic vegetables had high sales price. The result of adjustment of the influence of consumer's behavior model on perceived behavioral control had influences on the willingness to pay for organic vegetables. The most important was equal to 0.87 at the .01 significant level. After the adjustment, the model had goodness-of-fit with the empirical data with the following goodness-of-fit statistics: $\chi^2/df = 1.97$, AGFI = 0.9, RMSEA = 0.042.

The results of hypothesis testing were the following: the attitude affected the purchase intention (H_1); the perceived behavioral control (PBC) affected the purchase intention (H_3); and affected the willingness to pay (H_4), the purchase intention affected the willingness to pay (H_5); and the subjective norms did not affect the purchase intention (H_2).

Keywords: Consumer Behavior, Willingness to Pay, Organic Vegetables

บทนำ

แนวโน้มการผลิตและการตลาดอาหารแบบเกษตรอินทรีย์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว มูลค่าตลาดในโลกสี่อันดับแรก ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา 35,782 ล้านดอลลาร์ เยอรมัน 8,620 ล้านดอลลาร์ ฝรั่งเศส 5,534 ล้านดอลลาร์ และ จีน 4,712 ล้านดอลลาร์ (Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), 2017) โดยตลาดรวมทั้งหมดของไทยมีมูลค่ารวม 2,331.55 ล้านบาท ในปี 2557

สำหรับประเทศไทยเกษตรอินทรีย์เป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาล (Panyakun, 2016) การปรับทิศทางการผลิตโดยเฉพาะภาคการเกษตร เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลก ซึ่งเกษตรอินทรีย์ถือเป็นการทำเกษตรกรรมที่พึ่งพาวิถีธรรมชาติ ที่ปฏิเสธการใช้สารเคมีสังเคราะห์และฮอร์โมนทุกชนิด ผลผลิตที่ได้จึงมีความปลอดภัยจากสารพิษ และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ปัจจุบันพบว่า ผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์มีราคา

สูงกว่าผลผลิตจากเกษตรเคมีที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดทั่วไป (Kasikorn Thai Research Center, 2015) แม้ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงคุณค่าของผักอินทรีย์ แต่ก็ยังประสบกับปัญหาเรื่องของการขาดความน่าเชื่อถือที่สูงกว่าชนิดผักอื่นๆ ตามท้องตลาด ทำให้การบริโภคผักอินทรีย์ มีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีอำนาจซื้อ (Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990) และส่งผลกระทบต่ออัตราการเพิ่มขึ้น ของการบริโภคผักอินทรีย์อย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาการบริโภคผักอินทรีย์จำนวนมากที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในซื้อผักอินทรีย์ของ Aertsens et al. (2009) พบว่า การกระตุ้นหรือแรงจูงใจผู้บริโภคผักอินทรีย์ยังเกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของอาหารและความต้องการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจในท้องถิ่น พฤติกรรมการใช้ชีวิตในอดีตที่ผ่านมา รวมถึงกระแสแฟชั่นและค่านิยมของผู้บริโภค

การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การศึกษาพฤติกรรม

ผู้บริโภคผักอินทรีย์ในประเทศไทยที่ยินดีจะจ่าย และสามารถที่จะจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ในการบริโภค โดยศึกษาพฤติกรรมและความต้องการซื้อที่แท้จริง (Gracia & Magistris, 2008) เพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุดและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมการซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในประเทศเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและสื่อสารการตลาด เพื่อให้เกิดความต้องการบริโภคสินค้าและพืชผักแบบเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นและมีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและองค์ประกอบการเลือกซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค
2. เพื่อวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ตัวแปรที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

บรรทัดฐานหรือค่านิยม (Subjective Norms) ทศนคติ (Attitudes) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control) และความตั้งใจ (Intentions) ได้นำมาใช้ในงานวิจัยจากทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (The Theory of Planned Behavior: TPB) (Ajzen, 1985) ต่อมา Ajzen (2002) คำนี้ถึงแนวคิดที่ได้จากมาตรวัด TPB ของ Ajzen เอง (Ajzen, 1991) โดยมีข้อกำหนดที่ว่า มาตรวัดทุกตัวสามารถวัดพฤติกรรมทั่วไปได้อย่างเท่าเทียมกัน และต้องคำนึงถึง 1) เป้าหมาย 2) การกระทำ 3) เนื้อหา และ 4) ระยะเวลา การวิจัยนี้จึงได้กำหนดเป้าหมายคือ ความตั้งใจบริโภคหรือซื้อผักอินทรีย์และพฤติกรรมการเลือกซื้อผักอินทรีย์ โดยใช้กรอบทฤษฎีของการวางแผนพฤติกรรม (TPB) (Ajzen & Fishbein, 1972) จากการเสนอของ Ajzen ในปี 1985 ซึ่ง TPB มาจากพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีความละเอียดอ่อนและซับซ้อนของแต่ละ

บุคคล Duffett (2017) พบว่า ทศนคติในการซื้อสินค้าจะมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้า เช่น หากผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจหรือมีประสบการณ์ที่ดีจะก่อให้เกิดทศนคติที่ดีและมีแนวโน้มที่จะตั้งใจซื้อสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

โดยความตั้งใจดังกล่าวและแนวคิดพฤติกรรม PBC จึงได้กำหนดเป็น 5 ตัวแปรพฤติกรรมที่นำมาศึกษา ประกอบด้วย 1) ทศนคติ (Attitudes) 2) บรรทัดฐานหรือค่านิยม (Subjective Norms) ในแบบของ TPB อ้างถึง การรับรู้ของการตัดสินใจ หรือ 3) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control หรือ PBC) ในแบบของทฤษฎี TPB อ้างถึงความเชื่อที่เกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้น จากปัจจัยที่อาจจะเป็นทั้งความสะดวกหรือขัดขวางต่อพฤติกรรมและอำนาจการรับรู้ ที่มีต่อปัจจัยนั้น 4) ความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจซื้อผักอินทรีย์ และ 5) ความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อหรือ Willingness to Pay (WTP) คือ การเต็มใจที่จะจ่าย หรือไม่จ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์

งานวิจัยของ Aldhmour (2016) กล่าวถึงทศนคติที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้การเลือกซื้อสินค้า เมื่อผู้บริโภคมีทศนคติทางบวกต่อการเลือกซื้อสินค้าให้มีความเชื่อว่าการเข้าถึงข้อมูลผ่านเครื่องมือการเลือกซื้อสินค้าที่ดี รวมถึงการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ชัดเจน และความเชื่อถือก็มีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งความตั้งใจซื้อเป็นเครื่องมือเพื่อกำหนดหรือพยากรณ์กระบวนการซื้อสินค้าหรือบริการได้ Parengkuan (2017) กล่าวถึง ความตั้งใจซื้อ การคิด พิจารณาในเรื่องราวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถี่ถ้วน มีแนวโน้มที่มั่นใจ และตัดสินใจศึกษาหาเหตุผลเพื่อที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค

ดังเช่น ประโยชน์หรือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผักอินทรีย์ที่ควรจะมีการสื่อสารไปยังผู้บริโภค จะมีผลต่อการติดตาม หรือสร้างการรับรู้ ก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ หรือเต็มใจจ่ายจากความชอบ โดย Vermeir & Verbeke (2006)

ได้ศึกษาถึงความเพียงพอของการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผักอินทรีย์พบว่า มีผลต่อการขยายส่วนแบ่งตลาดและสร้างความต้องการให้กับผู้บริโภคเพราะการให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดี ให้กับผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าใจ (Gracia & Magistris, 2008) ที่จะไปกระตุ้นความตั้งใจซื้อหรือการยินดีที่จะยอมจ่าย โดย Padberg et al. (2011) ได้ชี้ให้เห็นว่าฉลากหรือสัญลักษณ์ที่เป็นตราแสดงให้เห็นคุณภาพ ของผักอินทรีย์เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้บนผลิตภัณฑ์ งานวิจัยของ Shaheen et al. (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภค ความตั้งใจ และพฤติกรรมในการรับซื้อความสนใจ จากโฆษณาบนโทรศัพท์มือถือในประเทศปากีสถาน แล้วได้ข้อสรุปถึงความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะรับซื้อความโฆษณาทาง SMS และส่งผลให้แสดงพฤติกรรมในการตอบสนองด้วยการซื้อสินค้าในอนาคต รวมทั้งเป็นสิ่งที่สร้างความไว้วางใจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคยินดีหรือยอมจ่ายเพื่อซื้อ งานวิจัยของ Maichum, Parichatnon, & Peng (2016) กล่าวว่าทัศนคติมีบทบาทที่ชัดเจนในการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจงหรือมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อ โดยมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะประเมินผลิตภัณฑ์ในทางจิตวิทยา

จากวรรณกรรมและทฤษฎีข้างต้น จึงได้กำหนดสมมติฐานที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองแนวคิดและสมมติฐานที่พัฒนาขึ้น ได้ดังนี้

H_1 : ทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผักอินทรีย์

H_2 : บรรทัดฐานหรือค่านิยมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผักอินทรีย์

H_3 : การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผักอินทรีย์

H_4 : การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์

H_5 : ความตั้งใจซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ

เต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรในประเทศไทย ทั้งหมด 65,931,550 คน (Department of Provincial Administration, 2016) โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) เพื่อหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรในแต่ละพื้นที่โดยมีคุณสมบัติที่เคยซื้ออาหารหรือผักอินทรีย์เพื่อการบริโภคในครัวเรือนเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายคือ ผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารหรือผักอินทรีย์จากสถานที่ ดังต่อไปนี้ 1) ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์ มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า 2) ตลาดสดทั่วไป/ตลาดดั้งเดิม 3) ตลาดผักอินทรีย์/ตลาดค้าส่งพืชผักผลไม้ 4) สวนทำเกษตรหรือฟาร์มเกษตรอินทรีย์ 5) งานแสดงสินค้าหรืออื่นๆ และใช้การสุ่มตัวอย่างตามกลุ่มพื้นที่ จากกลุ่มตัวอย่าง 6 ภาคในประเทศไทย คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคละจำนวน 100 ตัวอย่าง ได้ทั้งหมดรวม 601 ตัวอย่าง ตามสัดส่วนของแต่ละภาค โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการลงพื้นที่สัมภาษณ์โดยตรง จากสถานที่ที่มีการจำหน่ายผักอินทรีย์ทั่วประเทศจากสถานที่ต่างๆ ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ตลาดสดทั่วไป ตลาดผักอินทรีย์ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่จัดขึ้นทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

เครื่องมือวิจัย

สร้างเครื่องมือการวิจัยตามโครงสร้างด้านเนื้อหาจากองค์ประกอบตัวแปรที่ Churchill (1979) และ Anderson & Gerbing (1988) ได้เสนอให้กลั่นกรองเครื่องมือวัด เพื่อมาอ้างอิงและสนับสนุน

ในการสร้างหรือลดตัวแปรที่ได้ผลการศึกษาและ ทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย ตัวแปรแฝง ภายนอก 3 องค์ประกอบ และตัวแปรแฝงภายใน 2 องค์ประกอบ ใช้แบบมาตราส่วน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด การตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ ช่วยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และโครงสร้าง ที่ใช้เป็นรายการข้อคำถามทั้งฉบับ ด้วยค่าดัชนีความ สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งข้อ คำถามควรมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.80 (Anderson & Gerbing, 1988) ทั้งนี้ผลจากการ ตรวจสอบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่าดัชนีความ สอดคล้องเท่ากับ 0.86 และการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.891 ทั้งนี้ใช้การ ประเมินความเที่ยงของแบบจำลองการวัด ด้วยการ หาความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability) การหาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average variance extracted) เพื่อประเมินความเที่ยงและค่า การพยากรณ์ตัวแปรสังเกต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (path analysis) ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบจำลองการวิจัย โดยใช้โปรแกรม LISREL (Joreskog & Sorbom, 1996) การประมาณค่าพารามิเตอร์และทดสอบสมมติฐาน หลักแบบฟังก์ชันความถนัดสูงสุด (The Maximum Likelihood Fitting Function) การใช้แบบจำลอง สมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมมติฐาน แบบจำลอง การวัด และแบบจำลองโครงสร้าง รวมทั้งดัชนีอื่นๆ เพื่อใช้พิจารณาในการปรับแบบจำลอง โดยพิจารณา ผลการทดสอบ ความกลมกลืนของแบบจำลอง โครงสร้าง กับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนและหลังการ ปรับตัวแบบจำลอง เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ของตัวแบบจำลองที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่

เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้บริโภคผักอินทรีย์จาก 6 ภูมิภาคทั่ว ประเทศไทย ผู้ตอบส่วนใหญ่ร้อยละ 67.9 เป็นผู้หญิง โดยมีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี ร้อยละ 65.9 เป็น นักศึกษา ร้อยละ 35.6 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 21.1 ประกอบธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ ร้อยละ 20.1 ผู้ตอบแบบสำรวจมีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาทต่อ เดือน ร้อยละ 59.4 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.9

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักอินทรีย์ ในประเทศไทย มีความถี่การซื้อ 2 ถึง 3 ครั้งต่อ สัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ร้อยละ 28.5 และต่ำสุดคือ ซื้อทุกวัน ร้อยละ 2.5 เปรียบเทียบการเคยไปยังสถานที่ซื้อ ผักอินทรีย์ ประกอบด้วยซูเปอร์มาร์เก็ตหรือ ห้างสรรพสินค้า ไปซื้อบางครั้ง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 48.7 ตลาดสดทั่วไปหรือตลาดดั้งเดิม ไปซื้อ เกือบทุกครั้งมากที่สุด ร้อยละ 42.4 ตลาดผักอินทรีย์ หรือตลาดค้าส่งพบว่า ไม่เคยไปมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 67.2 ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ ผู้ตอบแบบสำรวจ ไม่เคยไปมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 77.9 และงาน แสดงสินค้า ไม่เคยไปมากที่สุดร้อยละ 64.1 ส่วน ค่าใช้จ่ายซื้อผักทุกประเภทต่อเดือน ผู้ตอบแบบมีการ ซื้อผักจำนวนเงิน 251 ถึง 500 บาท มีจำนวนร้อยละ 41.2 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้อต่ำกว่า 250 บาท จำนวนร้อยละ 30.3 โดยมีสัดส่วนการซื้อผักอินทรีย์ ต่อผักทั้งหมดร้อยละ 1 ถึง 25 มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 50.2 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความกังวลต่อการมี สารเคมีตกค้างในผักสด จำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 71 ความตั้งใจการเลือกบริโภคผักอินทรีย์ของกลุ่ม ตัวอย่างผู้บริโภคในประเทศไทยพบว่า ซื้อผักอินทรีย์ เพื่อการดูแลและรักษาสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่

คือ 3.99 รองลงมาคือ ตั้งใจซื้อผักอินทรีย์เพื่อหลีกเลี่ยงการเจ็บป่วยด้วยโรคภัยที่จะเกิดขึ้นกับร่างกาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความตั้งใจการบริโภคผักอินทรีย์อย่างยั่งยืน มีระดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ตั้งใจซื้อผักอินทรีย์เพื่อเป็นผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

องค์ประกอบการเลือกซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (Food Safety) ด้านสุขภาพ (Health) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน (Local) ด้านคุณภาพและมาตรฐาน (Quality) และด้านอื่นๆ ล้วนมีความสำคัญ โดยผลศึกษาค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดในแต่ละด้านพบว่า ด้านความปลอดภัย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ผักอินทรีย์มีความปลอดภัยมากกว่าผักอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการมีผลดีต่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.2 ด้านสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับฟาร์มเกษตรอินทรีย์มีการใช้พลังงานน้อยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ให้ความสำคัญกับผักอินทรีย์ช่วยสนับสนุนเกษตรกรในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านคุณภาพและการมีมาตรฐาน รวมถึงให้ความสำคัญกับการ

รับรองคุณภาพและมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ย 3.88 และด้านอื่นๆ ผู้บริโภคมองว่าผักอินทรีย์มีราคาขายต่อหน่วยสูงกว่าผักประเภทอื่นๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผักอินทรีย์ในประเทศไทย

เพื่อให้ได้คุณภาพของมาตรวัดที่ศึกษา ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงจากความเที่ยงของตัวแปรแฝง (construct reliability: ρ_c) การหาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted: ρ_v) โดยผลวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบจำลองการวัด (the measurement model) เกณฑ์มาตรฐานความเที่ยงของตัวแปรแฝงควรมากกว่า 0.60 ส่วนค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดควรมากกว่า 0.50 (Fornell & Larcker, 1981) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) ของโมเดลการวัด (measurement model) ตัวแปรแฝง (latent variable) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) โดยการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) และความตรงแบบแตกต่าง (discriminant validity) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (ρ_c) ค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (ρ_v)

ค่า Construct พฤติกรรมผู้บริโภค ผักอินทรีย์	ค่า Standardize factor loading	ค่า t-value	ความเชื่อถือได้ ของ ตัวประกอบ (construct reliability: ρ_c)	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวน ที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted: ρ_v)
ค่านิยม (Subjective Norms)			0.65	0.54
1. loc1	0.85	18.93		
2. loc2	0.79	15.72		
3. loc3	0.86	20.33		
ทัศนคติ (Attitudes)			0.49	0.28
1. en1	0.65	12.71		
2. en2	0.71	15.07		

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (ρ_c) ค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (ρ_v) (ต่อ)

ค่า Construct พฤติกรรมผู้บริโภค ฝักอินทรีย์	ค่า Standardize factor loading	ค่า t-value	ความเชื่อถือได้ ของ ตัวประกอบ (construct reliability: ρ_c)	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวน ที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted: ρ_v)
3. en3	0.69	14.47		
4. qua1	0.38	6.17		
5. qua2	0.35	5.90		
6. ot1	0.72	16.41		
7. ot2	0.71	15.14		
การรับรู้ควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control)			0.57	0.40
1. qua3	0.57	11.36		
2. su4	0.74	16.35		
3. su5	0.79	18.23		
4. su6	0.78	16.59		
ความตั้งใจ (Intentions)			0.53	0.37
1. sa1	0.77	12.71		
2. sa2	0.69	13.30		
3. sa3	0.71	13.63		
4. sa4	0.68	12.41		
5. hea1	0.63	12.32		
6. hea 2	0.66	12.67		
7. hea 3	0.62	11.09		
ความเต็มใจจ่ายหรือซื้อ (Willingness to Pay: WTP)			0.56	0.37
1. su1	0.81	13.31		
2. su2	0.76	13.91		
3. su3	0.77	15.11		
4. su7	0.69	14.15		
5. su8	0.44	6.81		

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง จากการประเมินจากความเที่ยงภายใน ค่าความเชื่อถือได้ของตัวประกอบ (construct reliability) มีค่าระหว่าง 0.49 ถึง 0.65 โดยเกณฑ์มาตรฐานความเที่ยงของตัวแปรแฝงควรมากกว่า 0.60 ซึ่งพิจารณาจากตรวจสอบความตรงแบบบรวมนูนัย (convergent validity) ส่วนการหาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted) มีค่าระหว่าง 0.28 ถึง 0.54 จากมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Fornell & Larcker, 1981)

ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของการบริโภคฝักอินทรีย์ในแต่ละองค์ประกอบที่ศึกษามีผลต่อการบริโภคฝักอินทรีย์ รวมทั้งการวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรสังเกต สามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้

จากค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity และค่าดัชนี ไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน ที่แสดงถึงตัวแปรที่สังเกตได้ในการวิจัยมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์

construct	mean	S.D.	1	2	3	4	5
1. Subject Norm	3.93	0.06	1				
2. Attitude	3.62	0.20	0.65** (t = 17.33)	1			
3. PBC	4.18	0.17	0.50** (t = 12.15)	0.57** (t = 15.26)	1		
4. Intention	3.92	0.16	0.48 (t = 0.39)	0.63* (t = 5.73)	0.51* (t = 2.18)	1	

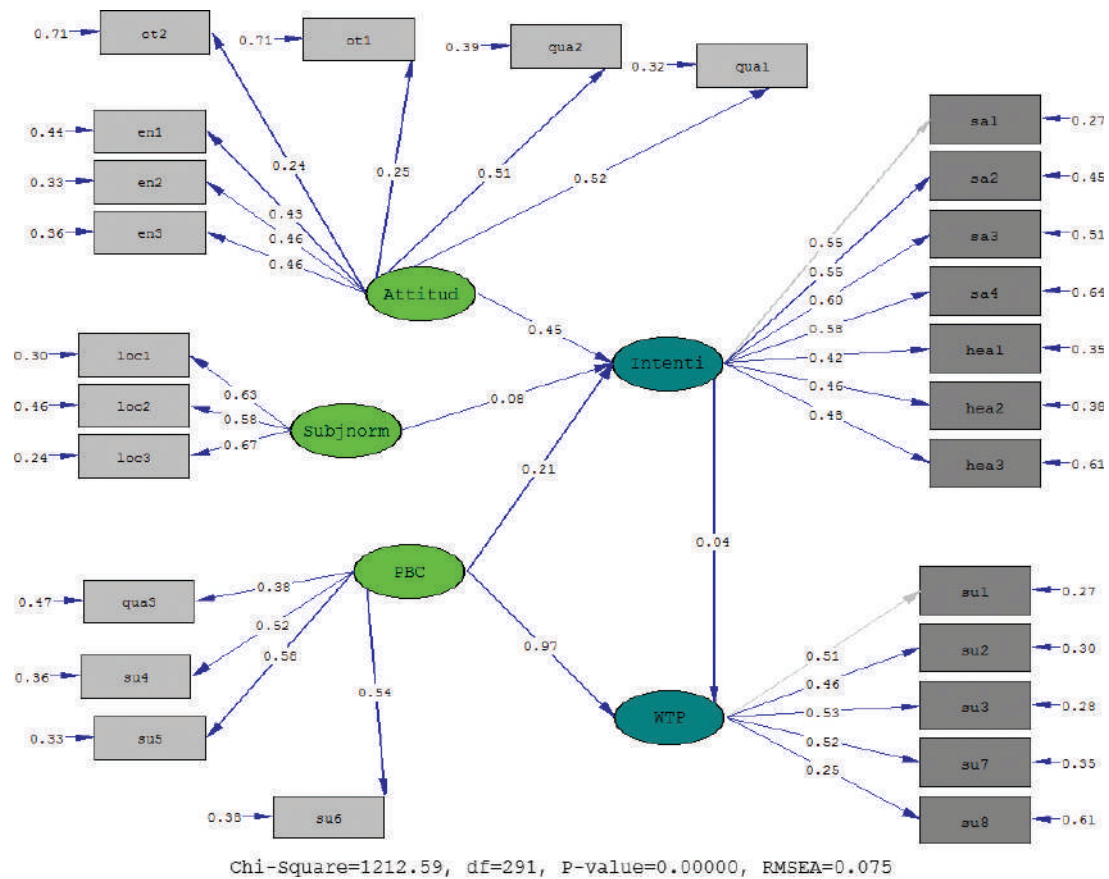
จากตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control: PBC) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ คือ มีค่าเท่ากับ 4.18 และมีค่าความสัมพันธ์กับพฤติกรรม 2 องค์ประกอบ คือ ด้านค่านิยมและทัศนคติต่อการบริโภคผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC) ยังมีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อหรือ Willingness to Pay (WTP) ที่ระดับ 0.01 โดยองค์ประกอบต่อมาคือ พฤติกรรมด้านค่านิยม (Subject Norm) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมด้านทัศนคติ (Attitude) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($t = 17.33$) แต่ไม่มี

ความสัมพันธ์ทางสถิติกับพฤติกรรมด้านความตั้งใจซื้อ และด้านความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อ

3. ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์

ตัวแบบอิทธิพลของพฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์ในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์จึงแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ตัวแบบแรกกำหนดให้เป็นไปตามสมมติฐาน (Hypothesis model) ซึ่งเป็นการนำตัวแบบโครงสร้างที่พัฒนามาจากแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมการซื้อและความตั้งใจซื้อ จากกรอบการศึกษา TPB และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเทียบเคียงในการศึกษาตัวแบบองค์ประกอบพฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์ของไทย มีผลการศึกษา ดังภาพที่ 1

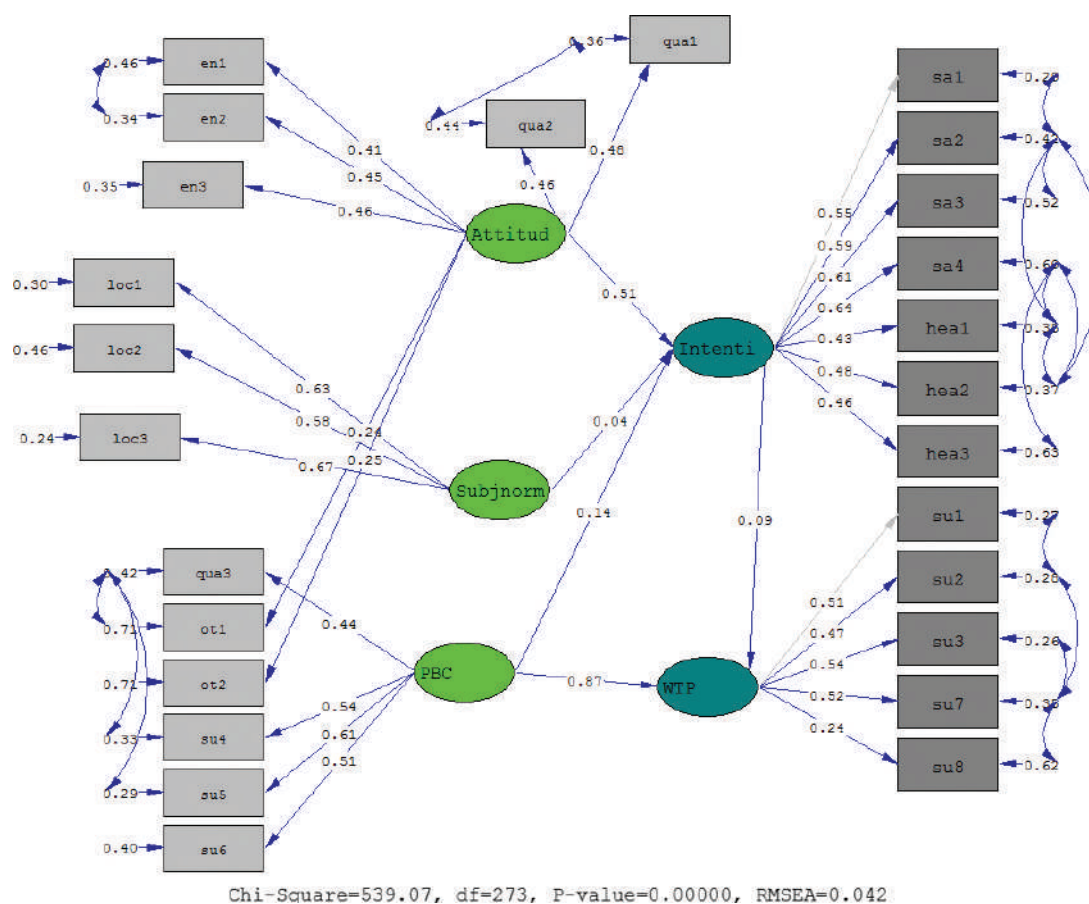


ภาพที่ 1 โครงสร้างตามสมมติฐานแสดงตัวแบบอิทธิพลของพฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์

จากภาพที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแบบยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงถึงการปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าตัวแบบตามทฤษฎีสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงต้องมีการปรับตัวแบบให้เหมาะสม โดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้ เพื่อให้เหมาะสมและตรงกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น จึงต้องปรับตัวแบบอิทธิ

ของพฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์จากกรอบแนวคิดให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในขั้นตอนถัดไป

ส่วนที่ 2 ตัวแบบที่สองการปรับ (Modified model) ให้เหมาะสมตามสภาวะแวดล้อมจริงที่ปรับใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ดังภาพที่ 2

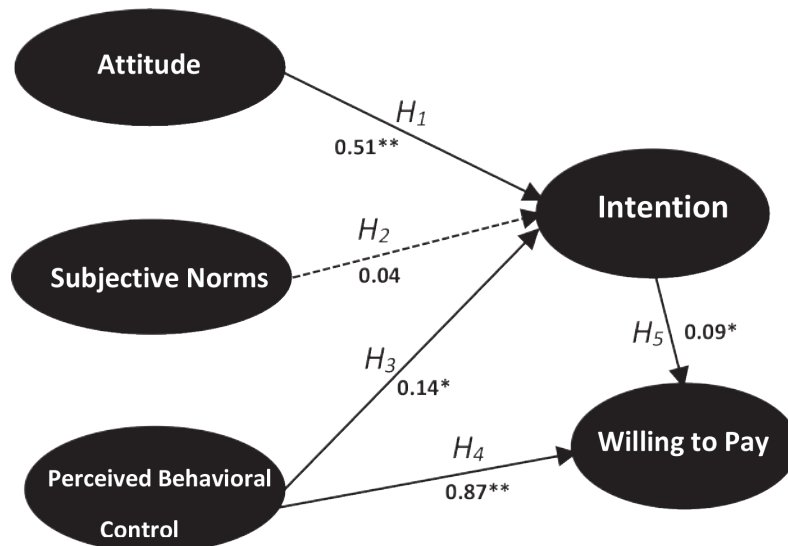


ภาพที่ 2 ตัวแบบอิทธิพลของพฤติกรรมการบริโภคผักอินทรีย์ในประเทศไทย

จากภาพพบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากที่มีการปรับตัวแบบทำให้ยอมรับสมมติฐานหลักคือ ตัวแบบตามทฤษฎีมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าความสอดคล้อง ดังนี้

ค่าสถิติ Chi-Square มีค่าเท่ากับ 539.07 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 273 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} = 0.00$) ซึ่งตามเกณฑ์ควรมีค่าสำคัญมากกว่า .05 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์

(χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.97 เป็นไปตามค่ามาตรฐานคือ มีค่าไม่เกิน 2 และเมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.93 เป็นไปตามค่ามาตรฐานคือ มีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป ส่วนค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.91 ค่ามาตรฐานคือมีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป ส่วนค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.042 โดยค่ามาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงได้ตัวแบบอิทธิพลการบริโภคผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในประเทศไทย หลังจากที่มีการปรับตัวแบบให้เหมาะสมดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวแบบอิทธิพลของพฤติกรรมกรบริโภคผักอินทรีย์ในประเทศไทย

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของการบริโภคผักอินทรีย์ในแต่ละด้านมีความสอดคล้องกับแนวคิด เรื่องการรับรู้ความสามารถของตน (Self-Efficacy) ของ Bandura (1977) แต่ต่างกันว่า การรับรู้ความสามารถของตนจะเน้นปัจจัยภายในของบุคคล ในขณะที่การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) จะเน้นทั้งปัจจัยภายใน เช่น ความสามารถ ข้อมูล ทักษะ และปัจจัยภายนอก เช่น เวลา เงิน การขึ้นอยู่กับผู้อื่น

นอกจากนี้ความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) ยังสอดคล้องกับแนวคิดความเอื้ออำนวยของสถานการณ์ (Facilitation Condition) ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งในโมเดลพฤติกรรมระหว่างบุคคล (A Model of Interpersonal Behavior) ของ Triandis (1977) โดยเขาเสนอว่า แม้จะมีเจตนาในการกระทำพฤติกรรมสูง ประกอบทั้งนิสัยเดิมต่อพฤติกรรมนั้นมีอยู่และมีการกระตุ้นอย่างเหมาะสม ก็อาจไม่เกิดพฤติกรรมนั้นได้ถ้าหากสถานการณ์ที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นไม่เอื้ออำนวย

ส่วนการวิเคราะห์ตัวแบบอิทธิพลของพฤติกรรมบริโภคผักอินทรีย์ในประเทศไทย ผลจากการวิเคราะห์โครงสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้น

ที่ปรับใหม่พบว่า พฤติกรรมของการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมหรือ Perceived Behavior Control (PBC) มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายหรือซื้อหรือ Willingness to Pay (WTP) มีค่าสำคัญที่สุดโดยมีค่าเท่ากับ 0.87 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยพฤติกรรม PBC มีโครงสร้างที่มีพื้นฐานจาก Bandura (1977) ที่กล่าวถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง สู่ทฤษฎีรวมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของแต่ละบุคคลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบแรงจูงใจและการดำเนินการของพฤติกรรมนั้นมี 4 สมมติฐานสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้คือ H_1 , H_3 , H_4 และ H_5 ทั้ง 4 สมมติฐานเป็นการตัดสินใจบริโภคผักอินทรีย์ ซึ่งอาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบ ทั้งนี้จากผลการประเมินผลลัพธ์ของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น (Ajzen, 1991) โดยมาตรวัดทัศนคติที่ใช้ในการสำรวจถูกทำซ้ำเพื่อนำมาศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคผักอินทรีย์ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยนี้ได้ศึกษาทัศนคติเชิงบวกว่ามีผลต่อความตั้งใจต่อการบริโภค หรือซื้อผักอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญ Gifford & Bernard, 2006, Padel & Foster, 2005 และ Saba & Messina, 2003 ได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทัศนคติต่อคุณลักษณะของอาหารอินทรีย์ เช่น ด้านสุขภาพ ด้านความปลอดภัยของอาหาร ความกังวลด้านโภชนาการ

และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีอิทธิพลหรือมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผักริโกล (qua1) จากสมมติฐานที่ตั้งขึ้น จึงกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมเชิงบวกของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะซื้อผักริโกลอย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้จากผลการวิจัยไม่ยอมรับสมมติฐาน H_2 ค่านิยมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผักริโกล มีงานวิจัยของ Bock, Zmud, & Kim (2005) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมและขัดขวาง โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ด้วยการเพิ่มเติมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ 2 ประเภท ได้แก่ แรงผลักดันภายนอก (Extrinsic motivators) และแรงผลักดันภายใน (Intrinsic motivators) ทั้งสองปัจจัยอาจจะมีผลทำให้ H_2 ไม่สนับสนุนจากปัจจัยแรงผลักดันภายนอก เช่น ไม่มีการแลกเปลี่ยนและการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผักริโกลของผู้บริโภค หรือมีแรงผลักดันภายในที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกหรือบรรยากาศที่เลือกซื้อผักริโกลตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Ajzen & Fishbein (1980) กล่าวว่า การคล้อยตามของกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ของแต่ละบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในเชิงต้องการหรือไม่ต้องการให้บุคคลกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ทั้งนี้สมมติฐานที่ 2 ได้กำหนดจากความจริงที่ค่านิยมหรือบรรทัดฐานได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญของอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ถ้าผู้บริโภคมีความเชื่อที่ว่าสิ่งที่สำคัญคือ การมีทัศนคติเชิงบวกและการมีข้อคิดเห็นที่ดีต่อการบริโภคผักริโกล ก็จะไปสู่ทัศนคติเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผักริโกลได้ในอนาคต

สรุปผล

สรุปผลทดสอบสมมติฐาน H_1 การมีทัศนคติที่ดีของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการที่จะแสดงออกมา เช่น มองฟาร์มเกษตรอินทรีย์ว่ามีการใช้พลังงานน้อยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (en1) ใช้บรรจุภัณฑ์และมีการจัดการขนส่งที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (en2) สามารถป้องกันการปนเปื้อน

และมลพิษ (en3) ผักริโกลมีการรับรองคุณภาพ (qua1) และฟาร์มเกษตรอินทรีย์มีการควบคุมทุกขั้นตอนและแปรรูปอย่างเข้มงวด (qua1) ผลการวิจัยจึงสนับสนุน H_1

สมมติฐาน H_2 ค่านิยมการรับรู้สำหรับบุคคลในการที่จะมีส่วนร่วมหรือหลีกเลี่ยงพฤติกรรมต่างๆ เช่น สิ่งที่ผู้บริโภคมองเห็น ผักริโกลช่วยสนับสนุนเกษตรกรในท้องถิ่น (loc1) อยู่ใกล้ชุมชนทำให้ผักสดใหม่ (loc2) และผักริโกลสร้างอาชีพ รายได้ให้กับชุมชน (loc3) ทั้งนี้จากผลวิจัยไม่ยอมรับสมมติฐาน H_2 ซึ่งอาจจะมีปัจจัยอื่นมาเกี่ยวข้องที่เป็นแรงผลักดันจากภายนอกและภายใน เช่น การรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการมีความคิดเชิงบวกที่จะนำไปสู่ทัศนคติเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผักริโกลได้

สมมติฐาน H_3 เป็นรับรู้เชิงบวกในการควบคุมพฤติกรรมและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เกิดขึ้น ผลการวิจัยประกอบด้วย ผักริโกลได้รับการยอมรับและกระแสนิยมบริโภคมากกว่าผักชนิดอื่นๆ (qua3) ผู้บริโภคต้องการจ่ายเพิ่มสำหรับการบริโภคผักริโกลเพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพที่ดีขึ้น (su4) มีความตั้งใจซื้อผักริโกลเพื่อหลีกเลี่ยงการเจ็บป่วยด้วยโรคมะเร็งที่เกิดขึ้นกับร่างกาย (su5) และตั้งใจจะซื้อผักริโกลเพื่อช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลภาวะ (su6) ผลการศึกษายอมรับสมมติฐาน H_3 แสดงถึงการรับรู้ความสามารถของบุคคล นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผักริโกล

สมมติฐาน H_4 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเชิงบวกว่ามีผลต่อความยินดีหรือยอมจ่ายเพื่อซื้อผักริโกล การเข้าถึงข้อมูลที่ชัดเจนและเชื่อถือได้มีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ เช่น ประโยชน์หรือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผักริโกลจะมีการสื่อสารไปยังผู้บริโภค ซึ่งจะมีผลต่อการติดตามหรือสร้างการรับรู้ที่ก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือเต็มใจจ่ายจากความชอบ ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐาน H_4

สมมติฐาน H₅ ความตั้งใจซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ ประกอบด้วย ผู้บริโภคมีความตั้งใจจะซื้อผักอินทรีย์ต่อไปเรื่อยๆ (su1) ซื้อผักอินทรีย์เพื่อการดูแลและรักษาสุขภาพ (su2) มีความต้องการที่จะบริโภคผักอินทรีย์ให้ได้มากกว่าการบริโภคผักที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (su3) ตั้งใจซื้อผักอินทรีย์เพื่อเป็นผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม (su4) มีการเลือกซื้อผักอินทรีย์โดยไม่ได้สนใจยี่ห้อหรือตราสินค้าของผู้ผลิตผักอินทรีย์ (su5) ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐาน H₅ คือ การมีทัศนคติที่ดียังเป็นการเพิ่มการตัดสินใจซื้อหรือยินดีจ่ายเพื่อซื้อและกระตุ้นความตั้งใจซื้อให้กับผู้บริโภคอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

การวิจัยได้กำหนดสมมติฐานที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองตามแนวคิดและสมมติฐานที่พัฒนาขึ้น เพื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและวิธีสื่อสารการตลาด จากความต้องการบริโภคสินค้าหรือพืชผักเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยนี้ใช้แบบตัดขวาง (cross section) จึงมีข้อจำกัดเรื่องของระยะเวลา (time lag) ที่แตกต่างกันจากลักษณะของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาคที่มีผลต่อวิถี หรือพฤติกรรมในการบริโภคผักอินทรีย์ จึงควรนำปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ที่อาจมีผลต่อการเลือกหรือตั้งใจซื้อผักอินทรีย์มาศึกษา เพื่อให้การวิจัยได้ผลวิเคราะห์ที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

References

- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Van, H. G. (2009). Personal Determinants of Organic Food Consumption: A Review. *British Food Journal*, 111(10), 1140-1167.
- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. Retrieved May 20, 2019, from <http://www.unix.oit.umass.edu/~ajzen/>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Performance and Human Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (1989). *Attitudes Structure and Behavior*. New York: Springer.
- Ajzen, I. (1988). Models of Human Social Behavior and Their Application to Health Psychology. *Psychology and Health*, (13), 735-739.
- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1972). Attitudes and Normative Beliefs as Factors Influencing Behavioral Intentions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 1-9.
- Aldhmour, F. (2016). An Investigation of Factors Influencing Consumers' Intention to Use Online Shopping: An Empirical Study in South of Jordan. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(2), 1-50.

- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structure Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended two-step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bock, G. W., Zmud, R. W., & Kim, Y. G. (2005). Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate. *MIS Quarterly*, 29(1), 87-111.
- Churchill, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Construct. *Journal of Marketing*, 16, 64-73.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A Focus Theory of Normative Conduct: Recycling the Concept of Norms to Reduce Littering in Public. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026. doi: 0022-3514/90/500.75
- Department of Provincial Administration. (2016). *Thai Population Statistics*. Retrieved July 20, 2008, from <https://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/> [in Thai]
- Duffett, R. G. (2017). Influence of Social Media Marketing Communications on Young Consumers' Attitudes. *Young Consumers*, 18(1), 19-39.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Errors. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gifford, K. & Bernard, J. C. (2006). Influencing Consumer Purchase Likelihood of Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 155-163.
- Gracia, A. & Magistris, T. D. (2008). The Demand for Organic Foods in the South of Italy: A Discrete Choice Model. *Food Policy*, 33(5), 386-396.
- Joreskog, K. G. & Sorbom, D. (1996). *Lisrel 8 User's Reference Guide*. Chicago: Scientific Software.
- Kasikorn Thai Research Center. (2015). *Business Trend Analysis*. Retrieved May 20, 2019, from <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/index.aspx> [in Thai]
- Krejcie, V. R. & Morgan, W. D. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K. C. (2016). Application of the Extended Theory of Planned Behavior Model to Investigate Purchase Intention of Green Products among Thai Consumers. *Sustainability*, 1077(8), 1-20.
- Padberg, D. I., Ritson, C., Albisu, L. M., & Zakowska-Biemans, S. (2011). Polish Consumer Food Choices and Beliefs about Organic Food. *British Food Journal*, 113(1), 122-137.
- Padel, S. & Foster, C. (2005). Exploring the Gap between Attitudes and Behavior Understanding Why Consumers Buy or Do Not Buy Organic Food. *British Food Journal*, 107(8), 606-625.
- Panyakun, W. (2016). *Organic Agriculture and Global Warming*. Retrieved January 27, 2020, from <https://www.greenet.or.th/Earthnetfoundation-earth-net-foundation/> [in Thai]

- Parengkuan, M. (2017). A Comparative Study between Male and Female Purchase Intention Toward Visual Merchandising at Centro by Parkson Department Store Mantos. *Journal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 17(1), 9-21.
- Research Institute of Organic Agriculture (FiBL). (2017). *Organic Agriculture Worldwide: Key Results from the FiBL Survey on Organic Agriculture Worldwide 2017*. Retrieved July 20, 2008, from <https://orgprints.org/31424/7/fibl-2017-global-data-2015.pdf>
- Saba, A. & Messina, F. (2003). Attitudes toward Organic Foods and Risk/Benefit Perception Associated with Pesticides. *Food Quality and Preference*, 14(8), 637-645.
- Shaheen, M., Lodhi, R. N., Mahmood, Z., & Abid, H. (2017). Factors Influencing Consumers' Attitude, Intention and Behavior Towards Short Message Service-Based Mobile Advertising in Pakistan. *The IUP Journal of Brand Management*, 14(1), 24-44.
- The Bureau of Registration Administration. (2016). *Population by Age, Nationwide*. Retrieved May 20, 2019, from http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- Triandis, H. C. (1977). *Interpersonal Behavior*. Monterey. Belmont, CA: Brooks/Cole.
- Vermeir, I. & Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer Attitude-Behavioural Intention Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169-194.



Name and Surname: Vanich Chiasaeng

Highest Education: D.B.A (Management), Sripatum University

Affiliation: Udon Thani Rajabhat University

Field of Expertise: Management

การวิเคราะห์โซ่อุปทานของผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ด้วย SCOR Model: กรณีศึกษา บริษัท สวนละอ อ จำกัด

SUPPLY CHAIN ANALYSIS OF HYDROPONICS SALAD VEGETABLES USING SCOR MODEL: A CASE STUDY OF LAOR FARM CO., LTD

มฤดี จันทรัตน์¹ และมนตรี คงตระกูลเทียน²

Monruedee Chantharat¹ and Montri Congtrakultien²

^{1,2}คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Agricultural Innovative Management, Panyapiwat Institute of Management

Received: November 9, 2020 / Revised: March 31, 2021 / Accepted: April 2, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โซ่อุปทานของผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ด้วย SCOR Model กรณีศึกษาบริษัท สวนละอ จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละอ จำกัด ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า โซ่อุปทานของผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ประกอบด้วย ส่วนต้นน้ำ คือ ร้านจัดจำหน่ายปัจจัยการปลูกผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ให้แก่บริษัท สวนละอ จำกัด และส่วนของการผลิตผักสลัดซึ่งดำเนินการโดยบริษัท สวนละอ จำกัด จากนั้นผักสลัดทั้งหมดจะถูกส่งไปจัดจำหน่าย ในส่วนปลายน้ำโดยผักสลัดจากบริษัท สวนละอ จำกัด จะถูกจัดส่งไปยังผู้บริโภค โดยผ่านร้านค้าต่างๆ ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานต้นน้ำตามมิติต่างๆ ของ SCOR Model ในแต่ละหน้าที่เป็นดังนี้ 1) กระบวนการวางแผนพบว่า บริษัท สวนละอ จำกัด มีการวางแผนการผลิตผักสลัดที่ดี โดยฝ่ายการตลาดจะเป็นผู้กำหนดปริมาณการผลิตในแต่ละรอบปลูก ซึ่งสามารถช่วยลดปัญหาการผลิตในปริมาณที่เกินจากความต้องการของผู้บริโภคได้ 2) กระบวนการจัดหาปัจจัยการผลิตพบว่า บริษัท สวนละอ จำกัด มีกระบวนการจัดหาที่ดี เป็นระบบ มีการควบคุมคุณภาพของปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของเมล็ดพันธุ์ผัก 3) กระบวนการผลิตพบว่า บริษัท สวนละอ จำกัด มีกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน อย่างไรก็ตามยังประสบปัญหาในการปลูกผักช่วงฤดูร้อนและฤดูฝน ซึ่งผลกระทบทำให้คุณภาพและปริมาณของผักลดลง 4) กระบวนการจัดส่งผลผลิตพบว่า บริษัท สวนละอ จำกัด มีการขนส่งในเวลากลางคืนเพื่อลดผลกระทบจากอุณหภูมิที่สูงในเวลากลางวัน และ 5) กระบวนการส่งคืนพบว่า ไม่มีปัญหาเรื่องการส่งคืนเพราะทางบริษัท สวนละอ จำกัด ได้มีการควบคุมคุณภาพของสินค้าก่อนส่งออกจากฟาร์ม ทำให้สินค้ามีคุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ จากผลการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) บริษัท สวนละอ จำกัด ควรพัฒนากระบวนการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ในการดูแลผักในฤดูร้อนและฤดูฝนเพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพของผักในฤดูร้อนได้ และ 2) บริษัท สวนละอ จำกัด ควรเผยแพร่องค์ความรู้ในการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

คำสำคัญ: ผักสลัด ไฮโดรโปนิกส์ โซ่อุปทาน แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน

Abstract

This research aimed to study and analyze the supply chain of hydroponics salad vegetables using SCOR Model, a case study of La-or Farm Co., Ltd. The data was collected by interviewing the personnel of the company who were involved in the production of hydroponics salad vegetables. A non-structured interview form was used for the interview. The research findings are as follows: The supply chain of hydroponics salad vegetables consists of the upstream part, i.e. the shops selling the salad vegetables cultivating factors to La-or Farm Co., Ltd. Then, La-or Farm Co., Ltd is the producer who produces salad vegetables. Then, the salad vegetables are transferred to downstream part, i.e. the salad vegetables from La-or Farm Co., Ltd. are distributed to the customers through several shops.

The results of supply chain analysis under the framework of SCOR Model are as follows: (1) regarding the planning process (Plan), it is found that La-or Farm Co., Ltd. has a good plan to produce the salad vegetables; the marketing section of the company determines quantity of the crop for each round of cultivation resulting in the prevention of the oversupply problem; (2) regarding the procurement process (Source), it is found that La-or Farm Co., Ltd. has a systematic and good process with good quality control of the input procurement, especially for vegetable seeds; (3) regarding the production process (Make), it is found that La-or Farm Co., Ltd. has a standard production process; however, it still has problems relating to growing vegetables in the summer and rainy seasons, resulted in the decrease of amount and quality of salad vegetables; (4) regarding the delivery process (Delivery), it is found that La-or Farm Co., Ltd. Transports the vegetables during night time to mitigate the effect of high temperature during day time; and (5) regarding the return process (Return), it is found that there is no problem with the products being returned because the company has controlled the quality of all products before delivery resulting in the products having quality to meet the needs of the consumers. From the results of this study, the following recommendations are provided: (1) the company should develop better production process, especially the knowledge of cultivating vegetables during the summer and rainy seasons in order to improve quality of the vegetables produced during the summer season; and (2) the company should disseminate all knowledge on cultivating hydroponics salad vegetables to those who are interested for further benefits.

Keywords: Salad Vegetables, Hydroponics, Supply Chain, SCOR Model

บทนำ

การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน (Soilless Culture) มีชื่อเรียกกันหลายอย่าง เช่น การปลูกพืชไร้ดิน การปลูกพืชในน้ำที่มีธาตุอาหารพืช การปลูกพืชในสาร

อาหารพืช การปลูกพืชในวัสดุปลูกที่ไม่ใช้ดินที่มีธาตุอาหารพืช การปลูกพืชโดยใช้รากพืชสัมผัสสารอาหารโดยตรงที่ไม่มีดินเป็นเครื่องปลูก เป็นต้น ซึ่งการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดินอธิบายได้ตามลักษณะของ

ระบบหรือวิธีการปลูก ที่มาจากภาษาอังกฤษสองคำ คือ “Substrate Culture” และ “Hydroponics” (Thongaram, 2004) ในประเทศไทยมีงานวิจัยการปลูกพืชด้วยวิธีไฮโดรโพนิกส์เริ่มมาประมาณ 40 ปี โดยภาควิชาพฤกษศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Sateansawad, 1998) ปัจจุบันการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดินได้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง เนื่องจากกระแสรักสุขภาพ ทำให้ผักไฮโดรโพนิกส์เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่กลุ่มผู้บริโภคให้ความนิยม (Thingaram, 2007) เพราะสามารถผลิตพืชได้อย่างต่อเนื่องตลอดปี สามารถเพิ่มรอบการผลิตได้มาก เพราะอายุปลูกสั้น และสามารถผลิตผลผลิตที่มีคุณภาพสูงกว่าการปลูกพืชบนดิน เนื่องจากมีการจัดการที่สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้เหมาะสมต่อพืชได้ เช่น การจัดการสารอาหารและการอนุบาลต้นกล้า เป็นต้น

เนื่องจากจุดเด่นของผักไฮโดรโพนิกส์ คือ การเป็น “ผักปลอดภัยจากสารพิษ” ถึงแม้ไม่ได้ใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช แต่ใช้สารเคมีในรูปของสารละลายธาตุอาหารเพื่อการเจริญเติบโตของพืช และต้องมีในปริมาณที่ไม่เกินกำหนดเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ. 2538 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 Thongaram (2007) พบว่า ปริมาณการผลิตผักไฮโดรโพนิกส์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด เนื่องจากเกิดพฤติกรรมการบริโภคผักสลัดปลอดสารพิษมากขึ้น ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจด้านสุขภาพอนามัยตามกระแสโลก ส่งผลให้แนวโน้มการบริโภคผักปลอดสารพิษสูงขึ้น (Rasameeted, 2007) ดังนั้น การปลูกผักไฮโดรโพนิกส์จึงนับเป็นความน่าสนใจที่จะนำมาซึ่งธุรกิจส่วนตัวเมื่อปลูกในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากถือเป็นสินค้าระดับพรีเมียมเกรดที่มีราคาสูง และการผลิตพืชเชิงธุรกิจนี้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตผักสลัดต่างๆ ได้แก่ เรตไอค์ กรีนไอค์ เรตคอเรล กรีนคอเรล บัตเตอร์เฮด คอส ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก และร็อกเก็ต เป็นต้น ซึ่งชนิดของผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ที่นิยมซื้อ

เพื่อการบริโภค เรียงลำดับจากมากสุดไปน้อย ได้แก่ เรตไอค์ กรีนไอค์ เรตคอเรล บัตเตอร์เฮด และคอส (Sangjaruswon, 2005)

ทั้งนี้จังหวัดตาก โดยบริษัท สวนละออ จำกัด ในปี พ.ศ. 2562 มีการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน ด้วยวิธีไฮโดรโพนิกส์ โดยปลูกผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ 4 ชนิด คือ เรตไอค์ กรีนไอค์ กรีนคอเรล และ ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก รวม 48 ไร่ๆ ละ 240 ต้น โดยในการจัดการการผลิตเป็นแบบครบวงจร กล่าวคือ มีการจัดการตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการตลาด ซึ่งผู้บริโภคสามารถตรวจสอบย้อนกลับผักสลัดที่ซื้อไปได้ด้วย

เนื่องจากบริษัท สวนละออ จำกัด เพิ่งมีการดำเนินการผลิตผักไฮโดรโพนิกส์เชิงการค้า ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการวิจัย เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โซ่อุปทานเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจครบวงจรของบริษัท สวนละออ จำกัด ในการจัดการผลิตผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ เพื่อจะใช้ผลการศึกษาเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาการผลิตผักที่มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาโซ่อุปทานของผักสลัด ไฮโดรโพนิกส์ กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด
2. วิเคราะห์โซ่อุปทานของผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน หรือ SCOR Model (Supply Chain Operation Reference Model)

แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานใน โซ่อุปทาน หรือ SCOR Model (Supply Chain Operation Reference Model) ใช้ในการศึกษากระบวนการจัดการธุรกิจครบวงจรของบริษัท สวนละออ จำกัด กรณีผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ ซึ่งแบบจำลอง SCOR ถูกพัฒนาขึ้นตั้งแต่ปี 1996 จากความร่วมมือระหว่าง Supply

Chain Council (SCC) ซึ่งเป็นองค์การอิสระกับบริษัทอุตสาหกรรมต่างๆ มากกว่า 700 บริษัท โดยมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริษัทหรือองค์การที่สนใจในการจัดการโซ่อุปทานและการนำไปปฏิบัติ เพื่ออธิบายลักษณะและแสดงให้เห็นกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาการขาดมาตรฐานและกรอบการทำงานบนความเข้าใจที่ตรงกัน มีการกำหนดกระบวนการทำงานต่างๆ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีโครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ นอกจากนี้ในแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานยังมีการกำหนดตัวชี้วัดสำหรับวัดประสิทธิภาพในแต่ละกระบวนการเพื่อกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และยังมีการเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด (best practice) ในแต่ละกระบวนการ

กระบวนการตามแบบจำลอง SCOR ประกอบด้วยห้ากระบวนการหลักที่ประกอบกันเป็นโซ่อุปทาน (Supply - Chain Council, 2010) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับ “PSMDR” ได้แก่

1. การวางแผน (Plan) เกี่ยวข้องกับการวางแผนต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่สร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

2. การจัดหา (Source) เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่จัดหา จัดซื้อ และการขนส่งวัตถุดิบ ให้สอดคล้องกับแผนหรืออุปสงค์

3. การผลิต (Make) เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่เปลี่ยนสินค้าให้อยู่ในรูปสินค้าสำเร็จรูปเพื่อให้สอดคล้องกับแผนหรืออุปสงค์ และเกี่ยวข้องกับการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วย

4. การส่งมอบ (Deliver) เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่จัดเตรียมสินค้าสำเร็จรูปและบริการให้สอดคล้องกับแผนหรืออุปสงค์ กระบวนการส่งมอบจะรวมถึงการจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการขนส่ง และการจัดการกระจายสินค้า

5. การส่งคืนสินค้า (Return) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการคืนหรือการรับสินค้าคืน โดย

ให้หมายรวมถึงการส่งวัตถุดิบคืนกลับผู้ขายหรือผู้ส่งมอบด้วย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์โซ่อุปทานของผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ด้วย SCOR Model: กรณีศึกษาบริษัท สวนละออ จำกัด” นี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ดังนี้

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้คือ บจก. สวนละออ จังหวัดตาก ในลักษณะที่เป็นกรณีศึกษาเฉพาะที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ที่ผลิตในเชิงการค้า จำนวน 4 ชนิด คือ กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค ฟิลเลย์ คอส

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทข้อมูลที่ใช้และทำการรวบรวม ได้แก่

1. ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย บทความวิชาการ ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2. ข้อมูลปฐมภูมิ รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตผักสลัดไฮโดร โพนิกส์ของ บจก. สวนละออ โดยสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและไม่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ผู้เป็นเจ้าของกิจการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานการผลิตและการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าร้อยละ โดยใช้ข้อมูลการผลิตในระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม ในปี พ.ศ. 2562 เพื่ออธิบายผล

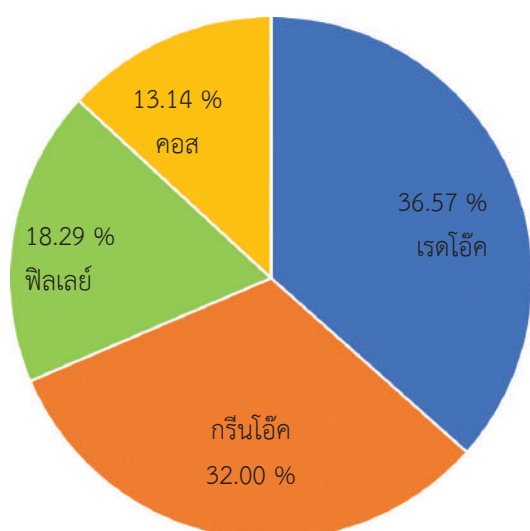
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ มีดังนี้ คือ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 คือ การศึกษาและวิเคราะห์โซ่อุปทานผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด กรณีผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ใช้แนวคิดตามแบบ

จำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน หรือ SCOR Model

ผลการวิจัย

บริษัท สวนละออ จำกัด ได้เริ่มผลิตผักสลัดในเชิงการค้าในปี พ.ศ. 2562 โดยปลูกผักสลัด 4 ชนิด คือ กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค ฟิลเลย์ คอส โดยได้มีการปลูกผักภายใต้แนวคิด “ผักสด สะอาด ปลอดภัยไร้สาร” ซึ่งได้มีการศึกษารายละเอียดและวิธีการปลูกเป็นอย่างดีก่อนจะเริ่มลงมือปลูกเพื่อการค้าอย่างจริงจังในช่วงเดือน ตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยสัดส่วนการปลูกผักสลัดเป็นดังนี้ ปลูกเรดโอ๊ค ร้อยละ 36.57 กรีนโอ๊ค ร้อยละ 32.00 ฟิลเลย์ ร้อยละ 18.29 และ คอส ร้อยละ 13.14 ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ร้อยละการปลูกผักของสวนละออ จำกัด

ผลการศึกษาโซ่อุปทานผักสลัดไฮโดรโปนิคส์กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด พบว่า

1. ต้นน้ำ คือ บริษัท สวนละออ จำกัด เป็นผู้ผลิตผักไฮโดรโปนิคส์ โดยซื้อปัจจัยการผลิตจากร้านค้าที่เชื่อถือได้ และมีหลากหลายร้าน โดยเลือกจากคุณภาพและราคาที่เหมาะสม จะไม่ทำการซื้อปัจจัยการผลิตทั้งหมดจากร้านใดร้านหนึ่ง เพื่อจะได้ปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนที่น้อยที่สุดในคุณภาพที่ต้องการ ทางบริษัทให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อ

เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพโดยซื้อจากผู้จัดจำหน่ายทั้งหมด 3 ราย ซึ่งเลือกซื้อโดยมีเกณฑ์คือ อัตราการงอกมากกว่าร้อยละ 90 และราคาสามารถแข่งขันทางธุรกิจได้เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

โดยในกระบวนการผลิตมีผักทั้งสิ้นจำนวน 48 โต๊ะปลูก โดยกิจกรรมการปลูกมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เพาะเมล็ด โดยใช้เมล็ดพันธุ์ 384 เมล็ดต่อโต๊ะเพาะ ใช้แผ่นฟองน้ำเป็นวัสดุเพาะ โดยใช้เวลาในการเพาะเมล็ดเป็นเวลา 3 วัน เมื่อเมล็ดงอกเป็นต้นกล้าแล้วจะทำการย้ายต้นกล้าไปสู่โต๊ะอนุบาล 1 ต่อไป

2. ย้ายต้นกล้าที่งอกแล้วเข้าสู่โต๊ะ อนุบาล 1 โดยต้นกล้าจะอยู่ที่โต๊ะอนุบาล 1 เป็นเวลา 7 วันก่อนจะย้ายเข้าสู่โต๊ะอนุบาล 2

3. ย้ายต้นกล้าจากโต๊ะอนุบาล 1 เข้าสู่โต๊ะอนุบาล 2 โดยต้นกล้าจะใช้เวลาอยู่ที่โต๊ะอนุบาล 2 เป็นเวลา 7-10 วัน ในระยะนี้จะมีการให้ปุ๋ย A B ซึ่งเป็นปุ๋ยเฉพาะสำหรับการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ โดยมีค่า EC (Electrical Conductivity) อยู่ระหว่าง 800-1000 มีค่า pH ที่ 5.5-6.5 และเติมไตรโคเดอร์มา 300 มิลลิลิตร

4. ย้ายต้นกล้าเข้าสู่รางปลูก โดยจะใช้เวลาอยู่ที่รางปลูก 42-55 วัน โดยระหว่างการปลูกจะมีการพ่นสารชีวภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มสารอาหาร และเป็นการป้องกันโรคและแมลงให้แก่ผัก มีการตรวจวัดค่า EC และเติมปุ๋ย A B ทุกๆ 3 วัน โดยกำหนดให้มีค่า EC อยู่ระหว่าง 1200-1600 ค่า pH ระหว่าง 5.5-6.5 และงดเติมปุ๋ยก่อนการเก็บเกี่ยวผัก 3-7 วัน เพื่อลดค่าไนเตรทในผัก

5. เก็บเกี่ยวผลผลิต ทำโดยการดึงถ้วยปลูกออกมาจากรางและนำผักออกมาจากถ้วยปลูกเพื่อใส่ตะกร้า โดยจะทำการเก็บเกี่ยวผักในช่วงเช้า เนื่องจากเป็นช่วงที่อุณหภูมิยังไม่สูง ทำให้ได้ผักสดเพื่อนำส่งผู้บริโภคต่อไป

6. ล้าง ตัดแต่ง และบรรจุถุง ผักที่เก็บเกี่ยวแล้วจะนำมาล้างและตัดแต่งทันทีเพื่อให้ได้ผักที่สดและสะอาด พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภคให้เร็วที่สุด เพื่อ

ผู้บริโภคจะได้รับผักที่สดและสะอาด

7. ล้างราง ข่าเชื้อ และตากรางสำหรับรอบการผลิตต่อไปโดยจะทำการล้างราง 1 วัน และทำการตากรางอีก 1 วัน

กระบวนการการผลิตทั้งหมดแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กระบวนการผลิตผักไฮโดรโปนิกส์

2. กลางน้ำ ในการผลิตและการขายผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด มีการคัดคุณภาพ ตัดแต่ง และบรรจุถุงทันทีหลังจากการเก็บเกี่ยว ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดเหล่านี้เกิดขึ้นภายในฟาร์มโดยไม่มีการส่งต่อไปยังโรงงานคัดบรรจุภายนอก หลังจากนั้นจะทำการส่งผักสลัดที่ผ่านการบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์เป็นที่เรียบร้อยแล้วสู่ผู้บริโภคผ่านการขายช่องทางต่างๆ โดยทาง บริษัท สวนละออ จำกัด ให้ความสำคัญกับการลดเวลาในการคัดคุณภาพ ตัดแต่ง และบรรจุถุงให้มีเวลาที่สั้นที่สุด เพื่อจะสามารถนำผักสลัดที่สดและสะอาดส่งถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วที่สุด

3. ปลายน้ำ ผักสลัดทั้งหมดจะถูกขายผ่าน 3 แหล่งหลักๆ ดังนี้ 1) ขายหน้าฟาร์ม 2) ร้าน พืชฯ ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งสัดส่วนรายได้การขายจากหน้าฟาร์ม และร้านพืชฯ คิดเป็นร้อยละ 19.87 และ 3) ร้านค้าในกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 80.13 ซึ่งรายได้คิดจากรายได้ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงการผลิตเพื่อการค้า

ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานผักสลัดไฮโดรโปนิกส์กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด โดยใช้ SCOR Model พบว่าการจัดการในมิติต่างๆ เป็นดังนี้

1. การจัดการด้านกระบวนการวางแผน (Plan) บริษัท สวนละออ จำกัด มีการวางแผนการผลิตผักสลัดที่ดี โดยฝ่ายการตลาดจะเป็นผู้กำหนดปริมาณการผลิตผักสลัดในแต่ละรอบเพื่อป้องกันการผลิตที่มากกว่าความต้องการของตลาด เนื่องจากทีมการตลาดจะทราบปริมาณความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการรับข้อมูลความต้องการในแง่ของคุณภาพ

2. การจัดการด้านกระบวนการจัดหา (Source) บริษัท สวนละออ จำกัด มีกระบวนการจัดหาที่ดี กล่าวคือ มีการตรวจสอบราคาและคุณภาพของปัจจัยการผลิตจากร้านค้าที่หลากหลาย และเลือกซื้อจากร้านที่มีราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพ และให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อเมล็ดพันธุ์ที่มีอัตราการงอกมากกว่าร้อยละ 90 เพื่อลดต้นทุนในการผลิต นอกจากนี้ปัจจัยการผลิตอื่นๆ เช่น ปุ๋ย สารอารักขาพืช รางปลูกและอุปกรณ์ปลูก จะมีการศึกษาคุณภาพ ผลการใช้จากผู้ขายรายอื่นก่อนการสั่งซื้อ รวมถึงมีการเปรียบเทียบราคาจากหลากหลายแหล่งก่อนซื้อเสมอ

3. การจัดการด้านกระบวนการผลิต (Make) บริษัท สวนละออ จำกัด มีการศึกษากระบวนการปลูกผักสลัดไฮโดรโปนิกส์อย่างละเอียด มีการจดบันทึกข้อมูลต่างๆ ระหว่างการปลูกเพื่อเก็บข้อมูลอัตราการงอก ปัญหาที่พบระหว่างการผลิต แนวทางการแก้ไข รวมถึงปริมาณผักสลัดที่สามารถผลิตได้ในแต่ละรอบการผลิต ข้อมูลเหล่านี้มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา ทำให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างแม่นยำมากขึ้น รวมถึงทำให้สามารถพัฒนาการผลิตได้ในทุกๆ รอบการผลิต อย่างไรก็ตามในกระบวนการผลิตยังคงพบปัญหาต่างๆ โดยสามารถแยกตามฤดูกาลได้ดังนี้ ในฤดูร้อนพบปัญหาด้านการผลิต ในเรื่องของโรคต่างๆ เช่น รากเน่า โคนเน่า เพลี้ยไฟ อัตราการเติบโตต่ำ ผักเหี่ยวเฉา และในฤดูฝนจะพบปัญหาผักยัดใบจุดตากบ หนอน ตั๊กแตน และแมลงศัตรูพืช

4. การจัดการด้านกระบวนการจัดส่ง (Delivery) บริษัท สวนละออ จำกัด มีการจัดส่งโดยใช้รถขนส่งของบริษัท สิ่งสำคัญในการขนส่งคือ ต้องทำการขนส่งโดยที่สามารถรักษาความสด ความกรอบ และรูปทรงไว้ได้มากที่สุด ซึ่งจะต้องระมัดระวังในขั้นตอนการจัดเรียง และการรักษาอุณหภูมิระหว่างการขนส่ง ทางบริษัท เลือกขนส่งในช่วงเวลากลางวันเพื่อลดผลกระทบจากอุณหภูมิในช่วงกลางวัน รวมถึงระมัดระวังในการจัดเรียงเพื่อสามารถส่งผักที่สด กรอบ รูปทรงสวย ไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด

5. กระบวนการส่งคืน (Return) บริษัท สวนละออ จำกัด ไม่พบปัญหาด้านการส่งคืนเนื่องจากมีระบบการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพที่ดี โดยในขั้นตอนหลังการเก็บเกี่ยว ทางบริษัทจะมีการคัดคุณภาพ ตัดแต่งใบที่ไม่สวย หรือผ่านการตรวจสอบคุณภาพทิ้ง โดยเลือกเฉพาะผักสลัดที่มีคุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ ส่งไปยังกระบวนการบรรจุ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและลดปัญหาการส่งคืนสินค้า ดังนั้น ผักสลัดทุกชนิดที่ออกจากฟาร์มจึงเป็นสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและไม่มีการส่งคืน

อภิปรายผล

การศึกษาโซ่อุปทานผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ บริษัท สวนละออ จำกัด แสดงให้เห็นถึงกระบวนการดำเนินการและความเชื่อมโยงของกระบวนการดำเนินการตลอดโซ่อุปทานของการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ จากการศึกษาพบว่า บริษัท สวนละออ จำกัด มีการจัดการการดำเนินการภายใต้โซ่อุปทานที่ดี มีการสื่อสารระหว่างหน่วยธุรกิจย่อย ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคได้ โดยในการจัดการโซ่อุปทานได้ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิตที่ดีมีคุณภาพ โดยเฉพาะเมล็ดพันธุ์ที่มีมาตรฐาน เป็นพันธุ์ที่ดี และมีอัตราการงอกสูง ซึ่งถือเป็นต้นทางในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ในส่วนของการผลิต

ในฟาร์มได้ดำเนินการผลิตภายใต้มาตรฐานโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Layraman (2015) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ปลูกผักอินทรีย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ผู้ผลิตผักควรให้ความสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยนำเข้าที่ได้มาตรฐาน เช่น เมล็ดพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน
 2. ด้านกระบวนการ ต้องปลูกด้วยกระบวนการที่เหมาะสม มีมาตรฐาน
 3. ด้านผลผลิต ต้องสามารถผลิตผักด้วยกระบวนการที่ปลอดภัยเพื่อให้ได้ผักที่สด สะอาด ปราศจากการปนเปื้อน นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญต่อการขนส่งผลผลิตไปยังผู้บริโภคที่ควรขนส่งด้วยรถที่สามารถควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาความสดจากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภค
- ทำให้การดำเนินงานด้านการตลาดไม่มีการส่งคืนสินค้า เพราะบริษัท สวนละออ จำกัด ได้มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การเลือกปัจจัยการผลิต การผลิตในฟาร์ม การตัดแต่ง บรรจุ จนได้สินค้าที่มีคุณภาพส่งถึงมือผู้บริโภค

ในส่วนของการจัดการโซ่อุปทานจากการวิเคราะห์โซ่อุปทานด้วย SCOR Model พบว่า บริษัท สวนละออ จำกัด มีการจัดการในมิติต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ได้แก่ 1) Plan มีการวางแผนด้านปริมาณการผลิตเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสินค้าล้นตลาด 2) Source มีการจัดการด้านการจัดหาปัจจัยการผลิตโดยคำนึงถึงคุณภาพและราคาที่แข่งขันได้ 3) มีการจัดการด้านการผลิตเพื่อให้ได้ผักสลัดที่มีคุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ โดยมีการจัดบันทึกข้อมูลสำหรับการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง 4) Delivery มีการจัดการการขนส่งให้สามารถรักษาคุณภาพของผักสลัดให้มากที่สุดก่อนส่งถึงมือผู้บริโภค และ 5) Return มีการจัดการควบคุมคุณภาพสินค้าตั้งแต่ต้นทางเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการคืนสินค้า

สรุปผล

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์โซ่อุปทาน ผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ด้วย SCOR Model: กรณีศึกษา บริษัทสวนละอ อ จำกัด ได้จัดทำเพื่อศึกษาและวิเคราะห์โซ่อุปทานของผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ ของกรณีศึกษา บริษัท สวนละอ อ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า โซ่อุปทานผักสลัดไฮโดรโปนิคส์: กรณีศึกษา บริษัท สวนละอ อ จำกัด ประกอบด้วย

ต้นน้ำ คือ ร้านจำหน่ายปัจจัยการผลิตที่จำหน่ายปัจจัยการผลิตต่างๆ ในการผลิตให้แก่บริษัท สวนละอ อ จำกัด เช่น ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ สารอารักขาพืช รางปลูก และอุปกรณ์การปลูก เป็นต้น และการผลิตในฟาร์มของบริษัท สวนละอ อ จำกัด เอง

กลางน้ำ บริษัท สวนละอ อ จำกัด จะทำการคัดคุณภาพ ตัดแต่ง และบรรจุถุงทันทีหลังจากการเก็บเกี่ยว ซึ่งจะทำการกิจกรรมเหล่านี้ภายในฟาร์ม และจะไม่มี การส่งผักสลัดไปยังโรงคัดบรรจุนอกฟาร์ม

ปลายน้ำ ผักสลัดทั้งหมดที่ผ่านการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์จะถูกกระจายไปยังผู้บริโภคผ่านแหล่งต่างๆ ได้แก่ 1) การขายหน้าฟาร์ม 2) ร้านพืชฯ ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และ 3) ร้านค้าในกรุงเทพมหานคร เพื่อกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคต่อไป

จากการวิเคราะห์โซ่อุปทานผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ กรณีศึกษา บริษัท สวนละอ อ จำกัด โดยใช้ SCOR Model สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การจัดการด้านกระบวนการวางแผน (Plan) บริษัท สวนละอ อ จำกัด จะวางแผนการโดยทีมการตลาด จะทำการกำหนดปริมาณการผลิตในแต่ละรอบเพื่อลดปัญหาสินค้าล้นตลาด

2. การจัดการด้านกระบวนการจัดหา (Source) บริษัท สวนละอ อ จำกัด มีกระบวนการจัดหาที่ดี โดย

เฉพาะเมล็ดพันธุ์ โดยจะเลือกซื้อเมล็ดพันธุ์จากแหล่งที่มีอัตราการงอกมากกว่า ร้อยละ 90 เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

3. การจัดการด้านกระบวนการผลิต (Make) บริษัท สวนละอ อ จำกัด มีการศึกษาและจดบันทึกข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการผลิตโดยละเอียด เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิตให้ดีขึ้น รวมถึงสามารถใช้ข้อมูลเหล่านั้นวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างดี

4. การจัดการด้านกระบวนการจัดส่ง (Delivery) บริษัท สวนละอ อ จำกัด มีการจัดส่งโดยใช้รถขนส่งของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมอุณหภูมิระหว่างการขนส่งเพราะจะส่งผลกระทบต่อความสดและรูปร่างของผักโดยตรง จึงเลือกขนส่งในช่วงเวลากลางคืนเพื่อลดผลกระทบจากอุณหภูมิ

5. กระบวนการส่งคืน (Return) บริษัท สวนละอ อ จำกัด มีการจัดการตั้งแต่กระบวนการคัดบรรจุ โดยได้มีการคัดคุณภาพและตรวจสอบอย่างดี ทำให้สินค้าที่ส่งออกจากฟาร์มไม่พบปัญหาด้านการส่งคืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะต่อ บริษัท สวนละอ อ จำกัด ดังนี้ 1) บริษัทควรพัฒนากระบวนการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ในการดูแลผักในฤดูร้อนและฤดูฝนเพื่อให้สามารถพัฒนาทั้งด้านคุณภาพและปริมาณของผักให้คงที่ตลอดทั้งปี และ 2) บริษัท สวนละอ อ จำกัด เป็นฟาร์มที่สามารถผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ได้ตลอดทั้งปี และมีการสะสมองค์ความรู้ในระดับหนึ่งซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจเป็นอย่างมาก จึงควร เผยแพร่องค์ความรู้ในการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์แก่ผู้ที่สนใจเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

References

- Layraman, T. (2015). Management of the Organic Vegetable Growers Group of Nong Pa Khrang Community, Muang District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 3(3), 309-318. [in Thai]
- Rasameeted, B. (2007). *The Supply Chain Modeling of Pesticide Free Agriculture Products in the Thai Multinational Supermarket*. Lecture Document of Advanced Production Management subject Master's Program for Executives, Kasetsart University. [in Thai]
- Sangjaruswong, N. (2005). *A Study of Factors Affecting the Consumption Behavior of Hydroponic Vegetables of People in Bangkok*. Independent Study of Master's Degree, Kasetsart University. [in Thai]
- Sateansawad, W. (1998). *Development of Plant Technology with Hydroponics. Documentation for the Seminar*. Bangkok: National Research Council of Thailand. [in Thai]
- Supply Chain Council. (2010). *Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model: Overview-Version 10.0*. Cypress, TX: The Council.
- Thongaram, D. (2007). *Soilless Culture in Tropics: Production Management and Technology of Production Business in Thailand* (3rd ed). Bangkok: Se-Education Public Co., Ltd. [in Thai]
- Thongaram, D. (2007). *Soilless Growing: Principles of Production Management and Business Production Technology in Thailand* (3rd ed.). Bangkok: Pimdee Printing Co., Ltd. [in Thai]
- Thongaram, D. (2004). *Soilless Growing: Principles of Production Management and Business Production Technology in Thailand* (12nd ed.). Bangkok: Pimdee Printing Co., Ltd. [in Thai]



Name and Surname: Monrueedee Chantharat

Highest Education: Ph.D. in Environmental Science and Engineering from Gwangju Institute of Science and Technology, Republic of Korea

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness Management



Name and Surname: Montri Congtrakultien

Highest Education: MAB, Agribusiness Management, University of The Philippines, Philippines

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness Management

การวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา

PROBABILITY ANALYSIS OF WELLNESS TOURISM SERVICE FOR TOURISTS
TRAVELING IN BETONG DISTRICT, YALA PROVINCE

ชาคร ประพรหม¹ และเจษฎา ไหลภากรณ์²

Chakorn Praprom¹ and Jetsada Laipaporn²

^{1,2}คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

^{1,2}Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University, Pattani Campus

Received: March 26, 2020 / Revised: June 17, 2020 / Accepted: July 21, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความน่าจะเป็นของการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นหนึ่งในเมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ของรัฐบาล โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ ด้วยแบบจำลองโลจิต ประชากรที่ใช้ศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ผลการศึกษาพบว่า บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ที่มีสัดส่วนการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย 1) บริการบ่อน้ำร้อนเบตง 2) บริการสปาและเสริมความงาม 3) บริการนวดแผนโบราณ 4) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 5) การอ่านหนังสือ ฟังเพลง ชมงานศิลปะ 6) การเดินป่า ปั่นจักรยาน ปีนเขา ชมธรรมชาติ 7) การเยี่ยมชมโบราณสถาน ชุมชนท่องเที่ยว 8) บริการอาหาร โภชนาบำบัด และอาหารท้องถิ่น และ 9) บริการตรวจสุขภาพ นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นของการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย สัญชาติ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ช่องทางการรับรู้ข้อมูล ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ที่พักแรม และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to study the probability of the use of health-related tourism services of tourists who came to visit Betong district, Yala province, one of the cities in “the Triangle of Stability, Prosperity and Sustainability” of the Thai government. This research is a quantitative research employing the logit model. The research population comprised Thai and Malaysian tourists who came to visit Betong district, Yala province. Findings shows that the wellness tourism services which have significant proportion of tourists’ uses are (1) the Betong hot spring

service; (2) the spa and beauty service; (3) the traditional massage service; (4) the religious tourism service; (5) the book reading, music listening, and art works watching service; (6) the trekking, biking, mountain climbing, and natural sightseeing service; (7) the visiting to archaeological sites and tourist communities service; (8) the local culinary and nutrition therapy service; and (9) the health examination service. Furthermore, factors affecting the probability of using each type of wellness tourism services with statistical significance are nationality, gender, age, religion, educational level, occupation, income level, information perception channel, travelling characteristics, accommodation, and travel expense.

Keywords: Wellness Tourism, Betong District, Yala Province, Tourist Behaviors

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากประชาชนให้ความสนใจในเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น เป็นเหตุให้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตลาดบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก ในปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่ามากถึง 6.39 แสนล้านเหรียญสหรัฐ โดยขยายตัวกว่าร้อยละ 6.5 เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าตลาดในปี พ.ศ. 2558 ที่มีมูลค่าเพียง 5.63 แสนล้านเหรียญสหรัฐ และขยายตัวในอัตราที่มากกว่า 2 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวโดยทั่วไปที่มีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 3.2 (Global Wellness Institute, 2018)

ส่วนของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยพบว่า ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีขนาดใหญ่เป็นลำดับที่ 13 ของโลก โดยมีมูลค่า 12 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็นลำดับที่ 4 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย และเป็นลำดับที่ 1 ของอาเซียน (Global Wellness Institute, 2018)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่เสริมสร้างหรือรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ในหลายประเทศได้ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เช่น บริการออนเซนของญี่ปุ่น เป็นต้น

(Ministry of Tourism and Sport, 2016)

ในประเทศไทยการบริการเชิงสุขภาพมีความหลากหลายและโดดเด่นจนเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวมตามแนวทางการแพทย์แผนไทย การนวดแบบไทย การใช้โภชนาบำบัดตามธาตุเจ้าเรือน การบริการสปาที่ใช้สมุนไพรและเครื่องหอมของไทย รวมถึงการให้บริการที่มีเป้าหมายไปด้วยอรรถาธิบายและเอาใจใส่ของคนไทย นอกจากนี้ยังผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้ากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีลักษณะที่โดดเด่นตามทรัพยากรและองค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ เช่น สปาสมุนไพรสมุนไพรร้อน น้ำพุร้อนและการอาบน้ำแร่ เป็นต้น ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีเอกลักษณ์แตกต่างไปจากบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศอื่น (Ministry of Tourism and Sport, 2016)

ด้วยศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ทำให้ภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยมีพื้นที่นำร่องคือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี (Ministry of Tourism and Sport,

2016) ในปัจจุบันบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเป็นหนึ่งในกิจกรรมการผลิตภาคบริการที่ภาครัฐมุ่งพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจตามยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรคคุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ (National Strategy Committee, 2015)

อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นพื้นที่หนึ่งในเมืองต้นแบบในโครงการเมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว (Kaewmanee, 2017) มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นแอ่งกระทะล้อมรอบด้วยหุบเขา ทำให้มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี จนได้รับการขนานนามว่า “เบตงเมืองในหมอก” มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ บ่อน้ำพุร้อนเบตง ซึ่งเป็นบ่อน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ จุดชมทะเลหมอก และจุดล่องแก่งที่ตำบลอัยเยอร์เวง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน เช่น อุโมงค์ปิยะมิตร ที่เคยเป็นฐานที่มั่นในการปฏิบัติการต่อสู้ทางการเมืองของคอมมิวนิสต์มาลายา นอกจากนี้ในเขตเทศบาลเบตงยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัดพุทธาธิวาส สถานที่พักผ่อนหย่อนใจอย่างสวนสาธารณะและสนามกีฬากลางหุบเขา ร้านอาหารท้องถิ่น นวดแผนโบราณ ประกอบกับความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันระหว่างชาวไทยพุทธ มุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน (Kaewngam & Jongwilaikasaem, 2019) อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายแดนไทยและมาเลเซีย ทำให้อำเภอเบตง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองเบตงเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้โดยสะดวก โดยในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองเบตงมากถึง 325,203 คน มากเป็นอันดับ

ที่ 2 ของประเทศ รองจากด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา จังหวัดสงขลา (TAT Intelligence Center, 2019)

เนื่องจากอำเภอเบตงมีบริการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพียงแต่ยังไม่ได้มีการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจะเป็นการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวมาเลเซีย เพื่อเป็นการยืนยันว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการ ย่อมช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตัดสินใจลงทุนหรือปรับปรุงการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ให้ดีขึ้น และเสริมสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความน่าจะเป็นของการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในอำเภอ เบตง จังหวัดยะลา

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) มีลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เพราะการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อรับบริการรักษาโรคร้ายไข้เจ็บ (Sirisuthikul, 2014)

อย่างไรก็ตามรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีด้วยกันหลายรูปแบบ (Global Wellness Institute, 2013) สามารถแยกออกได้เป็น 1) บริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนสอาหารสุขภาพ สปา และเสริมความงาม เป็นต้น 2) บริการส่งเสริม

สุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไทชี เป็นต้น 3) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด เป็นต้น 4) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคม ฟิตเนส เป็นต้น 5) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด เป็นต้น และ 6) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น บำบัดด้วยธรรมชาติ เป็นต้น

Voit (2010) ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีด้วยกัน 6 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวันและเพื่อการพักผ่อน 2) เพื่อสุขภาพจิตที่ดีขึ้น 3) เพื่อสุขภาพและรูปลักษณ์ทางกายภาพที่ดีขึ้น 4) เพื่อปลดปล่อยตัวเอง 5) เพื่อการพบปะผู้อื่น 6) เพื่อสร้างกำลังใจให้ตัวเอง ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ ลักษณะสิ่งแวดล้อมโดยรอบ สอดคล้องกับ Mak, Wong, & Chang (2009) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวในฮ่องกงใช้บริการสปาเพื่อการพักผ่อน เพื่อหลีกเลี่ยงจากความกดดันในชีวิตประจำวัน เพื่อให้รางวัลกับตัวเอง เพื่อสุขภาพและความงาม และเพื่อมิตรภาพ ตามลำดับ เช่นเดียวกับ Sirisuthikul (2014) และ Kaewchaluay (2011) ที่พบว่า นักท่องเที่ยว ต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะต้องการผ่อนคลายจากความเครียด ต้องการดูแลสุขภาพโดยรวม ต้องการฟื้นฟูสุขภาพจิตใจ ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ต้องการได้รับความสนุกสนาน ต้องการท่องเที่ยวไปกับครอบครัว และต้องการรู้จักผู้คน

Promburom & Kimpakorn (2015) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสานโดยนักท่องเที่ยวไทยเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศผสมเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นิยมคือ การนวดแผนโบราณ การแช่น้ำพุร้อน และการฝึกสมาธิ

ในขณะที่ Poomapinun & Virakij (2018) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตนิยมใช้บริการสปา โยคะ และอาหารเพื่อสุขภาพ เช่นเดียวกับ Pathumporn (2017) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์นิยมใช้บริการสปาและการอาบน้ำแร่

ในประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยว Promburom & Kimpakorn (2015) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวและประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยคือ ความคุ้มค่าของเงิน ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่พัก และการเดินทาง ในกรณีนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวและประสบการณ์ที่ดีคือ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่าของเงิน กิจกรรมการท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ไกด์นำเที่ยว และที่พัก

สำหรับประเด็นปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายเพื่อบริการท่องเที่ยว Brida & Scuderi (2013) พบว่า รายได้ ลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการเดินทาง เป็นปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ Medina-Munoz & Medina-Munoz (2012) ที่พบว่า ปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายเพื่อบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวในสเปนคือ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยทางประชากร เช่น อายุ เป็นต้น

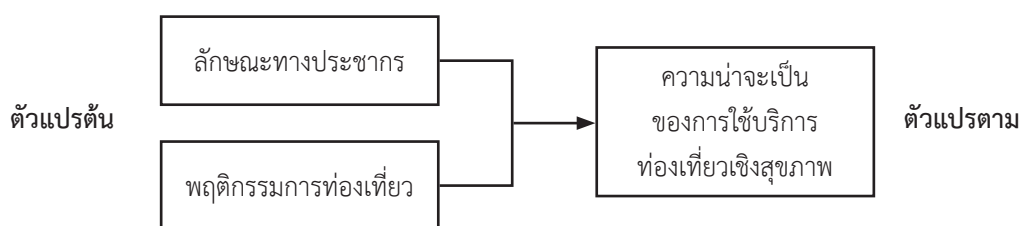
นอกจากนี้ Tezak, Saftic, & Persuric (2011) ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศโครเอเชีย เป็นนักท่องเที่ยวในตลาดพิเศษ (Niche Market) ที่มีระดับการศึกษาสูงและ

มีความรู้เกี่ยวกับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดี สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย Pathumporn (2017) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในอำเภอหัวหินคือ บริการเชิงสุขภาพที่ทันสมัย และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นชี้ให้เห็นว่า

ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา เป็นต้น พฤติกรรมและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บริการนำเที่ยว และที่พัก เป็นต้น เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเขียนกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัยนี้เป็นการศึกษาความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวมลายูเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา และศึกษาปัจจัยที่กำหนดความน่าจะเป็นของการใช้บริการ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการศึกษามี 13 ประเภทด้วยกัน คือ 1) การใช้บริการบ่อน้ำร้อน เบตง 2) บริการสปาและเสริมความงาม 3) บริการนวดแผนโบราณ 4) โยคะสมาธิ ไทชิ ชี่กง 5) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 6) คอร์สบำบัดความเครียด พัฒนาชีวิต 7) อ่านหนังสือ ฟังเพลง ชมงานศิลปะ 8) เดินป่า ปีนจักรยาน ปีนเขา ชมธรรมชาติ 9) เยี่ยมชมโบราณสถาน ชุมชน ท่องเที่ยว 10) สถานออกกำลังกาย 11) อาหาร โภชนาบำบัด อาหารท้องถิ่น 12) ตรวจสุขภาพ และ 13) บริการแพทย์แผนจีน ส่วนปัจจัยที่กำหนดความน่าจะเป็นของการใช้บริการ ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวมลายูเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 399.74 หรือประมาณ 400 ตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) และอ้างอิงขนาดประชากรจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวมลายูเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 609,055 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 133,589 คน และนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย 475,466 คน (Ministry of Tourism and Sport, 2018) ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แบ่งเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 100 คน และนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียจำนวน 300 คน โดยพิจารณาแบ่งตามสัดส่วนโดยประมาณระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวมลายูเซียที่ใช้คำนวณกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว และข้อมูลการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence) ของข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าระหว่าง 0.67 - 1 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Pasunon, 2015) แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยแบบสอบถามภาษาอังกฤษได้ผ่านการแปลกลับเป็นภาษาไทยเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ในการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะการแจกแจงของความน่าจะเป็นของการใช้หรือไม่ใช้บริการซึ่งเป็นตัวแปรตามที่สนใจศึกษานั้น ไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ผู้วิจัยจึงไม่สามารถใช้แบบจำลองความน่าจะเป็นแบบเส้นตรง (The Linear Probability Model) ในการศึกษาได้ ในขณะที่แบบจำลองโลจิสต์นั้นเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ในกรณีที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรทางเลือก 2 ทาง (NinBai, 2012) แบบจำลองโลจิสต์ในรูปของตัวแบบสมการถดถอยพหุคูณแสดงได้ดังนี้

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n x_n \quad (1)$$

จากสมการที่ 1 ตัวแปรตาม คือ ค่า Natural logarithm ของค่า Odd Ratio หรือ

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right)$$

เป็นอัตราส่วนระหว่างความน่าจะเป็นของการใช้บริการ (p_i) และความน่าจะเป็นของการไม่ใช้บริการ ($1-p_i$) ในบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทที่ i

ส่วนตัวแปรอิสระ (x_n) ในแบบจำลอง คือ ลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย สัญชาติ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ช่องทางการรับข้อมูล การท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ที่พักแรม และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยใช้วิธี Maximum Likelihood (ML) ในการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง ($\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$) เพราะวิธี ML เป็นวิธีที่เหมาะสมกับรูปแบบการเก็บข้อมูลที่เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross Section Data) อีกทั้ง วิธี ML ยังสามารถใช้กับแบบจำลองที่มีลักษณะไม่ใช่เส้นตรงได้ เช่น กรณีแบบจำลองโลจิสต์

นอกจากนี้วิธี ML ยังสามารถจัดการกับปัญหาความแปรปรวนของค่าตัวแปรตามไม่คงที่ (Heteroscedasticity) ได้ (NinBai, 2012) ผู้วิจัยนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มาคำนวณผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) เนื่องจากตัวแปรอิสระที่ใช้ในแบบจำลองทั้งหมดมีลักษณะตัวแปรจัดกลุ่ม (Categorical Variable) ตัวแปรดังกล่าวจะถูกแปลงเป็นตัวแปรหุ่นในขั้นตอนการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ เช่น เพศ เป็นตัวแปรที่มีสองประเภทคือ เพศชายและเพศหญิง ถ้ากำหนดให้ตัวแปรเพศหญิง ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่นแทนค่าด้วยหนึ่ง ดังนั้นตัวแปรหุ่นซึ่งเป็นเพศชายก็จะถูกกำหนดให้เป็นศูนย์โดยอัตโนมัติ เป็นต้น

ผลกระทบส่วนเพิ่มจึงเป็นผลต่างของความน่าจะเป็นที่นักท่องเที่ยวจะใช้บริการเมื่อตัวแปรหุ่นอื่นๆ มีค่าเป็นศูนย์ ส่วนตัวแปรหุ่นที่สนใจวิเคราะห์มีค่าเป็นหนึ่ง กับความน่าจะเป็นที่นักท่องเที่ยวจะใช้บริการเมื่อตัวแปรหุ่นอื่นๆ และตัวแปรหุ่นที่สนใจวิเคราะห์มีค่าเป็นศูนย์

ผลการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 49.75 และร้อยละ 50.25 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 38 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม รองลงมานับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 49.50 และร้อยละ 27 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 28.25) และประกอบอาชีพเป็นพนักงานเต็มเวลา (ร้อยละ 54) รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวมาเลเซียส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,501-3,000 ริงกิต ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวในอำเภอเบตง ผ่านสื่อสาธารณะ (ร้อยละ 42) เดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อน (ร้อยละ 47) และส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป (ร้อยละ 60)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้โรงแรมเป็นที่พัก (ร้อยละ 76) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 37.25 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 3,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มรองลงมาร้อยละ 24.25 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 4,001-5,000 บาท เมื่อผู้วิจัยประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 13 ประเภท และคำนวณเป็นค่าความน่าจะเป็นของ

การใช้บริการเฉลี่ยของบริการท่องเที่ยวแต่ละประเภท ซึ่งคำนวณจากค่าสัมประสิทธิ์คงที่ของแบบจำลองเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ มีค่าเป็นศูนย์ พบว่า บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 13 ประเภท สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นบริการท่องเที่ยวที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ยน้อยกว่าร้อยละ 15 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ประกอบด้วย 1) โยคะ สมาธิ ไทชิ ชีกง 2) คอร์ส บำบัดความเครียด พัฒนาชีวิต 3) สถานออกกำลังกาย และ 4) บริการแพทย์แผนจีน

ส่วนกลุ่มที่สองคือ บริการท่องเที่ยวที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ยตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป อีก 9 ประเภท ได้แก่ 1) การใช้บริการบ่อน้ำร้อนเบตง 2) บริการสปาและเสริมความงาม 3) บริการนวดแผนโบราณ 4) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 5) อ่านหนังสือ ฟังเพลง ชมงานศิลปะ 6) เดินป่า ปั่นจักรยาน ปีนเขา ชมธรรมชาติ 7) เยี่ยมชมโบราณสถาน ชุมชนท่องเที่ยว 8) อาหารโภชนาบำบัด ดีท็อกซ์ การจัดการน้ำหนัก อาหารท้องถิ่น ประการสุดท้าย 9) การตรวจสุขภาพ ซึ่งบริการกลุ่มที่สองนี้ ผู้วิจัยจะได้วิเคราะห์ในรายละเอียดต่อไป

ตารางที่ 1 แสดงความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉลี่ย และผลกระทบส่วนเพิ่มที่มีนัยสำคัญทางสถิติของแต่ละปัจจัยที่แปรค่ามาจากค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองโลจิสติกของบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภทในกลุ่มที่สอง รายละเอียดผลการศึกษาศึกษาของบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มที่สองทั้ง 9 ประเภทมีดังนี้

ตารางที่ 1 ความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ยและผลกระทบส่วนเพิ่มจากปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภท

ตัวแปร	บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ									
	เดิมน่า ชมธรรมชาติ	โบราณสถาน ชุมชน ท่องเที่ยว	อ่านหนังสือ ชมงานศิลปะ	บ่อน้ำร้อน เบตง	สปาและเสริม ความงาม	นวดแผน โบราณ	ท่องเที่ยวเชิง ศาสนา	อาหารและ โภชนาบำบัด	ตรวจสอบสุขภาพ	
ความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ย (ร้อยละ)	92.89	72.13	68.68	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
1. สัญชาติ - ไทย (กลุ่มอ้างอิง : มาเลเซีย)		+9.68 **		+17.59 **						
2. เพศ - หญิง (กลุ่มอ้างอิง: ชาย)			-11.76 **							-12.35 **
3. อายุ - 30-39 - 40-49 - 50-59 - มากกว่า 60 ปี (กลุ่มอ้างอิง: 20-29)				+17.64 ** +18.59 **	-32.92 **					
4. ศาสนา - อิสลาม - คริสต์ - ฮินดู - อื่นๆ (กลุ่มอ้างอิง: พุทธ)	-10.09 ** -11.54 * -24.50 **				-27.01 ** +16.72 *	+20.25 *	-37.28 **			

ตารางที่ 1 ความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ยและผลกระทบส่วนเพิ่มจากปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภท (ต่อ)

ตัวแปร	บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ							
	เดินป่าชมธรรมชาติ	โบราณสถานชุมชนท่องเที่ยว	อ่านหนังสือชมงานศิลปะ	บ่อน้ำร้อนเบตง	สปาและเสริมความงาม	นวดแผนโบราณ	ท่องเที่ยวเชิงศาสนา	อาหารและโภชนบำบัด
5. ระดับการศึกษา								
- ปริญญาตรี								-15.78 **
- ปริญญาโท								-24.09 **
- อื่นๆ								
(กลุ่มอ้างอิง: มัธยมศึกษา)								
6. อาชีพ								
- เจ้าของธุรกิจ								
- พนักงานเต็มเวลา								
- พนักงานล่วงเวลา								
-ว่างงาน							-44.89 **	+20.22 **
- เกษียณ								
(กลุ่มอ้างอิง: นักเรียน นักศึกษา)								
7. รายได้ต่อเดือน								
- 1,501-3,000 ร้อยกิต						+15.54 *		+16.64 **
- 3,001-4,500 ร้อยกิต						+27.36 **		+23.47 **
- 4,501-6,000 ร้อยกิต						+18.77 **	+36.03 **	+20.24 **
- มากกว่า 6,000 ร้อยกิต								-18.88 *
- น้อยกว่า 15,000 บาท								-25.79 *
- 15,001-30,000 บาท						-32.06 **		
- 30,001-45,000 บาท						-27.58 *		
- มากกว่า 45,000						-31.74 **		
(กลุ่มอ้างอิง: น้อยกว่า 1,500 ร้อยกิต)								

ตารางที่ 1 ความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ยและผลกระทบส่วนเพิ่มจากปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภท (ต่อ)

ตัวแปร	บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ							
	เดิณปา ชมธรรมชาติ	โบราณสถาน ชุมชน ท่องเที่ยว	อ่านหนังสือ ชมงานศิลปะ	บ่อน้ำร้อน เบตง	สปาและเสริม ความงาม	นวดแผน โบราณ	ท่องเที่ยวเชิง ศาสนา	อาหารและ โนชนบำบัด
8. ช่องทางการรับรู้ข้อมูล - สื่อสาธารณะ - ครอบครัวและเพื่อน (กลุ่มอ้างอิง: ตัวแทนนำเที่ยว)				-26.39 ** -30.07 **		-20.04 **		-24.47 ** -27.22 **
9. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว - ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว - ท่องเที่ยวกับเพื่อน (กลุ่มอ้างอิง: ท่องเที่ยวกับครอบครัว)				+18.68 ** +15.56 **				
10. ที่พักแรม - โฮมสเตย์ - โฮสเทล - บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน - ค่ายพักแรม (แคมป์) (กลุ่มอ้างอิง: โรงแรม)	+5.74 *	+17.93 ** -22.81 **				-33.28 ** -35.31 **	+40.30 **	
11. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว - 3,001-4,000 บาท - 4,001-5,000 บาท - มากกว่า 5,000 บาท (กลุ่มอ้างอิง: ต่ำกว่า 3,000 บาท)				+22.31 **			+17.97 ** +22.41 **	-15.56 *

หมายเหตุ: 1. เครื่องหมาย + และ - แสดงผลกระทบส่วนที่เพิ่มหรือลดจากสัดส่วนการใช้บริการโดยเฉลี่ย

2. * มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

1. การใช้บริการเดินป่า ปั่นจักรยาน ปีนเขา ชมธรรมชาติ ความน่าจะเป็นของการใช้บริการเฉลี่ยของประเภทนี้ ซึ่งแสดงในตารางที่ 1 มีค่าสูงถึงร้อยละ 92.89 ทำให้เป็นบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการที่สูงที่สุด

ผลกระทบส่วนเพิ่มซึ่งแสดงในตารางเดียวกัน ยังชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนา อิสลาม ฮินดู และอื่นๆ จะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการที่น้อยลงอย่างมีนัยสำคัญคือ ร้อยละ 10.09, 11.54 และ 24.50 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยทางศาสนามีผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทนี้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่แพ้อาหารแบบโฮมสเตย์ ยังมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการนี้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.74 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การใช้บริการเยี่ยมชมโบราณสถาน ชุมชนท่องเที่ยว เป็นบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเป็นลำดับที่สอง คิดเป็นร้อยละ 72.13 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่ม ซึ่งแสดงในตารางที่ 1 ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.68 นักท่องเที่ยวที่ใช้ที่พักแบบโฮมสเตย์มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.93 ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวพักแรมที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน จะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 22.81 สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านที่พักแรมของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทนี้

3. การใช้บริการอ่านหนังสือ ฟังเพลง ชมงานศิลปะ มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการมากเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 68.68 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่มที่แสดงในตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงจะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 11.76

นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุระหว่าง 40-49 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 27.34 และ 32.35 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 4,501-6,000 ริงกิต มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 16.69

4. การใช้บริการบ่อน้ำร้อนเบตง มีค่าสัมประสิทธิ์คงที่ในแบบจำลองโลจิสติกไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า odd ratio ในกรณีนี้จึงมีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการประเภทนี้ เท่ากับร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่มที่แสดงในตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการบ่อน้ำร้อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.59 อย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านอายุก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการบ่อน้ำร้อนเบตง นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุระหว่าง 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการบ่อน้ำร้อนเบตงเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.64 และ 18.59 ตามลำดับ

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเบตงมากกว่า 5,000 บาท มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการบ่อน้ำร้อนเบตงมากขึ้นร้อยละ 22.31

5. การใช้บริการสปาและบริการเสริมความงาม มีค่าสัมประสิทธิ์คงที่ของแบบจำลองการใช้บริการสปาและบริการเสริมความงามมีค่าไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการสปาและบริการเสริมความงาม ร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ผลกระทบส่วนเพิ่มแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทและกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการสปาและบริการเสริมความงามน้อยลงร้อยละ 32.06 และ 27.58 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 32.92

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 27.01 แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอื่นจะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.72

6. การใช้บริการนวดแผนโบราณ มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพียงร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่มในตารางเดียวกัน ยังแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีระดับรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001-45,000 บาท มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการนวดแผนโบราณน้อยลงร้อยละ 30.53 และร้อยละ 31.74 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 3,000-4,500 ริงกิต กลุ่มรายได้ระหว่าง 4,501-6,000 ริงกิต และกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 6,000 ริงกิตขึ้นไป มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการนวดแผนโบราณเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.54, 27.36 และ 18.77 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทนี้

แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการรับข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้รับข้อมูลจากครอบครัวและเพื่อน จะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการนวดแผนโบราณน้อยลงร้อยละ 20.04 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่พักโฮมสเตย์ หรือใช้บ้านญาติและบ้านเพื่อนเป็นที่พักแรม จะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการนวดแผนโบราณน้อยลง ร้อยละ 33.28 และ 35.31 ตามลำดับ

7. การใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่มในตารางเดียวกันยังแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 37.28 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ว่างงานที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพียงร้อยละ 44.89 แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 4,501-6,000 ริงกิตต่อเดือน ที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.03

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮสเทลความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.30 เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 3,001-4,000 บาท และกลุ่มที่ใช้จ่ายมากกว่า 5,000 บาท ที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.97 และ 22.41 ตามลำดับ

8. การใช้บริการอาหาร โภชนาบำบัด อาหารท้องถิ่น มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่มยังแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาอื่นๆ มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการอาหารและโภชนาบำบัดน้อยลงร้อยละ 15.78 และ 24.09 ตามลำดับเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวในระดับการศึกษาอื่นๆ

ในทางตรงข้ามนักท่องเที่ยวกลุ่มพนักงานล่วงเวลากลับมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.22 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียกลุ่มที่มีรายได้สูงจะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้น โดยนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียกลุ่มที่มีรายได้ 3,001-4,500 ริงกิต กลุ่มที่มีรายได้ 4,501-6,000 ริงกิต และกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 6,000 ริงกิตขึ้นไป มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.64, 23.47 และ 20.24 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กลับมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 25.79

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลกระทบส่วนเพิ่มแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อ ผ่านครอบครัวและเพื่อน ความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 24.47 และร้อยละ 27.22 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 5,000 บาท ก็จะมีแนวโน้มจะเป็นของการใช้บริการลดลงเช่นกันที่ร้อยละ 15.56

9. การใช้บริการตรวจสอบสุขภาพ มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการตรวจสอบสุขภาพโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ผลกระทบส่วนเพิ่มที่แสดงในตารางเดียวกันชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยกว่าเพศชายร้อยละ 12.35 เมื่อพิจารณาความน่าจะเป็นของการใช้บริการตามกลุ่มรายได้ของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมาเลเซียที่มีรายได้มากกว่า 6,000 ริงกิต จะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 18.88 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 28.97 ตามลำดับ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อ จะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการน้อยลงร้อยละ 17.46 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน

อภิปรายและสรุปผล

จากผลการศึกษาความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 13 ประเภทโดยแบบจำลองโลจิต ผู้วิจัยพบว่า มีบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพียง 9 ประเภทเท่านั้น ที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการมากที่สุดคือ บริการเดินป่า ปั่นจักรยาน ปีนเขา และชมธรรมชาติ สอดคล้องกับการเกิดขึ้นของการชมทะเลหมอก ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ในพื้นที่ที่ได้รับความ

นิยมจากนักท่องเที่ยว รองลงมาเป็นบริการเยี่ยมชมโบราณสถาน ชุมชนท่องเที่ยว และบริการอ่านหนังสือ ฟังเพลง ชมงานศิลปะ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน (Promburom & Kimpakorn, 2015) ที่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม แตกต่างจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดภูเก็ต (Poomapinun & Virakij, 2018) และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอังกฤษในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Pathumporn, 2017) ที่นิยมใช้บริการสปา

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ละประเภท ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า 1) ปัจจัยทางด้านประชากร อันได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ และ 2) ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว อันได้แก่ ช่องทางการรับข้อมูล ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ที่พักแรม และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละประเภทแตกต่างกัน

ปัจจัยทางด้านประชากรที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถึง 6 ประเภท ผลการศึกษาแสดงชัดเจนว่า ระดับรายได้ปานกลางถึงสูงของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย มีผลเชิงบวกต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการนวดแผนโบราณ บริการอาหารและโภชนาบำบัด และบริการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่ำ เช่น กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลับมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการสปาและเสริมความงาม บริการอาหารและโภชนาบำบัด และบริการตรวจสอบสุขภาพน้อยลง

ปัจจัยด้านอายุของนักท่องเที่ยวนั้นมีผลต่อความ

น่าจะเป็นของการใช้บริการอ่านหนังสือ ฟังเพลง ชมงานศิลปะ และบริการสปาและเสริมความงามค่อนข้างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปีที่มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการทั้งสองประเภทนี้น้อยลงถึงร้อยละ 30 ส่วนปัจจัยด้านศาสนาของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ในพื้นที่ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ามีผลเชิงลบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3 ประเภท ได้แก่ บริการเดินป่าชมธรรมชาติ บริการสปาและเสริมความงาม และบริการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการรับข้อมูลที่ส่งผลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3 ประเภท ได้แก่ บริการบ่อน้ำร้อนเบตง บริการอาหารและโภชนาบำบัด และบริการนวดแผนโบราณ ส่วนปัจจัยด้านที่พักแรม ก็ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นกัน เห็นได้จากนักท่องเที่ยวที่ใช้โฮมสเตย์เป็นที่พักแรมนั้น มีความน่าจะเป็นของการใช้บริการ เดินป่า ปั่นจักรยาน และชมธรรมชาติ และบริการเยี่ยมชมโบราณสถาน และชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งสองประเภทนี้คือ พื้นที่ชมทะเลหมอกในตำบลอัยเยอร์เวง และอุโมงปิยมิตร มีที่ตั้งห่างไปจากตัวเมือง และมีที่พักแบบโฮมสเตย์ให้บริการอยู่ในบริเวณใกล้เคียง เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ใช้โฮสเทลเป็นที่พักจะมีความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากที่ตั้งของโฮสเทลอยู่ในเขตตัวเมืองเบตง ซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สำคัญคือ วัดพุทธาธิวาส ผลการศึกษาในส่วนนี้แสดงให้เห็นได้ว่า ที่พักเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับผลการ

ศึกษาของ Promburom & Kimpakorn (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านที่พักมีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากปัจจัยบางประการที่ส่งผลกระทบทางลบต่อความน่าจะเป็นของการใช้บริการ ดังนั้นข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพในการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ มีดังนี้

1.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามหลักอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่อเพิ่มโอกาสในการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ

1.2 พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยคำนึงถึงบริบททางศาสนา เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า โดยเฉพาะในกลุ่มผู้นับถือศาสนาอิสลาม

1.3 พัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในพื้นที่

1.4 พัฒนาศูนย์บริการขนส่งเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตง และแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ

1.5 พัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การใช้รูปแบบการร่วมทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public Private Partnership: PPP) เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการพื้นที่ ให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตงมากขึ้น เกิดการจ้างงาน เกิดธุรกิจใหม่ สร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2563 ที่สนามบินเบตง กำลังเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีช่องทางในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตงได้สะดวกมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึกของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย โดยจำแนกตามกลุ่มเชื้อชาติ อย่างที่ทราบกันดีว่าประเทศมาเลเซียประกอบไปด้วย ประชากรหลากหลาย เชื้อชาติ ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติจีน เชื้อชาติมาเลย์ เชื้อชาติอินเดีย ดังนั้นควรจะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเชื้อชาติต่างๆ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติโดยละเอียด สามารถพัฒนาการบริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกลุ่มสูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา เนื่องจากมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

2.3 ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เพิ่มเติม หลังจากสนามบินเบตงเปิดดำเนินการ เนื่องจากการเปิดเส้นทางการบินใหม่ ทำให้มีโอกาสนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ซึ่งอาจมีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เพิ่มมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจในการพัฒนาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี พ.ศ. 2562 ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รหัสโครงการ HUM620203S

References

- Brida, J. G. & Scuderi, R. (2013). Determinants of Tourist Expenditure: A Review of Microeconomic Models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 28-40
- Global Wellness Institute. (2018). *Global Wellness Economy Monitor*. Retrieved November 21, 2019, from https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2019/04/GWIWellnessEconomyMonitor2018_042019.pdf
- Global Wellness Institute. (2013). *The Global Wellness Tourism Economy 2013*. Retrieved November 21, 2019, from https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/wellness_tourism_economy_exec_sum_final_10022013.pdf
- Kaewchaluay, C. (2011). *The Development of Wellness Tourism Activities: The Case Study of Hot Spring in Kampangpetch Province*. Master of Arts (Tourism Management), Naresuan University. [in Thai]
- Kaewmanee, R. (2017). *Industrial Potential in Southern Area: The Role Model City "The Stability, Prosperity and Sustainability Triangle"*. Retrieved December 15, 2018, from http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/wealth_triangle.pdf [in Thai]
- Kaewngam, K. & Jongwilaikasaem, W. (2019). Betong: Strategies of the Tourism Communication Under the Violence Crisis in the Three Southern Border Provinces. *Journal of Communication Arts*, 37(3), 40-50. [in Thai]
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2009). Health or Self-indulgence? The Motivations and Characteristics of Spa-goers. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 185-199.

- Medina-Munoz, D. R. & Medina-Munoz R. D. (2012). Determinants of Expenditures on Wellness Services: The Case of Gran Canaria. *Regional Studies*, 43(3), 309-319.
- Ministry of Tourism and Sport. (2018). *Domestic Tourism Statistics Q1-Q4 Classify by Region and Province*. Retrieved December 15, 2018, from <https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=12102> [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sport. (2016). Wellness Tourism. *Tourism Economic Review*, 3, 30-43. [in Thai]
- National Strategy Committee. (2015). National Strategy. *Royal Thai Government Gazette*, 135(82a), 1-71. [in Thai]
- Ninbai, T. (2012). *Applications in Econometrics*. Bangkok: Ramkhamhaeng University. [in Thai]
- Pasunon, P. (2015). Validity of Questionnaire for Social Science Research. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*, 18, 375-396. [in Thai]
- Pathumporn, J. (2017). Factors Effectuated the Decision Making in Utilizing Wellness Services of International Tourists in Hua-Hin Thailand. *College of ASIAN Scholars Journal*, 7(2), 95-106. [in Thai]
- Poomapinun, P. & Virakij, Y. (2018). Behaviors and Incentive of Chinese wellness Tourists in Phuket. *Human Resource and Organization Development Journal*, 10(2), 89-109. [in Thai]
- Promburom, T. & Kimpakorn, N. (2015). Factors Affecting Tourist Experience of Eco, Culture, and Wellness Tourism in the upper Northern Provincial Cluster 1 of Thailand: Chiang Mai, Lamphun, Lampang, Mae Hong Son. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*, 10(1), 71-87. [in Thai]
- Sirisuthikul, V. (2014). *The Survey of Preference and Brand Royalty of Foreign Tourists in Wellness Business in Thailand in order to develop strategies for being wellness tourism hub in ASEAN Economic Community*. Bangkok: Srinakharinwirot University. [in Thai]
- TAT Intelligence Center, (2019). *International Tourist Arrivals to Thailand by Port of Entry*. Retrieved November 21, 2019, from <https://intelligencecenter.tat.or.th/> [in Thai]
- Tezak, A., Saftic, D., & Persuric, A. S. (2011). Influence of Wellness in Selecting Tourism destination. *The 5th International Scientific Conference-Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turmoil* (pp. 1918-1933). Pula, Croatia: CROSB I Hrvatska Znanstvena Bibliografija.
- Voit, C. (2010). *Health Tourism in Australia: Supply, Demand and Opportunities*. Queensland, Australia: Sustainable Tourism CRC Pty. Ltd.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row Publications.



Name and Surname: Chakorn Praprom

Highest Education: Ph.D. (Economics), Chiangmai University

Affiliation: Prince of Songkla University, Pattani campus

Field of Expertise: Economics



Name and Surname: Jetsada Laipaporn

Highest Education: M.A. (Economics), Thammasat University

Affiliation: Prince of Songkla University, Pattani campus

Field of Expertise: Economics

THE STUDY OF THE BEHAVIORAL INTENTION OF CULTURAL AND COMMUNITY-BASED TOURISM IN MYANMAR

Hlaing ZarChi Tin Myint

Faculty of International College, Panyapiwat Institute of Management

Received: August 18, 2020 / Revised: November 19, 2020 / Accepted: November 24, 2020

Abstract

As the global tourism industry becomes more competitive, examining future behavioral intentions of international tourists plays an essential role in the development of destination. Thus, the purpose of this study is to analyze the perceptions of International tourists on the destination image of Myanmar leading to future behavioral intention through their overall experiences' assessment. In this study, the overall destination image is the predictor variable, with customers' expectation, experiential values such as their perceived quality and perceived value and their satisfaction as the mediating variables, and behavioral intention as the outcome variable. According to Green (1991), the minimum 106 of respondents are required for this study. However, there were 400 quantitative survey forms distributed to international tourists who had visited Mandalay region, Myanmar through convenience sampling technique and 335 questionnaires were applied for the analysis of this study.

The Partial Least Square (PLS) method was applied for the model and testing the proposed hypotheses. The results revealed that the overall destination image had indirect effect on behavioral intention through customers' experiential values. Precisely, the results disclosed that perceived quality and perceived value of the customers had significant direct influence on their satisfaction and facilitated to enhance future behavioral intention towards destination. As a result, more understanding on the motivation of tourists' satisfaction and positive behavioral intentions are significant contribution for the development and management of destination strategy.

Keywords: Destination Image, Perceived Value, Satisfaction, Behavioral Intention

Introduction

Nowadays, tourism industry plays a significant role in the national and global development since success in tourism sector boosts to growth of the country as it can generate more revenue and also increase employment rate. In order to grab this opportunity, the Government of Myanmar (GOM) adopted the Myanmar Responsible Tourism Policy in 2012 (Ministry of Hotels and Tourism, 2017) with the fundamental concept of responsible tourist behavior relating to the main three indicators: tourists' awareness in local tradition and custom, tourists' admiration for local ethnicity and ecological awareness. As in the current trend of ever more sophisticated consumers market, the one who provides memorable customer experiences can positively generate higher value and economic benefit.

Since a destination consider as a primary factor to success in tourism industry, to creating a good image of destination becomes critical for the industry. According to the previous studies, the tourist destination can create a good image and could hold competitive power as a benefit among destinations (Ahmed, 1991; Crompton, Fakeye, & Lue, 1992; Javalgi, Thomas, & Rao, 1992; Sahin & Baloglu, 2011). Cultures and historical sites have later become one of the primary attractions for tourists and have generated demand for the tourism industry of the country. The cultural factors are important because economic performance and development of the nations are directly

influenced by the cultural factors and enhance the competitiveness of the region (Dziembowska, Kowalska, & Funck, 2000). It is because culture of a country is a second significant element of destination attractions (Ritchie, 2003). In the Southeast Asia, Bagan, ancient city of Myanmar, stands as one of the wealthiest archaeological sites, since it has approximately 2000 ancient monuments and pagodas scattered all over its area (Ministry of Hotels and Tourism, 2019). It was entitled as a UNESCO World Heritage site on the 6th of July, 2019. Bagan is not only famous for its historical site but also provides wide-range of cultural experiences to tourists and has become one of the most attractive places to the tourists in Myanmar. Mt. Popa, an extinct volcano and one of the famous places of Myanmar, is covered with forest and is about 50 km from Bagan. It also attracts the tourists who like to engage adventure. Tourists can hike Mt. Popa and can see the panoramic view from the top of the rocky cliff as a memorable one. Moreover, the visitors to Myanmar can enjoy the traditional lifestyle of the locals during the festival events in Bagan. Hence, Bagan serves memorable experience to the visitors in many ways. In addition, the GOM has launched a Community-Based Tourism (CBT) initiative that performs as an alternative practice of tourism activity accomplished by the society. CBT specifies the collaboration between the locals and the visitors and gives benefits to both sides as the locals enable to discover the world outside the Myanmar, and tourists are able to recognize more about culture and

traditions of the region. Therefore, community participation in the tourism planning process is supported as a way of implementing sustainable tourism (Okazaki, 2008).

The travel and tourism industry become the fundament segment of Myanmar economy as a foreign currency earner and a way to bring the development for the local communities and regions by generating more revenue and creating job opportunities in the Framework of Economic and Social Reforms. Travel & Tourism sector which totally contributed to Myanmar's GDP was MMK 6,468.9 billion (USD 4,918.2 million) which was 6.6% of GDP in 2017 and forecasted to growth by 7% per annum MMK 13,371.3 billion (USD 10,166.0 million) throughout to 2028, (World Travel and Tourism Council, 2018). Moreover, 2.5% of total employment was directly supported by Travel & Tourism sectors in 2017 and it was estimated that 7.2% of total employment will be supported by Travel & Tourism sector by 2028 (World Travel and Tourism Council, 2018).

However, in 2018, even though numbers of International tourists' arrival was increased 3.15 % over year 2017 which has 3.44 million (Thu, 2019), the income generated from tourism sectors fell to US\$1.6 billion from US\$1.9 billion in 2017 (CEICData.com, 2019). Furthermore, when compared with neighboring countries such as Thailand, Malaysia, Singapore, the number of visitors and revenue out of tourism in Myanmar still falls behind.

Therefore, Myanmar has to establish itself as an attractive destination by identifying

the key determinants to accelerate favorable behavioral intention. It has become critical for tourism industry in Myanmar to appeal international tourists and increase the number of repeat visitors. For this reason, this study aimed at increasing the knowledge and better understanding on the basic perceptions of international tourists and their behavioral intentions such as the revisit and recommendation towards the destination, Myanmar which could provide information for the tourism managers and service providers in budding of tourism destinations.

Research Objectives

1. To examine the perception of international tourists towards the overall destination image of Myanmar and how it influences on behavioral intention through their experiential values and satisfaction.
2. To distinguish the directions of tourism marketing strategies of Myanmar to improve in order to success and sustain in the tourism market.
3. To promote Myanmar as a tourist destination choice.

Literature Review

Destination Image

According to several previous studies, destination image is an individual's perceptual image of awareness, attitudes and overall opinion of a specific place and it indicates that their image of the destination is influenced by their assessment of experience quality towards destination (Fakeye & Crompton,

1991; Kozak & Rimmington, 2000; Assaker & Hallak, 2013). In addition, previous studies agree that the destination image concept is influenced by both cognitive and affective appraisals. Therefore, as an outcome of cognitive and affective mutually assessments towards the place, an overall destination image is built up (Baloglu & McCleary, 1999). The overall image is the holistic perception of a tourist destination that integrates both cognitive and affective images (Stylidis, 2017). The study of destination image (Afshardoost, 2020) recognized that overall and affective destination images have greater influence on future behavioral intention compared with the cognitive image by using Meta-analysis method. However, this study expended destination image through the way identified by (Josiassen, 2016) as an individual's overall evaluation of the overall image of Myanmar by using the Partial Least Square structural equation method (PLS-SEM). Generally, tourists' destinations take advantage based on their perceived images compared with the opponent places in the market (Baloglu & Mangaloglu, 2001). Throughout the road path from pre-visit to post-visit as consumption process considerations, travelers evaluate the products and services based on their expectations and perception of the image. If destination enables to provide an image of awareness and adventure as a motivational experience, tourists may feel a sense of novelty and pleasure (Gartner, 1993). However, as individual's perception and expectation could be something from an emotional or

experience, they are diverse according to their learning, beliefs, culture and involvement. Additionally, (Lee, Lee, & Lee, 2005) stated that the destination image impacts on perceived quality. Hence, the following hypothesis were tested.

H1(a): Destination image affects novelty seeking.

H1(b): Destination image affects expectation.

H1(c): Destination image affects perceived quality.

Novelty Seeking

Novelty seeking is stated as one of the fundamental components which encourage people to discover, learn, and involve. Therefore, if tourists search for the novelty and ultimately their experiences delivered as their expectation or more, subsequently, they will be satisfied. Generally, if travelers seeking for novelty perceive a destination as unique or novel, they might have higher intention of enjoying from further unexplored attractions of destination (Toyama & Yamada, 2012). Furthermore, (Assaker, Vinzi, & O'Connor, 2010) pointed out that novelty influences positively on the revisit intention of tourists through their satisfaction. How they really recognized the service offerings could be positively influenced by their level of novelty seeking. Hence, the following hypotheses were tested.

H2(a): Novelty seeking affects perceived value.

H2(b): Novelty seeking affects customer's satisfaction.

Expectation

The tourists' expectation can be

generated according to their perceived image and knowledge before the destination takes place. What an individual performs in a state may be related to their expectations and followed by the assessment over outcomes (Feather, 1982). Moreover, the tourists' expectations towards the destination would influence the perceived assessment of the results of their experience and leading to the tourist satisfaction (Chon, 1989). Tourist satisfaction can also be determined according to their expectation (Assaker & Hallak, 2013). It means that the gap between experiences and expectations can create satisfaction or dissatisfaction. The expectation of an individual can change according to differences in the types of customers since their expectation is developed based on their knowledge and information of the product they gained and consequently which leads to a diverse valuation on the products functioning. However, the previous study discovered that expectations were essentially unique for the members with and without related knowledge in a business (Fluker & Turner, 2000). Both the perceived value and satisfaction of the customers are directly affected by their expectation (Lee, Yoon, & Lee, 2007; Wang, Wu, & Yuan, 2009). Hence, the following hypotheses were conducted.

H3(a): Customer's expectation has effect on their perceived value.

H3(b): Customer's expectation has effect on their satisfaction.

Perceived Quality

In tourism sector, perceived quality is

defined as travelers' assessment over the general services supply which is associated with their trip involvement (Chen & Tsai, 2007). Many previous tourism studies have defined that when tourists perceived the facilities accomplished by them is more than what they have compensate for it, that could create travelers' satisfaction (Song et al., 2012; Chen & Chen, 2010; Haung & Su, 2010). There is a statistically significant and positive relationship between perceived quality and perceived value (Snoj, Korda, & Mumel, 2004). If the tourists have higher perceived quality of a destination, there is more probability that they have perceived greater value of the destination. Therefore, perceived quality takes a fundamental precondition for generating consumer perceived value and plays an important role in growing the high-level of perceived value and satisfaction among consumers. Based on the indication that perceived quality may mediate the relationship between extrinsic attributes and perceived value, this study will explore perceived quality as one of the main mediators to examine international tourists' perceived value and satisfaction. Hence, the following hypotheses were conducted.

H4(a): Perceived quality has effect on perceived value.

H4(b): Perceived quality has effect on customer's satisfaction.

Perceived Value

The perceived value concept has been measured one of the most significant factors that generating a competitive advantage

in marketing field (Parasuraman, 1997) and also significantly associated with customer's satisfaction (Gallarza & Saura, 2006; Um, Chon, & Ro, 2006). Furthermore, perceived value plays an essential role in purchase decisions making of customers and in the formation of future intentions and loyalty (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 1988). Many previous tourism researches have suggested that tourists' behavioral intention and loyalty could be scrutinized by their perceived value. When the tourists perceived greater value of a destination, the more likely they would be satisfied and have positive intention towards destination. (Cronin, Brady, & Hult, 2000) stated that higher levels of perceived value lead to higher levels of customer's satisfaction that boosts customer loyalty and intention which support a better profit and sustainable of the organizations. Therefore, the following hypotheses were tested.

H5(a): Perceived value influences on customer's satisfaction.

H5(b): Perceived value influences on behavioral intention.

Satisfaction

The satisfaction has been challenged to identify since it is the most fundamental emotional concept of customer (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009; Oliver, 1997). It is an assessment of customer toward product or service that provides enjoyable level on consumption (Oliver, 1997). This study discusses the tourists' satisfaction as the feelings of indulgence which gained over experiences during visiting Myanmar. The study

of (González, 2007) indicates that the customers' past experiences when obtaining the services influence their future behavioral intentions. When clients are happy with what they encounter, they are bound to express positive behavioral intention and reactions leading to customer's loyalty (Lam, 2011). Moreover, (Tsao & Hsich, 2012; Alegre & Cladera, 2009) also revealed that the overall satisfaction is the key determinant of behavioral intention as exceptionally customers who are satisfied with the experiences have high level of intention to revisit to the destination (loyalty) and word-of-mouth recommendations. Hence, the following hypothesis was conducted.

H6: Customer's satisfaction influences on behavioral intention.

Behavioral Intention

Behavioral intention can be defined as "the degree to which a person has formulated conscious plans to perform or not perform some specified future behavior" (Ajzen & Fishbein, 1980; Liu, 2009). Nowadays, in a dynamic and competitive marketplace where many international tourists' destinations are passionately competing in designing a distinguished destination image to empower the tourism industry, creating loyalty to a tourism destination has become a challenge for many destinations including Myanmar. This study considered perceived quality, perceived value, and satisfaction as suitable indicators of loyalty in predicting process of behavioral intention and follows the study of (Chen & Chen, 2010). The degree of destination loyalty is commonly suggested as a revisit intention of

travelers and their motivation to recommend the destination to others (Chen & Tsai, 2007; Oppermann, 2000). Therefore, this study explores Behavioral Intention as a destination loyalty by way of intention to revisit Myanmar in any opportunity in the future and willingness to recommend Myanmar to friends, relatives or other potential traveler by acting word-of-mouth advertisement. The countries which are able to attain high customer loyalty in their tourism segment could benefit the competitive advantage over other nations in the current ambiguous tourism market and provide the significant support to the development of new destinations, especially to those with growth potential like Myanmar.

Methodology

The main objective of the study is to analyze the relationship between the overall destination images and behavioral intentions through perceived performance and satisfaction of international tourists in Myanmar. The primary data were collected through a survey with a structured questionnaire in which questionnaires were distributed to the international tourists with the age of above 18 years old who have visited Mandalay region in Myanmar with a convenience sampling procedure. It was constructed with two main sections. The first section examines the respondents' demographic data, such as gender, age (years) and in the second section, structured questionnaires were collected by using a Five-point Likert scale rating (1 = Strongly

disagree, 2 = Disagree, 3 = Neither agree nor disagree, 4 = Agree and 5 = Strongly agree) in order to examine their perceptions.

Destination image items were sourced from the literature including natural landscape, cultural landscape, accommodation, hospitable, friendly people and tourist activity (Beerli & Martin, 2004). Similarly, Novelty seeking was also adapted from six constructs such as change of routine, escape, thrill, adventure, surprise, and boredom alleviation (Lee & Crompton, 1992). Expectation was measured such as learning about its history and culture, experiencing something different, seeing some beautiful scenery (Hsu, Cai, & Li, 2010). Perceived quality items were sourced from Chen & Tsai (2007). Perceived value was measured by using three dimensions (price, time and effort) employed by Xia et al. (2009), whereas, satisfaction was adopted from Oliver (1980). Under behavioral intention, there are two dimensions as revisit intention and recommendation. Revisit intention was adapted from Jang & Feng (2007), Zhang et al. (2016) and recommendation was measured by three statements obtained from the studied of Nusair, Parsa, & Cobanoglu (2010).

A pilot study was conducted with 30 samples which were randomly selected from the international tourists in Myanmar to minimize the errors and to obtain the reliability and validity among the constructs. For the pilot test, Cronbach's alpha values of all variables were all above 0.7 which were resulted between 0.709 and 0.89. Hence, all the variables in this study are reliable and

acceptable.

For the calculation of the sample size, the following formula of Green (1991) was applied.

$$N \geq 50 + 8m,$$

where,

N = the minimum number of samples

m = the number of variables

For this research, with 7 variables, the following data were gained as follows;

$$N \geq 50 + 8(7)$$

$$N \geq 106$$

To obtain the objective of this study, 400 questionnaires were distributed to the participants in Mandalay region during January and February, 2020. However, due to the errors in their response, only 335 questionnaires were filtered for analysis.

The respondents' demographic and general information was analyzed by using descriptive statistics which show frequency and percentage. The standard deviation and mean score were applied to analyze every item and to measure the variables. The Partial Least Square structural equation model (PLS-SEM) was applied to analyze the latent constructs and to test the hypotheses by using Adanco Advanced Analysis of Composites Software Version (2.1.1) (Henseler, 2017). According to (Chin, 1998), there are two steps to be followed that include the assessment of the measurement model which specifies the relationships between the latent variables, and their measures or their indicators whereas the structural model describes the relationships between the latent variables. According to

Cohen (1992), the factor loadings should be above the common threshold of 0.7 to assess the measurement models. The structural model was evaluated based on the reliability and validity of the calculated latent variable scores. The internal consistency of the variables was analyzed using Cronbach Alpha coefficient and the value must be higher than 0.7 for the scale to be considered as reliable (Hair et al., 1998). Moreover, the Composite Reliability was also carried out to measure the internal reliability of the variables as a result of lower internal consistency reliability estimation in the PLS path models, when Cronbach's alpha is used. Validity for the scales must be ensured through the Convergent validity technique of Factor Loading to analyze the correlations between scales in the same direction with other measures of the same construct (Schwab, 2006). The Average Value Extracted (AVE) is an indicator of the total amount of variance in the tested variables. The Average Variance Extracted (AVE) is suggested to measure the convergent validity and it has to be greater than 0.5 to be considered acceptable and reliable (Fornell & Larcker, 1981). Hence, this study evaluated the Convergent validity of constructs with Average Variance Extracted (AVE) values. Bootstrapping (999 resamples) was also performed to generate mean value, standard errors and t-statistics which provide the direct and indirect statistical significance of the path coefficients. Smart PLS provides the R² which indicates the percentage of a construct's variance in the model while the path

coefficients indicate the strengths of relationships between constructs.

Results

This section reflects the statistical analysis of the data as well as the results evaluated from the data collected providing the explanation of how the overall destination image influences the future behavioral intention through their overall experiences' assessment. The summary of the demographic characteristics of the respondents are that there are 52.84% out of total male participants and 46.87% of female participants, and the others are 0.30% of the total. The biggest group of the respondents was with the age between 31 and 45 years old (41.79%) and followed by those with the age between 18 to 30 years old (25.07%), 46 to 60 years old (22.39%) and over 60 years old was only 10.75%. The main purpose of 76.72% of the participants visiting Myanmar was mainly nominated with holiday purpose whereas 14.03% were with education purpose, 8.36% were for business purpose and the rest were others purposes. Most respondents visited Myanmar 78.21% were first time visitors and the rest (21.79%) revisited.

The constructs of this research are destination image (DI), novelty seeking (N), expectation (E), perceived quality (PQ), perceived value (PV), customer satisfaction (S) and behavioral intention (BI) measured to examine the reliability and the validity of each construct. In terms of examining the consistency and accuracy of measurement scales, the

results of the reliability and convergent validity of the measurement model are illustrated in table 1. The reliability of the measurement construct was examined by using Cronbach Alpha Coefficient, Composite reliability (CR) and Average Value Extracted (AVE). Moreover, the validity of the instrument was tested by the convergent validity (Factor loadings) and discriminant validity as well. Cronbach Alpha Coefficient was measured to analyze the internal consistency of all the variables of the study to provide an estimate for the reliability.

The Cronbach Alpha Coefficient value must be higher than 0.7 for the scale to be considered as reliable (Hair et al., 1998). The results of this study show that the values of Cronbach's alpha of all variables are above 0.7 ranging from 0.74 to 0.94 as shown in table 1. This indicates that the measurement applied for the study are significantly reliable (Henseler, 2009). The composite reliability (CR) values of all the constructs of this study are also greater than 0.70 with the range between 0.85 and 0.95 which meet the criteria of CR index as presented in table 1. It indicates the good internal consistency of the proposed model. Convergent validity measures the degree to which items on a scale are in theory linked. In fact, a loading value must be greater than 0.7 as a common rule-of-thumb (Chin 1998). Therefore, in this study, only the indicators above 0.7 were considered. In this study, convergent validity was assessed by average variance extracted (AVE) values. The AVE of each construct in this study was

above 0.5 and varies from 0.63 and 0.82 as in discriminant validity of data. table 1 and proposes the satisfaction of the

Table 1 The Measurement Model (n=335)

Constructs	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	AVE
Destination Image	0.91	0.87	0.66
Novelty Seeking	0.95	0.94	0.79
Expectation	0.91	0.88	0.67
Perceived Quality	0.89	0.84	0.68
Perceived Value	0.87	0.81	0.63
Satisfaction	0.85	0.74	0.65
Behavioral Intention	0.93	0.89	0.82

Note: Author's calculation by using Adanco Advanced Analysis of Composites.

Finally, Fornell-Larcker criteria and factor cross loading were applied to examine to confirm discriminant validity of the constructs. The criteria of the Fornell-Larcker suggested that the square root of average variance extracted (AVE) for each construct should be greater than all of the correlations with other constructs in the model (Fornell & Larcker, 1981). In this study, the values of the

square root of AVE for measurement model were fulfilled with this condition as shown in table 2 indicating greater correlations between constructs. Therefore, it is suggested that not only the internal reliability of construct and convergent validity but also discriminant validity was satisfactory from the results of measurement model.

Table 2 Fornell-Larcker criterion: matrix of correlation constructs and the square root of AVE

Construct	DI	N	E	PQ	PV	S	BI
DI	0.81						
N	0.09	0.89					
E	0.02	0.13	0.82				
PQ	0.08	0.05	0.09	0.83			
PV	0.23	0.11	0.08	0.13	0.80		
S	0.01	0.11	0.12	0.16	0.13	0.81	
BI	0.65	0.07	0.04	0.13	0.24	0.07	0.90

Note: Author's Calculation, Squared correlations; AVE in the diagonal.

DI, Destination Image; N, Novelty Seeking; E, Expectation; PQ, Perceived Quality; PV, Perceived Value; S, Satisfaction; BI, Behavioral Intention.

In this study, Bootstrapping was performed to generate mean value, standard errors and t-statistics which provide direct and indirect impact between independent and dependent variables as shown in table 3 and table 4 respectively.

Table 3 Direct Effects Inference

	Hypothesis Path	Beta	Std. Error	t-value	P-value (2 sided)	Result
H1(a)	DI - N	0.296	0.05	5.48	P<0.000	Supported
H1(b)	DI - E	0.151	0.06	2.50	P<0.013	Supported
H1(c)	DI - PQ	0.277	0.06	4.95	P<0.000	Supported
H2(a)	N - PV	0.223	0.07	3.20	P<0.001	Supported
H2(b)	N - S	0.154	0.05	3.25	P<0.001	Supported
H3(a)	E - PV	0.123	0.06	2.08	P<0.038	Supported
H3(b)	E - S	0.162	0.05	3.47	P<0.001	Supported
H4(a)	PQ - PV	0.278	0.05	5.73	P<0.000	Supported
H4(b)	PQ - S	0.261	0.05	4.90	P<0.000	Supported
H5(a)	PV - S	0.171	0.05	3.20	P<0.002	Supported
H5(b)	PV - BI	0.455	0.05	8.56	P<0.000	Supported
H6	S - BI	0.097	0.05	1.76	P<0.078	Not Supported

Note: Author's calculation by using adanco advanced analysis of composites.

Table 4 Indirect Effects Inference

Effects	Beta	Std. Error	t-value	P-value (2 sided)
DI - PV	0.162	0.04	4.58	P<0.000
DI - S	0.170	0.03	5.81	P<0.000
DI - BI	0.090	0.02	3.75	P<0.000
N - S	0.038	0.02	2.35	P<0.019
N - BI	0.120	0.04	3.25	P<0.001
E - S	0.021	0.01	1.72	P<0.087
E - BI	0.074	0.03	2.51	P<0.012
PQ - S	0.048	0.02	2.73	P<0.007
PQ - BI	0.157	0.03	5.05	P<0.000
PV - BI	0.017	0.01	1.54	P<0.123

Note: Author's calculation by using adanco advanced analysis of composites.

In order to test hypotheses, bootstrapping method is applied in this study with the significance level of 0.05 ($p < 0.05$). Moreover, the impact between independent and dependent variables were measured by path coefficients. According to the results shown in table 3, destination image (DI) has significant positive effect on novelty seeking, expectation and perceived quality. The results reveal that destination image has a significant direct impact on novelty and perceived quality at 0.001 of confidence level according to Hair et al. (2010). Therefore, H1(a), H1(b) and H1(c) are supported. Novelty seeking affects perceived value and satisfaction at 0.001 confidence level with path loading ($\beta = 0.223$, $t = 3.16$ and $\beta = 0.154$, $t = 3.14$). Thus, H2(a) and H2(b) are also supported. Additionally, novelty seeking has a significant positive indirect effect on behavioral intention with a standardized path of coefficient value 0.12 ($P = 0.002$) (Table 4). Expectation seems to have less impact with significance level of 0.04 on perceived value whereas it has significant positive effect on customer satisfaction with path loading ($\beta = 0.162$, $t = 3.14$) at 0.001 confidence level. H3(a) and H3(b) are also supported. Perceived quality, as hypothesized, has a significant positive effect on perceived value and satisfaction with ($\beta = 0.278$, $t = 5.79$ and $\beta = 0.261$, $t = 4.95$) respectively at 0.001 confidence level. Therefore, H4(a) and H4(b)

are supported as well. Moreover, perceived quality has a significant positive indirect effect on behavioral intention with ($\beta = 0.157$, $t = 5.05$) at 0.001 confidence level (Table 4). Therefore, it is accepted that the higher tourists perceived quality of a destination, the more probability they perceive a greater value of the destination, are more satisfied with and foster the behavioral intention. Similarly, perceived value has a significant direct influence on behavioral intention of tourists with a standardized path coefficient value 0.455 ($P = 0.001$), while 0.171 ($P = 0.003$) on satisfaction. As a result, it could conclude that if the tourists perceived greater value of a destination, there will be more probability they will be satisfied and have favorable intention towards destination. Hence, hypotheses H5(a) and H5(b) are also supported. However, satisfaction seems to be the weakest driver on behavioral intention as significance level exceeds the level of 0.05. Therefore, hypothesis H6 was not supported.

Additionally, the results disclosed that destination image has significantly indirect effects on perceived value, satisfaction and behavioral intention at 0.001 of confidence level (as in Table 1.4). Therefore, the findings of this study are consistent with the findings of earlier studies by (Afshardoost, 2020) as overall destination image has significant positive effect on behavioral intention.

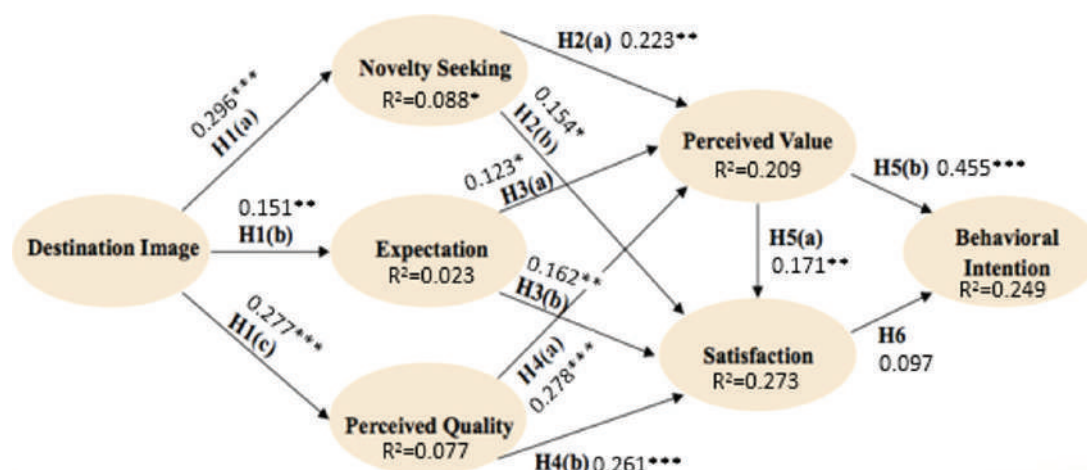


Figure 1 Results of Hypotheses path for Structural Model

Note: Author's calculation. * Significance at the $p < 0.10$ (* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$) level of confidence (two-tailed).

Paths coefficients that were not statistically significant presented in dashed line

Discussion

The results of this study show that the overall destination image (DI) has higher significant positive effect on novelty compared with other two components (expectation and perceived quality). Hence, it is consistent with the previous finding of (Tien-Ming & Chiang-Chuan, 2013) as destination image is one of the key factors that aroused novelty. Moreover, the findings of this research provide that novelty has direct positive effect on perceived value and satisfaction and subsequently enhance the customers' loyalty (favorable behavioral intention) which is mediated by satisfaction and perceived value. If travelers appreciate the objective of novelty meets or is better than their expectations, their perceived value is reinforced and their satisfaction is enhanced. This, then, leads to

become the repeat travelers to the destination. Therefore, it could conclude that novelty is the antecedent of perceived value and satisfaction that affects future intention. Moreover, it is supported to a previous model which connects the three ideas together in a linear structure (i.e., novelty seeking $\rightarrow$ tourist satisfaction $\rightarrow$ destination loyalty) theorized by Toyama & Yamada (2012). Therefore, tourism communities and administrators could adopt more initiatives strategies to stimulate the feelings of pleasurable and novelty in order to enhance tourist's perception on the value of the trip.

Similarly, the results show that destination image has significantly and directly effects on perceived quality which also agrees with the results stated by other researchers (Lee, Lee, & Lee, 2005). Since perceived

quality is the result of a consumer's view which involved a bundle of service dimensions in tourism sector (Gronroos, 1993), it is important to enable to manage to invent the positioning strategy accordingly. Hence, creating and managing effective experiences are essential management tasks to enhance tourists' overall satisfaction and positive behavioral intention in order to succeed and survive in a competitive tourism market.

The relationship between destination image and expectation are also positively significant in this study. Since individual has different levels of interest to subject matter, different levels of expectations and different degree of cultural values, there will be different ways to perceive the same tourist destination among the tourists. Hence, in order to prevail as one of the desirable destinations, it is very important to have a balanced approach to satisfy different needs and preferences of travelers, especially, the authority and promoters of Myanmar tourism. Moreover, the overall results of this study point out that both perceived quality and perceived value are direct determinants of satisfaction and future behavioral intention. These results agree with the findings of earlier studies by (Chen & Chen, 2010) as perceived quality and perceived value are significant to tourist satisfaction. However, the results of hypothesis testing in this research show that satisfaction seems to be the weakest driver on intention to revisit. This might be explained that visitor's loyalty antecedents might differ from general marketing researches since mostly tourists

are willing to explore new places and obtain knowledge and experiences from other tourist destinations. They may not go back to the same destination even though they are very satisfied with specific destination. Therefore, the outcome of this research was contrast with the earlier findings that there is a positive relation between the tourist satisfaction level and the likelihood of returning to the same destination (Alegre & Cladera, 2009). If even satisfied tourists do not certainly come back to the same place, they would recommend and spread positive words of mouth to attract new customers. Hence, these outcomes could suggest in tourism contexts that the destination image significantly affects behavioral intentions through the mediating results of perceived value and satisfaction.

Conclusion

The construction of the hypothesized model was used to investigate the satisfaction and positive behavioral intention of tourists participating in cultural and community-based tourism in Myanmar as well as the fundamental relationships between the dominant factors. Through measuring the behavioral intention and satisfaction of tourists enable to assess the quality of current practices and could distinguish the directions to improve. The results of this study show that perceived quality and perceived value have significantly direct influence on satisfaction and mediate to enhance future behavioral intention towards destination. Therefore, it could contribute to the tourism sector in the context of cultural

tourism by providing insights that enhancing a visitor's experience quality of cultural and facilities of a trip are important issues when designating their destination's sustainability strategies in the tourism market as the attributes of the destination are utmost prospective to appeal and influence tourists' choice and lead to strengthen the favorable behavioral intention towards destination through perceived value and satisfaction. Therefore, the present paper contributes methodology that enables to enhance the favorable behavioral intention towards destination by providing a relative significant insight, and modifying and adapting the existing models into a new framework. Therefore, it could say that this research theoretically contributes to the existing literature in the field of marketing, by signifying the factors that influence on customer satisfaction and post purchase/visit behavioral intention, especially, in the tourism industry.

Furthermore, in terms of practical implications, by more understanding on the driver of tourist's satisfaction and their positive behavioral intention, a significant support for the improvement and development of destination management strategies can be built. The outcomes of present research signified that visitor's perception on the destination's attributes is mainly influenced by their novelty and perceived quality which enhances their perceived value and satisfaction which are leading to positive behavioral intention. There is only in the situation that if tourists have perceived high value towards

destination, there is a high probability of forming a positive destination image and the generating of positive intentions towards destinations. During the visit to a destination, the tourists encounter many contacts or several services that they attain service quality. Hence, their positive or negative experiences could influence to their overall satisfaction and behavioral intention. Therefore, the GOM and tourism managers should deliberate effective management to accomplish better interactions between service providers and tourists. As a result, in order to improve the courtesy, goodwill, and efficiency of the staff, it should undertake suitable training not only in private sectors but also in public sector as well. Therefore, it is suggested that the cultural tourism communities and Government of Myanmar should endeavor to meet visitors' expectations by providing an overall quality experience and enhance facilities and offerings of the destination. By doing so, they could deliver a memorable and great quality travel experience for tourists leading to strengthen tourists' perceived quality and perceived value. However, Fullerton et al. (2010) suggested that satisfying the expectations of tourists are the main concerns for heritage attractions, and it is important to manage their impacts with no compromising the destination's authenticity. Based on the findings of the study, destination image directly and indirectly impacts on the overall perceived experiences and behavioral intention. Hence, as one of the policy implications, to improve tourists' perceptions of destination's attributes, the GOM needs to

take initiative education program as well as implement the law to protect the authenticity of the destination in conserving the heritage sites, cultural architect and buildings and its environments.

The pervious study also stated that Myanmar's cultural heritage attractions, including museums, historical buildings, monuments, pagodas, handicrafts, and traditional scenery and arts, are all important elements to enrich international tourists' flow experience, one of the important elements that develop high satisfactory experience of international tourists visiting Myanmar (Chen, 2017). As the experience quality would be created through developing a visitor's interest and involvement that could indicated to perceived value and satisfaction, the tourism managers should take account of "excellent and unique experiences" for customers. Moreover, understanding, creating, collaborating and providing value and satisfaction play as fundamental role in modern marketing.

In conclusion, the outcomes of this article provide empirical support for marketing destination managers and tourism authority to develop appropriate strategies and implement enhance operational processes as well as physical environments to satisfy their customers. By doing so, it could create win-win situation as travelers also benefit from the memorable experiences that they

desire and this eventually contributes to visitor loyalty.

Limitations and Suggestions for Further Research

The propose study mainly focuses on Cultural Tourism and the survey was done with 335 respondents who have visited Mandalay region in Myanmar. The findings of this study might not represent the whole population of tourists. Therefore, it is suggested for the future study to obtain respondents from other destination, and different types of tourists and seasons through different sampling methods such as personal interviews which may enhance understanding into the expectations and perceptions of tourists and may produce different results. Moreover, in this research does not consider other important factors such as economic factors, the advances in the field of technology such as social media, mobile technology. Therefore, it is suggested to explore further how developing technologies enable to create smart destinations and how it can facilitate enhance tourist experiences. It could be developed measurement scales in various contexts of tourism which would be useful to develop more specific guide-lines for destination managers to assist destinations to improve their competitiveness and it could be effectively created extending advantages for everybody involved in the cocreations of value.

References

- Afshardoost, M. (2020). Destination Image and Tourist Behavioural Intentions: A Meta-Analysis. *Tourism Management*, 81, 104154. doi:10.1016/j.tourman.2020.104154
- Ahmed, Z. (1991). The Influence of the Components of a State's Tourist Image on Product Positioning Strategy. *Tourism Management*, 12(4), 331-340.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predictin Social Behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Alegre, J. & Cladera, M. (2009). Analysing the Effect of Satisfaction and Previous Visits on Tourist Intentions to Return. *European Journal of Marketing*, 43(5/6), 670-685.
- Assaker, G. & Hallak, R. (2013). Moderating Effects of Tourists' Novelty-Seeking Tendencies on Destination Image, Visitor Satisfaction, and short-and Long-Term Revisit Intentions. *Journal of Travel Research*, 52(5), 600-613.
- Assaker, G., Vinzi, V., & O'Connor, P. (2010). Examining the Effect of Novelty Seeking, Satisfaction, and Destination Image on Tourists' Return Pattern: A Two Factor, Non-Linear Latent Growth Model. *Tourism Management*, 1, 12.
- Baloglu, S. & Mangaloglu, M. (2001). Tourism Destination Images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as Perceived by US-Based Tour Operators and Travel Agents. *Tourism Management*, 22(1), 1-9.
- Baloglu, S. & McCleary, K. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Beerli, A. & Martin, J. (2004). Factors Influencing Destination Image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- CEICData.com. (2019). *Myanmar Tourism Revenue*. Retrieved March 18, 2020, from <https://www.ceicdata.com/en/indicator/myanmar/tourism-revenue>
- Chen, C. F. & Tsai, D. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Chen, C. & Chen, F. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, J. V. (2017). Investigating International Tourists' Intention to Revisit Myanmar Based on Need Gratification, Flow Experience and Perceived Risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 18(1), 25-44. doi:10.1080/1328008x.2015.1133367
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336.
- Chon, K. (1989). Understanding Recreational Travellers' Motivation, Attitude and Satisfaction. *Tourist Review*, 44, 3-7.

- Cohen, J. (1992). Statistical Power Analysis. *Current Directions in Psychological Science*, 1(3), 98-101.
- Crompton, J. L., Fakeye, P. C., & Lue, C. (1992). Positioning: The Example of the Lower Rio Grande Valley in the Winter Long Stay Destination Market. *Journal of Travel Research*, 31(2), 20-26.
- Cronin, J. J., Jr. Brady, M., & Hult, G. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of retailing*, 76(2), 193-218.
- Dziembowska, K., Kowalska, J., & Funck, R. (2000). Cultural Activities as a Location Factor in European Competition between Regions: Concepts and Some Evidence. *The Annals of Regional Science*, 14, 1-12.
- Fakeye, P. C. & Crompton, J. L. (1991). Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Feather, N. (1982). *Expectations and Actions: Expectancy Value Models in Psychology*. Hillsdale: NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fluker, M. & Turner, L. (2000). Needs, Motivations and Expectations of a Commercial Whitewater Rafting Experience. *Journal of Travel Research*, 34, 380-389.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fullerton, L., McGettigan, K., & Stephens, S. (2010). Integrating Management and Marketing Strategies at Heritage Sites. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 108-117.
- Gallarza, M. & Saura, I. (2006). Value Dimensions, Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: An Investigation of University Students' Travel Behavior. *Tourism Management*, 27(3), 437-452.
- Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3), 191-215.
- González, M. E. (2007). Assessing Tourist Behavioral Intentions through Perceived Service Quality and Customer Satisfaction. *Journal of Business Research*, 60, 153-160.
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Does It Take to Do a Regression Analysis? *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499-510. doi:10.1207/s15327906mbr2603_7
- Gronroos, C. (1993). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). New York, NY: Macmillan.

- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). USA: Pearson.
- Haung, F. & Su, L. (2010). A Study on the Relationships of Service Fairness, Quality, Value, Satisfaction, and Loyalty among Rural Tourists. In *2010 7th International Conference on Service Systems and Service Management* (pp. 1-6), Tokyo, Japan: Piscataway, NJ IEEE 2010.
- Henseler, J. R. (2017). *ADANCO 2.0.1*. Germany: Composite Modeling GmbH & Co. KG, Kleve.
- Henseler, J. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Hsu, C., Cai, L., & Li, M. (2010). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296.
- Jang, S. S. & Feng, R. (2007). Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction. *Tourism Management*, 28(2), 580-590.
- Javalgi, R. G., Thomas, E. G., & Rao, S. R. (1992). U.S. Pleasure Travelers' Perceptions of Selected European Destinations. *European Journal of Marketing*, 26(7), 45-64.
- Josiassen, A. A. (2016). The Imagery-Image Duality Model: An Integrative Review and Advocating for Improved Delimitation of Concepts. *Journal of Travel Research*, 55(6), 789-803.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). *Principles of Marketing* (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
- Lam, L. W. (2011). Does the Look matter? The Impact of Casino Servicescape on Gaming Customer Satisfaction, Intention to Revisit, and Desire to Stay. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 558-567.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Lee, B. K. (2005). Korea's Destination Image Formed by the 2002 World Cup. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839-858.
- Lee, C. K., Yoon, Y. S., & Lee, S. K. (2007). Investigating the Relationships among Perceived Value, Satisfaction, and Recommendations: The Case of the Korean DMZ. *Tourist Management*, 28(1), 204-214.
- Lee, T. H. & Crompton, J. (1992). Measuring Novelty Seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 732-751.
- Liu, Y. (2009). Perceptions of Chinese Restaurants in the U.S.: What affects Customer Satisfaction and Behavioral Intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28, 338-348.
- Ministry of Hotels and Tourism. (2019). *Explore Myanmar, Central Myanmar, Mandalay, Bagan*. Retrieved August 25, 2019, from <https://tourism.gov.mm/about-myanmar/>

- Ministry of Hotels and Tourism, M. (2017). *Ministry of Hotels and Tourism, Myanmar*. Retrieved February 26, 2019, from www.tourism.gov.mm: https://www.tourism.gov.mm/wp-content/uploads/2017/06/myanmar-tourism-master-plan-english-version.pdf
- Nusair, K., Parsa, H., & Cobanoglu, C. (2010). Building a Model of Commitment for Generation Y: An Empirical Study on E-Travel Retailers. *Tourism Management*, 32(4), 833-843.
- Okazaki, E. (2008). A Community Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-529.
- Oliver, R. L. (1997). *Emotional Expression in the Satisfaction Response. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Oppermann, M. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78-84.
- Parasuraman, A. (1997). Reflections on Gaining Competitive Advantage through Customer Value. *Journal of the Academy of the Marketing Science*, 25, 154-161.
- Ritchie, J. B. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Chicago: Cabi.
- Sahin, S. & Baloglu, S. (2011). Brand Personality and Destination Image of Istanbul. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(1), 69-88.
- Schwab, D. P. (2006). *Research Methods for Organisational Studies* (2nd ed.). New York: Psychology Press.
- Snoj, B., Korda, A., & Mumel, D. (2004). The Relationships among Perceived Quality, Perceived Risk and Perceived Product Value. *Journal of Product and Brand Management*, 13, 156-167.
- Song, H., Van de Veen, R., Li, G., & Chen, J. (2012). The Hong Kong Tourist Satisfaction Index. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 459-479.
- Stylidis, D. B. (2017). Destination Image, On-Site Experience and Behavioural Intentions: Path Analytic Validation of a Marketing Model on Domestic Tourists. *Current Issues in Tourism*, 20(15), 1653-1670.
- Thu, E. E. (2019). *Myanmar Times. Tourist Arrivals Rise 3.15% in 2018*. Retrieved August 19, 2019, from <https://www.mmtimes.com/news/tourist-arrivals-rise-315-18.html>
- Tien-Ming, C. & Chiang-Chuan, L. (2013). Destination Image, Novelty, Hedonics, Perceived Value, and Revisiting Behavioral Intention for Island Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 766-783.
- Toyama, M. & Yamada, Y. (2012). The Relationships among Tourist Novelty, Familiarity, Satisfaction, and Destination Loyalty: Beyond the Novelty Familiarity Continuum. *International Journal of Marketing Studies*, 4(6), 10.

- Tsao, W. C. & Hsieh, M. T. (2012). *Exploring How Relationship Quality Influences Positive eWOM: the Importance of Customer Commitment. Total Quality Management & Business Excellence*, 23(7-8), 821-835.
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of Revisit Intentions. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141-1158.
- Wang, Y. J., Wu, C., & Yuan, J. (2009). The Role of Integrated Marketing Communications (IMC) on Heritage Destination Visitations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 10(3), 218-231.
- Xia, W., Jie, Z., Chaolin, G., & Feng, Z. (2009). Examining Antecedents and Consequences of Tourist Satisfaction: A Structural Modelling Approach. *Tsinghua Science and Technology*, 14(3), 397-406
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Services Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Zhang, H. M., Xu, F. F. Leung, H. H., & Cai, L.P. (2016). The Influence of Destination-country Image on Prospective Tourists' Visit Intention: Testing Three Competing Models. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(7), 811-835.



Name and Surname: Hlaing ZarChi Tin Myint

Highest Education: B.A. (Law), University of Distance Education
Mandalay, Myanmar

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Management & Accounting

เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา

WORLD HERITAGE CITY AND CREATING A UNIQUE IDENTITY WITH A CULTURAL CAPITAL IN THE SPA BUSINESS

นิติพล ธาระรูป¹ ปรัชญา พิระตระกูล² และกมลศิริ วงศ์หมึก³

Nitiphol Tharoop¹ Pruchaya Piratrakul², and Kamonsiri Wongmuek³

¹คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

^{2,3}คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹Faculty of Public Administration, Dhurakij Pundit University

^{2,3}Faculty of Fine and Applied Arts, Dhurakij Pundit University

Received: March 28, 2020 / Revised: June 14, 2020 / Accepted: July 21, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) อธิบายแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา และ 2) วิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม การวิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) การวิจัยเอกสารจากการศึกษานโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจด้วย ทุนทางวัฒนธรรม หลังจากนั้นนำข้อค้นพบจังหวัดที่มีแนวทางการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรมให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน พิจารณาคัดเลือกจังหวัดที่มีความเหมาะสมในการศึกษา และ 2) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ เพื่ออธิบายแนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปาต้องศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งจังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่ศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา เพราะจังหวัดสุโขทัยกำหนดประเด็นการพัฒนาด้านทุนทางวัฒนธรรมในแผนพัฒนาจังหวัดอย่างชัดเจน และจังหวัดสุโขทัยมีจุดแข็งด้านทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ การเป็นเมืองมรดกโลก งานศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่น เช่น งานทองคำ เครื่องสังคโลก เป็นต้น และการได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผลการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่แสดงทุนทางวัฒนธรรม 4 แนวเรื่อง ได้แก่ 1) ความสุข ประกอบด้วย ความพอเพียง มรดกทางวัฒนธรรม และความภาคภูมิใจ 2) ความประณีต ประกอบด้วย การผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และความละเอียดอ่อนซ้อ 3) ภูมิปัญญา ประกอบด้วย การตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบด้วย การผสานเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชนและการใช้ในชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: เมืองมรดกโลก อัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม ธุรกิจสปา

Abstract

This article aims to (1) explain guidelines to search for the province that has cultural capital for creating identity for the spa business; and (2) to analyze topic titles of cultural capital. This study used the qualitative research methodology that included the following research activities: (1) undertaking documentary research on policy and plans related to economic development with cultural capital; then the findings on provinces having cultural capital were submitted to 5 experts to select the appropriate province for further study; and (2) interviewing key informants with the use of a structured interview form. After that the data were analyzed by thematic analysis to explain the cultural capital of the province.

The results show that the guidelines for finding out the cultural capital of the province for creating a unique identity for the spa business consist of the study of ministerial policies, strategies, and plans; the study of development plans of the groups of provinces; and the study of the provincial development plan. Sukhothai province has been chosen as the area for study of cultural capital for creating a unique identity for the spa business. This is because Sukhothai province has determined the issues for cultural capital development in the provincial development plan clearly. Also, Sukhothai province has many strong cultural capital points, namely, being a world heritage city, and having outstanding arts and crafts works, such as goldsmith, chinaware, etc. Moreover, it has been selected as a member of the creative cities network for woven fabric products. As for analysis results of topic titles of cultural capital, it is found that Sukhothai province has four topic titles of cultural capital: (1) Happiness, which consists of sufficiency, cultural heritage, and pride; (2) Meticulousness, which consists of production by expert craftsmen, using quality raw materials, and delicacy; (3) Wisdom, which consists of enlightenment, maintenance of original identity, and learning from ancestors' wisdom; and (4) Community Way, which consists of the integration with the community's cultural way of life, and the application in daily life.

Keywords: World Heritage City, Unique Identity, Culture Capital, Spa Business

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2562 รัฐบาลกำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ส่งผลให้ธุรกิจสปาไทยเติบโตดีกว่าค่าเฉลี่ยของโลกถึงร้อยละ 8 คิดเป็นมูลค่า 3.5 หมื่นล้านบาท (Wongkittikraiwan, 2019: 1) ประกอบกับภาวะการณ้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและการดูแลสุขภาพของประชาชน (Kasikorn Thai Research

Center, 2019: 4) แนวทางการพัฒนาธุรกิจสปาจึงต้องใช้ทรัพยากร ภูมิปัญญา สมุนไพร ผ้าทอของท้องถิ่นไทย เพื่อสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรม และสร้างห่วงโซ่ธุรกิจด้านสุขภาพกับชุมชนท้องถิ่นจากทุนทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Wongchaikun, 2019: 1)

การพัฒนาธุรกิจสปาด้วยทุนทางวัฒนธรรม คือ การใช้จุดแข็งของประเทศไทยให้เกิดประโยชน์

เพราะประเทศไทยมีวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา การแพทย์แผนไทยที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ เช่น การนวดไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากองค์การยูเนสโก นโยบาย การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ถนนสายวัฒนธรรมริมยม 2437 จังหวัดสุโขทัย ถนนสายวัฒนธรรมเขมราฐราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เป็นต้น (Porkatong, 2014) ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจสปาด้วยทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นแนวทางกระตุ้นเศรษฐกิจ ตั้งแต่ระดับชุมชน จังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับด้านทุนทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น ศิลปะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาไทย การประดิษฐ์อักษรไทย งานหัตถกรรม ผ้าขึ้นตีนจก การมีแหล่งมรดกโลก 2 แห่งคือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย การเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ (Sukhothai Provincial Industrial Office, 2017: 1) การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ใหม่สาขาหัตถกรรม และศิลปะพื้นบ้านจากองค์การยูเนสโก (Pinyosinwat, 2019: 1)

บทความ เรื่อง เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การออกแบบลายผ้าไทยสู่ธุรกิจสปา ได้รับทุนการวิจัยภายใต้ หัวข้อด้านสุขภาพและความสุขสบายของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ปี พ.ศ. 2562 และเป็นงานวิจัยที่ทำร่วมกันระหว่าง คณะรัฐประศาสนศาสตร์และคณะศิลปกรรม โดย คณะรัฐประศาสนศาสตร์รับผิดชอบศึกษาแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา และการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัด เพื่อเป็นข้อมูลให้คณะศิลปกรรมพัฒนาลวดลายสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มี

ทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา

2. เพื่อวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม

ทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมพบว่า ประเทศญี่ปุ่นประยุกต์ใช้ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต พื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากได้อย่างมีอัตลักษณ์ (Onaree, 2017: 31) สำหรับประเทศไทยได้ใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น กรณีของบ้านเวียงท่ากาน ได้พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ โบราณสถาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีเกษตรกรรม เป็นต้น เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวชุมชน (Phuwanatwichit, 2016: 14) และกรณีชุมชนบ้านตุน จังหวัดพะเยา พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน งานหัตถกรรม ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นต้น (Mankong, 2017: 90)

อีกทั้งประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งด้านวัฒนธรรม พัฒนาธุรกิจสปาด้วยอัตลักษณ์ความเป็นไทย ได้แก่ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา สมุนไพร สร้างมูลค่าให้กับธุรกิจสปา (Issichaikun & Chansawang, 2016: 17) การแสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยในธุรกิจสปาของภาคเหนือ คือ ความเป็นพื้นบ้าน และล้านนา ภาคตะวันออก คือ ความหลากหลาย ภาคใต้ คือ ครูหนังโนราห์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ อาวธรรมอีสานบ้านเฮา และภาคกลาง คือ ศูนย์กลางความเป็นไทย (Chan-et, 2019: 12-13)

กรอบการวิจัย

การศึกษาได้กำหนดกรอบการวิจัย โดยการศึกษาแนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมจากการศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด เพื่อค้นหา

จังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา หลังจากนั้นใช้การวิเคราะห์แก่นสาระเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลแนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัด สำหรับประยุกต์ใช้ในการออกแบบพัฒนาตลาดสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจ สปาด้วยทุนทางวัฒนธรรม

วิธีการวิจัย

การศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร คณะผู้วิจัยได้ศึกษานโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ นโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ แผนของหน่วยงานภาครัฐ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่มจังหวัด ปี พ.ศ. 2560-2564 และแผนพัฒนาจังหวัด หลังจากที่ได้พบจังหวัดที่มีแนวทางการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยได้นำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน (ผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก) ประกอบด้วย 1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านระเบียบวิธีวิจัย 2) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปกรรม 3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการแพทย์ 4) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านรัฐประศาสนศาสตร์ และ 5) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจ พิจารณาคัดเลือกจังหวัด เพื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูล อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมอย่างครอบคลุมในฐานข้อมูลสารสนเทศ ได้แก่ ThaiJo และ ThaiLIS Digital Collection (TDC) โดยสืบค้นข้อมูลด้วยคำสำคัญคือ ทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาสปาและอัตลักษณ์ไทยได้ข้อมูลจำนวน 796 รายการ และคัดกรองข้อมูลเหลือจำนวน 17 รายการ โดยเป็นข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและอยู่ใน ปี พ.ศ. 2550-2562

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในจังหวัดจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ 1) นางอรอนงค์ พิพิธทอง เจ้าของร้านอรอนงค์ ช่างทอง ผู้ผลิตงานทองคำที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโบราณสถาน โบราณวัตถุจากอุทยานประวัติศาสตร์ และทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย และเป็น

ผู้ริเริ่มใช้เทคนิคทองคำลงยาแห่งแรกของจังหวัดสุโขทัย 2) นายสาธิต โสรจประเสริฐสันติ เจ้าของสาธิตพิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ ซึ่งเป็นสถานที่รวบรวมงานหัตถกรรมพื้นถิ่นของจังหวัดสุโขทัย และ 3) นางเสียม แสงวาลา ประธานกลุ่มทอผ้า และกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น แหล่งผลิตผ้าหมักโคลน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และวิเคราะห์แนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ โดยมีขั้นตอน (Sripola, 2010: 19) ได้แก่ 1) การทำความเข้าใจข้อมูล 2) การจับประเด็น 3) การจัดประเภท 4) การตีความ และ 5) การสร้างข้อสรุป เพื่อให้ศิลปกรรมนำข้อมูล การวิเคราะห์แนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ออกแบบพัฒนาตลาดสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปาด้วยทุนทางวัฒนธรรม โดยมีระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562

ผลการวิจัย

1. แนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา

จากการศึกษานโยบายสาธารณะ ยุทธศาสตร์ และแผนที่เกี่ยวข้องพบว่า คำแถลงนโยบายรัฐบาลของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้กำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจสปา การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์ยา และสมุนไพรไทย เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า (Office of the Academic Parliament, 2019: 1) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2580 กำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม และแพทย์แผนไทยด้วยองค์ความรู้ภูมิปัญญาไทย ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2017: 13) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ของกระทรวงสาธารณสุข กำหนดยุทธศาสตร์การนำภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชนสร้าง อัตลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน (Ministry of Public Health, 2016: 13) และแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ.

2560-2564 กำหนดยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างระบบบริการสุขภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาสุขภาพ และพัฒนาระบบการส่งเสริมกิจการสปา การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทย (Ministry of Public Health, 2017: 5-6)

คำแถลงนโยบายรัฐบาล	การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจสปา การแพทย์แผนไทย
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็น การท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2580	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย
ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้เป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ พ.ศ. 2560-2564	การนำภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชนสร้าง อัตลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12	พัฒนาระบบการส่งเสริมกิจการสปา การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทย

ภาพที่ 1 นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม

โดยสรุปแล้วนโยบายของรัฐบาลยุทธศาสตร์ แผนของหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุนการนำทุนทางวัฒนธรรม ความรู้ และภูมิปัญญาไทย สร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจด้านสุขภาพเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทยและพบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่ารัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐอธิบายลักษณะของทุนทางวัฒนธรรม คือ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อารยธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การศึกษาแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่ม ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามนโยบายการบริหารงาน จังหวัด และกลุ่มจังหวัดพบว่า

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (จังหวัด กระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต จังหวัด ระนอง และจังหวัดสตูล) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ การส่งเสริม และอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต

และภูมิปัญญาท้องถิ่นอันดามัน เพื่อสร้างจุดขายทางการตลาดสู่การท่องเที่ยวนานาชาติ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ การส่งเสริม และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรูปแบบ แตกต่างกันตามวัฒนธรรม เพื่อสร้างรายได้

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 (จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (จังหวัด เชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ศิลปวัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อสร้าง

รายได้สู่ชุมชน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนทางประวัติศาสตร์

โดยสรุปแล้วพบประเด็นการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม เช่น การสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวจากแผนพัฒนาจังหวัด 5 กลุ่ม (11 จังหวัด) อีกทั้งกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามความหลากหลายทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ

การศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดกับแผนพัฒนาจังหวัด 11 จังหวัด พบประเด็นการพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดยโสธร จังหวัดเขียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์ มุ่งเน้นการส่งเสริมเศรษฐกิจ ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ส่วนจังหวัดชัยภูมิและจังหวัดนครราชสีมามีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัด อีกทั้งจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดสุโขทัย มีแนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรมในแผนพัฒนาจังหวัด

ประเด็นทุนทางวัฒนธรรม	จังหวัด
ทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อารยธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น	ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ยโสธร เขียงราย น่าน สุโขทัย อุตรดิตถ์
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ	ชัยภูมิ นครราชสีมา
เศรษฐกิจสร้างสรรค์	พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย

คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของ 11 จังหวัดในที่ประชุมกรรมการพัฒนางานวิจัย เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2562 กับผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาคัดเลือกจังหวัดสำหรับเก็บข้อมูล โดยมีประเด็นการคัดเลือก ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ ความสอดคล้องกับนโยบายการวิจัยของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ด้านสุขภาพ และความอยู่ดีมีสุข ความสอดคล้องกับเวลาและงบประมาณการวิจัย

ผลการพิจารณาพบว่า คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีมติให้ดำเนินการวิจัยในจังหวัดสุโขทัย เพราะแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัยกำหนดประเด็น การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และจังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดเดียวของประเทศไทยที่มีแหล่งมรดกโลก 2 แห่ง งานหัตถกรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น งานทองคำสุโขทัย การทำเครื่องสังคโลก ผ้าทอตีนจก และผ้าทอเก้าบาย การเป็นแหล่งเกิดวัฒนธรรม การลอยกระทง การได้รับการยอมรับจากนานาชาติ เช่น การได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์จากองค์การสหประชาชาติ

2. การวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า

1) นางอรอนงค์ พิพิธทอง เจ้าของร้านอรอนงค์ช่างทอง อธิบายว่า ร้านอรอนงค์ทำงานทองคำสุโขทัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ใช้ทองคำบริสุทธิ์ 99.99% นำมาขึ้นรูปด้วยช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ โดยอ้างอิงจากลวดลาย เช่น ลายเครือวัลย์ และลายตัวอุ ที่พบได้ในผนังโบสถ์ ข้าวของเครื่องใช้ ถ้วยชาม เครื่องสังคโลก ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ และเป็นร้านแรกที่ทำงานทองคำลงยา ร้านมีความภูมิใจที่ได้รักษา อัตลักษณ์งานทองคำดั้งเดิมของสุโขทัย 2) นายสารโสรัจประสพสันติ เจ้าของพิพิธภัณฑ์สารผ้าทองคำ อธิบายว่า ลายผ้าทอโบราณดั้งเดิมของสุโขทัยคือ ลายตีนจก และลายยก 9 ดอก การเรียนรู้การทอผ้าลายตีนจก และลายยก 9 ดอก จะสอนกันภายในครอบครัวส่งทอดจากรุ่นสู่รุ่น ลวดลาย

มีความละเอียด สีสันสวยงาม ใช้เวลาในการทำ และมีราคาแพง ชาวบ้านจะใส่ในโอกาสสำคัญ เช่น งานบุญ งานแต่งงาน เป็นต้น 3) นางเสี่ยม แสงลาก ประธานกลุ่มทอผ้า และกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น อธิบายว่า ผ้าหมักโคลนของชุมชนเกิดจากการสั่งสม ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ สมัยก่อนเวลาปู่ตายายไปทำนา จะนุ่งผ้าถุงลุยโคลนทุกวัน ทำให้ชายผ้าถุงนึ่งและสีไม่ตก กลุ่มของเราจึงลองนำผ้าทอหมักกับโคลน ปรากฏว่าผ้ามีความนิ่ม สีย้อมคงทนเพราะธาตุเหล็กในโคลน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลน เป็นความภาคภูมิใจของชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้ชาวบ้านอย่างพอเพียง และกลุ่มได้พัฒนาสินค้าให้หลากหลาย สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม เริ่มจากการอ่านทำความเข้าใจ บทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อจับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมพบว่า ประเด็นด้านทุนทางวัฒนธรรมของร้านอรอนงค์ช่างทองคือ งานทองคำที่ผลิตจากช่างฝีมือ การใช้ทองคำคุณภาพสูง ลวดลายละเอียด อ่อนช้อย การรักษาภูมิปัญญาดั้งเดิม ประเด็นด้านทุนทางวัฒนธรรมของพิพิธภัณฑ์紗ผาทองคำ คือ ลายผ้าทอที่มีความละเอียด ประณีต ความเป็นครอบครัว วัฒนธรรมชุมชน และประเด็นด้านทุนทางวัฒนธรรมของบ้านนาต้นจั่นคือ การเรียนรู้จาก ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง วิถีวัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิตแบบพอเพียง

หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้จัดประเภท ตีความ ข้อมูล เพื่อสังเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของ จังหวัดสุโขทัยพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่บ่งบอก ทุนทางวัฒนธรรม 4 แนวเรื่อง ได้แก่ ความสุข ความประณีต ภูมิปัญญา และวิถีชุมชน โดยในแต่ละแนวเรื่องประกอบด้วยแนวเรื่องย่อย ได้แก่ 1) ความสุข ประกอบด้วยความภาคภูมิใจ ความพอเพียง และการรักษามรดกทางวัฒนธรรม 2) ความประณีต ประกอบด้วยการผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพความละเอียดอ่อนช้อย 3) ภูมิปัญญา

ประกอบด้วยการตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และการเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบด้วยการผลิตเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชน และ การใช้ในชีวิตประจำวัน

อภิปรายผล

1. แนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปาด้วยมุมมองทาง รัฐประศาสนศาสตร์ การศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด เนื่องจากนโยบายสาธารณะเป็นกรอบการวางแผน และเป็นแนวทางการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ นโยบายสาธารณะ จึงเป็นตัวตั้งสำหรับการวางแผนการดำเนินงานระดับต่างๆ (Srisa-an, Wongsothorn, & Uaewong, n.d.: 12-13) ด้วยเหตุนี้การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมจากนโยบายสาธารณะ และแผนทำให้คณะผู้วิจัยเข้าใจแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของรัฐบาล และหน่วยงานภาครัฐ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Varunsub (2019: 17) อธิบายว่า การจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศไทยต้องกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ ด้านสภาพพ่อค้าทอง Porkatong (2014: 69) อธิบายว่า ภาครัฐ คือ ภาคส่วนที่มีความสำคัญกับการนำทุนทางวัฒนธรรมพัฒนาสินค้าชุมชน Thampramaun & The-Khan-Mak (2020: 82-83) อธิบายว่า การท่องเที่ยวบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมชุมชนต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกทั้งคณะผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่ารัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐอธิบายลักษณะของทุนทางวัฒนธรรมคือ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อารยธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้ศึกษาแผนพัฒนา กลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่ม ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัด แบบบูรณาการพบว่า แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 5 กลุ่ม

มีประเด็นการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Tinbut & Thasuwan (2019: 126) ได้ศึกษาการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน

2. การพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยจึงศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดทั้ง 11 จังหวัด ในประเด็นการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรมอีกทั้ง การศึกษาการพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจส่วนใหญ่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด สอดคล้องกับ Mankong (2017: 90) พบว่า เศรษฐกิจของชุมชนพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เปลี่ยนเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น งานหัตถกรรม เป็นต้น Srimueang (2019: 72) พบว่า เมื่อนำวัฒนธรรมไทยประยุกต์เป็นนวัตกรรม สามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ 3 งานของ Punsawasuth (2010: 12) พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นทำให้เศรษฐกิจเติบโตเพราะประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและการบริการสูงขึ้น Phu-Ku (2017: 139-140) พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และ Prampree (2019: 40) พบว่า การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ชุมชนมีอัตลักษณ์ เสริมสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรมคือ สิ่งที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นในแบบสามารถจับต้องได้ (Yanyongkasemsuk, 2014: 29) เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม และผลงานศิลปะ เป็นต้น และแบบจับต้องไม่ได้ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี จารีต วิถีชีวิต และความเชื่อ เป็นต้น (Throsby, 2001: 44-46) หากจังหวัดและชุมชนท้องถิ่น สามารถสร้างจุดขายให้สินค้าและการบริการด้วยทุนทางวัฒนธรรมจะส่งผลให้เศรษฐกิจท้องถิ่นพัฒนา เพราะการมีสินค้าและการบริการที่มีคุณค่าและมีมูลค่าด้วยทุนทางวัฒนธรรม

ด้วยเหตุดังกล่าว การพัฒนาธุรกิจสปาด้วยทุน

ทางวัฒนธรรม จึงเป็นแนวทางที่น่าสนใจต่อการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพราะการเติบโตของธุรกิจสปาเพิ่มขึ้นถึง 3.7 หมื่นล้านบาท (Wongkittikraiwan, 2019: 1) อีกทั้งจากงานวิจัยหลายฉบับอธิบายว่าทุนทางวัฒนธรรมเป็นจุดแข็ง และโอกาสของการพัฒนาธุรกิจสปาไทย เช่น Issichaikun & Chansawang (2016: 17) อธิบายว่าประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสที่ดีในการทำธุรกิจสปา เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยสร้างมูลค่ากับธุรกิจสปา Chan-et (2019: 12-13) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปาพบว่า อัตลักษณ์ของภาคเหนือคือ ความเป็นพื้นบ้าน วัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น

จังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่ในการศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา เพราะแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย ปี พ.ศ. 2561-2564 แสดงให้เห็นถึงศักยภาพ การพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรมพิจารณาจากเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดคือ เมืองมรดกโลกเลิศล้ำ เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เมืองแห่งอารยธรรม และความสุขอย่างยั่งยืน (Sukhothai Provincial Office, 2018: 1) ซึ่งเป็นจังหวัดแห่งเดียวที่ได้กล่าวถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมพัฒนาจังหวัดอย่างชัดเจน จังหวัดสุโขทัยมีทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น ต้นกำเนิดวัฒนธรรมลอยกระทง การมีแหล่งมรดกโลก 2 แห่ง การเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ การมีงานหัตถกรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น ทองคำสุโขทัย ผ้าทอตีนจก ผ้าทอเก่าลาย เครื่องสังคโลก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ทำให้จังหวัดสุโขทัยได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์

คณะผู้วิจัยจึงวิเคราะห์แนวทางเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ร้านอรอนงค์ช่างทอง สาทรพิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ และกลุ่มทอผ้าบ้านนาต้นจั่น ซึ่งการคัดเลือกพื้นที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Nisavutanuphan & Phirasan (2017: 931) ศึกษาทุนทางวัฒนธรรมในพิพิธภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และภาคเอกชนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แนวทางการศึกษาทุนทางวัฒนธรรม คือ การศึกษาทุนประวัติศาสตร์ การสัมภาษณ์ผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรม เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน Suwannathada & Sikkha (2019: 137) ได้ค้นหาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์แบบเดิม ลวดลายของสถาปัตยกรรม ลายผ้าทอ การเข้าไปศึกษาในพิพิธภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัยคือ 1) ความสุข ประกอบด้วย ความภาคภูมิใจ ความพอเพียง และการรักษามรดกทางวัฒนธรรม 2) ความประณีต ประกอบด้วย การผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ความละเอียดอ่อนซ้อ 3) ภูมิปัญญา ประกอบด้วย การตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และการเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบด้วย การผสมผสานเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชน และการใช้ในชีวิตประจำวัน คณะผู้วิจัยพบว่า ผลการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย คล้ายคลึงกับงานของ Laohapensang (2015: 232-233) ซึ่งได้นำแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม 8 วิถีไทย ประยุกต์เป็นทุนมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และงานของ Laohapensang & Saengratwatchara (2019: 52) ได้นำแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม 8 วิถีไทย ประยุกต์เป็นทุนมรดกทางวัฒนธรรมตลาดโบราณศรีสัชนาลัย พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัยคือ อาหารพื้นเมือง ลวดลายสิ่งทอ โครงสร้างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ประเพณีท้องถิ่น อาชีพแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความเชื่อ และศิลปวัฒนธรรม

สรุปผล

แนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรม

สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา โดยใช้มุมมองทางนโยบายสาธารณะและการวางแผนศึกษานโยบาย แผนแม่บท ยุทธศาสตร์กระทรวงแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด ทำให้จังหวัดสุโขทัยได้รับการคัดเลือกเป็นจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยค้นหาแนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่บ่งบอกทุนทางวัฒนธรรม 4 แนวเรื่อง ได้แก่ ความสุข ความประณีต ภูมิปัญญาและวิถีชุมชน ข้อมูลดังกล่าว คณะศิลปกรรมจะนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาลวดลายแสดงความเป็นสุโขทัย เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา อีกทั้งบทความดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันระหว่าง 2 คณะ ซึ่งเป็นแนวทางที่เกิดประโยชน์กับสถาบันการศึกษาในการบูรณาการการเรียนรู้ข้ามสาขาวิชา รวมไปถึงการสร้างความรู้ความตระหนักรู้กับชุมชนต่างๆ และการสร้างห่วงโซ่คุณค่าระหว่างสถาบันการศึกษา ชุมชน และธุรกิจสปา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดยุทธศาสตร์ และแผนงานสำหรับส่งเสริมการค้นหาอัตลักษณ์ประเพณี วัฒนธรรมชุมชน รวบรวมเป็นฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนา

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ การวิเคราะห์แนวทางเรื่อง เพื่อค้นหาทุนทางวัฒนธรรม ควรตั้งคณะทำงานในพื้นที่ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ตัวแทนภาคประชาชน ร่วมให้ข้อคิดเห็น วิพากษ์ และสอบถามข้อมูล

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มคณะทำงานจากสาขาวิชาอื่นๆ เช่น ประวัติศาสตร์ เพื่อให้มุมมองเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ในการได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อพัฒนาลวดลาย

สะท้อนทุนทางวัฒนธรรม รวมไปถึงการสัมภาษณ์ สภาวัฒนธรรมจังหวัด ตัวแทนชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูลหลักเพิ่มขึ้น เช่น ประชาชนชาวบ้าน ธุรกิจสปา

References

- Chan-et, J. (2019). The Potential Thai Identity of Spa and Massage Business Thailand to Raise the Level of International Health Tourism. *Panyapiwat Journal*, 10(2), 1-15. [in Thai]
- Issichaikun, R. & Chansawang, R. (2016). A Study of the Potential of Thai Spa Establishments. *Modern Management Journal*, 14(1), 17-31. [in Thai]
- Kasikorn Thai Research Center. (2019). *Open the Business Dart Next Year 2019*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/31a3NA8> [in Thai]
- Laohapensang, C. & Saengratwatchara, S. (2019). Product Development from Cultural Capital, Ancient Market, Si Satchanalai District Sukhothai Province. *Journal of Industrial Education*, 17(1), 52-60. [in Thai]
- Laohapensang, C. (2015). Product Development based on Creative Economy Concepts from Culture Area of Sukhothai Historical Park Si Satchanalai Kamphaeng Phet. *Journal of Industrial Education*, 14(2), 228-235. [in Thai]
- Mankong, A. (2017). The Role of Cultural Capital and Community Economic Development A case study of Communities in Ban Toon Subdistrict, Mueang District, Phayao Province. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 39(12), 90-100. [in Thai]
- Ministry of Public Health. (2016). *Strategy to Develop Thailand to be an International Health Center 2017-2026*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/39aQly4> [in Thai]
- Ministry of Public Health. (2017). *National Health Development Plan 12th Issue 2017-2021*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/2PZkj1y> [in Thai]
- Nisavutanuphan, Y. & Phirasan, C. (2017). Cultural Capital Model for Increasing Value of Tourism Products in Chiang Rai Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 12(9), 931-949. [in Thai]
- Office of the Academic Parliament. (2019). *Policy Statement of the Cabinet*. Retrieved February 20, 2019, from <https://bit.ly/2OqluVB> [in Thai]
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2017). *Master Plan under the National Strategy Tourism Issues 2018-2037*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/2TFQAvv> [in Thai]
- Onaree, N. (2017). The Merger of Cultural Assets in Packaging Design of Souvenirs from Japan. *Journal of Information*, 16(2), 31-41. [in Thai]
- Phu-Ku, C. (2017). *Guidelines for the Development of Capital, Culture, Innovation to Thailand 4.0*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/3aeqLJO> [in Thai]

- Phuwanatwichit, T. (2016). Cultural Capital Development and Tourism Attraction Management for Culture Village Wiang Tha Kan, San Pa Tong District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 5(1), 14-23. [in Thai]
- Pinyosinwat, N. (2019). *UNESCO Announces Sukhothai to Receive the Creative City Network Award*. Retrieved February 20, 2019, from <https://bit.ly/2TC9d3n> [in Thai]
- Porkatong, S. (2014). The Development of Environmental Factors in Enhancing the Potential of Using Cultural Capital for Branding of OTOP Entrepreneurs in the Category of Arts and crafts. *Research Methodology and Cognitive Science*, 12(1), 69-77. [in Thai]
- Prampree, T. (2019). Community and Tourism Economic Development with Cultural Capital: A Case Study of Naga Savage Parade, Ban Non Salao, Nong Tum Subdistrict, Chaiyaphum Province. *Journal of Cultural Approach*, 20(38), 40-52. [in Thai]
- Punsawasuth, A. (2010). *Cultural Capital in an Economic Growth Model*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/3apibaQ> [in Thai]
- Srimueang, T. (2019). An Analysis of Innovation and Thai Culture in the 21st Century: Creating Capital Cultural Innovation And the Creative Economy. *The 4th National and International Academic Conference Innovation and Technology Development for Sustainable Economy* (pp. 72-86). Bangkok: Nakhon Pathom Rajabhat University. [in Thai]
- Sripola, S. (2010). *Qualitative Research and Qualitative Data Analysis*. Retrieved May 22, 2020, from <https://bit.ly/3e4E1SQ> [in Thai]
- Srisa-an, W., Wongsothorn, T., & Uaewong, K. (n.d.). *Concepts and Principles of Policy and Planning*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/2QzvLBg> [in Thai]
- Sukhothai Provincial Industrial Office. (2017). *Establishment of a Cluster of Woven and Woven Fabric Products in Sukhothai Province*. Retrieved February 20, 2017, from <https://bit.ly/2PMYS3q> [in Thai]
- Sukhothai Provincial Office. (2018). *Sukhothai Development Plan 2018-2021*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/3dbIN1z> [in Thai]
- Suwannathada, S. & Sikkha, S. (2019). Design and Development of Community Products Using Cultural and Intellectual Capital in the Upper Northeast Region. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 9(2), 137-155. [in Thai]
- Thampramaun, P. & The-Khan-Mak, K. (2020). The Development of Creative Tourism Management based on Cultural Capital to the Community Economy of Friends Agriculture Home Stay Club Wiset Chai Chan District, Ang Thong Province. *Silpakorn University Journal*, 40(1), 65-83. [in Thai]
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. UK: Cambridge University Press.

- Tinbut, P. & Thasuwan, N. (2019). The Use of Cultural Capital for the Design, Development of the Logo and the Appearance and Packaging of Herbal Products for Community Enterprise Groups in the Area the Area of the Upper Central Region of Thailand. *Chandrakasem Rajabhat University Journal*, 24(47), 126-141. [in Thai]
- Varunsub, D. (2019). Patterns of Cultural Capital Management for Creative Tourism in Thailand. *ARU Research Journal Humanities and Social Sciences*, 5(1), 17-24. [in Thai]
- Wongchaikun, P. (2019). *Enhance the Thai Spa to the International Level, Pushing Operators to Capture Local Identity as a Selling Point*. Retrieved February 20, 2019, from <https://bit.ly/2tYjhLi> [in Thai]
- Wongkittikraiwan, M. (2019). *Thai Spa Business Ranked in the Top 5 in Asia*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/38XdWTo> [in Thai]
- Yanyongkasemsuk, R. (2014). Elite Concepts and Capital of Pierre Bourdier. *Journal of Political Economy*, 2(1), 29-44. [in Thai]



Name and Surname: Nitiphol Thararoop

Highest Education: Master of Arts (Public Administration), Kasetsart University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Public Administration, Community development, Conflict management, and Integrity promotions



Name and Surname: Pruchaya Piratrakul

Highest Education: Master of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Fashion and Textile Design



Name and Surname: Kamonsiri Wongmuek

Highest Education: Master of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Fashion and Textile Design

ปัจจัยด้านการสื่อสารองค์กรที่มีผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร:
กรณีศึกษา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

CORPORATE COMMUNICATION FACTORS AFFECTING THE ORGANIZATION
GROWTH AND SUSTAINABILITY: CP ALL PLC.

วิสาข์ เชี่ยวสมุทร

Visa Cheawsamut

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: December 30, 2020 / Revised: March 17, 2021 / Accepted: April 1, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย/ตัวแปรด้านการสื่อสารองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานคือ การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ บทความนี้มุ่งเน้นการรายงานผลการวิจัยทางด้านการสื่อสารองค์กร ซึ่งผลจากการวิจัยเชิงปริมาณที่เก็บโดยใช้เครื่องมือแบบสำรวจการวิจัยกับบุคลากรขององค์กรทั้งสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ จำนวน 1,317 ชุด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนมากที่สุดของบริษัท ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ กลุ่มตัวอย่างชั้นชมบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ด้านของภาพลักษณ์ ด้านสินค้า และการบริการ บริษัทฯ มีภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาล นอกจากนั้นยังพบว่า ในด้านกลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรและ การวางแผนการจัดการ บริษัทฯ สนับสนุนเงินทุนด้านการศึกษาเพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาสังคมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทั้งหมดสร้างความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ อย่างไรก็ตามพบว่า แบรนด์ 7-Eleven มีภาพลักษณ์ดีกว่าองค์กรคือ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สำหรับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูง/ผู้บริหารระดับกลางขององค์กร/คู่ค้าพันธมิตรทางธุรกิจ จำนวน 49 คน พบว่า บริษัทฯ เป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้าและคู่ค้าในด้านธุรกิจค้าปลีก มีโครงการที่ให้โอกาสทั้งด้านการศึกษาและอาชีพ นอกจากนั้นยังช่วยเหลือชุมชน และเด่นชัดด้านภาพลักษณ์ในเรื่องการศึกษา การใช้กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปช่วยเสริมภาพลักษณ์ด้านความไว้วางใจของแบรนด์เป็นประเด็นสำคัญมาก ธรรมาภิบาลเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน นอกจากนี้ควรเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กรและธุรกิจ จึงจะนำพาองค์กรไปสู่การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ควรทำร่วมกับคู่ค้า โดยต้องทำลักษณะ CSR in-process และเพิ่มการทำ CSR ในรูปแบบชุมชนสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูลบางส่วนระบุว่า บริษัทฯ ทำกิจกรรม CSR หลากหลายแต่ไม่ชัดเจน ควรกำหนดเป็นนโยบาย และมีการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ การสื่อสารองค์กรเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร ให้กลายเป็นองค์กรที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ

จากสังคม ช่วยสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ขององค์กรให้เกิดขึ้น อีกทั้งยังรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้คงอยู่ในใจของกลุ่มเป้าหมายตลอดจนสังคมได้

คำสำคัญ: การสื่อสารองค์กร การเติบโต ความยั่งยืน

Abstract

This research aimed to investigate corporate communication factors concerning the management of a retail trade organization that affected the organizational growth and sustainability. The research was conducted using a mixed-method design with quantitative and qualitative methodologies. In the quantitative study, a survey questionnaire was used to collect data from 1,317 office section and operation section personnel of the organization. The results showed that the factors that affected the company's growth and sustainability the most were the corporate communication and brand strategies. Members of the research sample admired CP All for its image of products and services. It was also reported that the company had the good reputation of organizational administration and management with good governance. In addition, it was found that in the resource allocation and the management planning strategies, the company regularly provided financial supports in education for social development. All of these activities created the outstanding identity of the company. However, the brand image of 7-Eleven was more reputable than that of CP All.

In the qualitative study, data were obtained through in-depth interviews with 49 senior and middle executives of CP All, and also business partner companies. The results revealed that CP All was ranked as the first place in the minds of the customers and business partners in retail business. The company provided many educational and career opportunities as well as supports for society, using CSR activities to improve the image of brand loyalty. Good governance was also an important factor leading to organizational growth and sustainability. Moreover, there should be activities promoting organizational and business values that could lead to sustainable growth. The activities should be done with partner companies in CSR in-process and community relations. However, some interviewees revealed that CP All had done many CSR activities, but with unclear purposes. The company should consistently communicate with related internal and external stakeholders. Corporate communication was the key to the organizational growth and sustainability, helped build the organization and brand images, and kept positive images for stakeholders and society.

Keywords: Corporate Communication, Growth, Sustainability

บทนำ

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกเฉพาะทางและเทคโนโลยีชีวภาพเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกนั้นถือว่ามีจำนวนบริษัทมากที่สุด เพราะเป็นธุรกิจมีความหลากหลายของสินค้า บริการ ตลอดจนคุณค่าพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง GSB Industry Update (2019) ระบุว่า ในปี 2563 ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ คาดยอดขายจะเติบโตค่อนข้างดีต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชอบความสะดวกสบายในการจับจ่าย ใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคใกล้บ้านมากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการมีแผนการขยายสาขาใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยร้านสะดวกซื้อที่เป็นเจ้าของแฟรนไชส์ยังสามารถทำกำไรได้ต่อเนื่อง นอกจากนี้ Krungsri Research (2019) ยังระบุเช่นกันว่า ผู้นำตลาดร้านสะดวกซื้อ คือ 7-Eleven มีสาขาในไทยมากกว่า 10,000 แห่งทั่วประเทศ (อันดับ 2 ของโลกรองจากญี่ปุ่น) มีกลยุทธ์การตลาดทั้งด้านราคาและส่วนลด มีการพัฒนาร้านรูปแบบใหม่อยู่เสมอ เช่น ร้าน 2 ชั้น หรือสาขานาฬิกาใหญ่พร้อมที่จอดรถ รวมถึงเปิดสาขาตามศูนย์การค้า ทั้งยังเพิ่มประเภทสินค้า (อาทิ กาแฟ เบเกอรี่ อาหารพร้อมทาน และยา) และบริการ (อาทิ รับชำระค่าสาธารณูปโภค บัตรเครดิต รวมถึงเป็น Agent banking ของธนาคารพาณิชย์และเป็นผู้จัดส่งสินค้าแก่ผู้ประกอบการ Online Business ต่างๆ) อีกทั้งเริ่มนำรูปแบบของ “ซูเปอร์มาร์เก็ต” เข้ามาผสมผสาน โดยนำผักสดและผลไม้เข้ามาจำหน่ายในบางสาขา ขณะที่ร้านสะดวกซื้อแบรนด์อื่นๆ เร่งเพิ่มพื้นที่ทั้งด้านอาหารพร้อมทานและร้านกาแฟ เพื่อพัฒนาเป็นร้านอิมเมจรวม รวมถึงมุ่งสุขภาพและความงาม บริการฝากส่งพัสดุและบริการเดลิเวอรี่

ทั้งนี้จากการดำเนินการของธุรกิจค้าปลีกที่ยาวนานกว่า 30 ปี การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกในภาวะต่างๆ ทั้งภาวะปกติและภาวะวิกฤตจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้องค์กรธุรกิจเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตและมีความยั่งยืนทางธุรกิจ การปรับหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การบริหารองค์กรเพื่อปรับปรุง

กระบวนการทำงาน (Process Improvement) ขององค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และทำให้องค์กรเจริญเติบโตได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุน คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเส้นทางการเจริญเติบโตและการเดินทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกภายใต้แบรนด์ 7-Eleven ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจในอนาคต ซึ่งการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก (Rattanasombat, 2014: 112) อีกทั้งความยั่งยืนได้กลายเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน (Galpin, Whittington, & Bell, 2013: 1) แนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อสังคม (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) นั้น ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการพัฒนาที่กระทำกันอยู่ในขณะนี้ ให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) (Jaikla, 2018: 344) โดยในบทความนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นถอดความสำคัญของตัวแปรด้านการสื่อสารองค์กรที่ส่งผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งจากผลวิจัยระบุว่า เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กรมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อดำเนินการศึกษาเชิงลึกปัจจัยการสื่อสารองค์กรที่ส่งผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร
2. เพื่อจำแนกปัจจัยด้านการสื่อสารองค์กรที่ส่งผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารองค์กร

การสื่อสารองค์กร คือ หน้าที่ด้านการบริหารจัดการที่นำเสนอกรอบการทำงานสำหรับการ

ประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการสื่อสารภายในและภายนอก โดยมีจุดประสงค์โดยรวมเพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยมชมชอบกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรต้องพึ่งพา (Cornelissen, 2014: 5)

Jaicharnsukij (2007: 42-43) ระบุว่า เดิมนั้นเทคนิคในการสื่อสารองค์กรในอดีตมักพูดถึงหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์เป็นหลักในการสร้างคุณค่าภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร แต่ในช่วงที่ผ่านมาในระยะเวลากว่า 2 ทศวรรษ ในเรื่องการสื่อสารองค์กรทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) การสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication) การประชาสัมพันธ์องค์กร (Public Relations) การสื่อสารภายนอกองค์กร (External Communication) กิจกรรมขององค์กร (Corporate Activity/Activity Corporation) การสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication) และกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่มีแนวคิดในการสร้างประโยชน์ขององค์กรที่ใกล้ชิดกับสังคม (Corporate Society) มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดหรืองานวิจัยพบว่า บทบาทของการสื่อสารองค์กรหรือการสื่อสารให้กับองค์กร ว่าเราสื่อสารกับกลุ่มใดบ้างกับใครบ้าง นักลงทุน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า สาธารณชน สื่อสารมวลชน พันธมิตร คู่แข่ง คู่ค้า ซึ่งทั้งหมดสร้างความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ (Corporate Identity) และความเป็นตัวตนนี้อาจจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรประสบความสำเร็จ

นอกจากการสื่อสารจะมีความสำคัญต่อหัวใจของธุรกิจคือ เป็นอาวุธใช้ชนะใจลูกค้าในทางการตลาดแล้ว การทำธุรกิจที่สำเร็จผลได้อย่างสมบูรณ์นั้นนอกจากผู้บริหารจะสามารถปรับตัวและตามทันการสื่อสารที่กระทบต่อการตลาดสมัยใหม่ได้แล้ว ที่สำคัญไม่แพ้กันและอาจสำคัญมากกว่าด้วยก็คือ การสื่อสารขององค์กร (Organizational Communication) หรือการสื่อสารของกิจการ (Corporate Communication) อันเป็นระบบการสื่อสารที่มีอยู่ทั่วไปและอยู่ราย

รอบทุกองค์กรและเป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ทุกองค์กรไม่อาจมองข้ามหรือหลีกเลี่ยงได้ (Santiwong & Santiwong, 1999: 5)

มีความเชื่อแพร่หลายในโลกของการบริหารจัดการว่าสังคมปัจจุบัน อนาคตของบริษัทขึ้นอยู่กับว่าถูกมองโดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักอย่างไร เช่น ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ลูกค้าและผู้บริโภค พนักงาน และสมาชิกของชุมชนซึ่งบริษัทดำเนินการอยู่ (Cornelissen, 2014: 3)

สินค้า ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนบริการ ก็มีส่วนส่งเสริมชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงานผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ (Pimolsin, 2540: 81)

แนวคิดและทฤษฎีด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

Kotler & Lee (2005) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ คำมั่นสัญญาที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยการดำเนินธุรกิจ รับผิดชอบ และบริจาคทรัพยากรต่างๆ ที่องค์กรมี ในการพัฒนาให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี แนวคิดนี้มุ่งให้องค์กรธุรกิจมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยการประกอบธุรกิจอย่างรอบคอบ และช่วยเหลือด้วยทรัพยากรที่องค์กรธุรกิจมีอยู่ ซึ่งการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางของฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี แบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ คือ 1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion) 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing) 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing) 4) การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) 5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) 6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) 7) การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันเกิดจากการตัดสินใจหรือกิจกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผ่านพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจรรยาบรรณ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสวัสดิการของสังคม คำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับพฤติกรรมตามมาตรฐานสากลและบูรณาการทั่วทั้งองค์กร (Nontanatorn, 2010: 11)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) เป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจทั่วโลกให้ความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะเข้าใจดีว่าการจะเป็นองค์กรธุรกิจที่ดีประสบความสำเร็จและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคตนั้น การทำกำไรสูงสุดอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ เราต้องเรียนรู้ที่จะทำสิ่งดีๆ เพื่อตอบแทนสังคมด้วย (SCG, 2010: 4)

แนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อสังคม (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) นั้น ถูกนำเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการพัฒนาที่กระทำกันอยู่ในขณะนี้ให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) (Jaikla, 2018: 377)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) และชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) ได้กลายเป็นกิจกรรมที่พิเศษในปัจจุบัน ซึ่งเกี่ยวกับการสื่อสารและรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เช่น

เดียวกันกับความคิดริเริ่มในการมีส่วนร่วมกับชุมชน จุดมุ่งหมายโดยรวมของกิจกรรมเหล่านี้สำหรับองค์กรก็คือ เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์อันแข็งแกร่ง และรักษาความสัมพันธ์อย่างยาวนานกับชุมชนที่องค์กรตั้งและดำเนินการอยู่ (Cornelissen, 2014: 240)

CSR ที่แพ้ย่อมหมายถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจ โดยนัยนี้

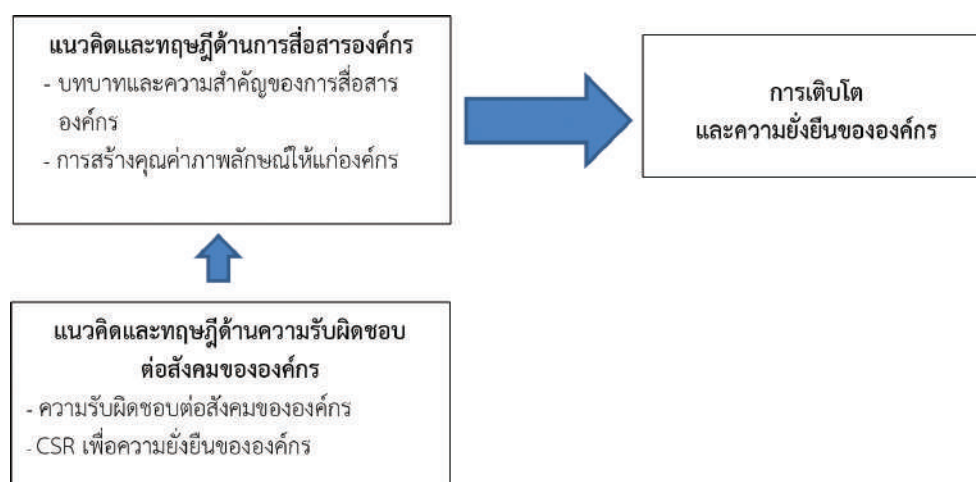
1. ความรับผิดชอบ (responsibility) ย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งความรับผิดชอบนี้ต้องดำเนินการต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย ตั้งแต่ ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกจ้าง คู่ค้า ลูกค้า ชุมชนที่วิสาหกิจนั้นตั้งอยู่ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด

2. ประเด็นหลักเกี่ยวกับ CSR ได้แก่ ธรรมชาติของการจัดการสิ่งแวดล้อม ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาตรฐานด้านแรงงาน แรงงานสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ ความเท่าเทียมทางสังคม สิทธิมนุษยชน การต่อต้าน และไม่รวมกับการดัดสินบนหรือทุจริต เป็นต้น

3. การบำเพ็ญประโยชน์ เป็นกิจที่สมควรดำเนินการเพื่อแสดงความใจกว้างและทำให้สังคมชื่นชม ส่งผลดีต่อธุรกิจ ถือเป็นการตลาดอย่างหนึ่ง

4. วิสาหกิจจำเป็นต้องมี CSR ทำให้การค้าดีขึ้น เพราะ CSR นำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขัน และลดความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อให้วิสาหกิจยั่งยืน ดังนั้น CSR จึงไม่ใช่เน้นที่การให้หรือการบริจาค แต่เป็นการลงทุนที่วิสาหกิจนั้นๆ พึงกระทำเอง (Ponchokechai, 2008: 13-14)

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมทั้งหมด ทำให้เกิดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดทฤษฎี

วิธีการวิจัย

การดำเนินโครงการวิจัยนี้ ดำเนินการตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน แบ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบเจาะจงกับผู้บริหารระดับสูงขององค์กร และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) กับผู้บริหารระดับต้นและพนักงานในหลากหลายหน่วยงาน ที่มีอายุงานตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป จำนวน 75 คน ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลในการพัฒนาเป็นแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยศึกษาข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาและทดสอบตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจค้าปลีก และนำมาสร้างเครื่องมือแบบสำรวจการวิจัย (Survey Research) กับบุคลากรขององค์กรทั้งสายสำนักงาน (Office) และ

สายปฏิบัติการ (Operation) จำนวน 1,317 ชุด โดยการแบ่งสัดส่วนตามด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) อีกครั้งหนึ่งโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหารระดับสูง/ผู้บริหารระดับกลางทั้งหมดขององค์กร/คู่ค้าพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partners and Suppliers) จำนวน 49 คน

ขั้นตอนที่ 4 การสรุปผลการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ดำเนินการวิจัยได้ทำการสรุปและนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานภายใต้บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (CP ALL) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มสายปฏิบัติการ 846 คน และสายสำนักงาน 471 คน โดยการแบ่งสัดส่วนตามด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นหลัก ผู้ดำเนินการวิจัยนำเสนอผลการสรุป

ข้อมูลผู้ดำเนินการวิจัยและนำเสนอผลการสรุปสถิติ กลุ่มตัวอย่างปรากฏผลการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัย
เชิงพรรณนา เพื่อแสดงความคิดเห็นเบื้องต้นของ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Corporate and Brand Communication) ที่สร้าง
การเติบโต บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ข้อ	การดำเนินการ	$\bar{X}$	S.D.	Factor loading	ITC	α
1	คนทั่วไปมักจะชื่นชม เมื่อ CP ALL นำเสนอสินค้า/บริการใหม่ๆ ใน 7-Eleven เช่น การขายกาแฟสดในร้านสาขา	4.07	.821	.759	.713	.948
2	CP ALL ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนา บุคลากร	4.09	.766	.767	.722	.948
3	CP ALL เป็นตัวอย่างที่ดีในการให้การ สนับสนุนด้านการศึกษาแก่ประชาชน	4.26	.684	.801	.754	.946
4	CP ALL มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เปรียบเสมือนเป็นองค์กรของคนรุ่นใหม่	4.20	.721	.827	.784	.945
5	CP ALL มีภาพลักษณ์ด้านการบริหาร จัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาลผ่าน การรับรองจากองค์กรกลาง เช่น DJSI หรือตลาดหลักทรัพย์	4.24	.706	.850	.812	.944
6	ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ CP ALL ในแง่ดีผ่านการพูดถึงอย่างชื่นชม เช่น โครงการคิดถูก คิดถูก	4.19	.769	.823	.781	.945
7	CP ALL เป็นผู้นำด้านนวัตกรรม กระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์และ การให้บริการ	4.23	.689	.870	.835	.943
8	CP ALL มีการสื่อสารถึงการสร้างการ เติบโตผ่านเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น สานต่อพลัง ประชารัฐ CONNEXTED	4.17	.717	.874	.840	.943
9	คนทั่วไป ไปถึงความรับผิดชอบต่อ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่ CP ALL ปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	4.12	.773	.833	.793	.945
10	CP ALL มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ขององค์กรได้ ทันที เช่น ถ้านึกถึง CP ALL จะนึกถึง 7-Eleven	4.23	.724	.836	.795	.945
11	CP ALL มีการสื่อสารเสมอว่าลูกค้า คือ คนสำคัญ	4.38	.667	.770	.719	.947

จากตารางที่ 1 พบว่า การแสดงความคิดเห็น เรื่องการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Corporate and Brand Communication) ที่สร้างองค์กรให้เติบโต พบว่า ปัจจัยที่เป็นการดำเนินการที่สร้างให้เกิดการเติบโตมากที่สุด ได้แก่ CP ALL มีการสื่อสารเสมอว่า ลูกค้าคือ คนสำคัญ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.667) รองลงมาเป็น CP ALL เป็นตัวอย่างที่ดีในการให้การสนับสนุนด้านการศึกษาแก่ประชาชน ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.684) และ CP ALL มีภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาลผ่านการรับรองจากองค์กรกลาง เช่น DJSI หรือตลาดหลักทรัพย์ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.706)

อิทธิพลกลยุทธ์การบริหารจัดการที่สามารถ ทำนายการเติบโตของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตลอด 30 ปีที่ผ่านมา

การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ผู้วิจัยได้ ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ของข้อคำถามหรือตัวแปร โดยทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด 108 ตัวแปร จุดประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ไม่สอดคล้องหรือมีความสัมพันธ์มากเกินไปปกติ $r < 0.8$ หรือปัญหา Multi-collinearity (Wongsaichua, 2019)

จากการวิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบโมเดลที่ได้จากการทดสอบค่าทางสถิติผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์

ตามหลักสถิติและรวมทั้งการอธิบายความหมายของค่าสถิติเพื่อความเข้าใจของผู้ศึกษาโดยมีการกำหนดดังนี้

Beta = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นค่า แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรเหตุหรือตัวแปรอิสระ ที่สัมพันธ์กับตัวแปรผลหรือตัวแปรตาม

t = ค่าสถิติ t เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบว่าตัวแปรเหตุหรือตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรผลหรือตัวแปรตาม

Sig. = ค่านัยสำคัญทางสถิติ โดยวิจัย ครั้งนี้ตั้ง การยอมรับไว้ 3 ระดับ ได้แก่

$\text{Sig} \leq 0.05^*$, $\text{Sig} \leq 0.01^{**}$ และ $\text{Sig} \leq 0.001^{***}$

โดยครั้งนี้เป็นการทดสอบถึงตัวแปรการดำเนินการของ บริษัท ที่ส่งผลต่อการเติบโต และความยั่งยืนของ บริษัท (Chanaboon, 2017)

ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบให้เห็นถึงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานสำนักงาน และสายปฏิบัติการ ในองค์ประกอบในแต่ละปัจจัย รวมทั้ง 8 ปัจจัย ในการทำนายการเติบโตของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยแสดงให้เห็นในแต่ละปัจจัยมีความความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่ในที่นี้จะมุ่งเน้นที่การสื่อสารองค์กรและแบรนด์เท่านั้น

ตารางที่ 2 การดำเนินการด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ ของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อการเติบโตของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามหน่วยงานสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ

ข้อ	สายสำนักงาน			สายปฏิบัติการ		
	Beta	t	Sig.	Beta	t	Sig.
1 คนทั่วไปมักจะชื่นชม เมื่อ CP ALL นำเสนอสินค้า/บริการใหม่ๆ ใน 7-Eleven เช่น การขายกาแฟสดในร้านสาขา	.110	2.232	.026*	.105	3.135	.002**
2 CP ALL ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร	.133	2.654	.008**	.144	4.312	.000***
3 CP ALL เป็นตัวอย่างที่ดีในการให้การสนับสนุนด้านการศึกษาแก่ประชาชน	.080	1.599	.110	.016	.410	.682
4 CP ALL มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เปรียบเสมือนเป็นองค์กรของคนรุ่นใหม่	.041	.802	.423	.150	3.552	.000***

ตารางที่ 2 การดำเนินการด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อการเติบโตของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามหน่วยงานสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ (ต่อ)

ข้อ		สายสำนักงาน			สายปฏิบัติการ		
		Beta	t	Sig.	Beta	t	Sig.
5	CP ALL มีภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาลผ่านการรับรองจากองค์กรกลาง เช่น DJSI หรือตลาดหลักทรัพย์	.149	2.785	.006**	.029	.700	.484
6	ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ CP ALL ในแง่ดีผ่านการพูดถึงอย่างชื่นชม เช่น โครงการคิดถึง คิดถูก	-.136	-2.639	.009**	.092	2.481	.013*
7	CPALL เป็นผู้นำด้านนวัตกรรม กระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ	.252	4.571	.000***	.051	1.096	.273
8	CPALL มีการสื่อสารถึงการสร้างการเติบโตผ่านเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น สานต่อพลังประชารัฐ CONNEXTED	-.005	-.086	.932	.040	.912	.362
9	คนทั่วไป ได้รับความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่ CP ALL ปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	-.086	-1.501	.134	-.014	-.360	.719
10	CP ALL มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ขององค์กรได้ทันที เช่น ถ้านึกถึง CP ALL จะนึกถึง 7-Eleven	.129	2.331	.020*	.175	4.210	.000***
11	CP ALL มีการสื่อสารเสมอว่าลูกค้า คือ คนสำคัญ	.210	4.411	.000***	.153	4.556	.000***

จากตารางที่ 2 การดำเนินการด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Corporate and Brand Communication) ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อการเติบโตของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานสายสำนักงานแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินการด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโต ได้แก่ การดำเนินการเรื่อง 1) การชื่นชม เมื่อ CP ALL นำเสนอสินค้า/บริการใหม่ๆ ใน 7-Eleven 2) CP ALL ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร 3) CP ALL มีภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาลผ่านการรับรองจากองค์กรกลาง 4) ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ CP ALL ในแง่ดีผ่านการพูดถึงอย่างชื่นชม 5) CP ALL เป็นผู้นำด้านนวัตกรรม กระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ 6) CP ALL มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ขององค์กรได้ทันที และ 7) CP ALL มีการสื่อสารเสมอว่าลูกค้าคือ คนสำคัญ

พนักงานสายปฏิบัติการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินการด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโต ได้แก่ การดำเนินการเรื่อง 1) การชื่นชม เมื่อ CP ALL นำเสนอสินค้า/บริการใหม่ๆ ใน 7-Eleven 2) CP ALL ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร 3) CP ALL มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เปรียบเสมือนเป็นองค์กรของคนรุ่นใหม่ 4) ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ CP ALL ในแง่ดีผ่านการพูดถึงอย่างชื่นชม 5) CP ALL มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ทุกคนรับรู้ถึงแบรนด์ขององค์กรได้ทันที และ 6) CP ALL มีการสื่อสารเสมอว่าลูกค้าคือ คนสำคัญ

ทั้งนี้ได้นำผลการวิจัยเชิงปริมาณมาพัฒนาเป็นข้อคำถามในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และกลุ่ม Business Partners/Suppliers เกี่ยวกับตัวแปรและผลของตัวแปรดังกล่าว เพื่อนำผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมา

วิเคราะห์ร่วมกัน และค้นหาลำดับความสำคัญของตัวแปรทั้งหมดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้แบรนด์ 7-Eleven รวมทั้ง 8 ตัวแปรได้แก่

1. ภาวะผู้นำ (Leadership)
2. นโยบายและการตัดสินใจ (Policy and Decision)
3. การจัดสรรทรัพยากร (Resource and Allocation)
4. การสื่อสารภายในและภายนอก (Internal and External Communication)
5. พนักงานและการสร้างทีมงาน (Employee and Teamwork)
6. นวัตกรรมและการวิจัย (Innovation and Research)
7. องค์ความรู้ (Knowledge)
8. การสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Corporate and Brand Communication)

ทั้งนี้จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า คนทั่วไปมักชื่นชมบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการ

ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในด้านของภาพลักษณ์ด้านสินค้า (Product Image) เพราะมีการนำเสนอสินค้า/บริการใหม่ๆ ใน 7-Eleven ตลอดเวลา

ในด้านภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาลผ่านการรับรองจากองค์กรกลางสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ด้านกลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรและการวางแผนการจัดการที่พบว่าบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนเงินทุนด้านการศึกษาเพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาสังคมอย่างสม่ำเสมอ

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณสามารถสรุปผลได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตมากที่สุดของบริษัท ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Beta = 0.428, t = 11.475, Sig. = 0.000) และยังพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนมากที่สุดของบริษัท ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Beta = 0.388, t = 11.019, Sig. = 0.000) เช่นเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตและความยั่งยืนของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์การจัดการ	การเติบโต			ความยั่งยืน		
	Beta	t	Sig.	Beta	t	Sig.
1 กลยุทธ์ด้านองค์ความรู้	.097	2.955	.003**	.033	1.053	.292
2 กลยุทธ์ด้านนโยบายและการตัดสินใจ	-.055	-1.481	.139	.076	2.172	.030*
3 กลยุทธ์ด้านภาวะผู้นำ ระดับผู้บริหาร	.077	2.096	.036*	.087	2.520	.012*
ระดับฝ่าย	-.039	-1.058	.290	-.030	-.844	.399
4 กลยุทธ์ด้านการจัดสรรทรัพยากรและการวางแผนจัดการ	-.122	-3.174	.002**	-.077	-2.129	.033*
5 กลยุทธ์ด้านการจัดการการสื่อสารภายในและภายนอก	.157	3.380	.001***	.187	4.259	.000***
6 กลยุทธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมและการวิจัย	.134	3.890	.000***	.059	1.814	.070
7 กลยุทธ์ด้านพนักงานและการสร้างทีมงาน	.158	3.953	.000***	.157	4.157	.000***
8 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	.428	11.475	.000***	.388	11.019	.000***

หมายเหตุ: ยอมรับนัยสำคัญทางสถิติ Sig ≤ 0.05*, Sig ≤ 0.01** และ Sig ≤ 0.001***

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยเชิงปริมาณมาพัฒนาเป็นข้อคำถามในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารระดับสูง/ผู้บริหารระดับกลาง ทั้งหมดของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่ม Business Partners/Suppliers เกี่ยวกับตัวแปรและผลของตัวแปรดังกล่าว สามารถสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ดังนี้

1. ด้านการสื่อสารองค์กร

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้าและคู่ค้าในด้านธุรกิจค้าปลีก ไม่เห็นเฉยต่อคำติชม/ข้อร้องเรียนของลูกค้า ฟังเสียงของลูกค้า สะท้อนไปถึงด้านภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ด้านที่โดดเด่นคือ ด้านการบริการ พนักงานบริการดี เป็นมิตร มีความจริงใจ มีรอยยิ้มให้กับลูกค้าอยู่เสมอ มีความคงเส้นคงวา พร้อมให้บริการลูกค้า 24 ชั่วโมง มีการบริการที่เป็น Signature นำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ เป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้าและคู่ค้าเสมอ และที่เด่นชัดคือภาพลักษณ์ในเรื่องการศึกษา ภายใต้การดำเนินงานของเทคโนโลยีปัญญาวิวัฒน์ และสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ ที่ช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดีขึ้นมาก และปัจจุบันมีสื่อสังคม (Social Media) ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารถึงสิ่งดีๆ ที่องค์กรทำให้มากขึ้น

2. ด้าน CSR

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ช่วยเหลือชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ด้วยการจ้างงานคนในชุมชน การใช้กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เข้าไปช่วยเสริมภาพลักษณ์ด้านความไว้วางใจของแบรนด์ (Brand Trust) เป็นประเด็นสำคัญมาก เช่น CSR ในช่วงวิกฤต Covid-19 คือ การสร้างโรงงานหน้ากากอนามัย เพื่อสนับสนุนแก่โรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์นั้น สะท้อนให้เห็นถึงการมีภาพลักษณ์ที่เป็น “คนดี” ในสายตาของลูกค้าและสังคม ซึ่งใน

อนาคตควรจะต้องระบุเรื่องการทำกิจกรรมเพื่อสังคมไว้ในนโยบายองค์กรให้มีความชัดเจน อาทิ หากเป็นช่วงสภาวะปกติควรทำ CSR จากกำไรที่เปอร์เซ็นต์ไม่ทำแบบ “สร้างภาพ” และต้องทำอย่างต่อเนื่อง ถูกที่ ถูกเวลา และควรทำกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนและสังคมมีความเข้าใจองค์กร เหมือนสิ่งที่องค์กรเป็นคือ ใส่ใจสิ่งรอบตัว ดูแลพนักงาน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สิ่งแวดล้อม เพราะเรื่องของธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรอยู่ได้ในระยะยาวหรือมีความยั่งยืน นอกจากนี้ควรเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กรและธุรกิจ หรือที่เรียกว่า CSV (Creating Shared Value) เป็นสิ่งที่ติดต่อโลก สังคมและทุกคน จึงจะนำพาองค์กรไปสู่การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งหมดที่กล่าวมานอกจากนี้กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ยังระบุว่า ควรทำ CSR ร่วมกับคู่ค้าพันธมิตร เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม อาจทำ บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ลดการใช้พลาสติก โดยต้องทำลักษณะ CSR in-process คือ ทำตั้งแต่ในกระบวนการดำเนินงาน เช่น ถ้าจะทำอาหาร บรรจุภัณฑ์ของอาหารจะต้องส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น ใช้พลาสติกน้อย และต้องเพิ่มการทำ CSR ในระดับพื้นที่ใกล้ชิดชุมชน (Community) มากขึ้น ควรทำกับร้านสาขา ซึ่งถือเป็นทพพหน้าทีใกล้ชิดชุมชน ในลักษณะของชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) ซึ่ง CSR ที่ยั่งยืนควรต้องทำ 2 ส่วน คือ ภาพใหญ่ขององค์กร อะไรที่โลกต้องการ บริษัทฯ ก็ต้องทำ และภาพย่อยคือ ร้านชุมชน เน้นให้โอกาส ให้อาชีพ

ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลบางท่านเสนอแนะว่า ต้องทำ 3 ส่วน คือ ร้านต้องทำที่ร้าน ที่ชุมชนต้องทำให้เหมือนส่วนหนึ่งของชุมชน ที่สำนักงาน (Office) และศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center: DC) ก็เช่นกัน อาจดำเนินการในรูปแบบของการนำสินค้าตัวอย่างของคู่ค้าไปมอบให้เด็กๆ ในวาระโอกาสต่างๆ โดยพาพนักงานไปด้วย จัดเป็น Corporate-driven CSR แต่ปัจจุบัน CSR ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังมีการสื่อสารไม่มากพอที่จะส่งผลกระทบต่อเชิงบวก

ต่อสังคม จึงจำเป็นต้องทำการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามบางส่วนมองว่า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ทำกิจกรรม CSR หลายกิจกรรม หลายโครงการ แต่ไม่ชัดเจน ทำให้ประชาชนจำไม่ได้ว่าทำอะไรบ้าง นอกจากนี้ ยังทำกิจกรรม CSR ที่ไม่มีความเชื่อมโยงกันกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร เช่น 7-Eleven กับโฆษณาครู ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ควรทำ CSR กับกลุ่ม SMEs และเกษตรกรที่เป็นคู่ค้าพันธมิตรมากกว่า ซึ่งการทำ CSR ด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน เช่น การลดการใช้ถุงพลาสติก แก้วพลาสติก น่าจะเป็นลักษณะของกิจกรรม CSR ที่เหมาะสมแล้วกับการดำเนินธุรกิจ

ในมุมคู่ค้ายังมองว่า CSR สำคัญมากกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพราะเมื่อบริษัทฯ ทำสิ่งดีๆ ที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ก็ทำให้คู่ค้าภูมิใจที่ได้ทำงานร่วมกับบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ทำกิจกรรม CSR หลายอย่าง แต่ประชาชนไม่รู้ ซึ่งอาจเป็นเพราะทำการสื่อสารน้อยไป

อภิปรายและสรุปผล

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนมากที่สุดของบริษัท ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ สอดคล้องกับที่ Santiwong & Santiwong (1999: 5) กล่าวว่า นอกจากการสื่อสารจะมีความสำคัญต่อหัวใจของธุรกิจคือ เป็นอาวุธใช้ชนะใจลูกค้าในทางการตลาดแล้ว การทำธุรกิจที่สำเร็จผลได้อย่างสมบูรณ์นั้น นอกจากผู้บริหารจะสามารถปรับตัวและตามทันการสื่อสารที่กระทบต่อการตลาดสมัยใหม่ได้แล้ว ที่สำคัญไม่แพ้กันและอาจสำคัญมากกว่าด้วยก็คือ การสื่อสารขององค์กร (Organizational Communication) หรือการสื่อสารของกิจการ (Corporate Communication) อันเป็นระบบการสื่อสารที่มีอยู่ทั่วไปและอยู่รายรอบทุกองค์การและเป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ที่ทุกองค์กรไม่อาจมองข้ามหรือหลีกเลี่ยงได้ เพราะการสื่อสารองค์กร คือ หน้าที่ด้านการบริหารจัดการที่นำเสนอกรอบการทำงานสำหรับการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการสื่อสารภายในและภายนอก โดยมีจุดประสงค์โดยรวมเพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียงความนิยมชมชอบกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียที่องค์กรต้องพึ่งพา (Cornelissen, 2014: 5)

ในด้านภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีภาพลักษณ์องค์กรในการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม กระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ ซึ่งผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ด้านที่โดดเด่นคือ ด้านการบริการ พนักงานบริการดี เป็นมิตร มีความจริงใจ มีรอยยิ้มให้กับลูกค้าอยู่เสมอ มีความคงเส้นคงวา พร้อมให้บริการลูกค้า 24 ชั่วโมง มีการบริการที่เป็น Signature นำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ เป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้าและคู่ค้าเสมอมา เช่นเดียวกันกับที่ Pimolsin (1997) กล่าวว่า สินค้า ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนบริการก็มีส่วนส่งเสริมชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงาน ผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีธรรมาภิบาลผ่านการรับรองจากองค์กรกลาง ซึ่งตรงกันกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ระบุว่า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับหนึ่งในใจลูกค้าและคู่ค้าในด้านธุรกิจค้าปลีก นอกจากนั้นยังช่วยเหลือชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ด้วยการจ้างงานคนในชุมชน ไม่เมินเฉยต่อคำติชม/ข้อร้องเรียนของลูกค้า ฟังเสียงของลูกค้า และที่เด่นชัดคือ ภาพลักษณ์ในเรื่องการศึกษา ภายใต้การดำเนินงานของเทคโนโลยีปัญญาวิวัฒน์และสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ที่ช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดีขึ้นมาก อย่างไรก็ตามหากแยกเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรคือ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หรือ CP All กับภาพลักษณ์ของแบรนด์ คือ 7-Eleven พบว่าแบรนด์ 7-Eleven มีภาพลักษณ์ดีกว่าองค์กร CP All เนื่องจากว่า 7-Eleven มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในการ

เป็นร้านสะดวกซื้อใกล้บ้านและอยู่ชุมชน ซึ่งสามารถอ้างถึงที่ Jaichamsukij (2007: 42-43) ระบุว่า บทบาทของการสื่อสารองค์กรหรือการสื่อสารให้กับองค์กรว่าเราสื่อสารกับกลุ่มใดบ้าง กับใครบ้าง นักลงทุน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า สาธารณชน สื่อสารมวลชน พันธมิตร คู่แข่ง คู่ค้า ซึ่งทั้งหมดสร้างความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ (Corporate Identity) และความเป็นตัวตนนี้อาจจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรประสบความสำเร็จ การใช้กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เข้าไปช่วยเสริมภาพลักษณ์ด้านความไว้วางใจของ แบรินด์ (Brand Trust) เป็นประเด็นสำคัญมากต่อความยั่งยืนขององค์กร ดังที่ Rattanasombat (2014: 112) ระบุว่า การจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก อีกทั้งความยั่งยืนได้กลายเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน (Galpin, Whittington, & Bell, 2013: 1) แนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อสังคม (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) นั้น ถูกนำมาใช้ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการพัฒนาที่กระทำกันอยู่ในขณะนี้ ให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) (Jaikla, 2018: 344)

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า CSR ที่เด่นชัดในช่วงวิกฤต Covid-19 ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คือ การสร้างโรงงานหน้ากากอนามัย เพื่อสนับสนุนแก่โรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์นั้น สะท้อนให้เห็นถึงการมีภาพลักษณ์ที่เป็น “คนดี” ในสายตาของลูกค้าและสังคม ซึ่งในอนาคตควรจะต้องระบุเรื่องการทำกิจกรรมเพื่อสังคมไว้ในนโยบายขององค์กรให้มีความชัดเจน อาทิ หากเป็นช่วงสภาวะปกติควรทำ CSR จากกำไรที่เปอร์เซ็นต์ไม่ทำแบบ “สร้างภาพ” และต้องทำอย่างต่อเนื่อง ถูกที่ ถูกเวลา และควรทำกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนและสังคมมีความเข้าใจองค์กร เหมือนสิ่งที่ดีองค์กรเป็นคือ ใส่ใจสิ่งรอบตัว ดูแลพนักงาน กลุ่มผู้มีส่วนได้

ส่วนเสีย สิ่งแวดล้อม เพราะเรื่องของธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรอยู่ได้ในระยะยาวหรือมีความยั่งยืน นอกจากนี้ควรเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กรและธุรกิจ หรือที่เรียกว่า CSV (Creating Shared Value) เป็นสิ่งที่ดีต่อโลก สังคม และทุกคน จึงจะนำพาองค์กรไปสู่การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งหมดที่กล่าวมาสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Lee (2005) ที่ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมคือ คำมั่นสัญญาที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีด้วยการดำเนินธุรกิจ รับผิดชอบต่อสังคม และบริจาคทรัพยากรต่างๆ ที่องค์กรมีในการพัฒนาให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี แนวคิดนั้นมุ่งให้องค์กรธุรกิจมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วยการประกอบธุรกิจอย่างรอบคอบ และช่วยเหลือด้วยทรัพยากรที่องค์กรธุรกิจมีอยู่ SCG (2010) ยังระบุว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) เป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจทั่วโลกให้ความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะเข้าใจดีว่าการจะเป็นองค์กรธุรกิจที่ดีประสบความสำเร็จและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคตนั้น การทำกำไรสูงสุดอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ เราต้องเรียนรู้ที่จะทำสิ่งดีๆ เพื่อตอบแทนสังคมด้วย

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังระบุว่า ควรทำ CSR ร่วมกับคู่ค้าพันธมิตร เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม โดยต้องทำลักษณะ CSR in-process และต้องเพิ่มการทำ CSR ในระดับพื้นที่ใกล้ชิดชุมชน (Community) มากขึ้น ควรทำกับร้านสาขา ซึ่งถือเป็นทพหน้าที่ใกล้ชิดชุมชน ในลักษณะของชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) เช่นเดียวกับที่ Joep Cornelissen (2014) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) และชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) ได้กลายเป็นกิจกรรมที่พิเศษในปัจจุบัน ซึ่งเกี่ยวกับการสื่อสารและรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เช่นเดียวกันกับความคิรีเริ่มในการมีส่วนร่วมกับชุมชน จุดมุ่งหมายโดยรวมของกิจกรรมเหล่านี้สำหรับองค์กรก็คือ เพื่อที่จะสร้าง

ความสัมพันธ์อันแข็งแกร่ง และรักษาความสัมพันธ์อย่างยาวนานกับชุมชนที่องค์กรตั้งและดำเนินการอยู่ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลบางท่านเสนอแนะว่า การทำ CSR ต้องทำ 3 ส่วน คือ ร้านต้องทำที่ร้าน ที่ชุมชนต้องทำให้เหมือนส่วนหนึ่งของชุมชน ที่สำนักงาน (Office) และศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center: DC) ก็เช่นกัน อาจดำเนินการในรูปแบบของการนำสินค้าตัวอย่างของคู่ค้าไปมอบให้เด็กๆ ในวาระโอกาสต่างๆ โดยพาพนักงานไปด้วย จัดเป็น Corporate-driven CSR ในมุมมองตัวอย่างที่เป็นคู่ค้ามองว่า CSR สำคัญมากกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพราะเมื่อบริษัทฯ ทำสิ่งดีๆ ที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมก็ทำให้คู่ค้าภูมิใจที่ได้ทำงานร่วมกับบริษัทฯ

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลระบุคือ ปัจจุบัน CSR ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังมีการสื่อสารไม่มากพอที่จะส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคม จึงจำเป็นต้องทำการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งจากผลการวิจัยเชิงปริมาณด้านกลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรและการวางแผนพบว่า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) สร้างให้พนักงานมีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมต่อการรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆ ด้านนั้น จึงควรมีการสื่อสารภายในกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอด้วยเช่นกัน เพื่อกระตุ้นให้มีส่วนร่วมต่อการรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆ ด้านมากขึ้น เหมือนกับที่ Cornelissen (2014: 3) ระบุว่ามีความเชื่อแพร่หลายในโลกของการบริหารจัดการว่า สังคมปัจจุบัน อนาคตของบริษัทขึ้นอยู่กับว่า ถูกมองโดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักอย่างไร เช่น

ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ลูกค้าและผู้บริโภค พนักงาน และสมาชิกของชุมชนซึ่งบริษัทดำเนินการอยู่

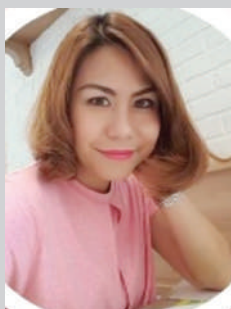
ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนยังระบุว่า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ทำกิจกรรม CSR หลายกิจกรรม หลายโครงการ แต่ไม่ชัดเจน ทำให้ประชาชนจำไม่ได้ว่าทำอะไรดีๆ บ้าง นอกจากนี้ยังทำกิจกรรม CSR ที่ไม่มีความเชื่อมโยงกันกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่ง CSR ที่ยั่งยืน ควรต้องทำ 2 ส่วน คือ ภาพใหญ่ขององค์กรคือ การทำเพื่อสังคม และภาพย่อยคือ การทำเพื่อชุมชนโดยเน้นให้โอกาส ให้อาชีพ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ทำกิจกรรม CSR หลายอย่าง หลายโครงการ หลายกิจกรรม ซึ่งสะท้อนช่วยเสริมภาพลักษณ์ด้านความไว้วางใจของแบรนด์ (Brand Trust) อันเป็นเครื่องมือในการบริหารพัฒนาที่สำคัญมากต่อความยั่งยืนขององค์กร แต่ยังคงขาดความเชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและไม่มีกำหนดเป็นนโยบายให้เห็นชัดเจน อีกทั้งยังขาดการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ดังนั้นการสื่อสารองค์กรเป็นเรื่องหนึ่งที่สำคัญต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร ให้กลายเป็นองค์กรที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากสังคม ช่วยสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ขององค์กรให้เกิดขึ้น อีกทั้งยังรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้คงอยู่ในใจของผู้บริโภคเป้าหมาย ตลอดจนสังคมโดยภาพรวมได้

References

- Chanaboon, S. (2017). *Inferential Analysis in Statistics and Data Analysis in Preliminary Research*. Khonkaen: Khonkaen Public Health. [in Thai]
- Cornelissen, J. (2014). *Corporate Communication*. London: Sage Publications Ltd.
- Galpin T., Whittington J. L., & Bell G. (2013). Is Your Sustainability Strategy Sustainable? Creating a Culture of Sustainability. *Corporate Governance*, 15(1), 1-17.
- GSB Industry Update. (2019). *Modern Trade*. Retrieved February 24, 2021, from https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/03/IN_trade_9_62_detail.pdf [in Thai]

- Jaicharnsukij, P. (2007). *Image & Corporate Communication*. Bangkok: Than Books. [in Thai]
- Jaikla, S. (2018). The Model of Development and Promotion for Sustainability of Social Enterprises in Thailand. *Journal of MCU Nakhondhat*, 5(2), 342-363. [in Thai]
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, N.J: Wiley.
- Krungsri Research. (2019). *Business/Industry Trends in 2019-2021: Modern Trade*. Retrieved February 24, 2021, from <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Wholesale-Retail/Modern-Trade/IO/io-modern-trade-20> [in Thai]
- Nontanatorn, P. (2010). *Corporate Social Responsibility Management: Creating Sustainable Competitive Advantage*. Nontaburi: Think Beyond Books Co., Ltd. [in Thai]
- Pimolsin, P. (1997). *Image is Very Important: Public Relations and image*. Bangkok: Prakaipruek Publishing. [in Thai]
- Ponchokechai. S. (2008). *True CSR*. Bangkok: S. Weerach Printing (1996). [in Thai]
- Rattanasombat, R. (2014). *Strategic Model for Future Sustainable Management of Large Corporations*. Silapakorn University. Retrieved February 24, 2021, from http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000011783 [in Thai]
- Santiwong, T. & Santiwong, C. (1999). *Corporate Communication*. Bangkok: Thammasat Printing. [in Thai]
- SCG. (2010). *CSR from Heart, Everyone Can Do*. Bangkok: SCG. [in Thai]
- Wongsaichua, T. (2019). *Multiple Regression Analysis with Group and Ordinal Variables*. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=Y7Wnqmj6taM>



Name and Surname: Visa Cheawsamut

Highest Education: M.A., Mass Communication,
Chulalongkorn University

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Public Relations, Media Relations, and
Corporate Communication

ความไว้วางใจ ความเสี่ยงและประโยชน์ในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

TRUST, RISK AND BENEFITS IN CONTINUOUS INFORMATION SHARING THROUGH ONLINE SOCIAL NETWORK

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย

Siriluck Rotchanakitumnuai

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Thammasat Business School, Thammasat University

Received: August 13, 2020 / Revised: December 21, 2020 / Accepted: January 8, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบและอิทธิพลของความไว้วางใจ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยแบ่งปันข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และทวิตเตอร์ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจจากผู้ตอบแบบสอบถาม 296 ราย จากจำนวน 450 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่ทำให้มีการแบ่งปันข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ความไว้วางใจ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน ด้านความสนุกสนาน ความเสี่ยงด้านกฎหมาย ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน ด้านความสนุกสนาน และความไว้วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลของผู้ใช้เครือข่ายสังคม การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลเชิงลบ ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องที่ช่วยในการพัฒนาการตลาดดิจิทัลและข้อพึงระวัง

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคม ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยง

Abstract

The objective of this study was to examine the components and influences of trust, perceived risk and perceived benefit factors on continuous information sharing through online social network. This study was a quantitative research using an online questionnaire to gather data from online social network users who had ever shared information via Facebook, LINE, and Twitter. The exploratory factor analysis from 296 respondents out of 400 samples showed that factors identifying information sharing through online social network consisted of trust, perceived benefits of usage, enjoyment, legal risk, and security and privacy risk. The factors of

perceived benefits of usage, enjoyment, and trust had positive effects on the intention for continuous information sharing of social network users. Perceived legal risk had negative effect; whereas perceived security and privacy risk had no significant effect on the intention for continuous information sharing. The results identify the factors affecting continuous knowledge sharing through online social network that contribute to digital marketing development and concerning points.

Keywords: Social Network, Trust, Perceived Benefit, Perceived Risk

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เป็นช่องทางที่คนทั่วไปสามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกับคนอื่น ๆ ทั่วโลกผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา ในปี 2020 ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ของประเทศไทย แสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น 2% จากปี 2019 และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น 4.7% จากปี 2019 (We are social, 2020) ในปี 2020 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 52 ล้านคน เพิ่มขึ้นประมาณ 2.3 ล้านคน คิดเป็น 4.7% จากปี 2019 โดยแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้ในการแบ่งปันข้อมูลมาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) 94% และไลน์ (Line) 85% (We are social, 2020) ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถรับข่าวสาร แบ่งปันข้อมูล ประสบการณ์ ความเห็น ความรู้สึก และเกิดความสนุกสนานและความเพลิดเพลิน

องค์กรต่างๆ สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารและให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ สร้างโอกาสสำหรับธุรกิจและผู้ประกอบการ (Cho, Chen, & Chung, 2010; Kim, Jeong, & Lee, 2010) ในขณะเดียวกันผู้บริโภคสามารถเป็นผู้สร้างเนื้อหาหรือแบ่งปันข้อมูลต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สะท้อนสิ่งที่ต้องปรับปรุงของสินค้าหรือบริการได้ในวงกว้าง การวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัล (Gregory, Ngo, & Karavdic, 2019; Herrero, Martin, & Salmones, 2017; Shang, Wu, & Sie, 2017)

ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์รับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) จากการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีทั้งประโยชน์นำไปใช้งานหรือช่วยตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้บริโภคได้ และประโยชน์ที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Alsaleh et al., 2019; Chiu, Hsu, & Wang, 2006; Kim, Chan, & Gupta, 2007; Rotchanakitumnuai, 2020; Sweeney & Soutar, 2001; Turel, Serenko, & Bontis, 2010) ในทางตรงกันข้าม ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์รับรู้ถึงความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูล เช่น ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy Risks) การเสียเวลา (Time Risk) (Chang, Liu, & Shen, 2017) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลในเชิงลบต่อการแบ่งปันข้อมูลบนสังคมออนไลน์ (Chang, Liu, & Shen, 2017; Zhou, 2011; Zhou & Li, 2014)

นอกจากนี้ ความไว้วางใจ (Trust) เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Chang et al., 2017; Chiu et al., 2006) ความไว้วางใจประกอบด้วยความไว้วางใจในผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) LinkedIn (Chang, Liu, & Shen, 2017; Lankton & McKnight, 2011) และความไว้วางใจในผู้ใช้นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้รู้จักหรืออาจไม่คุ้นเคยที่อาจส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูล (Chang, Liu, & Shen, 2017; Kim & Ahmad, 2013) ในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้ข้อมูลหรือเนื้อหา (Content Provider) และผู้ใช้ข้อมูลหรือ

เนื้อหาสามารถสร้างความไว้วางใจได้ กล่าวคือการใช้ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถแบ่งปันข้อมูลหรือประสบการณ์หรือการให้คะแนนจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้ผู้บริโภคที่สนใจรายอื่นๆ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการได้ดีขึ้นและสร้างความไว้วางใจในผู้ขายหรือผู้ให้บริการออนไลน์ได้เพิ่มขึ้น (Kim & Ahmad, 2013)

บทความวิจัยนี้ใช้แนวคิดการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) จากกรอบแนวคิดของการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model - TAM) และได้ขยายขอบเขตการศึกษาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้ด้วยแนวคิดการรับรู้ถึงความเสี่ยงและความไว้วางใจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Benefits) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) และความไว้วางใจ (Trust) ในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ว่าประกอบด้วยองค์ประกอบอะไรบ้าง

2. เพื่อพัฒนารอบแนวคิดของการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Benefits) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) และความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลจริงบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องอย่างไร

การทบทวนวรรณกรรม

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model) กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของผู้ใช้เกิดจากการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) (Davis, 1989) จุดอ่อนของโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีจะเน้นถึงการ

ยอมรับระบบสารสนเทศหรือนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ใช้ภายในองค์กร การศึกษาในอดีตได้ขยายการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้ด้วยการรับรู้ถึงประโยชน์มีทั้งประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของระบบ (Functional Benefit) และประโยชน์ที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน (Enjoyment Benefit) (Alsaleh et al., 2019; Kim, Chan, & Gupta, 2007; Sweeney & Soutar, 2001)

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประโยชน์ที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์รับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้ตามเป้าหมายของผู้ใช้แต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงมีหลากหลายมิติ อาจเป็นเป้าหมายในการใช้เป็นช่องทางการขายสินค้า การบริการและการติดต่อกับลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่รวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนสนับสนุนการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Commerce) ให้เติบโตมากขึ้น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ของการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้เพิ่มขึ้น (Ho, Li, & Turban, 2011, 2012)

นอกจากนี้ยังมีประโยชน์ด้านความเพลิดเพลินในการค้นหาและการแบ่งปันข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับคนในสื่อสังคมออนไลน์ได้มากมาย (Alsaleh et al., 2019; Rauniar et al., 2013; Rotchanakitumnuai, 2020) สิ่งที่ทำนายของสื่อสังคมออนไลน์คือ การจูงใจให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้มีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน การรับรู้ประโยชน์จากการแบ่งปันข้อมูลจากบุคคลหนึ่งหรือในสื่อสังคมออนไลน์ทำให้มีการแบ่งปันข้อมูลมากขึ้น (Chiu et al., 2006; Ma, Lee, & Goh, 2014) ดังนั้น สมมติฐานที่ 1 ของการศึกษานี้คือ

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ถึงประโยชน์ที่มากส่งผลให้มีการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มาก

การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

การรับรู้ความเสี่ยงเป็นการรับรู้ของบุคคล

หนึ่งๆ ถึงความไม่แน่นอนและผลร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการกระทำหรือพฤติกรรมที่ได้ทำไป (Dowling & Staelin, 1994) งานวิจัยด้านการตลาดได้มีการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในหลากหลายประเด็น อาทิ เช่น ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) และความเสี่ยงเชิงจิตวิทยา (Psychological Risk) (Stone & Gronhaug, 1993) การซื้อสินค้าหรือให้บริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสินค้า การขนส่งและการคืนสินค้า ความเสี่ยงด้านกฎหมายที่สนับสนุนเมื่อมีปัญหาเป็นความเสี่ยงที่สำคัญในการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต (Dowling & Staelin, 1994; Rotchanakitumnuai, 2008; Rotchanakitumnuai & Speece, 2003)

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความเสี่ยงด้านสังคมที่อาจถูกโจมตีหรือฟ้องร้องโดยผู้ใช้อื่น (Chang, Liu, & Shen, 2017) การรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่สำคัญเชิงลบต่อความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีใหม่หรือสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการรับรู้ความเสี่ยงจากการแบ่งปันข้อมูล (Chang, Liu, & Lin, 2015; Chang, Liu, & Shen, 201) ดังนั้นสมมติฐานที่ 2 ของการศึกษานี้คือ

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้ความเสี่ยงจากการแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์มาก ส่งผลให้มีการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์น้อย

ความไว้วางใจ (Trust)

ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเกิดจากความไว้วางใจในผู้ขายหรือผู้ให้บริการ ปัจจัยที่สร้างความไว้วางใจในผู้ขายหรือผู้ให้บริการเกิดจากความสามารถ (Competence) ความเต็มใจช่วยเหลือ (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity) (Morgan & Hunter, 1994) ความสามารถเกิดจากทักษะ ความรู้ ความสามารถของผู้ขายหรือผู้ให้บริการ รวมถึงระบบที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการนำมา

ใช้ที่มีความสามารถที่จะกระทำในสิ่งที่ผู้อื่นต้องการได้สำเร็จลุล่วง ความเต็มใจช่วยเหลือเป็นความใส่ใจและตระหนักถึงประโยชน์ของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการเป็นหลัก ไม่ใช่เห็นเพียงผลประโยชน์ส่วนตัวของผู้ขายหรือผู้ให้บริการ คำมั่นสัญญา และความซื่อสัตย์หมายถึง ความเชื่อในความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ขายหรือผู้ให้บริการว่าจะสามารถรักษาสัญญาและจะไม่หลอกลวงผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการตามข้อตกลงโดยบอกความจริงและกระทำตามสัญญาที่ได้ให้ไว้

การซื้อหรือใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ซื้อและผู้ขายต่างไม่เห็นหน้าและไม่รู้จักกัน ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญในการซื้อหรือใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ซื้ออาจถูกทำลายความไว้วางใจในผู้ขายหรือผู้ให้บริการออนไลน์ได้ง่ายมากกว่า (Jarvenpaa, Tractinsky, & Vitale, 2000) ความไว้วางใจในผู้ขายหรือผู้ให้บริการออนไลน์เกิดจากความเชื่อที่นำไปไว้วางใจ (Trusting Belief) ที่ผู้หนึ่งเชื่อในอีกผู้หนึ่งในเรื่องความสามารถ (Competency) ความซื่อสัตย์ (Integrity) และความเต็มใจช่วยเหลือ (Benevolence) (McKnight, Cummings, & Chervany, 1998) นอกจากนี้การศึกษานี้ในอดีตพบว่า ความไว้วางใจในผู้ขายออนไลน์ที่ทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวข้องกับความสามารถ (Ability) ความซื่อสัตย์ (Honesty) และความเต็มใจช่วยเหลือ (Benevolence) (McKnight & Chervany, 2001, 2002; Pavlou, 2003; Rotchanakitumnuai & Speece, 2009) นอกจากนี้ การที่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์และข้อมูลนั้นช่วยให้ผู้บริโภคที่สนใจรายอื่นๆ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการได้ดีขึ้นเป็นการสร้างความไว้วางใจในผู้ขายหรือผู้ให้บริการออนไลน์ได้เช่นกัน (Kim & Ahmad, 2013; McKnight & Choudhury, 2006)

ในบริบทของสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจยังเป็นปัจจัยสำคัญในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่า ใครคือ

ผู้ที่ผู้ใช้ควรไว้วางใจในการรับข้อมูล และใครคือผู้ที่ผู้ใช้ควรไว้วางใจในการแบ่งปันข้อมูลให้ หากเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันจะก่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ (Chang, Liu, & Shen, 2017; Chiu, Hsu, & Wang, 2006; Kim & Ahmad, 2013) ดังนั้น สมมติฐานที่ 3 ของการศึกษานี้คือ

สมมติฐานที่ 3: ความไว้วางใจสื่อสังคมออนไลน์ที่มาก ส่งผลให้มีการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มาก

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับการพัฒนาผ่าน Google Form โดยพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต การวัดค่าตัวแปรของกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ได้วัดข้อมูลเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นโดยระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและคำถาม

เกี่ยวกับข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ใช้วิธีแบบเจาะจง (Judgment Sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์และเคยแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยในแบบสอบถามมีคำชี้แจงในการกรอกผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้และเคยแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลของผู้ที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ตอบกลับจำนวน 296 ราย จากจำนวน 450 ตัวอย่างที่ส่งออกไปผ่าน Google Form คิดเป็นร้อยละ 65.8% ของจำนวนที่ส่งแบบสอบถามออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 57.8 และร้อยละ 42.2 เป็นเพศชาย มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54 ระดับปริญญาโทร้อยละ 39.5 และระดับปริญญาเอกร้อยละ 6.5 และมีจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เท่ากับ 4.28 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันเฉลี่ยเท่ากับ 5.82 ชั่วโมง และการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันเท่ากับ 4.28 ชั่วโมง

ตารางที่ 1 คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะ	จำนวน	%
เพศ		
หญิง	171	57.8
ชาย	125	42.2
อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	57	19.3
26-30 ปี	57	19.3
31-40 ปี	57	19.3
41-50 ปี	49	16.6
51-60 ปี	38	12.8
มากกว่า 60 ปี	38	12.8
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	14	4.7
ปริญญาตรี	146	49.3
ปริญญาโท	117	39.5
ปริญญาเอก	19	6.5
ค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน = 5.82 ชั่วโมง		
ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวัน = 4.28 ชั่วโมง		

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และใช้เกณฑ์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 0.50 พบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงสามารถสกัดตัวแปรออกเป็น 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยความไว้วางใจ ตัวแปรของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ถูกสกัดออกเป็น 2 ปัจจัยประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน ตัวแปรของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงถูกสกัดออกเป็น 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ข้อคำถามที่ใช้วัดของทั้งห้าปัจจัยมีความน่าเชื่อถือในเป็นระดับที่ยอมรับสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยทั้งห้ามีค่าระหว่าง .708 - .891 (ตารางที่ 2)

รายละเอียดค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยและตัวแปรของทั้งห้าปัจจัย มีดังนี้

การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 3.98 (ตารางที่ 2) ประกอบด้วย ตัวแปรการแบ่งปันข้อมูลอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการให้ข้อมูลที่ตรงตามข้อเท็จจริง และการแบ่งปันข้อมูลอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการถูกฟ้องร้องได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.98 รองลงมา คือ การแบ่งปันข้อมูลอาจจะทำให้ความเสี่ยงในการให้ข้อมูลที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97) โดยค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยนี้มีค่าเท่ากับ .891

การรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงรองลงมา เท่ากับ 3.93 (ตารางที่ 2)

ประกอบด้วย ตัวแปรการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำได้รวดเร็วมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ข้อมูลได้หลายประเภท (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถให้ข้อมูลที่ทันเหตุการณ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) และการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) ตามลำดับ โดยค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยนี้มีค่าเท่ากับ .798

การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49 (ตารางที่ 2) ประกอบด้วยตัวแปรการแบ่งปันข้อมูลทำให้ได้ข้อมูลต่างๆ จากผู้อื่นได้อย่างเพลิดเพลินที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ การแบ่งปันข้อมูลทำให้ได้แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่นได้อย่างสนุกสนาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) และการแบ่งปันข้อมูลช่วยให้มีการติดต่อกับคนในสื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36) โดยค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยนี้มีค่าเท่ากับ .857

การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19 (ตารางที่ 2) ประกอบด้วยตัวแปรการแบ่งปันข้อมูลทำให้เกิดความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.41 รองลงมาคือ การแบ่งปันข้อมูลทำให้ไม่ปลอดภัยที่ข้อมูลของท่านอาจถูกนำไปใช้ในทางที่มิชอบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32) และการแบ่งปันข้อมูลทำให้เกิดความเสี่ยงด้านการเสียเวลาส่วนตัว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86) โดยค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยนี้มีค่าเท่ากับ .708

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความไว้วางใจ การรับรู้ถึงความเสี่ยง และประโยชน์ในการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัย / คำถาม	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย (Cronbach Alpha = .891)		3.98	.850
การแบ่งปันข้อมูลอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการให้ข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริง	.875	3.98	.962
การแบ่งปันข้อมูลอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการให้ข้อมูลที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย	.918	3.97	.920
การแบ่งปันข้อมูลอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการถูกฟ้องร้องได้	.867	3.98	.933
การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Cronbach Alpha = .708)		3.19	.871
การแบ่งปันข้อมูลทำให้เกิดความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัว	.814	3.41	1.027
การแบ่งปันข้อมูลทำให้เกิดความเสี่ยงด้านการเสียเวลาส่วนตัว	.760	2.86	1.117
การแบ่งปันข้อมูลทำให้ไม่ปลอดภัยที่ข้อมูลของท่านอาจถูกนำไปใช้ในทางที่มิชอบ	.728	3.32	1.141
การรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน (Cronbach Alpha = .798)		3.93	.752
การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งาน	.817	3.65	1.027
การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถให้ข้อมูลที่ทันเหตุการณ์	.846	3.86	.968
การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำได้รวดเร็ว	.693	4.27	.812
การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ข้อมูลได้หลายประเภท	.525	3.94	.993
การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน (Cronbach Alpha = .857)		3.49	.928
การแบ่งปันข้อมูลทำให้ได้แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่นได้อย่างสนุกสนาน	.867	3.55	1.030
การแบ่งปันข้อมูลทำให้ได้ข้อมูลต่างๆ จากผู้อื่นได้อย่างเพลิดเพลิน	.838	3.56	1.020
การแบ่งปันข้อมูลช่วยให้มีการติดต่อกับคนในสื่อสังคมออนไลน์	.702	3.36	1.105
ความไว้วางใจ (Cronbach Alpha = .852)		2.71	.861
ท่านแบ่งปันข้อมูลเพราะไว้วางใจในผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์	.766	2.85	1.168
ท่านแบ่งปันข้อมูลเพราะเชื่อว่าคนในสื่อสังคมออนไลน์น่าเชื่อถือ	.835	2.68	1.127
ท่านแบ่งปันข้อมูลเพราะหวังว่าคนในสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยแก้ปัญหาให้ท่าน	.645	2.55	1.166
ท่านคิดว่าข้อมูลที่มีบนสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้	.795	2.79	.977
ท่านเชื่อว่าผู้ที่แบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์น่าเชื่อถือ	.829	2.69	.974

ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .810 ค่า Bartlett's Test of Sphericity: Approx. Chi-Square = 2649.218, df = 153 Sig. = .000

ความไว้วางใจ เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมต่ำที่สุดเท่ากับ 2.71 (ตารางที่ 2) ประกอบด้วยตัวแปรท่านแบ่งปันข้อมูลเพราะไว้วางใจในผู้ให้บริการสื่อสารคมออนไลน์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.85 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าข้อมูลที่มีบนสื่อสังคมออนไลน์เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79) ท่านเชื่อว่าผู้ที่แบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69) ท่านแบ่งปันข้อมูลเพราะเชื่อว่าคนในสื่อสังคมออนไลน์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68) ท่านแบ่งปันข้อมูลเพราะหวังว่าคนในสื่อสังคมออนไลน์จะช่วยแก้ปัญหาให้ท่าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55) โดยค่าสัมประสิทธิ์ของ

ครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยนี้มีค่าเท่ากับ .852

ในส่วนของปัจจัยความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 (ตารางที่ 3) ประกอบด้วยตัวแปรท่านยินดีที่จะแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ท่านตั้งใจที่จะแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) และท่านจะแบ่งปันข้อมูลให้คนในสื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) โดยค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ของปัจจัยนี้มีค่าเท่ากับ .783

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัย/คำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Cronbach Alpha = .783)		4.08	.872
ท่านยินดีที่จะแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์	.795	4.32	.903
ท่านจะแบ่งปันข้อมูลให้คนในสื่อสังคมออนไลน์	.841	3.71	1.143
ท่านตั้งใจที่จะแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เสมอ	.872	4.22	1.074

การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน ความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดความมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ .348 รองลงคือ การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ .243 (ตารางที่ 4) ดังนั้น การศึกษานี้

สนับสนุนสมมติฐานที่ 1

ในส่วนของการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ .233 ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นการศึกษานี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 เพียงบางส่วนเท่านั้น (ตารางที่ 4)

นอกจากนี้ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ .111 ดังนั้นการศึกษานี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยงและประโยชน์ที่ส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูล

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ มาตรฐาน	t	Sig.
ความไว้วางใจ	.111	2.176	.030*
การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว	-.021	-.403	.687
การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย	.233	4.568	.000**
การรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน	.348	6.832	.000**
การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน	.243	4.767	.000**

**Sig < .01 *Sig < .05 and $R^2 = .247$

อภิปรายผล

ผลการศึกษาทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการที่สามารถใช้ข้อสรุปของการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ขยายขอบเขตการรับรู้ประโยชน์จากโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี เป็นปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนานจากการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงความไว้วางใจซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Alsaleh et al., 2019; Chang, Liu, & Shen, 2017)

นอกจากนี้การศึกษานี้พบว่า การแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเสี่ยง การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Chang, Liu, & Lin, 2015; Rotchanakitumnuai & Speece, 2003) และผลการศึกษาขยายประโยชน์ในเชิงวิชาการในด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมายจากการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากกว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

ในส่วนของประโยชน์เชิงบริหาร องค์กรภาคธุรกิจ และภาครัฐ รวมถึงผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการจัดการในหลายประเด็น ประโยชน์ของการแบ่งปันข้อมูลของผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ข้อมูลสามารถส่งผ่านได้อย่าง

รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมีข้อมูลที่หลากหลายที่เป็นประโยชน์กับผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปวิเคราะห์และก่อให้เกิดประโยชน์เพื่อใช้ในการพัฒนาสินค้าและการปรับปรุงการให้บริการโดยเฉพาะข้อเสนอแนะหรือความเห็นที่ไม่พอใจได้รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้การแบ่งปันประสบการณ์ของผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญต่อผู้บริโภคอื่นที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ การแบ่งปันข้อมูลช่วยให้การค้นหาข้อมูลที่มีการแสดงความไม่พอใจว่าเกิดจากเหตุใด ส่วนความเห็นที่พอใจจะเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าหรือการให้บริการขององค์กรได้สิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ด้านความสนุกสนานจากการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีการพูดคุย แบ่งปันข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอ ฯลฯ ซึ่งเป็นการแสดงความเห็นและประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่อาจเป็นประโยชน์ทางอ้อมกับผู้เกี่ยวข้อง ผู้ขายหรือผู้ให้บริการออนไลน์สามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและเลือกใช้กลยุทธ์ในการกระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลหรือเนื้อหาที่สร้างความสัมพันธ์และสร้างความสนุกสนานกับผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และนำไปสู่การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น เช่น การส่งเสริมการขายออนไลน์ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ให้ประโยชน์และความสนุกสนานประเด็น

การรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านกฎหมายที่อาจส่งผลต่อการแบ่งปันข้อมูลที่ลดลง ภาคธุรกิจและภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันและรวดเร็วที่สุด เพื่อเป็นแหล่งข่าวที่สร้างความมั่นใจ ลดโอกาสการแบ่งปันข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือเป็นข้อมูลที่เท็จที่อาจเกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจ การเมือง ภาพลักษณ์องค์กร สินค้าและบริการ ในขณะเดียวกันผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะต้องเพิ่มความตระหนักว่าการแบ่งปันข้อมูลจากประสบการณ์ตนเองต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหาที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริง การถูกฟ้องร้องและการให้ข้อมูลที่让别人เสียหายได้ นอกจากนี้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีความไว้วางใจในผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ที่ต่ำ รวมถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ และผู้ที่แบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ ความน่าเชื่อถือคนทั่วไปในสื่อสังคมออนไลน์ การมีนโยบายและการรักษาข้อมูลส่วนตัวที่เคร่งครัดและเป็นธรรมชาติของผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ก็อาจจะเป็นแนวโน้มที่จะเพิ่มความไว้วางใจในการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ การใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือในการคัดกรองตัวตนของผู้ที่แบ่งปันข้อมูล ข้อมูลและรูปภาพที่แบ่งปันเป็นข้อมูลจริงหรือเท็จ เช่น การตรวจสอบผ่านการยืนยันตัวตน หรือการตรวจสอบข้อมูลจริงหรือปลอมด้วย Facebook หรือ Google news Fact-Checking เป็นต้น

งานวิจัยในอนาคตสามารถขยายกรอบแนวคิดในการวิจัยเพิ่มเติมในด้านการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ขายหรือผู้ให้บริการจากการแบ่งปันข้อมูลปลอมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

สรุปผล

การศึกษานี้พบว่า องค์ประกอบของการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วยปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน การรับรู้ความเสี่ยงด้านกฎหมาย การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็น

ส่วนตัว และความไว้วางใจ

ผู้ที่เคยแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เห็นถึงประโยชน์จากการแบ่งปันข้อมูลในระดับที่สูงมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เกิดประโยชน์ในด้านการใช้งานที่สูงที่สุด ประโยชน์ในด้านการใช้งานเกิดจากการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถทำได้รวดเร็ว ให้ข้อมูลได้หลายประเภท ให้ข้อมูลที่ทันเหตุการณ์ และเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานได้ รองลงมา คือ การรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนานที่ทำให้ได้ข้อมูลต่างๆ จากผู้อื่นได้อย่างเพลิดเพลินทำให้ได้แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่นได้อย่างสนุกสนาน ช่วยให้มีการติดต่อกับคนในสื่อสังคมออนไลน์

ถึงแม้ว่าผู้ที่เคยแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์รับรู้ถึงประโยชน์ในการแบ่งปันข้อมูล ผู้ที่เคยแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ยังรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านกฎหมายที่สูงเช่นกัน อาทิเช่น การแบ่งปันข้อมูลทำให้เกิดความเสี่ยงในการให้ข้อมูลที่ผิดตรงตามข้อเท็จจริง ความเสี่ยงในการถูกฟ้องร้องและความเสี่ยงในการให้ข้อมูลที่让别人เสียหายได้ ความเสี่ยงที่รองลงมาคือ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ทั้งในด้านความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัว ความไม่ปลอดภัยที่ข้อมูลอาจถูกนำไปใช้ในทางที่มิชอบ และความเสี่ยงด้านการเสียเวลาส่วนตัวในการแบ่งปันข้อมูล

สำหรับประเด็นความไว้วางใจ ผู้ที่เคยแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความไว้วางใจในระดับที่ต่ำ ไม่ว่าจะเป็นด้านความไว้วางใจในผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ บุคคลที่แบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์หรือความน่าเชื่อถือคนทั่วไปในสื่อสังคมออนไลน์ และความคาดหวังคนในสื่อสังคมออนไลน์ว่าจะช่วยแก้ปัญหาให้

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ข้างต้นกับความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์

อย่างต่อเนื่องพบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ด้านความสนุกสนาน การรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านกฎหมายที่สูงมากนี้ส่งผลให้ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ลดลง การศึกษานี้พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลต่อความตั้งใจ

ในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ลดลง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความไม่ปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ความไม่ปลอดภัยที่ข้อมูลอาจถูกนำไปใช้ในทางที่ไม่ชอบ และความเสี่ยงด้านการเสียเวลาส่วนตัวที่เป็นตัวแปรขององค์ประกอบด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

References

- Alsaleh, D. A., Elliott, M. T., Fu, F. Q., & Thakur, R. (2019). Cross-cultural Differences in the Adoption of Social Media. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(1), 119-140.
- Chang, S. E., Liu, A. Y., & Lin, S. (2015). Exploring Privacy and Trust for Employee Monitoring. *Industrial Management & Data Systems*, 115(1), 88-106.
- Chang, S. E., Liu, A. Y., & Shen, W. C. (2017). User Trust in Social Networking Services: A Comparison of Facebook and LinkedIn. *Computers in Human Behavior*, 69, 207-217.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories. *Decision Support Systems*, 42, 1872-1888.
- Cho, H., Chen, M., & Chung, S. (2010). Testing an Integrative Theoretical Model of Knowledge Sharing Behavior in the context of Wikipedia. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(6), 1198-1212.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and user Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318-341.
- Dowling, G. R. & Staelin, R. (1994). A Model of Perceived Risk and Intended Risk Handling Activity. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 119-134.
- Gregory, G. D., Ngo, L. V., & Karavdic, M. (2019). Developing E-Commerce Marketing Capabilities and Efficiencies for Enhanced Performance in Business-to-Business Export Ventures. *Industrial Marketing Management*, 78, 146-157.
- Herrero, A., Martín, H. S., & Salmones, M. M. L. (2017). Explaining the Adoption of Social Networks Sites for Sharing User-generated Content: A Revision of the UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 71, 209-217.
- Ho, L. Y. T., Li, W. Y., & Turban, E. (2011-2012). What Drives Social Commerce: The Role of Social Support and Relationship Quality. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 69-90.

- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., & Vitale, M. (2000). Consumer Trust in an Internet Store. *Information Technology and Management*, 1, 45-71.
- Kim, Y. A. & Ahmad, M. A. (2013). Trust, Distrust and Lack of Confidence of Users in Online Social Media-sharing Communities. *Knowledge-Based Systems*, 37, 438-450
- Kim, H. W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based Adoption of Mobile Internet: An Empirical Investigation. *Decision Support Systems*, 43, 111-126.
- Kim, W., Jeong, O. R., & Lee, S. W. (2010). On Social Web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Lankton, N. K. & McKnight, D. H. (2011). What does it mean to trust Facebook? Examining Technology and Interpersonal Trust Beliefs. *The Data Base for Advances in Information Systems*, 42(2), 32-54.
- Ma, L., Lee, C. S., & Goh, D. H. L. (2014). Understanding News Sharing in Social Media: An Explanation from the Diffusion of Innovations Theory. *Online Information Review*, 38(5), 598-615.
- McKnight, D. H. & Chervany, N. L. (2001-2002). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35-59.
- McKnight, D. H. & Choudhury, V. (2006). Distrust and Trust in B2C E-Commerce: Do They Differ? *The 8th International Conference on Electronic Commerce: The New E-Commerce: Innovations for Conquering Current Barriers, Obstacles and Limitations to Conducting Successful Business on the Internet* (pp. 482-491). Fredericton, New Brunswick, Canada, ACM.
- McKnight, D. H., Cummings, L. L., & Chervany, N. L. (1998). Initial Trust Formation in New Organizational Relationships. *Academy of Management Review*, 23(3), 472-490.
- Morgan, R. M. & Hunter, S. D. (1994). The Commitment and Trust Theory in Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Pavlou, P. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69-103.
- Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. (2013). Technology Acceptance Model (TAM) and Social Media Usage: An Empirical Study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(1), 6-30.
- Rotchanakitumnuai, S. (2008). Measuring E-Government Service Value with the E-GOVSQUAL-RISK Model. *Business Process Management Journal*, 14(5), 724-737.
- Rotchanakitumnuai, S. & Speece, M. (2003). Barriers to Internet Banking Adoption: A Qualitative Study Among Corporate Customers in Thailand. *International Journal of Bank Marketing*, 21(6/7), 312-323.

- Rotchanakitumnuai, S. & Speece, M. (2009). Modeling Electronic Service Acceptance of an E-Securities Trading System. *Industrial Management & Data Systems*, 109(8), 1069-1084.
- Rotchanakitumnuai, S. (2020). Factors Influencing Information Sharing in Online Social Network: The Case of Fact and Fake News. *Journal of Business Administration*, 43(167), 1-15.
- Shang, S. S. C., Wu, Y. L., & Sie, Y. J. (2017). Generating Consumer Resonance for Purchase Intention on Social Network Sites. *Computers in Human Behavior*, 69, 18-28.
- Stone, R. & Gronhaug, K. (1993). Perceived Risk: Further Considerations for the Marketing Discipline. *European Journal of Marketing*, 27, 39-50.
- Sweeney, J. & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Turel, O., Serenko, A., & Bontis, N. (2010). User Acceptance of Hedonic Digital Artifacts: A Theory of Consumption Values Perspective. *Information & Management*, 47, 53-59.
- We are social. (2020). *Digital Thailand 2020*. Retrieved August, 5 2020, from <https://blog.ourgreenfish.com/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%81-digital-thailand%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%9B%E0%B8%B5-2020>
- Zhou, T. (2011). The Impact of Privacy Concern on User Adoption of Location-based Services. *Industrial Management & Data Systems*, 111(2), 212-226.
- Zhou, T. & Li, H. (2014). Understanding Mobile SNS Continuance Usage in China from the Perspectives of Social Influence and Privacy Concern. *Computers in Human Behavior*, 37(10), 283-289.



Name and Surname: Siriluck Rotchanakitumnuai

Highest Education: Doctor of Philosophy (Management of Technology), Asian Institute of Technology

Affiliation: Thammasat University

Field of Expertise: E-Commerce and Management Information Systems

VISIONARY LEADERSHIP'S EFFECT ON EMPLOYEES' PROACTIVE BEHAVIOR: A MODERATING AND MEDIATING MODEL

Hao Chen¹ and Jiwen Song²

^{1,2}Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

Received: April 15, 2020 / Revised: October 2, 2020 / Accepted: October 10, 2020

Abstract

As a key factor for development of an organization, employees' proactive behavior has become a front issue in the field of organizational behavior. However, there is little research on the promotion factors of employees' proactive behavior. Based on Social Exchange Theory, this paper proposes a model with moderating and mediating effects as follows: visionary leadership is positively correlated with employees' proactive behavior; perceived organizational support plays a mediating role between visionary leadership and employees' proactive behavior; job satisfaction plays a moderating role between perceived organizational support and employees' proactive behavior; job satisfaction moderates the mediating effect of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior. Based on the two-stage paired surveys data of 348 employees and their direct superiors in a service-oriented enterprise, the hypothesis model is verified. This study provides a new theoretical perspective for enriching and expanding the relationship between visionary leadership and employees' proactive behavior.

Keywords: Visionary Leadership, Employees' Proactive Behavior, Perceived Organizational Support, Job Satisfaction

Introduction

Coming into the 21st century, with the globalization of market and the rapid development of science and technology, the competitive environment faced by organizations is becoming more and more complex and dynamic. Thus, it is impossible to solve all the problems in the development of enterprises only by relying on leaders.

With the continuous change and renewal of business philosophy and management mode, the job requirements of employees have also changed dramatically. For enterprises, the value of employees is not only their labor force, but also the ideas and behaviors to promote organizational change and improve the efficiency of organizational operation. The complex and changeable competitive

environment requires employees to take more initiative beyond their responsibility and salary. Among many factors that affect employees' proactive behavior, leadership style as an important factor has been widely recognized by the academic circle (Walumbwa & Schaubroeck, 2009; Ohly, Sonnentag, & Pluntke, 2006). The proactive behavior of employees plays an important role in the stable development of enterprises. Therefore, how to motivate and mobilize the proactive behavior of employees has become the focus of academic circles.

"Vision" is the strategic foundation of the organization, which focuses on the value and future. What the members of the organization strive for is not only to pursue the material conditions, but also to realize the common dream, which is the vision of the organization. Traditional leaders often stimulate employees' proactive behavior by setting directions and major decisions for them, while visionary leaders focus on the realization of the common vision of the enterprise, these leaders can combine personal visions and organizational strategies, and encourage employees to work for a common vision by delivering inspiring, authentic and clear pictures of a bright future (Kouzes & Posner, 2013), making the enterprise maintain sustainable development and competitiveness. As a new style of leadership, visionary leadership, although rising in the west, conforms to the concept of traditional Chinese culture in the Chinese context (Zhao, 2011). Based on the analysis above, this study will further

explore the influence mechanism of visionary leadership on employees' proactive behavior, as well as the boundary conditions of proactive behavior.

Research Objectives

1. To explore the relationship between visionary leadership and employees' proactive behavior.
2. To test whether perceived organizational support plays a mediating role between visionary leadership and employees' proactive behavior.
3. To test whether job satisfaction plays a moderating role between perceived organizational support and employees' proactive behavior.
4. To test whether job satisfaction moderates the mediating role of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior.

Literature Review

Visionary Leadership and Employees' Proactive Behavior

In the workplace, employees' transformative goal adjustment behavior is called employees' proactive behavior which is a voluntary behavior beyond job responsibility (Rego, Cunha, & Simpson, 2018). From previous studies, we can find that employees' proactive behavior is defined as a kind of prosocial behavior, which can improve organizational performance and promote organizational change (Campbell, 2000; Axtell, Holman, & Unsworth, 2000).

Previous studies have shown that leaders' behavior is one of the important factors affecting employees' proactive behavior, and plays a key role in the process of cultivating employees' proactive behavior. Leaders directly or indirectly stimulate employees' behaviors by satisfying their internal needs, which plays an important role in mobilizing employees' proactive behavior.

Visionary leadership is a kind of leadership style that communicates visions with employees in the form of oral or written language, and then motivates employees' behaviors (Van Knippenberg & Stam, 2014). According to Social Exchange Theory, visionary leadership, as a kind of positive leadership behavior, is good at combining the organizational vision and the personal visions of employees when describing the vision. In this way, a common organizational vision is built including the wishes and needs of employees, and can be clearly transmitted to employees, so that the common vision of the organization can be internalized into the common values of all employees. Therefore, when employees' internal needs are met, they will increase their awareness of sharing worries and responsibilities (Nishii & Mayer, 2009), they are more willing to take the initiative to make personal efforts for the organizational goals and tasks. In addition, visionary leadership fully authorizes and encourages employees' leadership style, which can make employees have a higher sense of security at work, and then employees carry out bolder challenges and attempts at work, so as to improve

organizational performance and promote organizational development.

Based on the above analysis, the following hypothesis is proposed:

Hypothesis 1 (H1): Visionary leadership is positively correlated with employees' proactive behavior.

Mediating Effect of Perceived Organizational Support

Perceived organizational support is that employees can feel the importance of the organization, employers care about the contribution of employees to the organization and their well-being, that is, employees' overall perception of how the organization views their contributions and the organization's care about their interests (Eisenberger et al., 1986), which is usually reflected in the organization's attention to the relevant interests of employees. If the organization pays high attention to its employees, accordingly, the employees think that their own development benefits from the organization. This kind of gratitude will promote the employees to increase work input, improve work efficiency, and jointly promote the development of the organization. In general, perceived organizational support can be summed up as the following two characteristics: employees' perceived importance of the organization to them as individuals; the degree of individual happiness that employees experience in the organization.

Vision leadership is an important organizational situation. Through communication with employees, leaders

build an organizational vision that is consistent with employees' personal visions, point out the future development direction of the organization for employees, and encourage employees to make unremitting efforts to achieve the common organizational vision. According to Social Exchange Theory, when the organizational vision meets the internal needs of employees, employees will feel the importance and attention of the organization to themselves, so as to feel the support and welfare provided by the organization, and thus generate a sense of honor, obligation and belonging to the organization to achieve the mission for the organization, finally, affect employees' job engagement. In return, employees will show more active, more creative work attitude and spontaneous work behavior which is beneficial to the development of the organization.

Based on the above analysis, the following hypothesis is proposed:

Hypothesis 2 (H2): Perceived organizational support plays a mediating role between visionary leadership and employees' proactive behavior.

Moderating Effect of Job Satisfaction

Job satisfaction is an individual's evaluation and attitude to his work. Job satisfaction depends on the gap between the individual's expectation and the current situation. If the current situation is better than the expectation, the satisfaction is higher; otherwise, the satisfaction is lower (Vroom, 1964). According to Social Exchange Theory, under the expectation of getting reward,

individuals are involved in and maintain the exchange relationship with others. These exchanges include psychological and behavioral aspects. When the employees' job satisfaction is high, he is more recognized and satisfied with the current job status. The employee feels that the organization's support and attention to them can stimulate more job motivation, generate more proactive work behavior, and it is easier to concentrate on job with a happy mood. On the contrary, when the employee's job satisfaction is low, the employee is not satisfied with his own job status. Even if he can feel the organization's attention to himself, but he is not satisfied with the current situation, it may lead him to work with a negative and passive status, and reduce the proactive job behavior which is beneficial to the organization.

Based on the above analysis, the following hypothesis is proposed:

Hypothesis 3 (H3): Job satisfaction plays a moderating role between perceived organizational support and employees' proactive behavior, the higher the employees' job satisfaction is, the stronger the positive relationship between perceived organizational support and employees' proactive behavior is.

Based on H2, H3 and the analysis above, job satisfaction may regulate the mediating role of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior. That is, visionary leadership indirectly has a positive impact on employee proactive behavior through perceived organizational support, and the existence of

this indirect effect depends to a large extent on job satisfaction. Because the relationship between perceived organizational support and employees' proactive behavior depends on job satisfaction, the following hypothesis is proposed:

Hypothesis 4 (H4): Job satisfaction moderates the mediating role of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior, the higher the job satisfaction of

employees, the stronger the mediating effect of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior.

To sum up, combining the hypotheses of visionary leadership, perceived organizational support, employees' proactive behavior and Job satisfaction, this study proposes a mediating model with moderating effect, as shown in Figure 1.

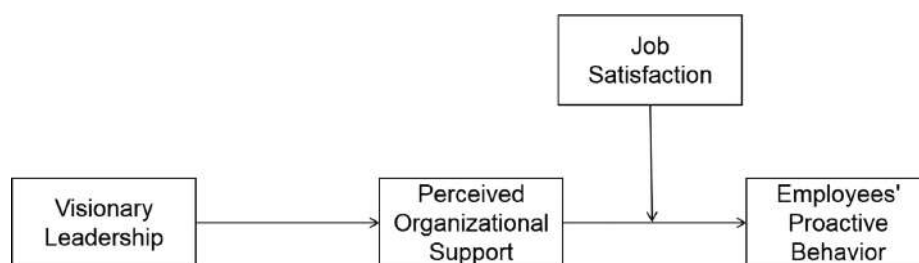


Figure 1 Theoretical hypothesis model

Methodology

Research Design

The sample of this study comes from a service-oriented enterprise in one city of China. The subjects of this study are employees and their direct superiors. In order to avoid the impact of common variance, this study uses two-time surveys to collect data, the time interval is 3 months. The specific investigation process is as follows: for the first time (T1), Employees' Questionnaire was carried out (employees' basic information, visionary leadership and job satisfaction); for the second time (T2), Employees' Questionnaire (perceived organizational support) and Leaders' Questionnaire (leaders' basic information and

employees' proactive behavior) were used. Except for some demographic variables, all the questionnaires in this study were scored with Likert 6 points.

Research Sample

For the first survey, 383 employees' questionnaires were sent out and retrieved on site, 8 of the 383 employees' questionnaires were invalid. And 3 months later, 375 employees' questionnaires and 81 leaders' questionnaires were sent out, 348 effective matching questionnaires between leaders and employees were finally obtained, with the recovery efficiency of 90.9%. In terms of sample structure, most of the employees are male, accounting for 95.7% of the total

sample; in terms of education level, 32.8% of the total sample is beyond junior college degree; for tenure, 41.7% of the total is over five years.

The scales used in this study have been all published in the international top journals and used frequently. All the scales in this study are measured by Likert 6-point method, 1 point to 6 points are from “totally disagree” to “totally agree”.

1. For the measurement of visionary leadership, this study adopts the visionary leadership evaluation scale prepared by Van Knippenberg et al. (2019), which has 5 items in total. In this study, Cronbach's $\alpha = 0.902$, representative item is “The leader often talks about the future of the enterprise”.

2. For the measurement of employees' proactive behavior, this study adopts the scale of employees' proactive behavior evaluation compiled by Frese & Fay (2001), filled in by the leaders of the organization and used to evaluate the proactive behavior of their direct subordinates. There are 7 items in the scale, Cronbach's $\alpha = 0.803$ in this study, and the representative item is “The employee actively solves the problems”.

3. For the measurement of perceived organizational support, this study adopts the evaluation scale of perceived organizational support developed by Eisenberger et al.

(1986), which has 6 items in total. In this study, Cronbach's $\alpha = 0.864$, and the representative item is “The enterprise is very concerned about my goals and values”.

4. For the measurement of job satisfaction, this study uses the job satisfaction evaluation scale compiled by Tu, Yan, & Zhou (2011), which has three items. In this study, Cronbach's $\alpha = 0.852$, and the representative item is “Generally speaking, I enjoy working in this company”.

5. Control variables: the main control variables in this study are demographic variables, including gender, education level and tenure.

Results

Confirmatory Factor Analysis

This study mainly measured visionary leadership, perceived organizational support, employees' proactive behavior and job satisfaction. Amos 23.0 software was used to conduct confirmatory factor analysis to evaluate the discriminant validity between them. Six indicators, such as χ^2/df , NFI, IFI, TLI, CFI, RMSEA, were used to test. As shown in Table 1, the four -factor model fits the sample data best ($\chi^2/df = 1.585$, NFI = 0.913, IFI = 0.966, TLI = 0.958, CFI = 0.965, RMSEA = 0.041), indicating that the measurement of the study has good discriminant validity.

Table 1 Fitting results of confirmatory factor analysis model

Model	Factor	χ^2/df	NFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
Model1 (four factors)	A, B, C, D	1.585	0.913	0.966	0.958	0.965	0.041
Model2 (three factors)	A+B, C, D	2.783	0.846	0.895	0.871	0.894	0.072
Model3 (two factors)	A+B+C, D	3.08	0.827	0.876	0.849	0.875	0.077
Model4 (single factor)	A+B+C+D	1.743	0.01	0.955	0.946	0.955	0.046
Standard value of each index		<5	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08

Note: A, B, C and D stand for visionary leadership, perceived organizational support, employees' proactive behavior and job satisfaction respectively; "+" stands for combination; N = 348.

Descriptive Statistics and Correlation Analysis

The mean value, standard deviation and correlation coefficient of each variable in this study are shown in Table 2. The data shows that the correlation between variables is consistent with the previous hypotheses:

visionary leadership is significantly positively correlated with both perceived organizational support ($r = 0.282$, $P < 0.01$) and employees' proactive behavior ($r = 0.206$, $P < 0.01$); job satisfaction and perceived organizational support ($r = 0.171$, $P < 0.01$) are significantly positively correlated.

Table 2 Mean value, standard deviation and correlation coefficient of main variables (N = 348)

	1	2	3	4	5	6	7
1. Gender	1						
2. Education level	-0.042	1					
3. Tenure	0.095	-0.47	1				
4. Visionary leadership	-0.066	0.016	0.132*	1			
5. Perceived organizational support	-0.100	-0.027	-0.098	0.282**	1		
6. Employees' proactive behavior	0.087	0.018	0.001	0.206**	0.167**	1	
7. Job satisfaction	-0.027	-0.011	0.003	0.277**	0.171**	0.064	1
Mean value (M)	0.01	2.21	3.9288	5.2210	4.6467	5.1054	5.1001
Standard deviation (S.D.)	0.120	0.603	3.34656	0.69872	0.74765	0.61335	0.75576

Note: **, *Stand for $P < 0.01$, $P < 0.05$ Respectively

Hypothesis Test Analysis

In this study, hierarchical regression

analysis was used to verify the hypothesis relationship (Table 3).

Table 3 shows the hierarchical regression results (N = 348)

Variable	Perceived organizational support		Employees' proactive behavior				
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
Control variable							
Gender	-0.578	-0.432	0.451	0.539*	0.584*	0.539	0.547*
Education level	-0.043	-0.050	0.021	0.017	0.022	0.028	0.023
Tenure	-0.020	-0.030*	-0.001	-0.007	-0.004	0.002	0.003
Independent variable							
Visionary leadership		0.316***		0.191***	0.158***		
Mediating variable							
Perceived organizational support					0.104*	0.142**	0.170***
Moderating variable							
Job satisfaction						0.030	0.032
Interaction effect							
Perceived organizational support×Job satisfaction							0.116*
R ²	0.019	0.104	0.008	0.054	0.069	0.041	0.053
ΔR ²	0.019	0.085***	0.008	0.046***	0.014*	0.033**	0.012*
F	2.204	9.854***	0.916	4.842***	4.957***	2.880*	3.130**
ΔF	2.204	32.196	0.916	16.496	5.180	5.787	4.246

Note: ***, **, *stand for $p < 0.001$, $p < 0.01$, $p < 0.05$ respectively

1. Test of the direct effect

In order to test hypothesis H1, this study first took demographic variables as independent variables and employees' proactive behavior as a dependent variable to construct regression model (M3). Secondly, took demographic variables as control variables, visionary leadership as

an independent variable, and employees' proactive behavior as a dependent variable to construct regression model (M4). It can be seen from table 3 that after controlling the impact of demographic variables, visionary leadership significantly affects employees' proactive behavior. Specifically, all demographics can only provide 0.8% explanation for the variance

of employees' proactive behavior. However, after introducing the variable of visionary leadership into the regression model, not only can the variance of explanation be greatly increased (R^2 is increased from 0.008 to 0.054), but also the F value of the model reaches the level of $P < 0.001$, which shows that the regression model has a good fitting degree and visionary leadership has a significant impact on employees' proactive behavior. The regression coefficient of visionary leadership (M4, $\beta = 0.191$, $P < 0.001$) is significant, which indicates that there is a significant positive correlation between visionary leadership and employees' proactive behavior. Therefore, H1, visionary leadership is positively correlated with employees' proactive behavior can be verified.

2. Test of the mediating effect

The mediating effect of perceived organizational support was examined by using the mediating effect step proposed by Baron & Kenny (1986). This study took employees' proactive behavior as a dependent variable, visionary leadership as an independent variable, gender, education level and tenure as control variables, and perceived organizational support as a mediating variable for linear regression analysis. It can be seen from table 3 that when the mediating variable is considered, the coefficient of the independent variable visionary leadership is significantly reduced (from 0.191 to 0.158), the coefficient of perceived organizational support (M5, $\beta = 0.104$, $P < 0.05$) is significant, and the F value of the model is also significant

at the level of $P < 0.001$, which proves that there is a partial mediating relationship between visionary leadership and employees' proactive behavior. H2 is verified: perceived organizational support plays a mediating role between visionary leadership and employees' proactive behavior.

3. Test of the moderating effect

H3 holds that job satisfaction plays a moderating role between perceived organizational support and employees' proactive behavior. In order to test this hypothesis, after controlling the related variables, we followed the general paradigm of moderating effect test. In order to avoid multicollinearity, perceived organizational support and job satisfaction were centered. According to the results in Table 3, the regression coefficient of interaction between perceived organizational support and job satisfaction ($\beta = 0.116$, $P < 0.05$) is significant, and job satisfaction positively moderates the influence of perceived organizational support on employees' proactive behavior. Considering the regression of the interaction between perceived organizational support and job satisfaction, R^2 increases from 0.041 to 0.053, indicating that the interaction between perceived organizational support and job satisfaction affects employees' proactive behavior. The influence of perceived organizational support on employees' proactive behavior changes from 0.142 to 0.170, indicating that the influence became stronger.

In order to further explore the

moderating mode of job satisfaction, according to Aiken & West (1991), this study conducted single slope analysis with a standard deviation higher and lower than the average value of job satisfaction respectively, Bootstrap test was carried out with PROCESS plug-in. As shown in Table 4, when job satisfaction is weak, there is a significant positive correlation

between perceived organizational support and employees' proactive behavior ($\beta = 0.039$, $t = 0.702$, $P < 0.001$), and with the increase of job satisfaction, the relationship between perceived organizational support and employees' proactive behavior becomes stronger.

Table 4 Simple Slope test of job satisfaction moderating effect

Job satisfaction	β	Boot SE	T	P	95% confidence interval	
					Boot LLCI	Boot ULCI
One standard deviation below the mean value	0.039	0.055	0.702	0.000	-0.070	0.147
Mean value	0.127	0.047	2.709	0.000	0.035	0.219
One standard deviation above the mean value	0.215	0.070	3.083	0.000	0.078	0.353

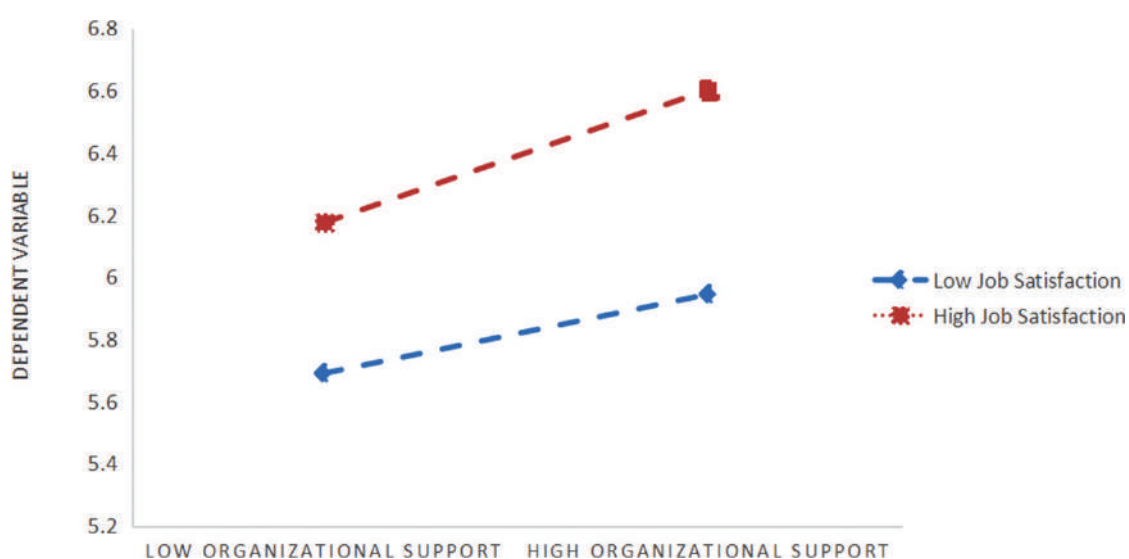


Figure 2 The moderating effect of job satisfaction on perceived organizational support and employees' proactive behavior

From figure 2 of moderating effect, it is shown that for employees with higher job satisfaction, perceived organizational support has a higher impact on employees' proactive behavior. On the contrary, for employees with lower job satisfaction, perceived organizational support has a lower impact on employees' proactive behavior, indicating that H3 is verified.

4. Mediating effect with regulation

By using the PROCESS plug-in, the mediating effect of Bootstrap test was carried out. After controlling gender, education level and tenure, it was tested whether job satisfaction moderated the mediating effect of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior.

Table 5 Results of mediating effect with regulation (5,000 samples)

Job satisfaction	Visionary leadership Perceived organizational support Employees' proactive behavior			
	β	Boot SE	95% confidence interval	
			Boot LLCI	Boot ULCI
Low job satisfaction	0.012	0.025	-0.032	0.065
Medium job satisfaction	0.040	0.027	-0.002	0.101
High job satisfaction	0.061	0.035	0.014	0.151
Index	0.037	0.019	0.003	0.079

To test this hypothesis, according to Hayes (2013), the PROCESS plug-in was used to estimate the confidence interval of the indirect effect between visionary leadership and employees' proactive behavior, and the confidence interval of the difference between them. As shown in Table 5, when job satisfaction is low, the indirect effect between visionary leadership and employees' proactive behavior is 0.012, 95% confidence interval is (-0.032, 0.065), and the difference interval contains 0. When job satisfaction is high, the indirect effect between visionary leadership and employees' proactive behavior is 0.061, the 95% confidence interval is (0.014, 0.151), and the difference interval does not contain 0. The results show that

when job satisfaction is low, the indirect effect of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior is not significant. When job satisfaction is high, the mediating effect of perceived organizational support is significant. Meanwhile, there are significant differences of mediating effect between high and low job satisfaction. The index value is 0.037, the 95% confidence interval is (0.003, 0.079), and the difference interval does not contain 0, that is, the mediating effect with regulation is significant. Therefore, H4, job satisfaction moderates the mediating role of organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior, can be verified.

Discussion and Conclusion

Based on the two-stage paired surveys of 348 employees and their direct superiors in a service-oriented enterprise, the following conclusions are drawn: 1) Visionary leadership is positively correlated with employees' proactive behavior. 2) Perceived organizational support plays a mediating role between visionary leadership and employees' proactive behavior. 3) Job satisfaction plays a moderating role between perceived organizational support and employees' proactive behavior. 4) Job satisfaction moderates the mediating effect of perceived organizational support between visionary leadership and employees' proactive behavior, the higher the job satisfaction, the stronger the mediating effect of perceived organizational support between the visionary leadership and the employees' proactive behavior.

Theoretical Significance

Based on Social Exchange Theory, this study explores the mechanism of visionary leadership to promote employees' proactive behavior through perceived organizational support and the moderating role of job satisfaction. It expands the promotion mechanism and boundary conditions of employees' proactive behavior and enriches the relevant research of employees' proactive behavior. The theoretical significance of this study is mainly reflected in the following three aspects:

1. It expands the research on the promotion factors of employees' proactive behavior. Many scholars at home and abroad

have confirmed that employees' proactive behavior has a positive effect on the development of the organization. Although there have been studies on the influence of leadership style on employees' proactive behavior, there are also differences in the effect of leadership style. Through empirical research, this study fills in the gap between the two variables of visionary leadership and employees' proactive behavior, and expands the research scope of employees' proactive behavior.

2. This study explores the mechanism of perceived organizational support. Although some studies have shown that leadership behavior is an important factor affecting perceived organizational support, there is little research on the influence of visionary leadership on perceived organizational support. This study finds that the mediating effect of perceived organizational support in the relationship between visionary leadership and employees' proactive behavior, and further clarifies the logical relationship among visionary leadership, perceived organizational support and employees' proactive behavior.

3. It enriches the boundary conditions of employees' proactive behavior. This study introduces job satisfaction as a moderating variable to build a moderating and mediating model. The research on the mechanism of employees' proactive behavior and job satisfaction is still blank. This study further enriches the empirical research on perceived organizational support and employees' proactive behavior.

Practical Significance

This study explores how visionary leadership can promote the influence of employees' proactive behavior and the moderating role of job satisfaction through perceived organizational support. The results of this study provide the following suggestions for enterprises to stimulate employees' proactive behavior and further promote the stable development of enterprises:

1. Leaders' attempt to improve their own leadership style. Enterprise leaders can stimulate employees' proactive behavior by showing more visionary leadership characteristics. Only by communicating with employees often, understanding employees' needs and aspirations in terms of job and daily life, building a common organizational vision, encouraging and authorizing employees' leadership behavior, can they have a strong impact on employees' proactive behavior.

2. Leaders' efforts to enhance employees' perceived organizational support. Leaders could provide support and help for employees, thus increase their awareness of job support. In terms of value, leaders could also show employees recognition and affirmation, encourage and praise them timely, thus enhance their perception of value recognition. Meanwhile, it is necessary to maximize the consideration for employees' interests and improve their awareness of interest concerns. In short, when employees feel the support of the organization, they are more willing to implement proactive behavior to achieve the goals of the organization.

3. Leaders' care about employees' job satisfaction. Leaders should pay attention to the construction of enterprise culture, communicate with employees often, understand the needs of employees, and provide support and help for employees in both job and daily life.

Research Limitations and Future Prospects

The limitations of this study are mainly reflected in the following aspects:

1. Mechanism of action: Although this study explores the mediating mechanism of organizational support and the moderating role of job satisfaction, the research content needs to be further expanded. There is no relationship variables or trait variables in the model, if relationship variables and trait variables were considered, we could fully explore the role of these paths or mechanisms in visionary leadership's influence on employees' proactive behavior. Therefore, in order to improve the accuracy of the research results, the future research can combine these variables and the variables of this study to further investigate the mechanism of action on employees' proactive behavior and compare the differences of these mechanisms.

2. Causal relationship: In this study, paired tracking method was used to collect data, but it was not a longitudinal study in the strict sense. In the future research, three-stage follow-up surveys can be implemented to further verify the causal relationship between variables.

3. Data source: The data of this study

is only from one service-oriented enterprise, which may be affected by region limit and sample category limit. Thus, the universality of the research results needs to be further confirmed. In the future research, we could expand the scope of samples, collect samples from more industries and regions, then the research results will be more convincing.

References

- Aiken, L. S. & West, S. G. (1991). *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Axtell, C. M., Holman, D. J., & Unsworth, K. L. (2000). Shop Floor Innovation: Facilitating the Suggestion and Implementation of Ideas. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, 73(3), 265-285.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bernardin, H. J. & Beatty, R. W. (1984). *Performance Appraisal: Assessing Human Behavior at Work*. Boston: Kent Pub. Co.
- Campbell, D. J. (2000). The Proactive Employee: Managing Workplace Initiative. *Academy of Management Executive*, 14(3), 52-66.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Canadian Metallurgical Quarterly*, 71(3), 500-507.
- Frese, M. & Fay, D. (2001). Personal Initiative: An Active Performance Concept For Work in the 21st Century. *Research in Organizational Behavior*, 23(4), 133-187.
- Hayes, A. F. (2013). *An Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: Guilford Press.
- Kouzes, J. M. & Posner, B. Z. (2013). *The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organization*. San Francisco: Publishing House of Electronics Industry.
- Nishii, L. H. & Mayer, D. M. (2009). Do Inclusive Leaders Help to Reduce Turnover in Diverse Groups? The Moderating Role of Leader-Member Exchange in the Diversity to Turnover Relationship. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1412-1426.
- Ohly, S., Sonnentag, S., & Pluntke, F. (2006). Routinization, Work Characteristics and Their Relationships with Creative and Proactive Behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 27(3), 257-279.
- Rego, A., Cunha, M. P. E., & Simpson, A. V. (2018). The Perceived Impact of Leaders' Humility on Team Effectiveness: An Empirical Study. *Journal of Business Ethics*, 148(1), 1-14.

- Tu, H. W., Yan, M., & Zhou, X. (2011). The Effect of Job Design on the Differentiation of Knowledge Workers and Physical Workers: a Field Quasi Experimental Study. *Journal of Psychology*, 43(7), 810-820.
- Van Knippenberg, D. & Stam, D. (2014). *Visionary Leadership*. In D Day (Eds). The Oxford Handbook of Leadership and Organizations. New York: Oxford University Press.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York: John Wiley & Sons.
- Walumbwa, F. O. & Schaubroeck, J. (2009). Leader Personality Traits and Employee Voice Behavior: Mediating Roles of Ethical Leadership and Work Group Psychological Safety. *Journal of Applied Psychology*, 94(5), 1275-1286.
- Zhao, X. (2011). *The Framework and Realization of Visionary Leadership*. Masters Dissertation, Liaoning Normal University. [in Chinese]



Name and Surname: Hao Chen

Highest Education: Ph.D. Panyapiwat Institute of Management

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Human Resource Management



Name and Surname: Jiwen Song

Highest Education: Ph.D. in management, Hong Kong University of Science and Technology

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Emotional Intelligence, Leadership, Corporate Culture, and Human Resource Management System

ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม
ของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย

ANTECEDENCES AND CONSEQUENCES OF ENVIRONMENTAL EMPLOYEE
LEARNING MANAGEMENT CAPABILITY OF FOOD PROCESSING INDUSTRY
IN THAILAND

อภิสิทธิ์ ธรรมวิมุตติ¹ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์² และจันทนา แสนสุข³

Apiluck Thammawimutti¹ Viroj Jadesadalug², and Jantana Sansook³

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2}Faculty of Management Science, Silpakorn University

³Faculty of Management Science, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Received: March 20, 2020 / Revised: June 9, 2020 / Accepted: June 29, 2020

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงผลที่เกิดจากความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก และคุณค่าขององค์กร นอกจากนี้ยังศึกษาอิทธิพลของความยืดหยุ่นขององค์กรที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของความสามารถการจัดการเรียนรู้ของพนักงานและผลที่เกิดขึ้น การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบกิจการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย จำนวน 248 ตัวอย่าง จากประชากรจำนวน 2,270 ราย ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสาเหตุที่กล่าวมามีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อไปยังปัจจัยผล ขณะที่ความยืดหยุ่นขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายระดับมหภาค เพื่อกำหนดนโยบายการเสริมสร้างทุนมนุษย์และการผลิตอาหารแปรรูปที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม สินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม ความยืดหยุ่นขององค์กร

Abstract

The purposes of this research were to study the antecedences affecting learning management capability of environmental employees of food processing industry in Thailand, which consisted of organizational environmental consciousness, and environmental transformational leadership; and to study the consequences of learning management capability of environmental employees, which consisted of environmental intellectual asset, responsiveness to external stakeholders, and organizational value. Moreover, this research also studied the influence of organizational flexibility on the relationship between learning management capability of environmental employees and the consequences. This research was a quantitative research. A questionnaire was used as the research tool to collect data from 248 samples out of 2,270 populations of food processing corporates in Thailand. Statistical procedure for hypothesis testing was the analysis of structural equation modeling, and multiple regression analysis. The results showed that the above-mentioned antecedences had positive impacts on learning management capability of environmental employees, which in turn had positive impacts on the consequences as well. Meanwhile, organizational flexibility had positive impact on the relationship between learning management capability of environmental employees and responsiveness to external stakeholders. The results of this study were valuable for creating policy recommendations at the macro level in order to formulate the policy for enhancing human capital and the production of safe and environmental friendly food processing products.

Keywords: Environmental Employee Learning Capability, Environmental Intellectual Asset, External Stakeholder Responsiveness, Environmental Transformational Leadership, Organizational Flexibility

บทนำ

ปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว เป็นแนวทางหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเศรษฐกิจสีเขียวเป็นเศรษฐกิจที่มุ่งลดการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติในระบบนิเวศ และพัฒนาความยั่งยืนโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่าสามารถบรรลุเป้าหมายการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันได้ ส่งผลให้การเติบโตของการดำเนินการเพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารเป็น

อุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างสูงต่อประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้จำนวนแรงงานมาก มีมูลค่าการลงทุนสูงที่สุด มีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุด และมีการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาสูงที่สุดเมื่อเทียบกับสาขาต่างๆ ของภาคอุตสาหกรรมการผลิตไทย อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปโดยทั่วไปเน้นการใช้แรงงาน (labor intensive) มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น (Grabowski, 2015) จึงเท่ากับว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ช่วยเสริมสร้างการมีงานทำ ในทางตรงกันข้ามหากเกิดปัญหาเกี่ยวกับแรงงานจะเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

แรงงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ของพนักงานจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการดำเนินงาน และการสร้างความเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป (Kushwaha & Sharma, 2015)

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมไม่พบการศึกษาถึงความสำคัญของพนักงานในองค์กรในประเด็นทักษะ ความรู้ ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม ยังไม่ได้รับการศึกษาในวงกว้าง อีกทั้งยังขาดการเชื่อมโยงทางทฤษฎี ที่อธิบายผลจากการดำเนินงานจากความสามารถของบุคลากร และขาดการศึกษาตัวแปรแทรกซ้อนอื่นๆ ที่ส่งผลทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงการศึกษาผลกระทบไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ยังไม่มีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุในระดับองค์กร ขณะที่ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่มีผลต่อความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงตัวแปรที่สามารถส่งผลต่อความสัมพันธ์ของการเรียนรู้ของพนักงาน (Renwick, 2016) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควรศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการเสริมต่อความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องรวมถึงการวิจัยที่ผ่านมาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมกับการศึกษาเชิงประจักษ์ในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยผลกระทบหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหารแปรรูปในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาถึงผลที่เกิดจากความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ภายนอก และคุณค่าขององค์การของธุรกิจอาหารแปรรูปในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความยืดหยุ่นขององค์การที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม และผลที่เกิดขึ้นของธุรกิจอาหารแปรรูปในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

ทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีพื้นฐานในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลของ ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ในการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) อธิบายการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกันของหน่วยในสังคมเกิดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคมในหลากหลายระดับ (James, 2017) เมื่อการดำเนินงานของพนักงานส่งผลดี เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม สุดท้ายพนักงานจะได้ผลประโยชน์กลับมาจากกิจการที่สามารถทำกำไรได้จากสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น โดยทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ที่นำไปสู่การสร้างความสำเร็จในการแข่งขัน กล่าวคือคุณค่าขององค์การ

ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource-Based View Theory)

เป็นทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานสำคัญที่สามารถนำมาใช้อธิบายความสำเร็จขององค์การหัวใจสำคัญของทฤษฎีนี้คือความสามารถในการจัดการทรัพยากรขององค์การในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของกิจการ โดยกิจการที่มีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีถือเป็นทรัพยากรและความสามารถทางการจัดการของกิจการที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน (Annachiara & Raffaella, 2016) ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรถูกนำมาใช้เพื่อ

อธิบายการสร้างความสามารถในการแข่งขัน จากการใช้ทรัพยากรของกิจการในเรื่องความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

อธิบายถึงกิจกรรมขององค์การที่ดำเนินงานในลักษณะตัวแทน การดำเนินงานโดยใช้มุมมองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือเกี่ยวข้องกับองค์การ โดยพิจารณาว่าใครหรืออะไรบ้างที่มีคุณค่าต่อองค์การ นอกเหนือจากผู้ถือหุ้นของกิจการ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นการพลิกมุมมองจากเดิมที่กิจการต้องมุ่งเน้นเสริมสร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้น เปลี่ยนเป็นให้ความสำคัญกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและเกี่ยวข้องกับภายนอกซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ เช่น ลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ ชุมชน เป็นต้น ปัจจุบันอิทธิพลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งผลสำคัญต่อการดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมซึ่งจำเป็นต้องมีหน่วยงานภายนอกเข้ามาตรวจสอบ จึงทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ (Darnall, Seol, & Sarkis, 2009) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถอธิบายการตอบสนองต่อผู้ที่เกี่ยวข้องจากการดำเนินกิจการเพื่อสิ่งแวดล้อมของกิจการ

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม จากการทบทวนวรรณกรรมรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม

การเรียนรู้ของพนักงานในองค์การเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งสามารถสร้างคุณค่า และผลกำไรขององค์การในระยะยาว สภาพแวดล้อมขององค์การที่เหมาะสมส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

และส่งผลให้เกิดการรับรู้ความสุขในการทำงาน (Kampaengngoen, Boonyoo, & Boonthanon, 2019) เมื่อเศรษฐกิจในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงสู่การดำเนินงานเพื่อสิ่งแวดล้อมความสามารถของพนักงาน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่กิจการต้องใช้ทักษะและความสามารถในการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงองค์การสู่การดำเนินงานเพื่อสิ่งแวดล้อม การจัดการการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงานจึงมีบทบาทสำคัญเป็นการมุ่งเน้นเพิ่มคุณค่าให้กับองค์การ (Tairu, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบของความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

1. การเสริมสร้างความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม

ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความรู้ พฤติกรรม ทักษะ ด้านนิเวศวิทยา ด้านเศรษฐกิจ และสังคม ที่ช่วยให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีความรับผิดชอบต่อความอยู่ดีมีสุขของสังคมและสิ่งแวดล้อม ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สามารถจัดหาพนักงานที่มีความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม ฝึกฝนให้มีความสามารถด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายของกิจการ (Subramanian, 2016)

2. การแบ่งปันความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

การแลกเปลี่ยนความรู้ หมายถึง การถ่ายทอดปัญหา ทักษะ ประสบการณ์ ความเชื่อร่วม และเทคโนโลยี ระหว่างพนักงานภายในองค์การ (Farooq, 2018) การเรียนรู้ของพนักงานจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถของบุคลากรทั่วทั้งองค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเก็บกักความรู้สำหรับพนักงานที่มีประสบการณ์และสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานคนอื่นทั่วทั้งองค์การ เสริมสร้างประสิทธิภาพในการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงาน

การมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง

การรับฟังคำแนะนำจากพนักงานในการนำกลยุทธ์ใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน และการรวบรวมผลตอบรับเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของพนักงานส่งผลให้เกิดความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงาน (Phoemphian, 2019) นอกจากนี้การมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมยังประกอบด้วยการให้อำนาจพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม กล่าวคือการให้อำนาจพนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อเพิ่มผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และยังมีส่วนสำคัญในการสร้างทุนปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร (Tariq, Jan, & Ahmad, 2016)

4. การจัดการผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม

การประเมินผลงานด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึงระบบที่ใช้ประเมินผลงานของพนักงานในกระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การประเมินผลงานด้านสิ่งแวดล้อมและการให้รางวัลต้องเป็นไปในทางเดียวกันทั้งองค์กร โดยต้องสามารถพัฒนาความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวขององค์กร การจัดการผลการปฏิบัติงานเป็นเครื่องมือในการวัดคุณค่าที่พนักงานตอบสนององค์กร โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ผู้บริหารและผู้จัดการต้องแจ้งผลการปฏิบัติงานย้อนกลับไปที่พนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยให้พนักงานได้พัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถด้านสิ่งแวดล้อมให้สูงขึ้น (Jackson, 2011)

ประสิทธิผลของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม

สินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นการหลอมรวมแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ของกิจการ ประกอบด้วย ความรู้ ปัญญา ความสามารถ ประสบการณ์ และนวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องอาศัยความสามารถของบุคลากรเพื่อความสำเร็จ ทุนมนุษย์ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผลรวมของความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์

ทัศนคติ ปัญญา ความสร้างสรรค์และพันธสัญญาที่อยู่ในตัวพนักงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการรักษาสິงแวดล้อมหรือนวัตกรรมสีเขียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีความจำเป็นต้องลงทุนเพื่อสร้างเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันระหว่างกิจการและคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ และสมาชิกในเครือข่าย (Chang & Chen, 2012) ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม โดยทรัพยากรต่างๆ ในองค์กรจำเป็นต้องมีการดำเนินการโดยทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถอย่างเพียงพอ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งบนพื้นฐานของการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ดังสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1 ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ

การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

กิจการจำเป็นต้องสร้างมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมเนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกสามารถควบคุมการดำเนินงานของกิจการได้ ดังนั้นกิจการจำเป็นต้องใช้ผู้ตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมหรือสร้างมาตรฐานในการดำเนินงานเพื่อป้องกันปัญหาด้านกฎระเบียบและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น ขณะที่ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ หรือทำร้ายสิ่งแวดล้อม (Justin, Ashwin, & Jayesh, 2016) ความสามารถในการดำเนินกิจการต่อการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยแนวทางการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี มีผลมาจากการจัดการการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพดังสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการจัดการ การเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายนอก

สินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของกิจการ ส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยความสามารถของทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะปัจจุบันแนวคิดทุนมนุษย์ซึ่งหมายถึงความสามารถและทักษะโดยรวมของพนักงานในการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายนอกและภายในองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม รัฐบาล ผู้ขายวัตถุดิบ ทำให้กิจการจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้ บ่อยครั้งที่เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมร่วมกัน ส่งผลเชิงบวกให้กับ การดำเนินงานของทั้งสองฝ่าย (Chang & Chen, 2012) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก สามารถสรุปได้ว่าทรัพย์สินทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ทั้งในแง่ความสามารถและทักษะของพนักงาน การสร้างนวัตกรรมและความสัมพันธ์อันดีจากการดำเนินงานของกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลกระทบบางอย่างต่อการตอบสนองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านสิ่งแวดล้อม ดังสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 3 ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกด้านสิ่งแวดล้อม

คุณค่าขององค์กร

คุณค่าขององค์กรคือ สิ่งที่ต้องการได้กระทำ เพื่อส่งเสริม อารมณ์ และพัฒนาธุรกิจ โดยธุรกิจจะสามารถแข่งขันได้ต้องอาศัยนวัตกรรมที่เหนือกว่า คู่แข่ง การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เหมาะสมและ

เกี่ยวพันซึ่งกันและกัน กิจการสามารถเพิ่มคุณค่าขององค์กรได้โดยเพิ่มผลประโยชน์ให้กับลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้กิจการสามารถสร้างภาพความประทับใจให้เกิดขึ้นในใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น กิจการที่ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมจึงมีคุณลักษณะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้จากการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการนั้น ผู้บริโภคที่เต็มใจซื้อสินค้า โดยเลือกสินค้าที่มีคุณลักษณะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอาจมีผลมาจากสถานะทางสังคมหรือภาพลักษณ์ รวมถึงความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยสินค้าที่เลือกซื้อนั้นได้แสดงออกถึงสิ่งที่คิดต่อโลกในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Inoue & Kent, 2012) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานขององค์กร สามารถสรุปผลกระทบของประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาและผลการดำเนินงานขององค์กรได้ดังสมมติฐานที่ 4 และสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 4 ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณค่าขององค์กร

สมมติฐานที่ 5 การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณค่าขององค์กร

ความยืดหยุ่นขององค์กร

ความยืดหยุ่นขององค์กรในการใช้กลยุทธ์ หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่จะปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและ ไม่มีความแน่นอน ซึ่งสามารถส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรสามารถใช้โครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนตามความสามารถ รวมถึงการทำงานข้ามสายงาน (Watcharadamrongkun & Pooripakdee, 2019) กิจการที่มีการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่ดีกว่าสามารถพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกและลดความเสี่ยงจากการ

ดำเนินงานได้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่นขององค์การที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก สามารถสรุปได้ดังสมมติฐานที่ 6 และสมมติฐานที่ 7

สมมติฐานที่ 6 ความยืดหยุ่นขององค์การมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม และประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม

สมมติฐานที่ 7 ความยืดหยุ่นขององค์การมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์การ

การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมในระดับองค์การส่งผลให้องค์การต้องผลิตสินค้าที่ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันกับส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ส่งผลบวกต่อการดำเนินงาน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมเป็นกลยุทธ์ที่กิจการนำมาใช้เพื่อพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและส่งผลการดำเนินงานทางธุรกิจในระยะยาว (Molina-Azorin, 2009) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวข้องกับการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปได้ดังสมมติฐานที่ 8

สมมติฐานที่ 8 การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์การมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม

ภาวะผู้นำด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึงกระบวนการ

เชิงพลวัตที่บุคคลหนึ่งมีอิทธิพลต่อผู้คนเพื่อร่วมกันมีส่วนทำให้บรรลุเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Chen, 2011) ผู้นำในองค์การสร้างมุมมองที่ทำให้พนักงานเกิดความเชื่อ พันธสัญญา และแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายในการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ผู้นำต้องใช้ทักษะการนำเสนอหรือการสื่อสารรับฟังปัญหาข้อเรียกร้อง และมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างกลยุทธ์องค์การให้เหมาะสม จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวข้องของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปได้ดังสมมติฐานที่ 9

สมมติฐานที่ 9 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของตัวแปรเพื่อสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงาน (Environmental Employee Learning Management Capability: EELMC)

1.1 การเสริมสร้างความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Competence Building: ECB)

1.2 การแบ่งปันความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Knowledge Sharing: EKS)

1.3 การมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม ของพนักงาน (Environmental Employee Involvement: EEI)

1.4 การจัดการผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance Management: EPM)

2. ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้าน

สิ่งแวดล้อม (Environmental Intellectual Asset Effectiveness: EIA)

2.1 ทุมนมนุษย์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Human Capital: EHC)

2.2 นวัตกรรมการผลิตเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Production Innovation: EPI)

2.3 การสร้างความสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Relational Creation: ERC)

3. การตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External Stakeholders Responsiveness: ESR)

3.1 การบูรณาการเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Environmental Target Integration: SETI)

3.2 การผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental-Friendly Product Manufacturing: EFPM)

3.3 การปฏิบัติตามกฎระเบียบทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Regulation Compliance: ERC)

4. คุณค่าขององค์กร (Organizational Value)

4.1 ภาพลักษณ์ขององค์กร (Organization Image: OI)

4.2 ความน่าเชื่อถือขององค์กร (Organization Credibility: OC)

5. การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Organization Environmental Consciousness: OEC)

5.1 กลยุทธ์ธุรกิจที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อม (Environmental-Focused Business Strategy: EFBS)

5.2 การประสานความร่วมมือขององค์กร (Organization Coordination: OCO)

5.3 ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเชิงรุก (Proactive Environmental Management System: PEMS)

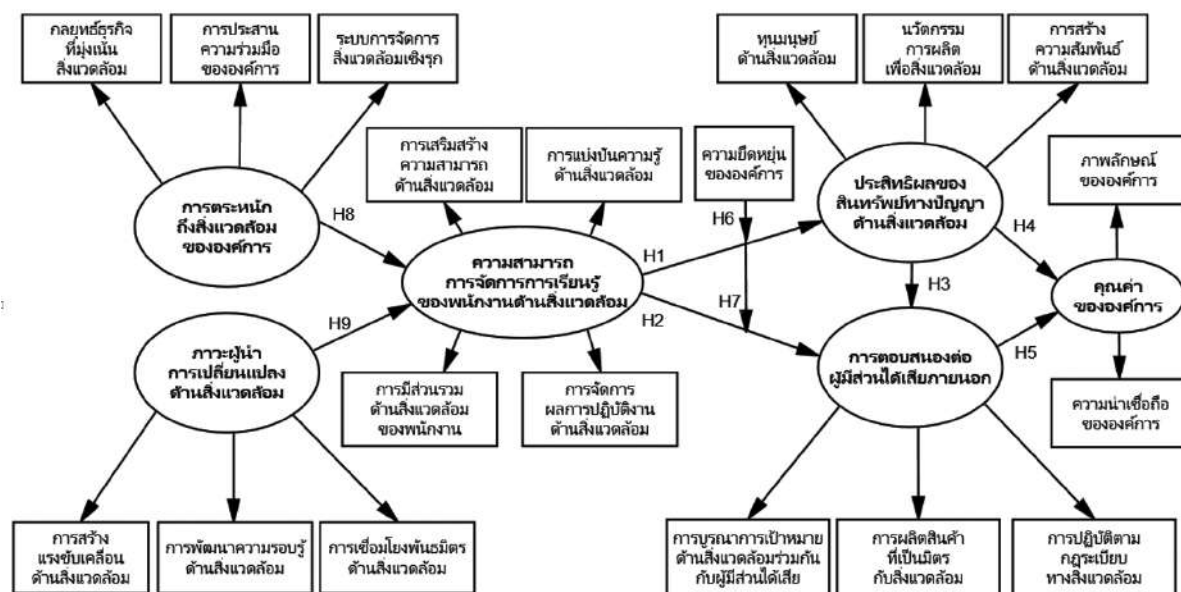
6. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Transformational Leadership: ETL)

6.1 การสร้างแรงขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Passion Establishment: EPE)

6.2 การพัฒนาความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Intelligent Development: EID)

6.3 การเชื่อมโยงพันธมิตรด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Partnership Connection: EPC)

7. ความยืดหยุ่นขององค์กร (Organizational Flexibility: OF)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรของการวิจัยคือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทยที่จดทะเบียนกับกระทรวงอุตสาหกรรม จำนวนทั้งสิ้น 2,270 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิและการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ทดสอบผลกระทบทของตัวแปรด้วยการใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดตัวอย่างควรเป็น 10 - 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Jackson, 2001) ซึ่งการวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตจำนวน 19 ตัวแปร จึงต้องมีขนาดตัวอย่างเท่ากับ 190 - 380 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย

เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามใช้เก็บข้อมูลระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้รับการทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค จำนวน 30 ชุด คุณภาพของเครื่องมือผ่านเกณฑ์การทดสอบคุณภาพดังตารางที่ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยส่งแบบสอบถามเก็บข้อมูลถึงประชากรที่ศึกษา โดยผู้ให้ข้อมูลเป็นบุคลากรที่สามารถให้ข้อมูลในระดับองค์กรได้ ได้แบบสอบถามกลับมา 248 ชุด

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	ตัวแปร	Cronbach's Alpha
ECB	.746	SETI	.820
EKS	.845	EFPM	.834
EEI	.814	ERGC	.896
EPM	.855	OI	.862
EHC	.822	OC	.926
EPI	.857	OF	.854
ERC	.881	EPE	.850
EFBS	.890	EID	.833
OCO	.711	ERC	.813
PEMS	.831	รวม	.977

ผลการวิจัย

ตารางที่ 2 แสดงอักษรย่อของตัวแปรและองค์ประกอบสำหรับการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝง ขณะที่ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันคือ มีความสัมพันธ์เชิงบวก

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.435 - 0.855 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.90 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์ที่สูงเกินไป (Rubin, 2012) ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

	ECB	EKS	EEI	EPM	EHC	EPI	ERC	SETI	EFPM	ERGC	OI	OC	EFBS	OCO	PEMS	EPE	EID	EPC
Mean	3.85	3.70	3.78	3.58	3.60	3.92	3.63	3.65	3.80	4.03	3.81	3.78	3.85	3.83	3.90	4.00	3.89	3.67
S.D.	.72	.73	.78	.93	.75	.75	.81	.81	.78	.69	.79	.79	.75	.67	.69	.72	.77	.82
EKS	.825**																	
EEI	.827**	.838**																
EPM	.719**	.774**	.721**															
EHC	.646**	.713**	.659**	.737**														
EPI	.649**	.620**	.685**	.565**	.618**													
ERC	.672**	.735**	.723**	.745**	.737**	.663**												
SETI	.709**	.729**	.714**	.710**	.717**	.681**	.847**											
EFPM	.601**	.599**	.662**	.578**	.612**	.661**	.668**	.663**										
ERGC	.595**	.567**	.630**	.445**	.512**	.688**	.521**	.555**	.636**									
OI	.673**	.666**	.690**	.679**	.678**	.663**	.751**	.727**	.756**	.619**								
OC	.614**	.644**	.682**	.680**	.704**	.651**	.758**	.733**	.692**	.603**	.855**							
EFBS	.699**	.649**	.687**	.585**	.530**	.556**	.607**	.641**	.545**	.516**	.599**	.597**						
OCO	.651**	.654**	.613**	.581**	.568**	.466**	.598**	.589**	.443**	.435**	.489**	.487**	.564**					
PEMS	.629**	.570**	.630**	.506**	.537**	.672**	.583**	.611**	.526**	.555**	.572**	.540**	.673**	.617**				
EPE	.710**	.678**	.711**	.605**	.537**	.679**	.644**	.667**	.553**	.585**	.629**	.582**	.625**	.595**	.676**			
EID	.782**	.765**	.746**	.682**	.585**	.612**	.692**	.660**	.573**	.526**	.624**	.574**	.659**	.656**	.627**	.828**		
EPC	.732**	.771**	.719**	.740**	.639**	.602**	.777**	.744**	.575**	.439**	.690**	.674**	.667**	.629**	.553**	.702**	.765**	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การทดสอบผลกระทบของตัวแปรที่ศึกษาตามสมมติฐานที่ 1-5 และสมมติฐานที่ 8-9 ใช้การวิเคราะห์สมการโครงการซึ่งผลการตรวจสอบโมเดลการวัดเบื้องต้น มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ทุกค่า

($X^2 > .05$; CFI $> .95$; GFI $> .90$; AFGI $> .90$; RMSEA $< .005$) เช่นเดียวกับโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ปรับแก้แล้วและผลอยู่ในเกณฑ์ทุกค่า ($X^2 = 84.02$; df = 70; $X^2/df = 1.20$; CFI = .99; GFI = .96; AFGI =

.91; RMSEA = .028) แสดงถึงความกลมกลืนระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์และโมเดล (Hair, 2014) โดยโมเดลสมการโครงสร้างที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถนำมาใช้วิเคราะห์สมมติฐานของการวิจัยได้

จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ดังภาพที่ 2 พบว่า ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลของทรัพยากรทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม ($b = .89, p < .05$) และการตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ($b = .46, p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ($b = .43, p < .05$) และคุณค่าขององค์กร ($b = .51, p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 และสมมติฐานที่ 4 การตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณค่าขององค์กร ($b = .45, p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

จากตารางที่ 3 ความยืดหยุ่นขององค์กรไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมและประสิทธิผลของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 ความยืดหยุ่นขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ($b = .03, p < .01$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7

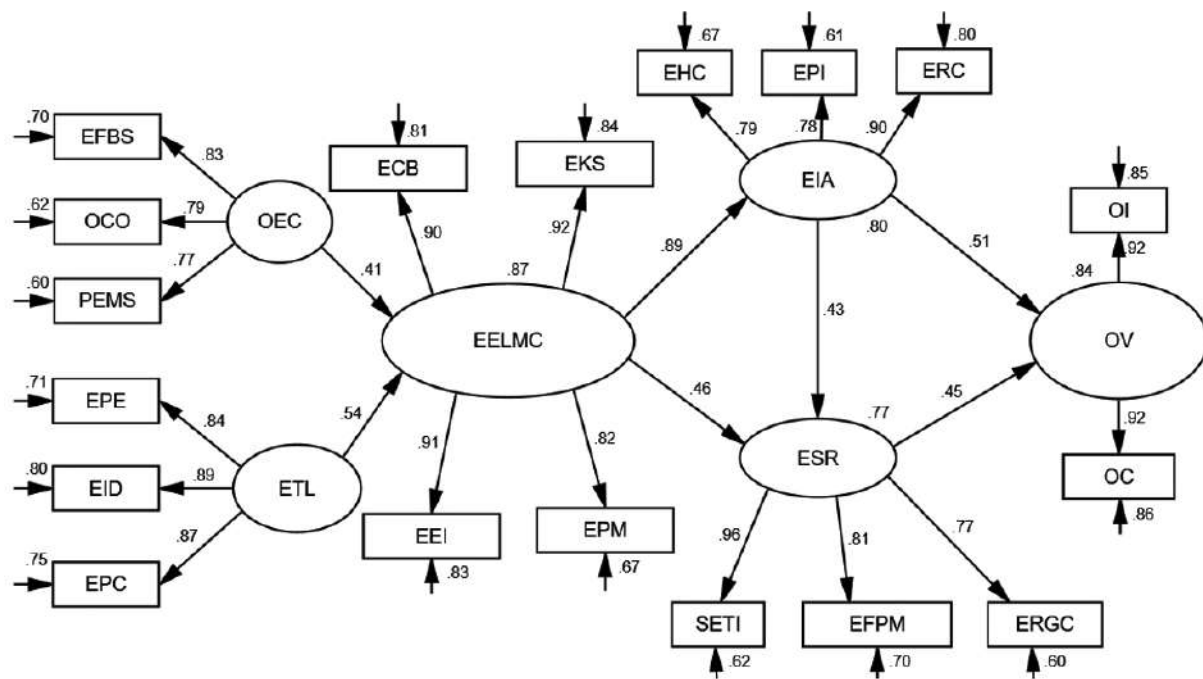
ปฏิสัมพันธ์ของความยืดหยุ่นขององค์กรที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมกับการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก แสดงดังภาพที่ 3 โดยความยืดหยุ่นขององค์กรส่งผลบวกต่อความสัมพันธ์ของความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ ซึ่งส่งผลต่อการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

ขณะที่การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ($b = .41, p < .05$) และ ($b = .54, p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 8 และสมมติฐานที่ 9

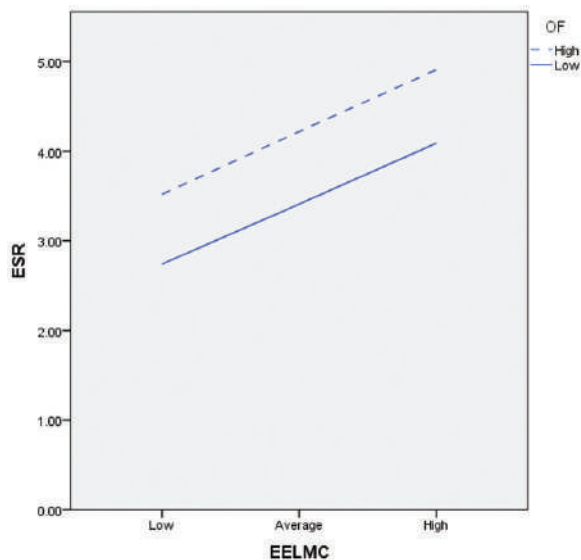
ตารางที่ 3 การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแทรก

ตัวแปรต้น	EIA	ESR
EELMC (Std. Error)	.682** (.023)	
EELMC x OF (Std. Error) Adjusted R ²	.014 (.019) .785	
EELMC (Std. Error)		.724** (.013)
EELMC x OF (Std. Error) Adjusted R ²		.030** (.011) .929

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้าง



ภาพที่ 3 อิทธิพลของความยืดหยุ่นขององค์กร

อภิปรายผล

1. ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของทรัพยากรทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก สอดคล้องกับการวิจัยของ Vazquez (2016) ที่ศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อการตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ได้แก่ การแบ่งปันความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมจากการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีแปรรูปอาหาร ดังนั้นพนักงานจำเป็นต้องแบ่งปันความรู้เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นเพื่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณค่าขององค์กร อันประกอบด้วยภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและความน่าเชื่อถือด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ Jang, Zheng, & Bosselman (2017) ที่

ศึกษาผลกระทบเชิงบวกของการตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการเสริมสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในรูปแบบผลการดำเนินงานด้านการเงินและมิใช่การเงิน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Chen (2008) ที่พบว่า นวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าอาหารแปรรูปซึ่งจำเป็นต้องมีความสะอาดและมาตรฐานสูง รวมถึงนวัตกรรมในการผลิตเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงสามารถสรุปได้ว่าสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมที่กิจการในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปนำเสนอและลูกค้ารับรู้ได้จากการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ

3. อิทธิพลของความยืดหยุ่นขององค์กรที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Dai, Chan, & Yee (2018) ที่ศึกษาผลกระทบของความยืดหยุ่นขององค์กรที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันที่เกิดจากลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมพบว่า ความยืดหยุ่นขององค์กรเป็นตัวแปรแทรกที่ลดแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของกิจการ อย่างไรก็ตามความยืดหยุ่นขององค์กรไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อมอาจเกิดจากกิจการในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป มุ่งเน้นการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกเพื่อสร้างความมั่นใจและมาตรฐานสินค้าเป็นอันดับแรก

4. การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Huang & Kung (2011) ที่ศึกษาการตระหนักถึง

สิ่งแวดล้อมขององค์กรในการดำเนินการด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม ขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับการวิจัยของ Robertson & Barling (2013) ที่ศึกษาภาวะผู้นำที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อการเสริมสร้างความรู้ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงาน โดยกิจการในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่ต้องการสร้างมาตรฐานและความสามารถในการแข่งขันจำเป็นต้องสร้างความเปลี่ยนแปลงโดยตระหนักถึงการดำเนินงานที่สร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มจากผู้บริหารระดับสูงเป็นลำดับแรก

สรุปผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุของ ความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม ขณะที่ปัจจัยผล ได้แก่ ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และคุณค่าขององค์กร และความยืดหยุ่นขององค์กรมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการบูรณาการทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างกรอบแนวคิดที่อธิบายความสัมพันธ์ของความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยเชิงสาเหตุ และปัจจัยที่เป็นผล รวมถึง

อิทธิพลของความยืดหยุ่นขององค์กร

1.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการสังเคราะห์องค์ประกอบของความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสร้างปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กร และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยผล ได้แก่ ประสิทธิภาพของสินทรัพย์ทางปัญญาด้านสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และคุณค่าขององค์กร และทดสอบตัวแปรแทรกที่ส่งอิทธิพลระหว่างความสัมพันธ์ของความสามารถการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม และตัวแปรผลซึ่งสามารถนำไปใช้กับบริบทอื่นๆต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

2.1 ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปสามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อวิเคราะห์ กำหนดกลยุทธ์และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับการสร้างความยั่งยืนสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น สามารถนำข้อมูลไปสร้างความชัดเจนด้านการอบรม รวมถึงภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับการดำเนินงาน

ที่มีเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

2.2 ผลการวิจัยยังเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สามารถสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายระดับมหภาค เพื่อกำหนดนโยบาย การเสริมสร้างให้เกิดทุนมนุษย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับสร้างความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมขององค์กรเพื่อดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงกำหนดกฎหมายการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

3. ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอาจเป็นและการวิจัยโดยใช้หลากหลายวิธีการเพื่อสามารถอธิบายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถการจัดการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถศึกษาปรากฏการณ์ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อม

References

- Annachiara, L. & Raffaella, C. (2016). Human Resource and Customer Benefits through Sustainable Operations. *International Journal of Operations & Production Management*, 36(12), 1719-1740.
- Chang, C. H. & Chen, Y. S. (2012). The Determinants of Green Intellectual Capital. *Management Decision*, 50(1), 74-94.
- Chen, Y. S. (2011). Green Organizational Identity: Sources and Consequence. *Management Decision*, 49(3), 384-404.
- Chen, Y. S. (2008). The Driver of Green Innovation and Green Image-Green Core Competence. *Journal of Business Ethics*, 81(3), 531-543.
- Dai, J., Chan, H. K., & Yee, R. W. Y. (2018). Examining Moderating Effect of Organizational Culture on the Relationship between Market Pressure and Corporate Environmental Strategy. *Industrial Marketing Management*, 74, 227-236.

- Darnall, N., Seol, I., & Sarkis, J. (2009). Perceived Stakeholder Influences and Organizations' Use of Environmental Audits. *Accounting, Organizations and Society*, 34(2), 170-187.
- Farooq, R. (2018). A Conceptual Model of Knowledge Sharing. *International Journal of Innovation Science*, 10(2), 238-260.
- Grabowski, R. (2015). Agriculture, Labor Intensive Growth, and Structural Change: East Asia, Southeast Asia, and Africa. *Journal of South Asian Development*, 1(1), 43-64.
- Hair, J. F. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Harlow: Pearson.
- Huang, C. L. & Kung, F. H. (2011). Environmental Consciousness and Intellectual Capital Management: Evidence from Taiwan's Manufacturing Industry. *Management Decision*, 49(9), 1405-1425.
- Inoue, Y. & Kent, A. (2012). Investigating the Role of Corporate Credibility in Corporate Social Marketing: A Case Study of Environmental Initiatives by Professional Sport Organizations. *Sport Management Review*, 15(3), 330-344.
- Jackson, D. L. (2001). Sample Size and Number of Parameter Estimates in Maximum Likelihood Confirmatory Factor Analysis: A Monte Carlo Investigation. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 8(2), 205-223.
- Jackson, S. E. (2011). State-of-the-Art and Future Directions for Green Human Resource Management: Introduction to the Special Issue. *German Journal of Research in Human Resource Management*, 25(2), 99-116.
- James, N. P. (2017). Service of Followers as a Leadership Competency: A Social Exchange perspective. *Journal of Management Development*, 36(3), 361-375.
- Jang, Y. J., Zheng, T., & Bosselman, R. (2017). Top Managers' Environmental Values, Leadership, and Stakeholder Engagement in Promoting Environmental Sustainability in the Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 101-111.
- Justin, P., Ashwin, M., & Jayesh, P. (2016). Predicting Green Product Consumption Using Theory of Planned Behavior and Reasoned Action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123-134.
- Kampaengngoen, A., Boonyoo, T., & Boonthanon, S. (2019). The Structural Equation Model on the Casual Relationship of Organizational Environment and Work-Life Quality Affecting Perception of Employees Work Happiness at Kasikornbank Public Company Limited, Ratburana Head Office. *Panyapiwat Journal*, 11(3), 124-137. [in Thai]
- Molina-Azorín, J. F. (2009). Green Management and Financial Performance: a Literature Review. *Management Decision*, 47(7), 1080-1100.
- Kushwaha, G. S. & Sharma, N. K. (2015). Green Initiatives: A Step Towards Sustainable Development and Firm's Performance in the Automobile Industry. *Journal of Cleaner Production*, 121, 116-129

- Phoemphian, T. (2019). Employee Experience: People Management Tool. *Panyapiwat Journal*, 11(3), 306-315. [in Thai]
- Renwick, D. W. S. (2016). Contemporary Developments in Green (Environmental) HRM Scholarship. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(2), 114-128.
- Robertson, J. L. & Barling, J. (2013). Greening Organizations Through Leaders' Influence on Employees' Pro-environmental Behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 176-194.
- Rubin, A. (2012). *Statistics for Evidence-Based Practice and Evaluation* (3rd ed.). Belmont: Cengage Learning.
- Subramanian, N. (2016). Green Competence Framework: Evidence from China. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(2), 151-172.
- Tairu, Z. O. (2018). Green Human Resource Management—Delivering High-Performance Human Resource Systems at Divine Word University Papua New Guinea. In Filho, W. L. (Eds.), *Handbook of Sustainability Science and Research* (pp.489-511). Cham: Springer.
- Tariq, S., Jan, F. A, & Ahmad, M. S. (2016). Green Employee Empowerment: A Systematic Literature Review on State-of-art in Green Human Resource Management. *Quality & Quantity*, 50(1), 237-269.
- Vazquez, D. A. (2016). Stakeholders, Green Human Resource Management (GHRM) and environmental proactivity in Brazil. *Academy of Management Proceedings*, (1), 12686.
- Watcharadamrongkun, A. & Pooripakdee, S. (2019). The Study Factor Open Innovation Affected Innovation Performance of Employees of Banphaeo General Hospital Samutsakhon: The Moderator Role of Organization Support Policy. *Panyapiwat Journal*, 11(2), 97-109. [in Thai]



Name and Surname: Apiluck Thammawimutti

Highest Education: Master Degree of Business Administration,
Assumption University

Affiliation: Silpakorn University

Field of Expertise: Management



Name and Surname: Viroj Jadesadalug

Highest Education: Doctor of Philosophy in Management,
Mahasarakham University

Affiliation: Silpakorn University

Field of Expertise: Management



Name and Surname: Jantana Sansook

Highest Education: Doctor of Philosophy in Management,
Mahasarakham University

Affiliation: Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Field of Expertise: Management

ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต

THE NEEDS OF WELFARE SCHOOL ACADEMIC MANAGEMENT BASED ON THE CONCEPT OF FUTURE CAREERS

กษิณัญญ์ มีพรหม¹ สุกัญญา แซ่มช้อย² และสืบสกุล นรินทรางกูร ณ ออยุธยา³

Kasidit Meeprom¹, Sukanya Chaemchoy², and Suebsakul Narintarangkul na ayudhaya³

^{1,2,3}คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

^{1,2,3}Educational Management, Faculty of Education, Chulalongkorn University

Received: March 16, 2020 / Revised: May 16, 2020 / Accepted: June 12, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต ประชากรที่ศึกษาคือ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 49 โรงเรียน ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการ หัวหน้ากลุ่มสาระ และครูแนะแนว รวมทั้งสิ้น 363 คนจากทั้งหมด 490 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified}) ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต มีลำดับ ความต้องการจำเป็นสูงสุดที่สุดคือ 1) ด้านการจัดการเรียนการสอน (PNI_{Modified} = 0.290) ในกลุ่มงานการแพทย์และ วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2) ด้านการวัดและประเมินผล (PNI_{Modified} = 0.283) ในกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์ สุขภาพ 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตร (PNI_{Modified} = 0.281) ในกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ

คำสำคัญ: การบริหารงานวิชาการ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ อาชีพในอนาคต

Abstract

The purposes of this research were to explore the priority of needs of welfare school academic management based on the concept of future careers. The research population comprised welfare schools; while the research sample consisted of 49 welfare schools. The key research informants consisted of 363 out of 490 welfare school personnel classified into school directors, deputy directors, heads of learning area, and guidance teachers. The employed research instrument was a five-point rating scale questionnaire. Statistics employed for data analysis were the frequency, percentage, mean, standard deviation, and priority need index (PNI_{Modified}).

Results of the study revealed that the priority of needs of welfare school academic management based on the concept of future careers could be ranked as follows: (1) the aspect of instructional management in the Medical and Health Science Learning Area ($PNI_{Modified} = 0.290$), followed by the aspect of measurement and evaluation in the Medical and Health Science Learning Area ($PNI_{Modified} = 0.283$), and the aspect of curriculum development in the Medical and Health Science Learning Area ($PNI_{Modified} = 0.281$).

Keywords: Academic Management, Welfare School, Future Careers

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีดิจิทัล (digital disruption) ได้กระทบต่องานและการจ้างงาน ส่งผลให้คนทำงานต้องมีทักษะที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (Bellanca & Brandt, 2016) อาชีพต่างๆ ที่มีตั้งแต่สมัยในอดีตต้องถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีและความทันสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวาง บางอาชีพได้หายไป บางอาชีพถูกพัฒนาให้สอดคล้องกับโลกอนาคต การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลจึงถูกมองว่ามีอิทธิพลสำคัญต่อการทำงานในอนาคต เด็กไทยในปัจจุบันจึงต้องปรับตัวเรียนรู้สิ่งต่างๆ ให้เข้ากับอาชีพในอนาคตเพื่อความอยู่รอดในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ยกแก่การคาดเดา อาชีพในโลกอนาคตที่เกิดขึ้นแล้ว อาทิ วิศวกรรมประยุกต์ พนักงานขับรถไฟความเร็วสูง นักพัฒนาแอปพลิเคชัน โปรแกรมเมอร์ ยูทูบเบอร์ นักสตรีมเกมส์ นักรีวิวลินค้า (American Institutes for Research, 2016) จึงเชื่อได้ว่าอาชีพที่เกิดขึ้นต่อไปในอนาคตยังมีอีกหลากหลายอาชีพ (Chaemchoy & Usaho, 2012)

การจัดการศึกษาด้านอาชีพให้กับนักเรียนจึงเป็นการสร้างโอกาสและแนะแนวทางในการดำรงชีวิตให้นักเรียนสามารถพัฒนาให้มีอาชีพที่มั่นคงและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนได้ (Janpirom, 2019)

ประเทศไทยได้จัดทำกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 (The 20-Year National Strategy, 2017 - 2036) โดยการยกระดับ

คุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ให้มีคุณภาพเท่าเทียมและทั่วถึง ให้คนไทยมีศักยภาพและสามารถปรับตัวรองรับบริบทการพัฒนาในอนาคตให้สังคมไทยมีความเป็นธรรม มีความเหลื่อมล้ำน้อย โดยกำหนดให้ผู้เรียนทุกคนได้รับโอกาสและความเสมอภาคในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นโดยคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษาและความเป็นธรรมเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสประเภทเด็กที่ถูกทอดทิ้งหรือเด็กกำพร้า เด็กที่อยู่ในชนกลุ่มน้อย เด็กที่ได้รับผลกระทบจากโรคเอดส์หรือโรคติดต่อร้ายแรงที่ส่งผลกระทบต่อร่างกาย เด็กเร่ร่อน เด็กที่ถูกทำร้ายทารุณ เด็กที่มีปัญหาเกี่ยวกับยาเสพติด เด็กในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน เด็กที่อยู่ในธุรกิจทางเพศหรือโสเภณี เด็กที่ถูกบังคับให้ขายแรงงานหรือแรงงานเด็ก และเด็กยากจน (มากเป็นพิเศษ) ปัจจุบันโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์มีทั้งหมด 51 โรงเรียน เป็นโรงเรียนกึ่งนอน 50 โรงเรียน มีการจัดการศึกษาจัดตามความเหมาะสมโดยมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักเรียนให้เหมาะสมแก่วัยและศักยภาพ เพื่อความเป็นไทย ความเป็นพลเมืองที่ดีของชาติ การดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพ ตลอดจนเพื่อการศึกษาต่อ

อย่างไรก็ตามการจัดการศึกษาโรงเรียน

การศึกษาสงเคราะห์ได้มุ่งเน้นการส่งเสริมเรียนรู้อาชีพ อาชีพ กลุ่มเกษตรกรรม กีฬา ศิลปะการแสดง งานบริการ ซึ่งการส่งเสริมความรู้และทักษะในกลุ่มอาชีพของโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ยังไม่ครอบคลุมอาชีพในโลกอนาคตที่เกิดขึ้น โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์จึงควรให้ความสำคัญในการจัดการศึกษาเพื่อสร้างโอกาสและความเสมอภาคในการเข้าถึงการเรียนรู้ อาชีพในอนาคตอย่างแท้จริง โดยมุ่งเน้นที่การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเพื่อให้เกิดคุณภาพการศึกษา เนื่องจากการบริหารงานวิชาการเป็นงานหลักของโรงเรียนมีความสำคัญต่อการจัดการศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มาตรฐานคุณภาพการศึกษาจะปรากฏเด่นชัดก็ต่อเมื่อการบริหารวิชาการนั้นประสบผลสำเร็จ (Boonprasert, 2003) โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์จึงควรมุ่งบริหารงานวิชาการเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย อีกทั้งการบริหารงานวิชาการถือเป็นหัวใจของสถานศึกษาในการจัดแผนการสอนและการปฏิบัติตามแผน รวมทั้งการวัดผลเพื่อติดตามการเรียนการสอนของครูและนักเรียนให้มีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ (Fuengsila, 2015) การบริหารงานวิชาการทั้งการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลจึงเป็นสิ่งเหมาะสมที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้นักเรียนด้อยโอกาสและนักเรียนที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษให้ได้รับการเยียวยาสิ่งที่ขาดหายไปในชีวิตและการพัฒนาขีดความสามารถด้านอาชีพ เพื่อให้มีอาชีพที่มั่นคงและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน หลุดออกจากวงจรของความยากจน วงจรการกระทำผิดกฎหมาย วงจรความรุนแรงและเป็นคนที่มีคุณภาพของสังคมและประเทศชาติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องศึกษาความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคตอันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคตสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การบริหารงานวิชาการ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการบริหารงานวิชาการ หมายถึง การจัดโปรแกรมการสอนและการปฏิบัติตามโปรแกรม รวมทั้งการวัดผลเพื่อที่จะได้ติดตามการเรียนการสอนของครูและนักเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดบริการในการสอน (Fuengsila, 2015)

การบริหารงานวิชาการ หมายถึง งานที่กำกับติดตาม ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนการสอน การทำงานวิจัย การนิเทศติดตาม การบริหารงานวิชาการและการจัดการ ตลอดจนการรักษาความเป็นมืออาชีพทางด้านการจัดการเรียนการสอน (Fry, Ketteridge, & Marshall, 2009)

การบริหารงานวิชาการ หมายถึง การบริหารงานหรือการดำเนินงานทุกชนิดในสถานศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (Tharasisuthi, 2007)

การบริหารงานวิชาการ หมายถึง การบริหารและจัดการ สามารถพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ ตลอดจนการวัดผล ประเมินผล รวมทั้งการวัดปัจจัยเกื้อหนุนการพัฒนาคุณภาพนักเรียนได้อย่างมีคุณภาพ (Wahachat, 2007)

การบริหารงานวิชาการจึงเป็นหัวใจของสถานศึกษาต่อการพัฒนาสถานศึกษาให้บรรลุตาม

เป้าหมายของสถานศึกษา และมุ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดกับผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะงานด้านการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน งานวัดและประเมินผล ดังนั้นผู้บริหาร ครูจำเป็นต้องให้ความสำคัญเพื่อพัฒนางานวิชาการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. อาชีพในอนาคต

จากการศึกษากลุ่มอาชีพที่กำหนดขึ้นในประเภทอาชีพมาตรฐานของประเทศญี่ปุ่น (The Japan Standard Occupational Classification) ประเภทมาตรฐานอาชีพนานาชาติ (International Standard Classification Of Occupation: ISCO-08) และประเภทมาตรฐานอาชีพของประเทศไทย (Department of Employment, 2001) โดยสังเคราะห์ร่วมกับกรอบอาชีพแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (American Institutes for Research, 2016) ทำให้พบว่า อาชีพในอนาคตจะเกิดขึ้นอย่างมากมายเกินกว่าจะคาดเดาได้ ทั้งนี้กรอบแนวคิด The National Career Clusters® Framework เป็นกลุ่มอาชีพที่มีโครงสร้างที่สำคัญสำหรับการจัดระเบียบที่มีคุณภาพผ่านทางการเรียนรู้และโปรแกรมการศึกษาที่ครอบคลุม โดยรวมมี 16 กลุ่มอาชีพในกรอบงานกลุ่มอาชีพแห่งชาติอเมริกา ซึ่งเป็นตัวแทนของเส้นทางอาชีพเพื่อช่วยนำทางให้นักเรียนไปสู่ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ในอนาคต ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์และจัดกลุ่มให้เหมาะสมกับงานวิจัยโดยจัดกลุ่มใหม่ได้ 6 กลุ่ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้กรอบการบริหารงานวิชาการในแต่ละด้าน 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน งานวัดและประเมินผล โดยในแต่ละด้านมุ่งยึดหลักแนวคิดอาชีพในอนาคตตามกรอบแนวคิด The National Career Clusters® Framework (American Institutes for Research, 2016) ประกอบไปด้วยกลุ่มอาชีพในอนาคต 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มงานเกษตรกรรม และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ 2) กลุ่มงานศิลปะ การแสดงและเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) กลุ่มงานอุตสาหกรรม

และวิศวกรรม 4) กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ 5) กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์ 6) กลุ่มงานธุรกิจ การตลาด และการจัดการ

วิธีการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็น

กลุ่มตัวอย่าง คือ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 49 โรงเรียน จากทั้งหมด 51 โรงเรียน ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้อำนวยการโรงเรียนหรือรองผู้อำนวยการ 1 คน หัวหน้ากลุ่มสาระ 8 คน และครูแนะแนว 1 คน รวมทั้งสิ้น 490 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และตอนที่ 3 ข้อคิดเห็น/เสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษากรอบแนวคิดจากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดกรอบแนวคิดและประเมินกรอบแนวคิดในการวิจัยให้มีความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน
3. ออกแบบข้อคำถามตามกรอบแนวคิดการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคตโดยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
4. วิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหา Item-Objective Congruence (IOC) โดย

ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ประเมินเครื่องมือ ผลการตรวจสอบข้อคำถามจำนวน 69 ข้อ พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อตรวจสอบ หาค่าความเที่ยง โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของ แบบสอบถามทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.983 จึงดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในคนต่อ คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนกลุ่ม สหสถาบันชุดที่ 2 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และ ศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เลขที่ โครงการ 120/62

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลในการ ทำวิจัย โดยจัดส่งแบบสอบถามและเอกสารรับรอง จริยธรรมการวิจัยในคนทางไปรษณีย์ ได้รับข้อมูลกลับ จำนวน 363 คน อัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 74.08

วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผู้ตอบวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และ ค่าร้อยละ (Percentage)
2. สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. จัดลำดับความต้องการจำเป็นเกี่ยวกับสภาพ ปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เรียงค่าดัชนีจากมาก ไปหาน้อย โดยสูตร Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified})

ผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารงาน วิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิด อาชีพในอนาคต แสดงตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียน การศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต

การบริหารงานวิชาการ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			ความต้องการจำเป็น	
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	PNI modified	ลำดับ
ด้านพัฒนาหลักสูตร	3.252	0.991	ปานกลาง	4.158	0.863	มาก	0.281	3
กลุ่มงานเกษตรกรรมและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ	3.517	0.978	มาก	4.373	0.765	มาก	0.241	6
กลุ่มงานศิลปะ การแสดง และเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.457	0.939	ปานกลาง	4.364	0.723	มาก	0.264	4
กลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม	3.061	1.048	ปานกลาง	4.045	0.925	มาก	0.322	2
กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ	2.958	1.072	ปานกลาง	3.935	1.016	มาก	0.331	1
กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์	3.283	0.93	ปานกลาง	4.136	0.869	มาก	0.260	5
กลุ่มงานธุรกิจ การตลาด และการจัดการ	3.241	0.98	ปานกลาง	4.097	0.881	มาก	0.265	3
ด้านการจัดการเรียนการสอน	3.144	1.001	ปานกลาง	4.046	0.939	มาก	0.290	1
กลุ่มงานเกษตรกรรมและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ	3.323	0.952	ปานกลาง	4.116	0.883	มาก	0.240	6
กลุ่มงานศิลปะ การแสดง และเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.306	0.987	ปานกลาง	4.225	0.873	มาก	0.278	4
กลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม	3.029	1.047	ปานกลาง	3.954	0.977	มาก	0.307	2
กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ	2.867	1.042	ปานกลาง	3.895	1.030	มาก	0.358	1
กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์	3.187	0.985	ปานกลาง	4.061	0.915	มาก	0.275	5
กลุ่มงานธุรกิจ การตลาดและการจัดการ	3.153	0.993	ปานกลาง	4.030	0.957	มาก	0.279	3

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีวะในอนาคต (ต่อ)

การบริหารงานวิชาการ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ ตามแนวคิดอาชีวะในอนาคต	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			ความต้องการจำเป็น	
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	PNI modified	ลำดับ
ด้านการวัดและประเมินผล	3.141	0.956	ปานกลาง	4.027	0.921	มาก	0.283	2
กลุ่มงานเกษตรกรรมและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ	3.241	0.967	ปานกลาง	4.108	0.867	มาก	0.268	5
กลุ่มงานศิลปะ การแสดง และเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.265	0.938	ปานกลาง	4.091	0.868	มาก	0.253	6
กลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม	3.087	0.936	ปานกลาง	3.941	0.997	มาก	0.277	3
กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ	2.922	1.031	ปานกลาง	3.944	0.985	มาก	0.350	1
กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์	3.151	0.925	ปานกลาง	4.037	0.899	มาก	0.281	2
กลุ่มงานธุรกิจ การตลาด และการจัดการ	3.179	0.939	ปานกลาง	4.041	0.913	มาก	0.271	4
โดยภาพรวม	3.179	0.983	ปานกลาง	4.077	0.908	มาก	0.285	

จากตารางที่ 1 สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ สามารถเรียงลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีวะในอนาคตได้ดังนี้

โดยภาพรวม พบว่า สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก และมีค่าความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified} = 0.285) โดยด้านที่มีความต้องการจำเป็นสูงสุดคือ 1) ด้านการจัดการเรียนการสอน 2) ด้านการวัดและประเมินผล 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตร ตามลำดับ

1. ด้านการจัดการเรียนการสอน

สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก และมีค่าความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified} = 0.290) โดยสามารถเรียงลำดับความต้องการจำเป็นในกลุ่มอาชีวะได้ดังนี้ 1) กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2) กลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม 3) กลุ่มงานธุรกิจ การตลาดและการจัดการ 4) กลุ่มงานศิลปะการแสดงและเทคโนโลยีสารสนเทศ 5) กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์ 6) กลุ่มงานเกษตรกรรมและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ตามลำดับ

2. ด้านการวัดและประเมินผล

สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก และมีค่าความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified} = 0.283) โดยสามารถเรียงลำดับความต้องการจำเป็นในกลุ่มอาชีวะได้ดังนี้ 1) กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2) กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์ 3) กลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม 4) กลุ่มงานธุรกิจ การตลาดและการจัดการ 5) กลุ่มงานเกษตรกรรมและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ 6) กลุ่มงานศิลปะ การแสดงและเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ

3. ด้านการพัฒนาหลักสูตร

สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก และมีค่าความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified} = 0.281) โดยสามารถเรียงลำดับความต้องการจำเป็นในกลุ่มอาชีวะได้ดังนี้ 1) กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2) กลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม 3) กลุ่มงานธุรกิจ การตลาดและการจัดการ 4) กลุ่มงานศิลปะ การแสดงและเทคโนโลยีสารสนเทศ 5) กลุ่มงานพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์ 6) กลุ่มงานเกษตรกรรมและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีวะในอนาคตเมื่อพิจารณาพบว่า กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพมีความต้องการจำเป็นสูงสุด ในทั้ง 3 ด้านของการบริหารวิชาการ อาจเนื่องมาจากการจัดการศึกษาในสภาพปัจจุบันยังมุ่งการประกอบอาชีพงานเกษตร งานธุรกิจ งานคอมพิวเตอร์ งานช่าง งานบ้านงานประดิษฐ์เป็นส่วนใหญ่ และพบว่า ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนมีลำดับความต้องการจำเป็นสูงสุด รองลงมา การวัดและประเมินผลและการพัฒนาหลักสูตร ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล (digital disruption) ลักษณะการเรียนการสอนที่กำลังก้าวเข้าสู่โลกอนาคต ผู้เรียนสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้สอนได้ตลอดเวลาโดยผ่านสื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย (Sinlarat, 2011) อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลอาจส่งผลกระทบต่ออาชีพต่างๆ มากมายเข้ามามีบทบาทในอนาคตมากขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพในอนาคต โดยมีประเด็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านการจัดการเรียนการสอน

ผลการวิจัยพบว่า โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และการแนะแนว เพื่อพัฒนานักเรียนตามแนวคิดอาชีวะในอนาคต กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพมีความต้องการจำเป็นสูงสุด ซึ่งงานการแพทย์เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือผู้คนวางแผนการจัดการและการให้บริการรักษา อาทิ หมอ เภสัชกร ทันตแพทย์ ศัลยแพทย์ จักษุแพทย์ นักเทคนิคการแพทย์ และงานวิทยาศาสตร์สุขภาพเกี่ยวข้องกับการบริการข้อมูลด้านสุขภาพ งานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ อาทิ นักเทคโนโลยีเซลล์ นักจุลกายวิภาคศาสตร์ นักเทคโนโลยีอาหารเสริมและยาเพื่อสุขภาพ นักวิทยาศาสตร์การกีฬา

(American Institutes for Research, 2016) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการจัดการเรียนการสอนโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์มุ่งเน้นให้ความรู้ในการประกอบอาชีพประเภทเกษตรกรรม อุตสาหกรรมการผลิตในครัวเรือน การจัดการธุรกิจและบริการเป็นส่วนใหญ่ ครูจึงต้องปรับตัวให้ทันกับโลกในปัจจุบันสอดคล้องกับ (Wechayaluck, 2014) การจัดการเรียนการสอนเพื่ออาชีพจะต้องเน้นการสร้างทักษะเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของประเทศไทยทั้งสังคมผู้สูงวัยที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โรคระบาดต่างๆ ที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์เอง ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การจัดการเรียนการสอนกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงเป็นการเติมเต็มศักยภาพอาชีพในอนาคตทำให้นักเรียนมีทักษะที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Orapiriyakul (2003) กล่าวว่า การจัดการเรียนการสอนเป็นการจัดประสบการณ์เพื่อพัฒนานักเรียนในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการจัดทำแผนการเรียนรู้ การจัดกระบวนการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความถนัดและความสนใจของผู้เรียนจึงเป็นสิ่งสำคัญ (Khotbanthao, 2009) รวมถึงอาจจัดการเรียนการสอนให้ตรงกับคุณลักษณะของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์ที่เป็นลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะของนักเรียนที่มีแนวโน้มบ่งบอกว่าประสบความสำเร็จในด้านวิทยาศาสตร์ (Boonsom, 2015)

2. ด้านการวัดและประเมินผล

ผลการวิจัยพบว่า โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์มีการวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ในสภาพจริง (Authentic Assessment) เพื่อพัฒนานักเรียนตามแนวคิดอาชีวะในอนาคต โดยกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพมีความต้องการจำเป็นสูงสุด อีกทั้งการวัดและประเมินผลในสภาพปัจจุบันของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษา

สงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพอานาคต โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จากทั้ง 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วยด้านการพัฒนาหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ตามลำดับ จึงอาจแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันผู้บริหารและครูอาจไม่มุ่งเน้นการวัดและประเมินผลตามสภาพจริงในกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเท่าที่ควร ทั้งที่เครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผลในสภาพจริงมีอยู่อย่างหลากหลาย อาทิ 1) การทดสอบ (Testing) 2) แบบสอบถาม (Questionnaires) 3) แบบสำรวจ (Checklists) 4) มาตรฐานค่า (Rating Scale) 5) การสังเกต (Observation) 6) การสัมภาษณ์ (Interview) 7) การบันทึก (Records) 8) สังคมมิติ (Sociometry) 9) การศึกษารายกรณี (Case Study) 10) การให้สร้างจินตนาการ (Projective Technique) การประเมินตามสภาพจริงนั้นยังรวมถึงแบบทดสอบปฏิบัติจริง และใช้แฟ้มสะสมผลงาน (Sinlarat, 2011)

ในทางกลับกันกลุ่มงานศิลปะ การแสดง และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความต้องการจำเป็นต่ำที่สุด นอกจากนี้การวัดและประเมินผลในสภาพปัจจุบันของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพอานาคตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยเฉพาะงานศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องการสร้างงานศิลปะ ออกแบบการจัดแสดง การแสดง บริการด้านความบันเทิง และการกีฬา งานเขียนวารสารศาสตร์ อิเล็กทรอนิกส์และสื่อต่างๆ อาทิ นักวาดภาพประกอบ จิตรกร ประติมากร แอนิเมชัน มัลติมีเดีย นักออกแบบเสื้อผ้า นักออกแบบแฟชั่น ช่างแต่งหน้า ศิลปินนักแสดง ผู้ผลิตรายการ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ นักรีวิวสินค้า ผู้กำกับเวทีภาพยนตร์โทรทัศน์และวิทยุ นักเต้นระบำ นักกีฬา จึงแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันผู้บริหารส่งเสริมให้ครูโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ให้ความสำคัญกับการวัดและประเมินผลอาชีพอานาคต ศิลปะการแสดงเป็นส่วนมาก สอดคล้องกับ Kumpil (2006) พบว่า ผู้บริหารต้องส่งเสริมให้ครูมีการจัดเตรียมการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริง

ผู้บริหารให้คำปรึกษากับครูเกี่ยวกับการวัดผลและประเมินผลตามแนวทางที่ได้กำหนด

3. ด้านการพัฒนาหลักสูตร

ผลการวิจัยพบว่า โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์มีการกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร เพื่อพัฒนานักเรียนตามแนวคิดอาชีพอานาคต กลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพมีความต้องการจำเป็นสูงสุด ซึ่งงานการแพทย์เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือนักเรียน วางแผนการจัดการและการให้บริการรักษา และงานวิทยาศาสตร์สุขภาพเกี่ยวข้องกับการบริการข้อมูลด้านสุขภาพ งานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ (American Institutes for Research, 2016) ทั้งนี้เนื่องจากจากการพัฒนาหลักสูตรโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์มุ่งเน้นใช้หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) (Basic Education Core Curriculum A.D. 2008 revised 2017) โดยกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพได้มุ่งพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม เพื่อให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการทำงาน เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ และการศึกษาต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกล่าวถึงการอาชีพอานาคตเป็นสาระที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่จำเป็นต่ออาชีพ เห็นความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติที่ดีต่ออาชีพ ใช้เทคโนโลยีได้เหมาะสม เห็นคุณค่าของอาชีพสุจริตและเห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ แต่หลักสูตรได้มุ่งเน้นให้ความรู้ในการประกอบอาชีพประเภทงานเกษตร ช่าง งานประดิษฐ์ งานธุรกิจบริการเพียงเท่านั้น ผู้บริหารและครูจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของอาชีพอาชีพอานาคตที่กำลังเกิดขึ้นอย่างมากมายในโลกแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล ในปัจจุบันเพื่อรองรับการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและยุคสมัยที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม สอดคล้องกับ Kunarak (2015) กล่าวว่า การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง โครงการหรือแผน หรือข้อกำหนดในการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ โดยส่งเสริมให้ดำเนินชีวิตสอดคล้อง

กับสภาพสังคม และในโลกอย่างมีคุณภาพและอย่างมีความสุข

อย่างไรก็ตามกลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม โดยเฉพาะในงานระบบขนส่งและงานวิศวกรรมประยุกต์ งานระบบขนส่งเกี่ยวข้องกับการจัดการเคลื่อนย้ายของผู้คนและสินค้า ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ทางอวกาศ อาทิ นักบินอวกาศ วิศวกรรมการบิน เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ นักบิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ผู้ติดตั้งและซ่อมแซมอุปกรณ์ยานยนต์ ช่างอากาศยาน ช่างซ่อมยานพาหนะ พนักงานขับรถรับส่งคนส่ง คนขับรถบรรทุกหนัก คนขับรถรับจ้าง วิศวกรหัวรถจักร เจ้าหน้าที่การรถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟความเร็วสูงและรถราง วิศวกรเดินเรือ กับตันเรือ ลูกเรือ เจ้าหน้าที่การขนส่งการจัดเก็บและการกระจายสินค้า โลจิสติกส์ วิศวกรเรือ ผู้ให้บริการรถรับส่งของ

ในงานวิศวกรรมประยุกต์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้บริการแก้ไขปัญหาด้านวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์ การวิจัยทางวิศวกรรมประยุกต์ อาทิ วิศวกรรมการบินและอวกาศ วิศวกรเคมี วิศวกรฮาร์ดแวร์ คอมพิวเตอร์ วิศวกรไฟฟ้า วิศวกรอิเล็กทรอนิกส์ ยกเว้นคอมพิวเตอร์ ผู้เชี่ยวชาญอุปกรณ์ระบบคลื่นความถี่วิทยุ วิศวกรป้องกันอัคคีภัย วิศวกรอุตสาหกรรม วิศวกรทางทะเล วิศวกรเครื่องกล วิศวกรเซลล์เชื้อเพลิง วิศวกรยานยนต์ วิศวกรเหมืองแร่และธรณีวิทยา วิศวกรความปลอดภัยในการขุด วิศวกรนิวเคลียร์ วิศวกรปิโตรเลียม วิศวกรชีวเคมี วิศวกรพลังงาน วิศวกรการผลิต วิศวกรหุ่นยนต์ วิศวกรนาโน วิศวกรพลังงานลม วิศวกรระบบพลังงานแสงอาทิตย์ นักวิทยาศาสตร์วิจัยคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ นักชีววิทยาโมเลกุลและเซลล์ นักพันธุศาสตร์ นักวิทยาศาสตร์การอนุรักษ์ นักดาราศาสตร์ นักวิทยาศาสตร์ด้านบรรยากาศและอวกาศ นักวิทยาศาสตร์วัสดุ (American Institutes for Research, 2016)

ซึ่งกลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรมนั้น

มีความต้องการจำเป็นอันดับรองลงมาซึ่งสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 (The 20-Year National Strategy, 2017 - 2036) ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 และในอนาคตอาจไปถึง 5.0 เหมือนประเทศญี่ปุ่น ซึ่งขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไปสู่ความ “มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน” เน้นภาคการผลิตไปสู่ภาคบริการมากขึ้นและประชากรมีรายได้สูง (Chularut, 2018)

ผู้วิจัยเห็นว่าทั้งกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ รวมถึงกลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรม เป็นอาชีพที่เกิดขึ้นในอนาคต ในยุค Thailand 4.0 ผู้บริหารและครูโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์จึงควรคำนึงถึงอุปสรรคและโอกาสที่เกิดขึ้นของประเทศไทยที่ต้องเผชิญกับแรงกดดันและความเสี่ยงมากขึ้นภายใต้สถานการณ์โลกไร้พรมแดน โดยมีการเคลื่อนย้ายคน เงินทุน องค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสาร สินค้าและบริการอย่างเสรี ทำให้การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงขึ้น (The Twelfth National Economic and Social Development Plan, 2017 - 2021) ในการพัฒนาหลักสูตรด้านอาชีพจึงต้องเข้มข้นและส่งเสริมศักยภาพของนักเรียนเพื่อรองรับโลกในอนาคต สอดคล้องกับ Suttipongpun (2011) กล่าวว่า การพัฒนาหลักสูตรหมายถึงการออกแบบหลักสูตรที่มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนานักเรียนให้มีคุณลักษณะตามที่โรงเรียนต้องการ

สรุปผล

การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคต ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการวัดและประเมินผล ในกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีความต้องการจำเป็นมากที่สุด ดังนั้นโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ควรส่งเสริมให้มีการจัดบริหารงานวิชาการมุ่งเน้นในกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพให้มากขึ้น รวมถึงหาแนวทาง

เพื่อพัฒนาขีดความสามารถด้านอาชีพในอนาคตของนักเรียนทุกกลุ่มอาชีพทั้ง 6 กลุ่ม เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนได้รับความหลากหลายในการเรียนรู้ สามารถพัฒนาให้มีอาชีพที่มั่นคงและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนได้

ข้อเสนอแนะ

ในการนำผลวิจัยไปใช้ครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ดังนี้

ด้านการพัฒนาหลักสูตร

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานควรนำจัดทำหลักสูตรแกนกลางใหม่โดยเพิ่มหลักสูตรอาชีพในอนาคตเป็นหนึ่งในรายวิชาที่สำคัญแทนที่วิชาการงานอาชีพที่ไม่ครอบคลุมอาชีพในอนาคตและเพิ่มจำนวนชั่วโมงสอนให้มากกว่าเดิมโดยให้สัดส่วนของจำนวนชั่วโมงสอนกลุ่มงานการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ รวมถึงกลุ่มงานอุตสาหกรรมและวิศวกรรมให้มากกว่ากลุ่มอาชีพอนาคตอื่น ให้โรงเรียนการสงเคราะห์สามารถจัดหลักสูตรให้ยืดหยุ่นตามความเหมาะสมของการพัฒนาพื้นที่ของโรงเรียน (Area Based Approach)

ผู้บริหารและครูควรจัดทำหลักสูตรเพิ่มเติมโดยการบูรณาการความรู้อาชีพในอนาคตเข้าไปในรายวิชาต่างๆ หรือการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อการเสริมสร้างประสบการณ์อาชีพในอนาคต

ด้านการจัดการเรียนการสอน

โรงเรียนการศึกษสงเคราะห์ควรจัดการแข่งขันทักษะทางวิชาการและอาชีพในอนาคตเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้เพื่อการประกอบอาชีพเมื่อจบการศึกษาและการมีงานทำระหว่างเรียนของนักเรียนอย่างต่อเนื่อง

ครูผู้สอนกลุ่มสาระและครูแนะแนวควรจัดการเรียนการสอนและการแนะแนวให้ความรู้อาชีพในอนาคตร่วมกันระหว่างโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์กับสถานประกอบการทั้ง 6 กลุ่มอย่างต่อเนื่องในรูปแบบ PLC (Professional Learning Community) และจัดศูนย์อาชีพในอนาคตสำหรับนักเรียน (Future Career for Student Center) ทั้งนี้ทักษะที่พัฒนาต้องมีความสอดคล้องกับทักษะสำคัญของอาชีพเป้าหมายในปัจจุบันและอนาคตตามตลาดแรงงานและความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค

ด้านการวัดและประเมินผล

ผู้บริหารควรจัดการอบรมครูในสังกัดโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ เรื่อง การสร้างเครื่องมือวัดและประเมินผลตามสภาพจริงของนักเรียนเพื่อตอบสนองต่อการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับอาชีพในอนาคต

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาดังนี้

1. ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดพหุปัญญา
2. กลยุทธ์การบริหารงานวิชาการโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ตามแนวคิดอาชีพในอนาคตโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน
3. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการวัดและประเมินผลโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์แนวคิดอาชีพในอนาคต
4. อนาคตภาพการจัดการศึกษาโรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์

References

- American Institutes for Research. (2016). *The National Career Clusters® Framework*. Retrieved April 28, 2019, from <https://www.air.org/sites/default/files/CTEClusters.pdf>
- Bellanca, J. & Brandt, R. (2016). *21st Century Skills: Rethinking How Students Learn*. United State: Openworld.

- Boonprasert, U. (2003). *A Study of Educational Administration and Educational Management of School in the Form of School-based Management*. Bangkok: Teachers Council of Thailand. [in Thai]
- Boonsom, N. (2015). The Development of an Instructional Model Using Creative Problem Solving Process to Enhance Health Innovation of Science Gifted Students. *Silpakorn Journal*, 7(1), 123-134. [in Thai]
- Chaemchoy, S. & Usaho, C. (2012). The Career Education Approach in Basic Education: Thanom Ras Bumrung School. *Journal of Education Khon Kaen University*, 35(1), 100-110. [in Thai]
- Chularut, P. (2018). Learning Management for Students in the Thailand 4.0 Era. *Veridian E-Journal of Silpakorn University*, 11(2), 2363-2380. [in Thai]
- Department of Employment. (2001). *The Thai Standard Occupational Classification*. Retrieved February 2, 2019, from https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/vgnew_th/3f3080c71f6ebbe05c1f0b52fbd5448c.pdf [in Thai]
- Fry, H., Steve, K., & Stephanie, M. (2009). *A Handbook for Teaching and Learning in Higher Education: Enhancing Academic Practice*. England: Routledge.
- Fuengsila, K. (2015). Academic Administration of Wat Phrong Maduea School. Master's thesis, Silpakorn University. [in Thai]
- International Labour Organization. (2012). *International Standard Classification of Occupation: ISCO-08*. Retrieved February 2, 2019, from https://www.ilo.org/wcmspgroups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_172572.pdf
- Janpirom, N. (2019). Educational Technology within Thailand 4.0. *Panyapiwat Journal*, 11(1), 304-313. [in Thai]
- Ketchum, A. (2016). *Learning Measurement and Evaluation*. Retrieved February 2, 2019, from <https://www.facebook.com/1906846192894169/posts/2140942372817882/> [in Thai]
- Khotbanthao, S. (2009). *Principles of Administration and Educational Administration Theory*. Bangkok: Panyachon. [in Thai]
- Kumpil, S. (2006). *A Study of Academic Administration Roles of Administrators of Basic Educational Secondary School, Rasi Salai District, Sisaket Province*. Master's thesis, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Kunarak, K. (2015). *Fundamentals of Curriculum Development*. Nakhon Pathom: Silpakorn University. [in Thai]
- Orapiriyakul, S. (2003). *The Development of an Academic Management Model for Kindergarten Schools*. Doctoral dissertation, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Sinlarat, P. (2011). *CCPR New educational framework*. Bangkok: Dhurakij Pundit University. [in Thai]

- Suttipongpun, A. (2011). *Academic Management Strategy of Chulachomklao Royal Military Leadership Attributes and National Security in 21st Century*. Doctoral dissertation, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Tharasrisuthi, P. (2007). *Academic Organization and Administration*. Bangkok: Ramkhamhaeng University. [in Thai]
- The Ministry of Internal Affairs and Communications. (2009). *The Japan Standard Occupational Classification*. Retrieved February 2, 2019, from https://www.soumu.go.jp/english/dgpp_ss/seido/shokgyou/index-co.htm
- Wahachat, R. (2007). *Academic Administration of Basic Education Institutions*. Songkhla: Thaksin University Book Center. [in Thai]
- Wechayaluck, N. (2014) The Directions for Thailand to ASEAN's Workforce Development. *Khru Phibun Journal*, 1(1), 41-51. [in Thai]



Name and Surname: Kasidit Meeprom

Highest Education: Master of Education (Educational Administration), Chulalongkorn University

Affiliation: Chulalongkorn University

Field of Expertise: Educational Management



Name and Surname: Sukanya Chaemchoy

Highest Education: Doctor of Philosophy (Educational Administration), Chulalongkorn University

Affiliation: Chulalongkorn University

Field of Expertise: Educational Management



Name and Surname: Suebsakul Narintarakul na ayudhaya

Highest Education: Doctor of Philosophy (Educational Administration), Chulalongkorn University

Affiliation: Chulalongkorn University

Field of Expertise: Educational Management

ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา

MANAGEMENT FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF VOCATIONAL COLLEGES PERFORMANCE

ณัฐภัสสร ธนาบวรพานิช¹ และพิศมัย จารุจิตติพันธ์²

Nutpatsorn Tanaborworpanid¹ and Pisamai Jarujittipant²

^{1,2}มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

^{1,2}North Bangkok University

Received: February 26, 2020 / Revised: June 18, 2020 / Accepted: July 3, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ สถาบันอาชีวศึกษาที่ได้รับการประเมินคุณภาพภายนอก จากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน) สมศ. รอบ 3 (ปี พ.ศ. 2554-2558) จำนวน 760 วิทยาลัย ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากระบบสารสนเทศเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอกของ สมศ. รอบ 3 (ปี พ.ศ. 2554-2559) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า วิทยาลัยอาชีวศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 93.80 เปิดสอนทั้งหลักสูตร ปวช. และปวส. ร้อยละ 82.37 มีครูจำนวนน้อยกว่า 80 คน วิทยาลัยที่มีครูจำนวน 240 คนขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 0.39 จำนวนผู้เรียนส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.92 ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขนาดเล็ก (มีผู้เรียนน้อยกว่า 1,000 คน) รองลงมา ร้อยละ 26.45 ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขนาดกลาง (มีผู้เรียน 1,001-2,000 คน) และร้อยละ 18.63 ศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาขนาดใหญ่ (มีผู้เรียน 2,001 คนขึ้นไป) จำนวนวิทยาลัยอาชีวศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 39.87 อยู่ภาคกลาง รองลงมา ร้อยละ 26.05 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 19.08 อยู่ในภาคเหนือ และร้อยละ 15.00 อยู่ในภาคใต้ ตามลำดับ

คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามคุณภาพตัวบ่งชี้ สมศ. ภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริมอยู่ในระดับมาก คุณภาพตัวบ่งชี้อัตลักษณ์อยู่ในระดับพอใช้ และคุณภาพตัวบ่งชี้พื้นฐานอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ ส่วนคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามมาตรฐานกฎกระทรวง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยการจัดการตามมาตรฐานกฎกระทรวง สามารถร่วมอธิบายคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา ในภาพรวม ได้ร้อยละ 74.00 (Adjusted R² = .740) โดยปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และด้านการประกันคุณภาพภายในส่งผลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา และพบว่า ปัจจัยการจัดการที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อคุณภาพโดยรวมของการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา คือ การประกันคุณภาพภายใน

คำสำคัญ: คุณภาพการดำเนินงาน วิทยาลัยการอาชีวศึกษา

Abstract

The purpose of this research was to study management factors affecting the operational quality of vocational colleges. The research sample consisted of 760 randomly selected vocational institutes that had been externally evaluated on quality from the Office for National Education Standards and Quality Assessment (Public Organization) (ONESQA) in the third round of external evaluation (2011-2015). The researcher used secondary data collected from the third round (2011-2015) of external quality assessment information system of the Office for National Education Standards and Quality Assessment (Public Organization). The data was analyzed using multiple regression analysis.

The research results showed that most vocational colleges (93.80 percent) offered both the vocational certificate and vocational diploma programs. Most of them (82.37 percent) had less than 80 instructors; while only 0.39 percent of them had 240 instructors or more. The majority of students (55.92 percent) studied in small vocational colleges having less than 1,000 students, to be followed by 26.45 percent of students studying in medium sized vocational colleges having between 1,001 - 2,000 students, and 18.63 percent of students studying in large vocational colleges having 2,001 students or more. Most vocational colleges (39.87 percent) were located in the Central Region, to be followed by 26.05 percent of them located in the Northeastern Region, 19.08 percent of them located in the Northern Region, and 15.00 percent of them located in the Southern Region, respectively.

The overall operational quality of vocational colleges, as classified by quality indicators of ONESQA was at the fair level. When specific aspects of the operation were considered, it was found that the quality based on the promotion standard indicator was at the high level; the quality based on the identity indicator was at the fair level; and the quality based on basic indicator was at the low level, respectively. Meanwhile, the overall operational quality of vocational colleges, as classified by ministerial regulations standards, was at the high level.

The management factors based on ministerial regulations standards could be combined to explain the overall operational quality of vocational colleges by 74.00 percent (Adjusted $R^2 = .740$). The student-centered learning management factor and the internal quality assurance factor positively affected their operational quality. It was also found that the internal quality assurance factor was the most influential factor on the overall operational quality of vocational colleges.

Keywords: Quality of Performance, Vocational Colleges

บทนำ

ปัจจุบันการศึกษาของประเทศไทยมีการพัฒนาไปสู่สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ ประกอบกับรัฐได้ประกาศนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยก้าวออกจากกับดักรายได้ปานกลาง และก้าวเข้าสู่ประเทศรายได้สูงโดยใช้นวัตกรรมทางเศรษฐกิจสังคมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพสูงในการขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ซึ่งบุคลากรสำคัญที่จะเป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ก็คือ กลุ่มอาชีวศึกษาซึ่งเป็นกำลังที่ต้องการของตลาดแรงงานทั้งในและต่างประเทศ (Phetkong, 2017)

วิทยาลัยอาชีวศึกษามีหน้าที่หลักในการผลิตปัญญาชน คนอาชีวศึกษาสู่ตลาดแรงงานซึ่งในปัจจุบันถือว่ามีความต้องการสูง และเพิ่มอัตรากำลังคนอาชีวศึกษาให้ได้รับการศึกษาขั้นสูง โดยเปิดทำการสอนในระดับปริญญาตรี (สายปฏิบัติการ) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) โดยวิทยาลัยอาชีวศึกษาแต่ละสถาบันจะต้องสร้างความมั่นใจให้แก่สังคมว่า จะสามารถผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ที่ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลจากการรวมตัวของประเทศในภูมิภาคอาเซียนด้วย ดังนั้นวิทยาลัยอาชีวศึกษาจึงต้องมีระบบและกลไกในการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 ได้ระบุให้หน่วยงานต้นสังกัดและสถานศึกษาจัดให้มีระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ประกอบกับพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 และกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กำหนดให้สำนักแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา (พ.ศ. 2559-2563) และยุทธศาสตร์แผนการพัฒนาการศึกษาของอาชีวศึกษา

(พ.ศ. 2560-2564) (The Office of the Vocational Education Commission, 2015)

วิทยาลัยอาชีวศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาเพื่อยกคุณภาพการศึกษาของสถาบันอาชีวศึกษาให้ได้ตามมาตรฐานการศึกษา ทำให้ผู้เรียนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษามีความพึงพอใจในคุณภาพของผู้เรียนและคุณภาพของการบริหารและการจัดการศึกษา ซึ่งปัจจุบันมีปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในหลายประการที่ทำให้การประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องเร่งดำเนินการ อาทิ การตื่นตัวในเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษา ในประเทศต่างๆ การสื่อสารที่ไร้พรมแดน การเปิดเสรีด้านการค้า และการบริการ ความคาดหวังของสังคม สิทธิ และเสรีภาพของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตลอดจนข้อจำกัดในด้านงบประมาณของประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ได้กระตุ้นให้ผู้ที่อยู่ในวงการศึกษาดูตระหนักถึงเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งสะท้อนออกมาในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (The Office for National Education Standards and Quality Assessment, 2019)

ดังนั้นการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานจึงเป็นภารกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาประเทศทั้งระยะสั้น และระยะยาว ประเทศไทยได้มีการกำกับมาตรฐาน และพัฒนาคุณภาพของผลผลิตทางการศึกษามาโดยตลอด แต่การดำเนินงานยังไม่เป็นระบบครบวงจรและต่อเนื่องทั้งในด้านการควบคุมคุณภาพ ด้านการตรวจสอบ ประเมินคุณภาพ และมาตรฐานการศึกษา จึงยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นหรือรับประกันได้อย่างเต็มที่แก่สาธารณชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องว่าการดำเนินการดังกล่าวให้ผลผลิตทางการศึกษาที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานในการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพนั้นจำเป็นต้องใช้หลักการบริหารจัดการ เช่นเดียวกับการบริหารหรือดำเนินกิจการต่างๆ ที่ต้องมีการดำเนินงานให้เป็นระบบครบวงจรโดยมีขั้นตอนที่สำคัญประการหนึ่งคือการประเมินผล เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับ อันจะสะท้อน

ให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาว่าบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงใด รวมทั้งมีจุดอ่อนหรือปัญหาในเรื่องใดบ้างที่ต้องปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การวางแผนและการดำเนินงานระยะต่อไปบรรลุเป้าหมายอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาจึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการประเมินผล โดยเฉพาะการประเมินคุณภาพภายนอก จากหน่วยงานที่เป็นกลาง เพราะจะทำให้เกิดกลไกในการตรวจสอบอย่างจริงจัง โดยการประเมินตามมาตรฐานกฎกระทรวง ประกอบด้วย ผลการจัดการศึกษา การบริหารการศึกษา การจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการประกันคุณภาพภายใน รวมทั้งกระตุ้นให้หน่วยงานที่จัดการศึกษาตั้งแต่ระดับชาติถึงหน่วยงานที่เล็กที่สุดคือ สถานศึกษา และภายในห้องเรียนต้องมีการประเมินตนเองเพื่อพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา โดยการประเมินตามกลุ่มประเภทตัวบ่งชี้ สมศ. ประกอบด้วย ตัวบ่งชี้พื้นฐาน ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ และตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริม (The Office for National Education Standards and Quality Assessment, 2019)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการจัดการให้สามารถพัฒนาการดำเนินงานของวิทยาลัยอาชีวศึกษาให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทิศทางในการประเมินคุณภาพภายนอก รอบ 3 สมศ. (The Office for National Education Standards and Quality Assessment, 2019) ได้กำหนดทิศทางในการประเมินคุณภาพภายนอก รอบสาม (พ.ศ. 2554-2558) ด้านการพัฒนาตัวบ่งชี้ ไว้ 3 กลุ่มคือ กลุ่มตัวบ่งชี้พื้นฐาน กลุ่มตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ และกลุ่มตัวบ่งชี้มาตรการส่งเสริม ซึ่งสอดคล้องกับกฎกระทรวงดังนี้

1. ตัวบ่งชี้พื้นฐาน หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่ประเมินภายใต้ภารกิจของสถานศึกษา โดยกำหนดตัวบ่งชี้และเกณฑ์การประเมินบนพื้นฐานที่ทุกสถานศึกษาต้องมีและปฏิบัติได้ ซึ่งสามารถชี้ผลลัพธ์และผลกระทบได้ดี และมีความเชื่อมโยงกับการประกันคุณภาพภายใน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่พัฒนามาจากการประเมินคุณภาพภายนอก รอบแรก และรอบสอง ตัวบ่งชี้พื้นฐานประกอบด้วย ตัวบ่งชี้ที่ 1-13

2. ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่ประเมินผลผลิตตามปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถานศึกษา รวมถึงความสำเร็จตามจุดเด่น จุดเน้น ที่ส่งผลกระทบเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานศึกษา โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสถานศึกษา และต้นสังกัด คือ ตัวบ่งชี้ที่ 14

3. ตัวบ่งชี้มาตรการส่งเสริม หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่ประเมินผลการดำเนินงานของสถานศึกษาอาชีวศึกษา โดยสถานศึกษาเป็นผู้กำหนดแนวทางพัฒนาเพื่อร่วมกันชี้แนะ ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสังคมตามนโยบายของรัฐ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนตามกาลเวลาและสภาพปัญหาสังคมที่เปลี่ยนไป โดยมีเป้าหมายที่แสดงถึงความเป็นผู้นำสังคมและแก้ปัญหาสังคมของสถานศึกษาในการพัฒนาผู้เรียนด้านความเป็นประชาธิปไตย ความมีวินัย ความรักชาติ การบำรู้งศาสนา เทิดทูนพระมหากษัตริย์ ค่านิยม

ความเป็นไทย การอนุรักษ์ สืบสานศิลปและวัฒนธรรม สุขภาพร่างกายและจิตใจ ความคิดสร้างสรรค์ การส่งเสริมในกรอบอาเซียน รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพครู การพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การสร้างการมีส่วนร่วมและการขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่ ประชาชนทุกเพศทุกวัย ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสให้ได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียม ฯลฯ ตัวบ่งชี้มาตรการส่งเสริม ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่ 15-18

แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ. 2559 (The Office for National Education Standards and Quality Assessment, 2019) กำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะ คุณภาพ และมาตรฐานในการจัดการอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการส่งเสริม การกำกับดูแล การตรวจสอบ การประเมินผล และการประกันคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษา เพื่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาที่เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประกอบด้วยมาตรฐาน 4 ด้าน

มาตรฐานที่ 1 ด้านผลการจัดการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษาเป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม ตามอัตลักษณ์ของสถานศึกษา มีความรู้ความสามารถตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพของหลักสูตรในแต่ละระดับ และแต่ละสาขาวิชา สาขางาน เป็นที่พึงพอใจของตลาดแรงงาน และมีสัดส่วนผู้สำเร็จการศึกษาเทียบกับผู้เรียนแรกเข้าตามเกณฑ์ที่กำหนด

มาตรฐานที่ 2 ด้านการบริหารจัดการศึกษา

สถานศึกษามีการบริหารจัดการศึกษา ตามแนวทางสถานศึกษาคุณธรรม และนโยบายของหน่วยงานต้นสังกัด มีการบริหารจัดการทรัพยากรของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการประสานความร่วมมือ

กับบุคคล ชุมชน สมาคม ชมรม สถานประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และพัฒนามาตรฐานการศึกษาทุกระดับ

มาตรฐานที่ 3 ด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

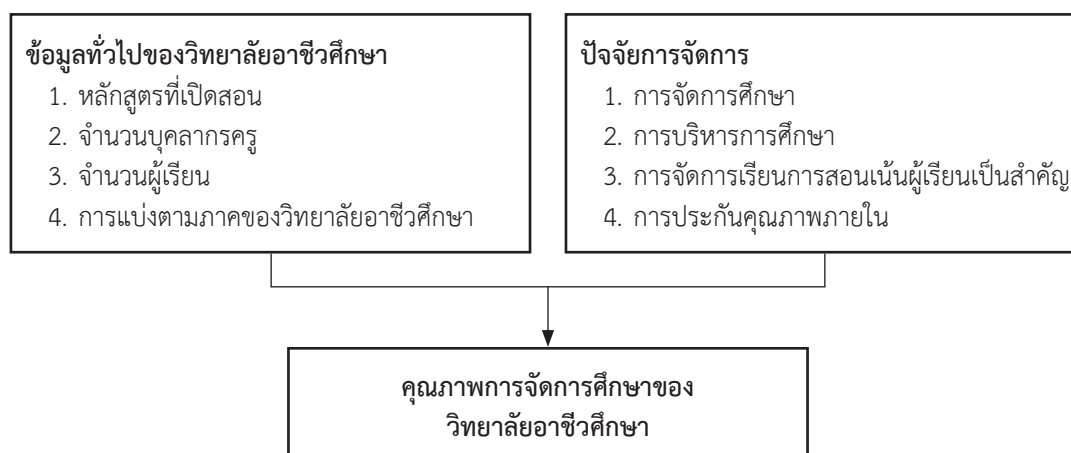
สถานศึกษาจัดการเรียนการสอนตามมาตรฐาน คุณวุฒิอาชีวศึกษาแต่ละระดับ ตามหลักสูตรและระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการจัดการศึกษา และการประเมินผลการเรียนของแต่ละหลักสูตร ส่งเสริม สนับสนุน กำกับดูแล ให้ครูจัดการเรียนการสอนรายวิชาให้ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ มีการพัฒนารายวิชา หรือกำหนดรายวิชาใหม่ หรือกลุ่มวิชาเพิ่มเติมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดแรงงาน

มาตรฐานที่ 4 ด้านการประกันคุณภาพภายใน

สถานศึกษาจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในและดำเนินการเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และพัฒนามาตรฐานการศึกษาประกอบด้วย การประเมินคุณภาพภายใน การติดตามตรวจสอบคุณภาพ การศึกษาและการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้กระทำโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการจัดการ (การประเมินตามกลุ่มประเภทตัวบ่งชี้ สมศ.) และคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา (การประเมินตามมาตรฐานกฎกระทรวง) ของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) รอบ 3 (ปี พ.ศ. 2554-2558) ตลอดจนผลงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ และข้อมูลเบื้องต้นมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาเป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการวิจัย โดยสรุปดังภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษาที่ได้รับการประเมินคุณภาพภายนอกของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) รอบ 3 (ปี พ.ศ. 2554-2558) จำนวน 917 วิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษาที่ได้รับการประเมินคุณภาพภายนอกของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) รอบ 3 (ปี พ.ศ. 2554-2558) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากระบบสารสนเทศเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอกของ สมศ. รอบ 3 (ปี พ.ศ. 2554-2558) โดยรวบรวมเฉพาะวิทยาลัยที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 760 วิทยาลัย

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากระบบสารสนเทศเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอกของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) โดยแบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ปัจจัยการจัดการ (แยกตามการประเมินตามกลุ่มประเภทตัวบ่งชี้ สมศ. และตามมาตรฐานกฎกระทรวง) แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ การจัด

การศึกษาการบริหารการศึกษา การจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการประกันคุณภาพภายใน

ส่วนที่ 2 คุณภาพการจัดการศึกษาของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ได้แก่ ตัวบ่งชี้มาตรฐาน ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ และตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระเบียบวิธีทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิทยาลัยอาชีวศึกษา ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอน จำนวนบุคลากรครู จำนวนผู้เรียน และการแบ่งตามภาคของวิทยาลัยอาชีวศึกษา โดยการหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

2. วิเคราะห์คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยอาชีวศึกษาแยกตามกลุ่มประเภทตัวบ่งชี้ สมศ. และตามมาตรฐานกฎกระทรวง โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพ

3. วิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยอาชีวศึกษา โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวิทยาลัยอาชีวศึกษาของกลุ่มตัวอย่างวิทยาลัยอาชีวศึกษาที่ได้รับการประเมินคุณภาพภายนอกของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) รอบ 3

(ปี พ.ศ. 2554-2558) จำนวน 760 วิทยาลัยและปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาที่ได้ผลสรุปดังตาราง (1-5)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิทยาลัยอาชีวศึกษา

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของข้อมูลทั่วไปของวิทยาลัยอาชีวศึกษา

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (n=760)	ร้อยละ
1. หลักสูตรที่เปิดสอน	หลักสูตร ปวช.	6	0.80
	หลักสูตร ปวส.	41	5.40
	เปิดสอนทั้งหลักสูตร ปวช. และ ปวส.	713	93.80
	รวม	760	100.00
2. จำนวนบุคลากรครู	น้อยกว่า 80	626	82.37
	80-159 คน	108	14.21
	60-239 คน	23	3.03
	240 คนขึ้นไป	3	0.39
	รวม	760	100.00
3. จำนวนผู้เรียน	น้อยกว่า 1,000 คน	425	55.92
	1,001-2,004 คน	201	26.45
	2,401 คนขึ้นไป	134	17.63
	รวม	760	100.00
4. จำนวนวิทยาลัยอาชีวศึกษาแบ่งตามภาค	ภาคเหนือ 1	145	19.08
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2	198	26.05
	ภาคกลาง 3	303	39.87
	ภาคใต้ 4	114	15.00
	รวม	760	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า สถาบันอาชีวศึกษาส่วนใหญ่เปิดสอนทั้งหลักสูตร ปวช. และ ปวส. ร้อยละ 93.80 มีบุคลากรครูที่สอนในสถาบันอาชีวศึกษาจำนวนน้อยกว่า 80 คน ร้อยละ 82.37 รองลงมาจำนวน 80-159 คน ร้อยละ 14.21 จำนวน 160-239 คน ร้อยละ 3.03 และจำนวน 240 คนขึ้นไป ร้อยละ 0.39 คน มีจำนวนผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นสถาบันอาชีวศึกษาขนาดเล็ก มีจำนวนผู้เรียนน้อยกว่า 1,000 คน ร้อยละ 55.92 รองลงมาสถาบันอาชีวศึกษาขนาด

กลาง มีจำนวนผู้เรียน 1,001-2,004 คน ร้อยละ 26.45 และสถาบันอาชีวศึกษาขนาดใหญ่ มีจำนวนผู้เรียน 2,001 คนขึ้นไป ร้อยละ 18.00 ส่วนจำนวนวิทยาลัยอาชีวศึกษาแบ่งตามภาค ส่วนใหญ่ภาคกลาง มีจำนวน 303 สถาบัน ร้อยละ 39.87 รองลงมาภาคตะวันออก เฉียงเหนือ มีจำนวน 198 สถาบัน ร้อยละ 26.05 ภาคเหนือ มีจำนวน 145 สถาบัน ร้อยละ 19.08 และภาคใต้ มีจำนวน 114 สถาบัน ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา

ตารางที่ 2 พิจารณาแยกตามคุณภาพตัวบ่งชี้ สมศ.

กลุ่มประเภทตัวบ่งชี้ สมศ.	ตัวบ่งชี้ที่	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
คุณภาพตัวบ่งชี้พื้นฐาน	1-13	2.04	.634	น้อย
คุณภาพตัวบ่งชี้อัตลักษณ์	14	3.47	.764	พอใช้
คุณภาพตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริม	15-18	3.76	.549	มาก
ภาพรวม	18	3.09	.588	พอใช้

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามคุณภาพตัวบ่งชี้ สมศ. ภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ใน

ขณะที่คุณภาพตัวบ่งชี้มาตรฐานส่งเสริมอยู่ในระดับมาก คุณภาพตัวบ่งชี้อัตลักษณ์อยู่ในระดับพอใช้ และคุณภาพตัวบ่งชี้พื้นฐาน อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 3 พิจารณาแยกตามมาตรฐานกฎกระทรวง

มาตรฐานกฎกระทรวง	ตัวบ่งชี้ที่	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
การจัดการศึกษา	1-6 และ 14-16	3.77	.655	มาก
การบริหารจัดการศึกษา	8-11 และ 17-18	4.22	.747	มาก
การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	7	4.17	1.101	มาก
การประเมินคุณภาพภายใน	12-13	4.11	.946	มาก
ภาพรวม	18	4.07	.814	มาก

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามมาตรฐานกฎกระทรวง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งการจัดการศึกษา การบริหารจัดการศึกษา การจัดการ

มาตรฐาน กฎ กระทรวงด้านการจัดการศึกษา การบริหารจัดการศึกษา การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการประเมินคุณภาพภายใน

มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา

การวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา ได้ผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการตามมาตรฐานกฎกระทรวงที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาในภาพรวม

ปัจจัยด้านการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาในภาพรวม	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	SE	Beta		
(ค่าคงที่)	1.452	.073		19.914	.000
1. การบริหารการศึกษา	-.046	.038	-.052	-1.187	.236
2. การจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	.197	.027	.332	7.231**	.000
3. การประกันคุณภาพภายใน	.411	.044	.593	9.428**	.000
	R	R ²	Adjusted R ²	SE(est.)	F
	.861	.741	.740	.334	721.756**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยการจัดการมีความสัมพันธ์กับการคุณภาพดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถร่วมกันอธิบายการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา ได้ร้อยละ 74.0 (Adjusted R² = .740) โดยด้านการจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และด้านการประกันคุณภาพภายในส่งผลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา โดยรวมพบว่า การการประกันคุณภาพภายในมีอิทธิพลมากที่สุด

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา” ผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามคุณภาพตัวบ่งชี้ สมศ. ภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ (มีค่าเฉลี่ย 3.09) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.76) คุณภาพตัวบ่งชี้อัตลักษณ์อยู่ในระดับพอใช้ (มีค่าเฉลี่ย 3.47) และคุณภาพตัวบ่งชี้พื้นฐานอยู่ในระดับน้อย (มีค่าเฉลี่ย 2.04) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amuayrat (2012)

วิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการบริหารคุณภาพของวิทยาลัยการอาชีพ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาที่กล่าวถึงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาและรองรับการประกันคุณภาพจากภายนอก การดำเนินการประกันคุณภาพภายในวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ซึ่งผลของการวิจัยสามารถนำมาปรับใช้กับวงจรการบริหาร ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพของวิทยาลัยการอาชีพสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการวางแผนดำเนินการ 2) ปัจจัยด้านการจัดสร้างระบบคุณภาพ 3) ปัจจัยด้านการดำเนินงานบริหารคุณภาพ 4) ปัจจัยด้านการควบคุมกระบวนการบริหารคุณภาพ 5) ปัจจัยด้านการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผล 6) ปัจจัยด้านการทบทวนผลลัพธ์ และความสำเร็จ 7) ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ลำดับขั้นตอนการเข้าสมการของตัวแปรพยากรณ์พบว่า ด้านการวางแผนดำเนินการสามารถ อธิบายความแปรปรวนของการบริหารคุณภาพของวิทยาลัยการอาชีพสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้ร้อยละ 45.30

2. คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามมาตรฐานกฎกระทรวง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.07) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การบริหารจัดการศึกษา (มีค่าเฉลี่ย 4.22) การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (มีค่าเฉลี่ย 4.17) และการประเมินคุณภาพภายใน (มีค่าเฉลี่ย 4.11) และการจัดการศึกษา (มีค่าเฉลี่ย 3.77) ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 (The Office for National Education Standards and Quality Assessment (2013) กำหนดไว้ว่า ระบบประกันคุณภาพภายใน เป็นการบริหารงานของสถานศึกษาให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในมาตรฐานสถานศึกษา ใช้กระบวนการดำเนินงานแบบ

PDCA ให้สถานศึกษาประเมินตนเอง และให้หน่วยงานต้นสังกัดเป็นผู้ตรวจสอบ ติดตามประเมินการดำเนินงานอีกครั้ง

3. จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vongsakdaet (2011) ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำเพื่อให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาดำเนินการในการจัดการศึกษาในยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งปัจจัยการจัดการของวิทยาลัยอาชีวศึกษาทุกแห่งได้ให้ความสำคัญในการบริหารงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กระทรวงศึกษาได้ระบุไว้ในยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาในระยะ 15 ปี (พ.ศ. 2555-2559) โดยผลของปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการมีความสัมพันธ์กับการคุณภาพดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถร่วมกันอธิบายการจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาได้ร้อยละ 74.0 (Adjusted $R^2 = .740$) โดยด้านการจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และด้านการประกันคุณภาพภายในส่งผลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษา โดยรวมพบว่า การการประกันคุณภาพภายในมีอิทธิพลมากที่สุด

สรุปผล

1. คุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาเมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า คุณภาพ ตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริมมีการพัฒนาที่ดีทั้งคุณภาพผู้เรียน การพัฒนาคุณภาพครู การพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การสร้างการมีส่วนร่วม และการขยายโอกาสทางการศึกษา (ตามตัวบ่งชี้ที่ 15-18) คุณภาพตัวบ่งชี้อัตลักษณ์พบว่า มีการพัฒนา

ตามปรัชญา ปณิธาน พันธกิจ และจุดเน้นและจุดเด่นของสถานศึกษาและมีการพัฒนาจุดเน้นหรือจุดเด่นที่ส่งผลสะท้อนเป็นเอกลักษณ์ของสถานศึกษาที่ดี (ตามตัวบ่งชี้ที่ 14) ส่วนคุณภาพตัวบ่งชี้พื้นฐาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่น้อยกว่าตัวบ่งชี้ด้านอื่นๆ จึงควรให้ผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระในสาขาที่เกี่ยวข้องภายใน 1 ปี ผู้เรียนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการทำงาน มีผลงานที่เป็นโครงการทางวิชาชีพ หรือสิ่งประดิษฐ์ของผู้เรียนที่นำไปใช้ประโยชน์ มีผลงานที่เป็นนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ หรืองานวิจัยของครูที่ได้นำไปใช้ประโยชน์ได้ ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารสถานศึกษารวมถึงมีการใช้ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศในการบริหารจัดการ การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา การบริหารความเสี่ยง ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง การพัฒนาสถานศึกษาจากผลการประเมินคุณภาพภายในให้ดียิ่งขึ้น (ตามตัวบ่งชี้ที่ 1-13)

2. ปัจจัยด้านการจัดการของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามมาตรฐานกฎกระทรวง เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้ ความสามารถตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพของหลักสูตรในแต่ละระดับ และแต่ละสาขาวิชา สาขางานเป็นที่พึงพอใจของตลาดแรงงาน และมีสัดส่วนผู้สำเร็จการศึกษา เทียบกับผู้เรียนแรกเข้าตามเกณฑ์ที่กำหนด (ตามตัวบ่งชี้ที่ 8-11 และ 17-18) ด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญพบว่าอาชีวศึกษามีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอนรายวิชาและมีคุณภาพในการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร (ตามตัวบ่งชี้ที่ 7) ส่วนด้านการบริหารจัดการศึกษาพบว่า มีการบริหารจัดการศึกษาตามแนวทางสถานศึกษาคุณธรรม และนโยบายของหน่วยงานต้นสังกัด มีการบริหารจัดการทรัพยากรของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับบุคคล ชุมชน สมาคม ชมรม สถานประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาคุณภาพการ

ศึกษาและพัฒนามาตรฐานการศึกษาทุกระดับ(ตามตัวบ่งชี้ที่ 8-11 และ 17-18) ซึ่งโดยภาพรวมของการจัดการของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแยกตามมาตรฐานกฎกระทรวง ผลการวิจัยอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประกันคุณภาพภายในอาชีวศึกษาผลของการวิจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่น้อยกว่ามาตรฐานกฎกระทรวงด้านอื่นๆ จึงควรมีการปรับปรุงดำเนินการที่มีการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและพัฒนามาตรฐานการศึกษาประกอบด้วย การประเมินคุณภาพภายใน การติดตามตรวจสอบคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานกฎกระทรวง (ตามตัวบ่งชี้ที่ 12-13) ในประเมินอาชีวศึกษารอบต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการศึกษา การบริหารจัดการศึกษา การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการประเมินคุณภาพภายในมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก (การประเมินตามมาตรฐานกฎกระทรวง) ดังนั้นวิทยาลัยอาชีวศึกษาจึงควรพัฒนาการจัดการ (การประเมินตามกลุ่มประเภทตัวบ่งชี้ สมศ.) ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ได้แก่ 1) ตัวบ่งชี้พื้นฐาน โดยมุ่งเน้นให้ผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำหรือประกอบอาชีพในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องภายใน 1 ปี มีผลการเรียนด้านพื้นฐานวิชาชีพที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ผลงานวิชาการผู้เรียนได้นำไปใช้ประโยชน์ วิทยาลัยอาชีวศึกษามีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะของผู้เรียน และฝึกทักษะจากประสบการณ์จริง 2) ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ โดยมุ่งเน้นปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดเน้น จุดเด่นของวิทยาลัยอาชีวศึกษา และ 3) ตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การพัฒนาคุณภาพครู การพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมและ

การขยายโอกาสทางการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีผลกระทบที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษามากที่สุด ดังนั้นคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยอาชีวศึกษาจึงควรคำนึงถึงปัจจัยการจัดการ ด้านตัวบ่งชี้พื้นฐาน ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ และตัวบ่งชี้มาตรฐานการส่งเสริมให้มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพ

2.2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาแต่ละสถาบันสามารถนำงานวิจัยที่ได้ค้นพบนี้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ และสามารถนำไปวางแผนการดำเนินงานของวิทยาลัยการอาชีวศึกษาให้มีการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาเพื่อยกคุณภาพการศึกษาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาให้ได้ตามมาตรฐานการศึกษา ทำให้ผู้เรียนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษามีความพึงพอใจในคุณภาพของผู้เรียน คุณภาพของการบริหารและการจัดการศึกษา

References

- Amuayrat, S. (2012). Model Development for Quality Management in Industrial and Community Education College be under Vocational Education Commission. *Journal of Education Naresuan University*, 14(3), 20-24. [in Thai]
- Phetkong, P. (2017). *Preparation of Educational Institutions for Entering into the ASEAN Community*. Retrieved November 12, 2019, from <http://www.rtc.ac.th/www.km/03/0314/0314241153.pdf> [in Thai]
- The Office for National Education Standards and Quality Assessment. (2019). *External Quality Assessment*. Retrieved December 8, 2019, from <http://www.onesqa.or.th/th/profile/874/> [in Thai]
- The Office for National Education Standards and Quality Assessment. (2013). *The Manual of Assessor for Vocational Education three External Assessment*. Bangkok: The Office for National Education Standards and Quality Assessment. [in Thai]
- The Office of the Vocational Education Commission. (2015). *Vocational Management According to the Vocational Education Act*. Retrieved November 25, 2019, from http://www.ntc.ac.th/files/12110514142032380/files/rule_2551.pdf [in Thai]
- Vongsakdaet, S. (2011). The Development of a Model to Promote the Success of Educational Administrators of Colleges under the Supervision of the Office of the Vocational Education Commission. *Journal of King Mongkut's University of Technology North Bangkok*, 21(3), 676-678. [in Thai]



Name and Surname: Nutpatsorn Tanaborworpanid

Highest Education: Doctor of Philosophy (Management),
North Bangkok University

Affiliation North Bangkok University

Field of Expertise: Accounting and Management



Name and Surname: Pisamai Jarujittipant

Highest Education: Doctor of Education (Development Education),
Srinakharinwirot University

Affiliation: North Bangkok University

Field of Expertise: Interdisciplinary (Economics, Education, and
Management)

ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษา
ระดับปริญญาตรี: การประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด

THE PROPRIETY AND POSSIBILITY OF AN EVALUATION MODEL
FOR UNDERGRADUATE VOCATIONAL PROGRAMS: AN APPLICATION
OF MULTIPLE EVALUATION APPROACHES

อังศุรา วงษ์รักษา¹ ศิริชัย กาญจนวาสี² และสิริรักษ์ รัชชานันตี³

Angwara Wongrugsu¹ Sirichai Kanjanawasee², and Sirilak Ratchusanti³

^{1,2}คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ³สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

^{1,2}Faculty of Education, Chulalongkorn University

³Office of the Vocational Education Commission

Received: February 2, 2020 / Revised: April 24, 2020 / Accepted: May 28, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด รูปแบบการประเมินได้พัฒนาขึ้นเพื่อสนองตอบปัญหาและความต้องการสารสนเทศจากการประเมินหลักสูตร โดยใช้แนวคิดการประเมิน 1) Utilization-focused evaluation 2) CIPIEST model และ 3) Discrepancy evaluation ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จำนวน 9 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านหลักสูตรและการสอน ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา ด้านหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี รวมทั้งสิ้น 9 คน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบบันทึกข้อมูลการวิพากษ์ แบบประเมินมาตรฐานค่า 3 ระดับ และแบบประเมินมาตรฐานค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ประเด็นการประเมินทั้ง 60 รายการ มีความสอดคล้องกับตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบ การประเมินตามเกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนี IOC ทุกรายการ 2) ด้านความเหมาะสมของรูปแบบการประเมิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า และ องค์ประกอบด้านผลกระทบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 ส่วนความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการประเมินไปใช้ก็มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดเช่นกัน โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การเขียนรายงานการประเมิน หลักสูตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78

คำสำคัญ: การประเมินหลักสูตร การประเมินพหุแนวคิด หลักสูตรการอาชีวศึกษา

Abstract

This study aims to examine the appropriateness and feasibility of an evaluation model for undergraduate vocational programs: an application of multiple evaluation approaches. The evaluation model has been developed to respond to the problems and information needs of the program evaluation with the use of the following evaluation approaches: (1) utilization-focused evaluation; (2) CIPIEST model; and (3) discrepancy evaluation. The key research informants comprised two groups: the first group consisting of 9 instructors responsible for the program and the second group consisting of 9 experts on curriculum and instruction, educational measurement and evaluation, and vocational education programs at the bachelor degree level. The research tools consisted of a critiques recording form, a 3-level rating scale assessment form, and a 5-level rating scale assessment form. The statistics used for data analysis were the item-objective congruence index (IOC), mean, and standard deviation.

The study results showed that (1) all 60 assessment items were consistent with the indicators and the assessment components based on all IOC index consideration criteria; (2) the rating means of appropriateness of the assessment model were at the high to highest levels, with the most appropriate items being those for the input component and the impact component with the rating means of 4.89; while the rating means for feasibility of implementation of the assessment model were also at the high to highest levels, with the most feasible item being that on writing program evaluation report with the rating mean of 4.78.

Keywords: Program Evaluation, Multiple Evaluation, Vocational Programs

บทนำ

จากการวิเคราะห์บริบทของหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการทั้ง 8 ประเภทวิชา ประกอบด้วยประเภทวิชาอุตสาหกรรม บริหารธุรกิจ ศิลปกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คหกรรม เกษตรกรรม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และประมง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด โดยการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 5 ประเด็น ได้แก่ 1) สภาพการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีในปัจจุบัน 2) ปัญหา

การประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี 3) สารสนเทศที่ต้องการจากการประเมินหลักสูตร 4) แนวทางการนำผลการประเมินหลักสูตรไปใช้ประโยชน์ และ 5) แนวทางที่จะทำให้การประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาเป็นรูปธรรม มีรายละเอียดดังนี้

1. สภาพการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีในปัจจุบันพบว่า มีการดำเนินการใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของทีมนักเรียน/อาจารย์ในสาขาวิชา และสอบถามจากนักศึกษา การประเมินการสอนจากนักศึกษาทุกปลายภาคการศึกษา และสังเกตการสอนโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 2) การประเมินหลักสูตรในภาพรวม เป็นการ

รวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่า โดยการใช้แบบสอบถามหรือการประชุมตัวแทนศิษย์เก่า และการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพบัณฑิตจากผู้บัณฑิต 3) การประเมินผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้การประกันคุณภาพหลักสูตร และ 4) การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตร ทั้งนี้เมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการประเมินหลักสูตรพบว่า ได้ดำเนินการใน 3 ช่วงเวลา คือ การประเมินหลักสูตรก่อนอนุมัติให้เปิด โดยมีคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นผู้ประเมิน การประเมินหลักสูตรระหว่างการนำหลักสูตรไปใช้ มีคณะกรรมการทำหน้าที่กำกับติดตาม และการประเมินเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการเป็นหน้าที่ของแต่ละสถาบันซึ่งมีความแตกต่างกัน

2. ปัญหาการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีพบว่า อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการประเมินหลักสูตร การออกแบบการประเมิน การสร้างเครื่องมือการประเมินหลักสูตร และเครื่องมือที่นำมาใช้ในการประเมินหลักสูตรไม่สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานของสถานศึกษา ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลไม่ครบถ้วน สารสนเทศจากการประเมินจึงไม่ถูกนำไปสู่การพัฒนาอย่างแท้จริง

3. สารสนเทศที่ต้องการจากการประเมินหลักสูตรประกอบด้วยความเหมาะสมของวัตถุประสงค์หลักสูตร รายวิชากับสถานการณ์ปัจจุบัน กระบวนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานของหลักสูตร เช่น สมรรถนะของผู้สำเร็จการศึกษาตามจุดมุ่งหมายหลักสูตร ความก้าวหน้าในการทำงานของผู้สำเร็จการศึกษา จุดด้อยหรือปัญหาที่เกิดขึ้นของหลักสูตร และคุณลักษณะบัณฑิตตามความต้องการของสถานประกอบการหรือสมาคมวิชาชีพ รวมทั้งข้อเสนอแนะจากสถานประกอบการที่จะนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรต่อไป

4. แนวทางการนำผลการประเมินหลักสูตรไปใช้พบว่า มีแนวทางในการนำผลการประเมินไปใช้ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) เพื่อใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการบริหารหลักสูตร 2) เพื่อใช้ในการพัฒนาหลักสูตร

ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน 3) เพื่อใช้ในการตัดสินใจประสิทธิภาพและประสิทธิผลของหลักสูตร และ 4) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ พัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

5. แนวทางที่จะทำให้การประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ควรประเมินตามสภาพจริง เน้นความโปร่งใส รายงานผลตามความเป็นจริง ด้านตัวบ่งชี้และเกณฑ์การประเมินควรสอดคล้องกับการดำเนินงานของหลักสูตรไม่มากเกินไป และเกณฑ์ไม่สูงเกินไป และควรให้สถานประกอบการเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินด้วย

ในการพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด (Multiple evaluation) เป็นการใช้แนวคิดการประเมินที่แตกต่างกันอย่างน้อยสองแนวคิดขึ้นไปนำมาบูรณาการร่วมกันในการประเมินโครงการหนึ่งๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการออกแบบกรอบแนวทางการประเมินโครงการที่เหมาะสมกับบริบทของโครงการและสามารถสร้าง ข้อค้นพบที่ครอบคลุม ได้สารสนเทศเชิงลึกที่จำเป็นในการตัดสินใจคุณค่าและการตัดสินใจต่อไป (Bledsoe & Graham, 2005) โดยจากผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแนวคิดการประเมินหลักสูตรแต่ละแนวคิดกับบริบทของหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีทั้ง 5 ประเด็น จึงทำให้ผู้วิจัยเลือกแนวคิดการประเมินหลักสูตรเพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งสิ้น 3 แนวคิด ได้แก่ 1) แนวคิด Utilization-focused evaluation (Patton, 2013) 2) แนวคิด CIPIEST model (Stufflebeam, 2007) และ 3) แนวคิด Discrepancy evaluation (Provus, 1971) ซึ่งทั้ง 3 แนวคิดนี้มีหลักการและจุดเด่นที่ต่างกัน สามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการใช้สารสนเทศจากการประเมินที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. แนวคิด Utilization-focused evaluation (Patton, 2013) เป็นแนวคิดการประเมินที่มุ่งเน้นการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ ส่งเสริมการมี

ส่วนร่วม และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ใช้ผลการประเมินและผู้ประเมินหลักสูตร จึงเป็นแนวทางการประเมินที่ผู้วิจัยเลือกใช้เพื่อช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการประเมินหลักสูตร และวางแผนการนำผลการประเมินหลักสูตรไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่บุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการประเมินหลักสูตร และขาดการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิด CIPIEST model (Stufflebeam, 2007) เป็นแนวทางการประเมินเชิงระบบที่ให้สารสนเทศครอบคลุมในทุกมิติ สอดคล้องกับสารสนเทศที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการมากที่สุด และปัญหาการออกแบบการประเมินที่ยังขาดมาตรฐาน ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้แนวคิดนี้เพื่อออกแบบการประเมินหลักสูตรตามมิติการประเมิน CIPIEST ตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์การประเมิน การเก็บรวบรวมข้อมูลตัวบ่งชี้ เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินหลักสูตร

3. แนวคิด Discrepancy evaluation (Provus, 1971) เป็นการประเมินความไม่สอดคล้องระหว่างส่วนต่างๆ ของหลักสูตร (การออกแบบหลักสูตร การเริ่มใช้หลักสูตร กระบวนการ ผลผลิต และความคุ้มค่าของหลักสูตร) กับมาตรฐานที่กำหนด ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เพื่อค้นหาจุดอ่อน และนำไปสู่การตัดสินใจ เพื่อให้ได้สารสนเทศในการตัดสินใจ ประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลของหลักสูตร และค้นหาจุดที่ควรพัฒนาตามเกณฑ์การประเมินที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการใช้สารสนเทศจากการประเมินหลักสูตรของผู้รับผิดชอบหลักสูตร

จากแนวทางการประเมินหลักสูตรทั้ง 3 แนวคิดดังกล่าว จึงนำมาสู่การพัฒนาารูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด และเพื่อให้รูปแบบการประเมินหลักสูตรมีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของการดำเนินงานอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงได้ตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของ

รูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงองค์ประกอบต่างๆ ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรให้มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ประเมินหลักสูตรได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด

ทบทวนวรรณกรรม

หลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือปฏิบัติการ

คุณวุฒิอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ กำหนดให้ผู้สำเร็จการศึกษามีคุณภาพครอบคลุมอย่างน้อย 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป และด้านสมรรถนะวิชาชีพ สามารถศึกษาค้นคว้า พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในวิชาการสัมพันธ์กับวิชาชีพเพื่อประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานในขอบเขตที่กว้างขวาง วางแผน และบริหารงานการผลิตหรือบริการในงานอาชีพ มีส่วนร่วมพัฒนาและริเริ่มวิธีการปฏิบัติ รับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น และหมู่คณะ มีอิสระในการปฏิบัติงานที่ซับซ้อนหรือจัดการงานผู้อื่น รวมทั้งมีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ เจตคติ และกิจนิสัยที่เหมาะสมในการทำงาน และกำหนดให้ใช้ชื่อคุณวุฒิการศึกษา ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิตใช้อักษรย่อ ทล.บ.

ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ มุ่งให้มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ ปรัชญาการอาชีวศึกษา และมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะ ของสาขาวิชา

นั้นๆ ในการจัดการศึกษา โดยมุ่งเน้นผลิตผู้มีความรอบรู้และมีสมรรถนะในการปฏิบัติ และพัฒนางานระดับเทคโนโลยี สามารถจัดการและควบคุมการทำงาน มีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ เจตคติและกิจนิสัยในการทำงาน สอดคล้องกับความต้องการของสังคม ชุมชน และสถานประกอบการ สามารถประกอบอาชีพอิสระ พัฒนานตนเองให้มีความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพ

การประเมินพหุแนวคิด (Multiple Evaluation Approaches)

การประเมินโดยใช้แนวคิดที่หลากหลายหรือการประเมินพหุแนวคิด (Multiple evaluation approaches) เป็นการใช้แนวคิดการประเมินที่แตกต่างกันอย่างน้อยสองแนวคิดขึ้นไปนำมาบูรณาการร่วมกันในการประเมินโครงการหนึ่งๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการออกแบบกรอบแนวทางการประเมินโครงการที่เหมาะสมกับบริบทของโครงการ และสามารถสร้างข้อค้นพบที่ครอบคลุม ได้สารสนเทศเชิงลึกที่จำเป็นในการตัดสินใจคุณค่าและการตัดสินใจต่อไป (Bledsoe & Graham, 2005)

ในการคัดเลือกแนวคิดการประเมิน ผู้ประเมินควรมีข้อพิจารณา 3 ประการ (Hansen & Vedung, 2005; Patphol, 2015) ได้แก่ จุดมุ่งหมายของการประเมิน (The purpose of evaluation) ลักษณะของสิ่งที่มุ่งประเมิน (Characteristics of evaluation) และปัญหาที่ต้องการแก้ไขด้วยการประเมิน (The problem to be solved)

แนวคิดการประเมินที่นำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบด้วย 3 แนวคิด ได้แก่

1. แนวคิด Utilization- Focused Approach (UFE) (Patton, 2013) จัดเป็นหนึ่งในแนวคิดการประเมินเชิงธรรมชาติ (Naturalistic evaluation approach) เพื่อให้ผู้ใช้สารสนเทศได้รับข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และส่งเสริมการใช้ผลการประเมิน ช่วยสร้างเสริมความรู้ทางการประเมินให้แก่

ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และทำให้ผู้ประเมิน ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้าใจบริบทการบริหารหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อนำสารสนเทศจากการประเมินไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรตามความต้องการของสถานประกอบการ และนโยบายของรัฐต่อไป จึงนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์บริบทของหลักสูตร ความต้องการของสถานประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน รวมทั้งระบุผู้ต้องการใช้สารสนเทศ และวางแผนการนำผลการประเมินไปใช้อย่างเหมาะสม

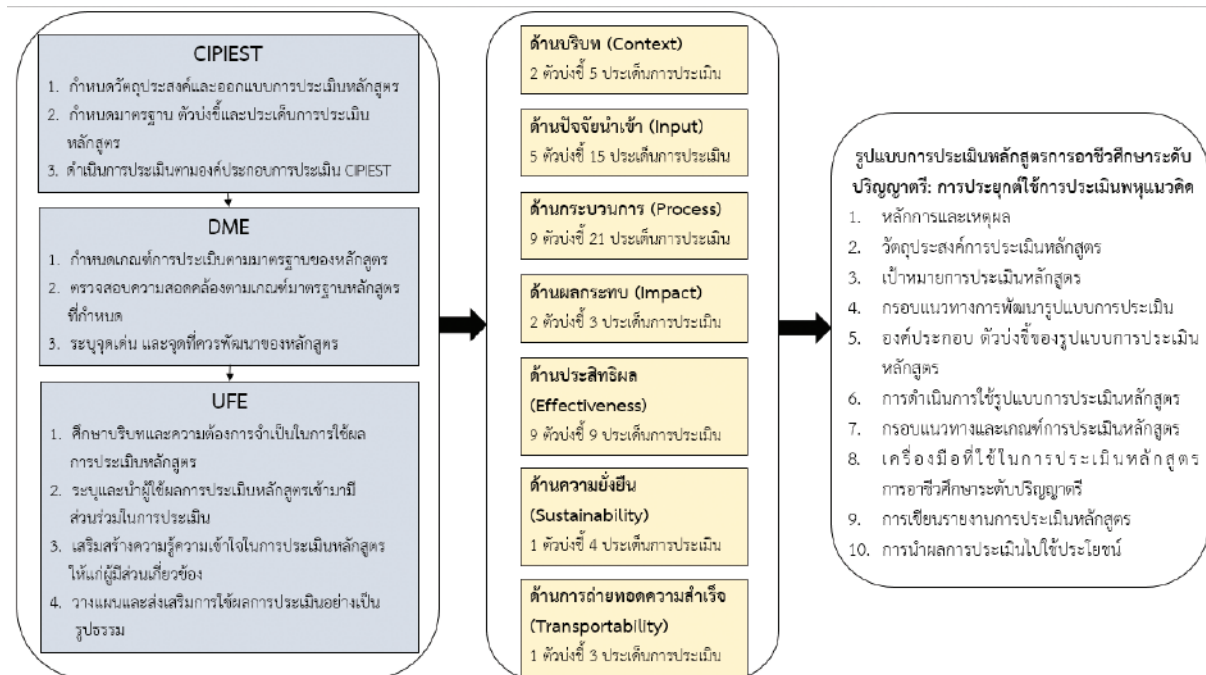
2. แนวคิด CIPIEST evaluation model (Stufflebeam, 2007) จัดเป็นหนึ่งในแนวคิดการประเมินที่ยึดความต้องการในการตัดสินใจ (Decision-based evaluation) เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงโครงการหรือหลักสูตร โดยทำการประเมินตามมิติการประเมิน CIPIEST ทั้ง 7 ด้าน ตั้งแต่ประเมินบริบท (context) ปัจจัยเบื้องต้น (input) กระบวนการ (process) ผลกระทบ (impact) ประสิทธิภาพ (effectiveness) ความยั่งยืน (sustainability) และถ่ายทอดความสำเร็จ (transportability) จึงนำมาประยุกต์ในการออกแบบการประเมินหลักสูตรให้มีความครอบคลุมสารสนเทศที่ต้องการและสอดคล้องกับการดำเนินงานของหลักสูตรมากที่สุด เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจปรับปรุงการบริหารหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนต่อไป

3. แนวคิด Discrepancy evaluation model (DEM) (Provus, 1971) จัดเป็นหนึ่งในแนวคิดการประเมินที่ยึดเกณฑ์หรือมาตรฐานเป็นหลัก (Criterion-based evaluation) โดยประเมินความไม่สอดคล้องระหว่างส่วนต่างๆ ของหลักสูตร (การออกแบบหลักสูตร การเริ่มใช้หลักสูตร กระบวนการ ผลิต และความคุ้มค่าของหลักสูตร) กับมาตรฐานที่กำหนด ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เพื่อค้นหาจุดอ่อนและนำไปสู่การตัดสินใจ เพื่อให้ได้สารสนเทศในการตัดสินใจ

ประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลของหลักสูตร และค้นหาจุดที่ควรพัฒนาตามเกณฑ์การประเมินที่กำหนด แนวคิดทั้ง 3 นำมาผสมกันแบบคู่ขนาน (Parallel combinations) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสังเคราะห์รวมกันเพื่อให้ได้ข้อค้นพบร่วมกัน (Kanjanaewasee, 2019)

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาบริบทของหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี และความต้องการใช้สารสนเทศจากการประเมิน นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการประเมินดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย

1. การตรวจสอบความเหมาะสมของร่างรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีในเบื้องต้นประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทั้ง 9 ประเภทวิชา ประเภทวิชาละ 1 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน
2. การตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็นการประเมินกับตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบการประเมิน และการตรวจสอบความเหมาะสมของร่างรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี (หลังจากแก้ไขแล้ว) ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้าน

การวัดและประเมินผลการศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรและการสอน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีด้านละ 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยเครื่องมือ 3 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แบบบันทึกข้อมูลการวิพากษ์ สำหรับการตรวจสอบความเหมาะสมของร่างรูปแบบการประเมินหลักสูตรในเบื้องต้นประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่ การใช้ประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสม ความถูกต้อง และความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี:

การประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด

ชุดที่ 2 แบบประเมินความสอดคล้องของประเด็นการประเมินกับตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบ การประเมิน เป็นแบบมาตราประมาณค่า 3 ระดับ

ชุดที่ 3 แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตร การอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี: การประยุกต์ใช้ การประเมินพหุแนวคิด เป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การประชุมกลุ่มย่อย (focus group) โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการแนวคิด การประเมินหลักสูตร และรายละเอียดของร่างรูปแบบ การประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี โดยประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิดที่ได้พัฒนาขึ้น ให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เข้าใจตรงกัน และร่วมวิพากษ์ ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการ ประเมิน ตามประเด็นที่กำหนด

2. การตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็น การประเมินกับตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบ การประเมิน และการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับ ปริญญาตรี: การประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด หลังจากที่ได้ปรับปรุงแล้วอีกครั้งหนึ่ง จากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา ด้านหลักสูตร และการสอน และด้านหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับ ปริญญาทั้ง 9 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการนำข้อมูลจากแบบประเมินมาวิเคราะห์ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

1. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็น การประเมินกับตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบ การประเมิน หลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี: การประยุกต์ใช้ การประเมินพหุแนวคิด ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ 29 ตัวบ่งชี้ และ 60 ประเด็นการประเมิน จากการ พิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า ประเด็นการประเมิน ทั้ง 60 รายการ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) กับ ตัวบ่งชี้และองค์ประกอบ การประเมิน ตั้งแต่ 0.67- 1.00 ซึ่งมีความเหมาะสมตามเกณฑ์การพิจารณาของ ค่าดัชนี IOC ทุกรายการ

2. ผลการตรวจสอบความเหมาะสม และความ ความเป็นไปได้ของร่างรูปแบบการประเมินหลักสูตร การอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี โดยการพิจารณา ของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักสูตรและ การสอน ด้านการวัดและประเมินผล และด้าน หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษา ระดับปริญญาตรี ด้านละ 3 ท่าน รวมทั้งสิ้น 9 ท่าน ตามองค์ประกอบของรูปแบบการประเมินในภาพรวม พบว่า ด้านความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.33 ถึง 4.89 องค์ประกอบที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่ามีความ เหมาะสมสูงที่สุดคือ องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.27) และองค์ประกอบด้านผล กระทบ ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.22) ส่วนด้านความเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.00 ถึง 4.78 องค์ประกอบ ที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่ามีความเป็นไปได้สูงที่สุดคือ การเขียนรายงานการประเมินหลักสูตร ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ในภาพรวม

รายการ	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	$\bar{X}$	S.D	ความหมาย	$\bar{X}$	S.D	ความหมาย
1. วัตถุประสงค์การประเมิน	4.67	0.37	มากที่สุด	4.74	0.40	มากที่สุด
2. เป้าหมายการประเมิน	4.70	0.39	มากที่สุด	4.41	0.70	มาก
3. กรอบแนวทางการพัฒนารูปแบบการประเมิน	4.43	0.79	มาก	4.00	0.58	มาก
4. องค์ประกอบด้านบริบท	4.83	0.35	มากที่สุด	4.50	0.79	มาก
5. องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า	4.89	0.27	มากที่สุด	4.33	0.66	มาก
6. องค์ประกอบด้านกระบวนการ	4.81	0.27	มากที่สุด	4.38	0.59	มาก
7. องค์ประกอบด้านผลกระทบ	4.89	0.22	มากที่สุด	4.44	0.73	มาก
8. องค์ประกอบด้านประสิทธิผล	4.80	0.31	มากที่สุด	4.58	0.40	มากที่สุด
9. องค์ประกอบด้านความยั่งยืน	4.33	1.00	มาก	4.22	0.67	มาก
10. องค์ประกอบด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ	4.67	0.50	มากที่สุด	4.44	0.88	มาก
11. การดำเนินการใช้รูปแบบการประเมินหลักสูตร	4.78	0.44	มากที่สุด	4.33	0.71	มาก
12. กรอบแนวทางการประเมินหลักสูตร	4.81	0.38	มากที่สุด	4.59	0.46	มากที่สุด
13. การเขียนรายงานการประเมินหลักสูตร	4.78	0.44	มากที่สุด	4.78	0.44	มากที่สุด
14. การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์	4.83	0.35	มากที่สุด	4.22	0.62	มาก
15. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินหลักสูตร	4.72	0.44	มากที่สุด	4.31	0.53	มาก

อภิปรายผล

การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด โดยผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักสูตรและการสอน ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา และด้านหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านละ 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน พบว่า ผลการประเมินทั้งด้านความเหมาะสม และด้านความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้ง 15 รายการ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังพบว่า หลายรายการผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ด้านความเป็นไปได้ในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่ตัดเทียมกัน เช่น

องค์ประกอบด้านบริบทองค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า องค์ประกอบด้านกระบวนการ องค์ประกอบด้านผลกระทบ องค์ประกอบด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบตามมิติการประเมิน CIPIEST ซึ่งต้องใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายให้สอดคล้องตามแต่ละมิติการประเมิน และให้สารสนเทศจากการประเมินมากกว่าเดิม ดังนั้นในการนำรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีไปใช้จริง ผู้ประเมินจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการประเมินหลักสูตร องค์ประกอบ ตัวบ่งชี้ และประเด็นการประเมิน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นอย่างดี เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ตรงตามมิติการประเมินอย่างแท้จริง

เมื่อพิจารณาด้านความเหมาะสมพบว่า รายการที่มีผลการประเมินสูงที่สุดคือ องค์ประกอบด้านปัจจัย

นำเข้า และองค์ประกอบด้านผลกระทบเนื่องจากตัวบ่งชี้และประเด็นการประเมินที่พัฒนาขึ้นของทั้งสององค์ประกอบนั้น เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร (Office of Higher Education Commission, 2014) และรายละเอียดของหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต (มคอ.1) ของทุกประเภทวิชา ซึ่งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือผู้เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการในเบื้องต้นอยู่แล้ว จึงไม่เป็นการสร้างภาระในการประเมิน จึงทำให้มีความเหมาะสมมากที่สุด

สรุปผล

รูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด มีเป้าหมายเพื่อตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร เพื่อนำสารสนเทศจากการประเมินไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสถานประกอบการและเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร รวมทั้งนำสารสนเทศจากการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงการบริหารหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ในการพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรจึงเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดการประเมิน 3 แนวคิด ได้แก่ 1) Utilization-Focused Evaluation (Patton, 2013) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์บริบทของหลักสูตร ตามความต้องการ และความจำเป็นในการใช้สารสนเทศจากการประเมิน สร้างความพร้อมความสามารถทางการประเมินของผู้รับผิดชอบหลักสูตร รวมถึงวางแผนการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม 2) CIPIEST Model (Stufflebeam, 2007) นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบการประเมินหลักสูตร พัฒนางค์ประกอบ ตัวบ่งชี้ในการประเมิน เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ครอบคลุมทุกมิตินำไปสู่การตัดสินใจในการพัฒนาหลักสูตร และปรับปรุงการบริหารหลักสูตรต่อไป และ 3) Discrepancy Evaluation

(Provus, 1971) ประยุกต์ใช้ในการกำหนดเกณฑ์การประเมิน ตัดสินคุณค่าของหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และค้นหาจุดที่ควรพัฒนาของหลักสูตร

รูปแบบการประเมินหลักสูตรประกอบด้วย การประเมิน 7 องค์ประกอบ ตามโมเดลการประเมิน CIPIEST (Stufflebeam, 2007) ได้แก่ องค์ประกอบด้านบริบท (Context Evaluation) องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) องค์ประกอบด้านกระบวนการ (Process Evaluation) องค์ประกอบด้านผลกระทบ (Impact Evaluation) องค์ประกอบด้านประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) องค์ประกอบด้านความยั่งยืน (Sustainability Evaluation) และองค์ประกอบด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ (Transportability Evaluation) ประกอบด้วย 29 ตัวบ่งชี้ 60 ประเด็นการประเมินที่สอดคล้องตามตัวบ่งชี้ เกณฑ์การประเมินหลักสูตรระดับอุดมศึกษา (Office of Higher Education Commission, 2014) รายละเอียดของหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต (มคอ.2) ทั้ง 8 ประเภทวิชา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อให้ผู้ประเมินและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประเมินหลักสูตรทุกฝ่ายมีความเข้าใจที่ตรงกัน และสามารถดำเนินการประเมินหลักสูตรได้อย่างถูกต้อง

รูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด จึงประกอบด้วยรายละเอียดทั้งสิ้น 10 ส่วน ได้แก่ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ การประเมินหลักสูตร เป้าหมายการประเมินหลักสูตร กรอบแนวทางการพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตร องค์ประกอบตัวบ่งชี้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตร การดำเนินการใช้รูปแบบการประเมินหลักสูตร กรอบแนวทางการประเมินหลักสูตร การเขียนรายงานการประเมินหลักสูตร การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ และเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินหลักสูตร

การอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี

จากการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิดพบว่า ประเด็นการประเมินทุกรายการมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ตามเกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนี IOC และทุกองค์ประกอบของรูปแบบการประเมินหลักสูตรนี้มีความเหมาะสม และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ในการนำรูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีการประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิดไปใช้นั้น ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรสร้างความเข้าใจรายละเอียดทุกส่วนให้ตรงกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลการประเมินที่ถูกต้องและสามารถนำสารสนเทศจากการประเมินไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

References

- Bledsoe, K. L. & Graham, J. A. (2005). The Use of Multiple Evaluation Approaches in Program Evaluation. *American Journal of Evaluation*, 26(3), 302-319.
- Hansen, M. B. & Vedung, E. (2005). *Evaluation of a Standardized Classification System*. Odense, Denmark: Syddansk Universitetsforlag.
- Kanjanawasee, S. (n. d.). *Curriculum Evaluation: Principles and Practices*. Retrieved September 27, 2015, from <http://www.edu.tsu.ac.th/major/eva/files/journal/scan1.pdf> [in Thai]
- Kanjanawasee, S. (2019). *Evaluation Theory* (9th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Kanjanawasee, S. (2015). The Modified CIPP: Conception, Transformation, and Development. *Journal of Education Rajabhat Maha Sarakham University*, 12(2), 11-20. [in Thai]
- Kraikunasai, J., Chongcharoen, K., Ngudgratoke, S., & Pukchanka, P. (2017). A Causal Model of Administrative Factors Affecting Educational Quality in Vocational Schools. *Panyapiwat Journal*, 9(2), 171-184. [in Thai]

2. ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรครั้งต่อไป ควรมีการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ขององค์ประกอบการประเมิน ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

2.2 ควรพัฒนาองค์ประกอบ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การประเมินที่มีความเหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเภทวิชาของหลักสูตรอาชีวศึกษา

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบการประเมินหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี: การประยุกต์ใช้การประเมินพหุแนวคิด” หลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และได้รับการสนับสนุนจาก “ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

- Office of Higher Education Commission. (2014). *Handbook of Internal Education Quality Assurance: Higher Education* Bangkok: Parbpim Co., Ltd. [in Thai]
- Ornstein, A. C. & Hunkins, F. (2004). *Curriculum foundations: Principles and theory* (4th ed). Boston: Allyn and Bacon.
- Pantrakool, S., Tumnanchit, B., & Pijitkamnerd, B. (2019). The Evaluation of the Library and Information Sciences Curriculum for the Essential Skills Development of the Librarians in the 21st Century. *Panyapiwat Journal*, 11(1), 221-233. [in Thai]
- Patton, M. Q. (2013). *Utilization-Focused Evaluation (U-FE) Checklist*. Retrieved December 23, 2016, from https://wmich.edu/sites/default/files/attachments/u350/2014_UFE_checklist_2013.pdf
- Patphol, M. (2015). *Curriculum Assessment for Learning and Development* (3rd ed.). Bangkok: Charansanitwong Printing Co., Ltd. [in Thai]
- Provus, M. (1971). *Discrepancy Evaluation for Educational Program Improvement and Assessment*. Berkeley, California, U.S.: McCutchan Pub. Corp.
- Ritjaroon, P. (2015). Curriculum Evaluation: Approaches, Procedures, and Its Utility. *STOU Education Journal*, 8(1), 13-28. [in Thai]
- Srisa-ard, B. (2003). *Curriculum Development and Curriculum Research*. Bangkok: Suweerisarn. [in Thai]
- Stufflebeam, D. L. (2007). *CIPP Evaluation Model Checklist: A Tool for Applying the CIPP Model to Assess Projects and Programs*. Retrieved August 31, 2019, from https://wmich.edu/sites/default/files/attachments/u350/2014/cippchecklist_mar07.pdf



Name and Surname: Angwara Wongrugsu

Highest Education: Master of Education in Educational Measurement and Evaluation, Chulalongkorn University

Affiliation: Chulalongkorn University

Field of Expertise: Measurement and Evaluation



Name and Surname: Sirichai Kanjanawasee

Highest Education: Ph.D. in Measurement and Evaluation, University of California, Los Angeles

Affiliation: Chulalongkorn University

Field of Expertise: Measurement and Evaluation Program Evaluation



Name and Surname: Sirilak Ratchusanti

Highest Education: Ph.D. in Research and Curriculum Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Affiliation: Office of The Vocational Education Commission (Retired government employee on person)

Field of Expertise: Vocational Education

สหสัมพันธ์คาโนนิคอลของปัจจัยการออกกำลังกายของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

CANONICAL CORRELATION OF THE FACTORS INFLUENCING
RMUTT STUDENTS TO WORK OUT

คทาวุธ เจียมบัว¹ และประสพชัย พสุนนท์²

Katawoot Jeambua¹ and Prasopchai Pasunon²

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology, Thanyaburi

²Faculty of Management Science, Silpakorn University

Received: January 5, 2020 / Revised: June 8, 2020 / Accepted: June 29, 2020

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้แบ่งตามลักษณะของลำดับขั้นตอนการวิจัยคือ การแสวงหองค์ประกอบปัจจัยด้านแรงจูงใจและด้านเป้าหมายในการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2561 ตลอดจนวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองดังที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จำนวน 340 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย จากนั้นจึงได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตลอดจนสหสัมพันธ์คาโนนิคอลในลำดับสุดท้าย งานวิจัยนี้เป็นใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัย ทดสอบความเชื่อมั่นโดยวัดความสอดคล้องภายในจากวิธีคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ .893 ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกายเป็นไปดังสมมติฐานที่ตั้งไว้ ความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกายนั้นน้ำหนักกับแรงจูงใจภายในมีในการออกกำลังกายมากกว่าแรงจูงใจภายนอก สรุปได้ว่าการตัดสินใจของวัยรุ่นที่เกิดจากภายใน อาจจะมีอิทธิพลต่อการออกกำลังกายมากกว่าการตัดสินใจจากภายนอกซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination)

คำสำคัญ: การออกกำลังกาย การวิเคราะห์องค์ประกอบ สหสัมพันธ์คาโนนิคอล ทฤษฎีการกำหนดตนเอง

Abstract

The objectives of this research are classified by the research process and research steps, i.e. the search for component factors of motivation and goal setting for physical exercises of students of Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT) in the second semester of academic year 2018, and to analyze the canonical correlation between the correlation

coefficients of the two above-mentioned factors. The study was conducted with the research sample consisting of 340 students from a university, obtained by simple random sampling. After that, Pearson's correlations and factor analysis were calculated, and then canonical correlation was calculated in the last stage. This research was a quantitative research and employed a questionnaire as a research tool. Its reliability was calculated by measuring internal consistency in terms of Cronbach's alpha method which was equal to .893. The research findings show that motivation correlates with the goal of physical exercise which is in accordance with the formulated hypothesis. Results of canonical correlation analysis show that the correlation between intrinsic motivation and goal of physical exercise is higher than that between extrinsic motivation and goal of physical exercise. It can be concluded that the decision making of adolescents that is caused by intrinsic motivation has more influence on their physical exercise rather than their decision making caused by extrinsic motivation, which is in accordance with the self-determination theory.

Keywords: Exercise, Factor Analysis, Canonical Correlation, Self-determination Theory

บทนำ

การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ ทำให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี สังคมปัจจุบันให้ความสำคัญและผูกพันกับการออกกำลังกาย (Teixeira et al., 2012) ทำให้เกิดกระแสการออกกำลังกายมีมากขึ้นเป็นลำดับ ตั้งแต่แผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา ภาครัฐและภาคเอกชนจึงได้จัดให้มีสถานที่และเครื่องมือการออกกำลังกายไว้เพื่อเป็นสวัสดิการและเพื่อดำเนินการด้านธุรกิจอย่างแพร่หลายทั่วประเทศโดยชื่อต่างๆ กันว่า สถานออกกำลังกาย ศูนย์ออกกำลังกาย สถานบริการออกกำลังกาย สโมสรกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น (Thiamklang, Aphanphansiri, & Wongchaturaphat, 2016) นอกจากนี้แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564) ระบุว่า การออกกำลังกายมีความสำคัญสำหรับประชาชนเพราะการออกกำลังกายจะทำให้สุขภาพพลานามัยแข็งแรง ยังมีส่วนลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ลดปัญหาสังคมสามารถใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาเสพติดและอบายมุข โดยมีการสร้างโอกาสการเข้าถึงกิจกรรม

การออกกำลังกายและการเล่นกีฬา และมีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

แม้ว่าจะมีนโยบายการออกกำลังกายและการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการออกกำลังกายจากภาครัฐและเอกชน แต่ยังมีประชาชนบางกลุ่มที่ยังไม่ได้เข้าถึงการบริการด้านการออกกำลังกายเนื่องจากมีหลายปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจในการออกกำลังกาย เช่น สภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมทำให้กลุ่มคนวัยทำงานไม่มีเวลาในการออกกำลังกาย การขาดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย

แรงจูงใจเป็นสิ่งเติมเต็มความต้องการทางกายภาพและทางจิตวิทยาของบุคคลให้สมปรารถนา ซึ่งมนุษย์มีความเชื่อว่าการตอบสนองความต้องการเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินชีวิตและจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนเกิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) และความสมบูรณ์ของชีวิต (self-actualization) (Feito et al., 2018) แรงจูงใจประกอบด้วยแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) เช่น สิ่งที่มีมนุษย์

ต้องการที่เป็นแรงขับภายในบุคคลโดยปราศจากการได้รับรางวัล สำหรับแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) เช่น สิ่งที่เกิดจากความพยายามให้ได้รางวัลหรือการยอมรับเงิน ตำแหน่ง (Feito et al., 2018)

พฤติกรรมการออกกำลังกายของมนุษย์จึงเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะทางด้านการกีฬา การแข่งขัน การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพ และศูนย์ออกกำลังกาย (fitness) กิจกรรมการแข่งขันและการพัฒนาทักษะการกีฬาเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย การเข้าสถานออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน เช่น ความต้องการพัฒนาทักษะกีฬา ความรู้สึกสนุกสนาน ความสนุกกับการแข่งขัน เป็นต้น นอกจากนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจภายนอก เช่น การยอมรับทางสังคม ชื่อเสียง ความท้าทายจากผู้ร่วมแข่งขัน (Feito et al., 2018)

ความยึดมั่นผูกพันในการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางชีวภาพ สิ่งแวดล้อม สังคม และจิตวิทยา งานวิจัยหลายงานมีการทดสอบตัวกำหนดเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการออกกำลังกาย ซึ่งทฤษฎีหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการเกิดพฤติกรรมการออกกำลังกายคือ ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory) เป็นทฤษฎีที่ช่วยเพิ่มความตั้งใจในการมีพฤติกรรมออกกำลังกาย (Edmunds, Ntoumanis, & Duda, 2006) การกำหนดเป้าหมายเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมออกกำลังกาย โดยมีทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory) เป็นกรอบแนวคิดแบบกว้างๆ สำหรับใช้ในการกำหนดให้เกิดแรงขับในการออกกำลังกายและการกีฬาของบุคคลอันเกิดจากแรงจูงใจภายในบุคคลและบริบททางวัฒนธรรม ทฤษฎีนี้กำหนดความต้องการที่จำเป็น 3 ประการ ได้แก่ 1) การกระทำของมนุษย์ (Human action) 2) ความเป็นอิสระ (Autonomy) และ 3) ความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยตนเอง (regulation action) (Ryan & Desi, 2000)

ในด้านการศึกษากการออกกำลังกายของนักศึกษาไทยนั้น ในรอบทศวรรษที่ผ่านมาเริ่มแรกมุ่งศึกษาการจัดสรรสถานที่และอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย (Tangthai & Dadee, 2009) ส่วนปลายทางมุ่งเน้นไปที่การวางแผนทางในการส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษา (Abhiwong, 2011) และยังนำไปสู่การใช้ชีวิตที่ดีและเอื้อต่อพฤติกรรมกรเรียน (Yeammitt, 2013) ตลอดจนการศึกษาทางด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ดังพบได้ในงานของ Kongcheewasakul, Klanarong, & Sathirapanya (2014) และ Anothai et al., 2018

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจและด้านเป้าหมายส่งผลต่อการออกกำลังกาย แต่ยังมีประเด็นวิจัยที่จากการสืบค้นของผู้วิจัยยังไม่ค้นพบการพิสูจน์ว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจกับปัจจัยด้านเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันมากนักน้อยเพียงใด อีกทั้งในบริบทของการออกกำลังกายยังเป็นที่แพร่หลายในการศึกษาองค์ประกอบ เพื่อให้ได้สารสนเทศที่จะเป็นประโยชน์ในการวัดปัจจัยด้านแรงจูงใจและด้านเป้าหมายดังแผนงานวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านแรงจูงใจและด้านเป้าหมายของการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์สหสัมพันธ์ค่าโนนิคอลจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) คือ สิ่งที่กำหนดทิศทางและระดับความตั้งใจที่จะกระทำหรือประพฤติ (Direction and Intensity) ในการเลือกและการคงไว้ของพฤติกรรมของมนุษย์ แรงจูงใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะให้ถอยหนี หรือเผชิญหน้า

ต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่จะประพัตหรือพยายามที่จะบรรลุตามเป้าประสงค์ ดังนั้นแรงจูงใจจึงเป็นตัวกำหนดทิศทางและระดับความตั้งใจ ความพยายามที่จะกระทำ มีความมุ่งมั่นที่จะกระทำหรือปฏิบัติ แรงจูงใจเกี่ยวข้องกับระดับแรงกระตุ้นหรือสิ่งเร้าจากการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำเร็จบรรลุเป้าหมาย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ทฤษฎีของแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับทฤษฎีอื่นพบได้สองกลุ่ม โดยกลุ่มที่หนึ่ง เช่น ทฤษฎีความต้องการความสุขส่วนตัว (Hedonistic Theory) ทฤษฎีสัญชาตญาณ (Instinctual Theory) ทฤษฎีแรงขับ (Drive Theory)

ในส่วนของกลุ่มที่สองนั้น เช่น ทฤษฎีความคาดหวัง (The Theory of Expectancy) ทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need) ทฤษฎีความคาดหวัง (The Theory of Expectancy) ทฤษฎีความต้องการตามหลักการของเมอร์เรย์ (Murray) และทฤษฎี ERG (Saengdao, 2012)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แรงจูงใจในการออกกำลังกาย ประกอบด้วย แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation Orientation) โดยบุคคลส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกายก็เพื่อความสนุกสนาน ความสนใจ ความพอใจ และประสบการณ์ในความสามารถของแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้เรียกว่า “แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หรือแรงขับภายในของการร่วม (Intrinsic Motives for Participation)” ซึ่งเป็นภาวะที่บุคคลเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่กระทำว่าดี และกระทำด้วยความเต็มใจ โดยถือว่าการบรรลุในกิจกรรมนั้นเป็นรางวัลอยู่แล้ว ส่วน “แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)” เป็นภาวะที่บุคคลแสดงพฤติกรรมที่แสดงออกมาเพราะมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาเร้า ไม่ได้ทำเพื่อความสำเร็จในสิ่งนั้นเลย (Weiss & Amorose, 2008)

แรงจูงใจภายใน เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในบุคคล โดยไม่มีรางวัลหรือสิ่งล่อใจภายนอกมาเป็นแรงกระตุ้นให้ทำพฤติกรรมนั้นๆ แรงจูงใจภายในเป็น

แรงจูงใจในการเล่นกีฬาด้วยความสนุกสนาน เต็มใจที่จะเล่น โดยถือว่าการบรรลุในกิจกรรมนั้นๆ เป็นรางวัลอยู่แล้ว (Sutthilertaroon, 1985; Saengdao, 2012) ดังนั้นแรงจูงใจภายในจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย นักกีฬาที่มีแรงจูงใจภายในจะเลือกเล่นกีฬาที่มีความท้าทายในความสามารถ แม้จะยากแต่ก็อยู่ในระดับความสามารถของพวกเขาและพยายามสูงสุดที่จะได้รับชัยชนะ

แรงจูงใจภายนอก เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกตัวบุคคล ซึ่งมีผลต่อการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามความต้องการหรือตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ แรงจูงใจภายนอกนี้ถือเป็นผลของการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การยอมรับทางสังคม การให้รางวัล และสถานภาพทางสังคม (Sutthilertaroon, 1985; Saengdao, 2012) นักกีฬาที่มีแรงจูงใจภายนอกจะเลือกเล่นกีฬาที่ง่ายหรือไม่ยากเกินไป เพื่อจะได้แสดงออกถึงความสามารถสูงสุดของตัวเอง หรือหลีกเลี่ยงการแสดงทักษะที่ไม่ถึงขั้น และการเลือกกีฬาที่ทำหยาบๆ จะเพิ่มความเสี่ยงในการแสดงทักษะที่ต่ำ

แนวคิดเป้าหมายในการออกกำลังกาย

การออกกำลังกาย หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่ทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหว เพื่อช่วยให้กล้ามเนื้อทำงานและส่งเสริมให้ร่างกายเกิดความแข็งแรง มีสุขภาพดี ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ กิจกรรมในการออกกำลังกาย เช่น เดิน วิ่ง กระโดดเชือก การบริหารร่างกาย การยกน้ำหนัก วายน้ำ แอโรบิกต้านซ์ สเต็ปแอโรบิก รำมวยจีน ชีจี้กรยาน เกมและการละเล่นพื้นเมือง เป็นต้น (The Ministry of Tourism and Sports Thailand, 2017; Jaisamut, 2011)

เป้าหมายในการออกกำลังกายมีส่วนประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 2) ภาพลักษณ์ในตน และ 3) ชื่อเสียงและการยอมรับ ได้ปรากฏในงานวิจัยของ Sebire, Standage, & Vansteenkiste (2008) ได้ทำการศึกษาตัวชี้วัดเป้าหมายในการออกกำลังกายของบุคคล (Goal Content for Exercise

Questionnaire: GCEQ) พบว่า แบ่งออกได้เป็น 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ การแยกติดตามกิจกรรมภายในและภายนอก (separated into intrinsic and extrinsic pursuits) การติดต่อกับสังคม (social affiliation) การจัดการสุขภาพ (health management) การพัฒนาทักษะ (skill development) (เป้าหมายภายใน) และการรับรู้ทางสังคม (social recognition) และภาพลักษณ์ในตน (self-image) (เป้าหมายภายนอก)

เป้าหมายของการออกกำลังกายแท้จริงแล้วคือ สิ่งที่นักจิตวิทยาเรียกว่า “แรงจูงใจภายใน” ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นจากภายในที่มาจากความเชื่อว่าการออกกำลังกายจะเกิดผลดีต่อร่างกายและจิตใจ ทำให้เกิดความสุข สนุกสนาน สุขภาพดีขึ้น ได้ผ่อนคลายความเครียด ได้รู้จักคนมากขึ้น ถ้าแรงกระตุ้นมากจะจูงใจให้อยากเล่นมากขึ้น ส่วน “แรงจูงใจภายนอก” เป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้อยากออกกำลังกายมากขึ้น เช่น การได้รับคำชม ได้เงินรางวัล หรือค่าตอบแทน เป็นต้น (Saengdao, 2012)

แรงจูงใจมีส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จและพัฒนาบุคคล สามารถช่วยให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เป็นพฤติกรรมพึงประสงค์ได้ โดย Weiss & Amorose (2008) พบว่า แรงจูงใจเป็นตัวแปรที่เป็นผลที่แสดงออกมา (outcome) ซึ่งจะถูกวัดในรูปของการเลือก ความพยายาม และพฤติกรรมที่ยังคงอยู่ จากการเปรียบเทียบแรงจูงใจได้รับการพิจารณาว่า เป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ

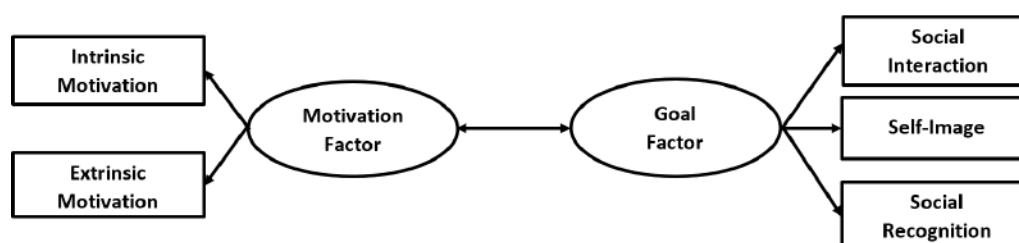
ปัจจัยสภาพแวดล้อม

งานวิจัย Magaraggia, Dimmock, & Jackson (2014) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการออกกำลังกายที่มีต่อเป้าหมายและการมีส่วนร่วมในการออกกำลังกายของนักศึกษาระดับปริญญาตรีปีที่ 1 จำนวน 137 คน บ่งชี้ว่าองค์ประกอบของแรงจูงใจที่ควรจะมีอิทธิพลต่อเป้าหมายของการออกกำลังกายของแต่ละบุคคลก็คือ ระยะเวลาของการออกกำลังกาย ซึ่งสนับสนุนโดยงานวิจัยของ Snyder et al. (2017)

ดังที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า การตัดสินใจออกกำลังกายของบุคคลเป็นการตัดสินใจบนพื้นฐานของการมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายเป็นตัวนำ และเชื่อมโยงไปสู่การแสดงพฤติกรรมพึงประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองไปในทางที่ดี โดยมีแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกเป็นตัวกระตุ้นให้อยากออกกำลังกายมากขึ้น เมื่อบุคคลกระทำการต่างๆ อย่างมุ่งมั่นแล้วก็จะส่งผลต่อสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่แต่ละบุคคลกำหนดไว้ โดยเฉพาะเป้าหมายทางสังคมจากการได้รับการยอมรับ การติดต่อและมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม และการมีภาพลักษณ์ในตนและชื่อเสียงที่ดีในสังคม ดังนั้นแรงจูงใจจึงมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกาย

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมดังที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในการออกกำลังกายของนักศึกษาไทยมีองค์ประกอบย่อย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านเป้าหมายในการออกกำลังกายมีองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับสังคม การมีภาพลักษณ์ในตนเอง และการรับรู้ทางสังคม

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจและปัจจัยทางด้านเป้าหมายในการออกกำลังกายของนักศึกษามีความสัมพันธ์กัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาคั้งนี้เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 20,671 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในการคำนวณสูตร Yamane (1967) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เท่ากับ 393 คน

สุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น มีแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์ทั้งสิ้น 340 ชุด คิดเป็นร้อยละ 86.51

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปจำนวน 10 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจออกกำลังกาย จำนวน 27 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (น้อยที่สุดถึงมากที่สุด) โดยพัฒนาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

(Content Validity) ของแบบสอบถามและคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.7 ถึง 1.0 ซึ่งถือว่าข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ได้ สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยอื่น จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคอนบาค ซึ่งพบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น .893 ซึ่งแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficients) มากกว่า .7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Srisa-Ard, 2002)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายคุณลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและระดับการตัดสินใจออกกำลังกายของนักศึกษา และในส่วนของ การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถาม ความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจออกกำลังกาย ใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของ Pasunon (2010) รายละเอียดดังนี้ คือ คะแนน 4.51 ถึง 5.00 คือ ระดับมากที่สุด คะแนน 3.51 ถึง 4.50 คือ ระดับมาก คะแนน 2.5 ถึง 3.50 คือ ระดับปานกลาง คะแนน 1.51 ถึง 2.50 คือ ระดับน้อย และคะแนน 1.00 ถึง 1.50 คือ ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่สอง สถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มชุดตัวแปร ด้วยวิธีการสกัดปัจจัยแบบ PCA (Principle Component Analysis) และทำการหมุนแกนแบบองค์ประกอบแบบตั้งฉาก (orthogonal rotation) ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (varimax orthogonal rotation) และสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือ การวิเคราะห์หาความ

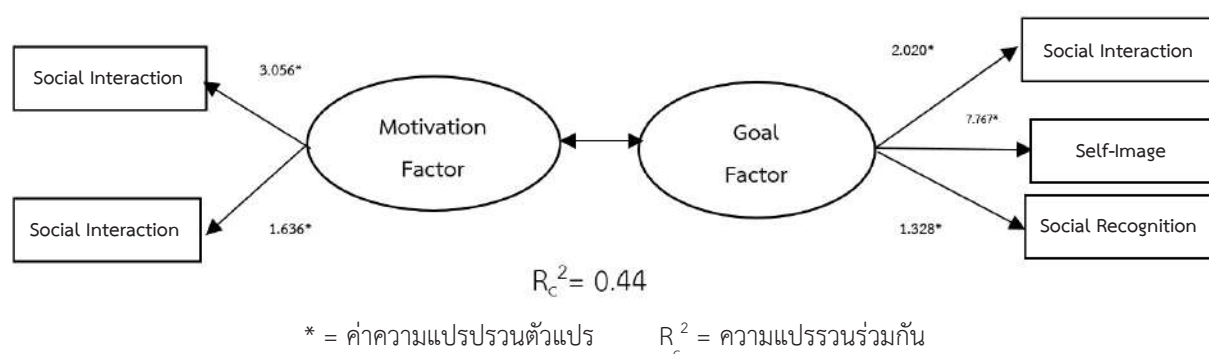
สัมพันธ์ของกลุ่มปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัล (canonical correlation analysis) โดยประสงค์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปร 2 ชุด ในลักษณะของตัวแปรหลายตัวกับตัวแปรหลายตัว

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.4 อายุระหว่าง 20 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 84.7 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.3 มีรายได้เดือนละประมาณ 6,858 บาท ไม่มีรายจ่ายในการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 76.8 หากแต่มีรายจ่ายส่วนใหญ่มาก

ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีน้ำหนักเฉลี่ยเท่ากับ 58.70 กิโลกรัม และส่วนสูงเฉลี่ยเท่ากับ 164 เซนติเมตร มีความถี่ในการออกกำลังกายประมาณน้อยกว่าเดือนละ 3 ครั้ง (ร้อยละ 58.2) และไม่เป็นสมาชิกศูนย์ออกกำลังกาย (ร้อยละ 91.5) กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจออกกำลังกายในร่มมากที่สุด (ร้อยละ 57.4) และเป็นผู้ออกกำลังกายไม่ประจำ (ร้อยละ 63.5) ชอบดูกีฬาเป็นครั้งคราว (ร้อยละ 45.0) และคิดว่าตนเองมีรูปร่างสมส่วน (ร้อยละ 51.8)

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 สมมติฐานนั้น มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออกกำลังกาย

ส่วนที่หนึ่ง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออกกำลังกาย ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน

แรงจูงใจและปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ความหมาย
ด้านแรงจูงใจในการออกกำลังกาย				
แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation)	Eigenvalues = 3.056 and Variance = 50.933 ($\bar{X}$ = 3.695 , S.D. = 0.902)			
การมีเป้าหมายในการออกกำลังกายชัดเจน	.875	3.66	1.003	มาก
การออกกำลังกายเกิดจากตัวท่านเอง	.908	3.67	1.020	มาก
ความต้องการและแรงบันดาลใจในการเปลี่ยนแปลงตนเอง	.852	3.76	1.020	มาก

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวิเคราะห์ (ต่อ)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ความหมาย
แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) Eigenvalues = 1.636 and Variance = 27.270 ($\bar{X}$ = 2.755 , S.D. = 1.002)				
การถูกบังคับหรือกดดันโดยคนรอบข้างให้ไปออกกำลังกาย	.891	2.64	1.143	ปานกลาง
การได้รับคำแนะนำและคำสั่งหรือถูกบังคับโดยแพทย์หรือผู้บังคับบัญชาให้ไปออกกำลังกาย	.890	2.77	1.130	ปานกลาง
การได้รับคำติชมและถูกทางด้านการออกกำลังกายจากคนรอบข้าง	.806	2.86	1.168	ปานกลาง
ด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย				
ภาพลักษณ์ในตน (Self-image) Eigenvalues = 7.767 and Variance = 51.781 ($\bar{X}$ = 3.934 , S.D. = 0.763)				
การออกกำลังกายทำให้ท่านแข็งแรง	.826	4.20	0.871	มาก
การออกกำลังกายทำให้ท่านกระฉับกระเฉง	.849	4.06	0.893	มาก
การออกกำลังกายนำไปสู่การมีเรือนร่างที่สมส่วน	.853	4.10	0.877	มาก
ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นจากการออกกำลังกาย	.806	3.90	0.895	มาก
ตัวตนของท่านเด่นชัดขึ้นเมื่อออกกำลังกาย	.620	3.67	0.939	มาก
การออกกำลังกายส่งเสริมให้ท่านดูดีมีระดับ	.636	3.66	0.934	มาก
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) Eigenvalues = 2.020 and Variance = 13.467 ($\bar{X}$ = 3.564 , S.D. = 0.763)				
การออกกำลังกายเป็นการฝึกจิตใจ	.685	3.59	0.912	มาก
การออกกำลังกายทำให้รู้จักตนเอง	.708	3.54	0.926	มาก
การออกกำลังกายทำให้ท่านมีความมั่นใจในตนเอง	.749	3.71	0.928	มาก
การออกกำลังกายเป็นการเข้าสังคมหรือมีเพื่อนใหม่	.784	3.48	0.955	ปานกลาง
การมีเพื่อนมีส่วนในการที่ทำให้ท่านไปออกกำลังกาย	.725	3.63	0.958	มาก
การออกกำลังกายทำให้ท่านได้เข้าสังคม	.765	3.42	0.952	ปานกลาง
การรับรู้ทางสังคม (Social recognition) Eigenvalues = 1.328 and Variance = 8.853 ($\bar{X}$ = 3.184 , S.D. = 0.964)				
ท่านได้รับการยกย่องจากสังคมรอบข้างเมื่อออกกำลังกาย	.830	3.34	1.025	ปานกลาง
ท่านเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการออกกำลังกาย	.872	3.25	1.007	ปานกลาง
ท่านมีชื่อเสียงและก้าวหน้าในงานและอาชีพจากการออกกำลังกาย	.877	2.96	1.163	ปานกลาง

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีจำนวนทั้งหมด 6 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มตัวแปรได้เป็นปัจจัย 2 ปัจจัย ประกอบด้วย แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก โดยมีค่าสถิติ Chi-Square Sphericity เท่ากับ 989.648 ($p < .01$) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์นี้แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับค่าสถิติของ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ซึ่งมีค่าเท่ากับ .760 แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและเพียงพอของข้อมูลสามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้ในระดับดี (Wanichbancha, 2006) โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 “แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation)” จำนวนตัวแปรที่อธิบายปัจจัย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักปัจจัยอยู่ระหว่าง .852 ถึง .908 มีค่าความแปรปรวนตัวแปร (eigenvalues) เท่ากับ 3.056 และค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 50.933 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร เป็นตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายปัจจัยนี้ได้ดีที่สุด ส่วนปัจจัยที่ 2 “แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation)” จำนวนตัวแปรที่อธิบายปัจจัย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักปัจจัยอยู่ระหว่าง .806 ถึง .891 มีค่าความแปรปรวนตัวแปร (eigenvalues) เท่ากับ 1.636 และค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 27.270 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร เป็นตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายปัจจัยนี้ได้ดีที่สุด

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย มีจำนวนทั้งหมด 15 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มตัวแปรได้เป็นปัจจัย 3 ปัจจัย ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ในตน ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และชื่อเสียงและการยอมรับ มีค่าสถิติ Chi-Square Sphericity เท่ากับ 3996.640 ($p < .01$) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์นี้แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับค่า KMO ซึ่งมีค่าเท่ากับ .906 แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและเพียงพอของข้อมูลสามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้ในระดับดี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยที่ 1 “ภาพลักษณ์ในตน (self-image)” จำนวนตัวแปรที่อธิบายปัจจัย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักปัจจัยอยู่ระหว่าง .620 ถึง .853 มีค่าความแปรปรวนตัวแปร (eigenvalues) เท่ากับ 7.767 และค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 51.781 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปร เป็นตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายปัจจัยนี้ได้ดีที่สุด

ปัจจัยที่ 2 “ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction)” จำนวนตัวแปรที่อธิบายปัจจัย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักปัจจัยอยู่ระหว่าง .685 ถึง .784 มีค่าความแปรปรวนตัวแปร (eigenvalues) เท่ากับ 2.020 และค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 13.467 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปร เป็นตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายปัจจัยนี้ได้ดีที่สุด

ปัจจัยที่ 3 “การรับรู้ทางสังคม (Social recognition)” จำนวนตัวแปรที่อธิบายปัจจัย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักปัจจัยอยู่ระหว่าง .830 ถึง .877 มีค่าความแปรปรวนตัวแปร (eigenvalues) เท่ากับ 1.328 และค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 8.853 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร เป็นตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายปัจจัยนี้ได้ดีที่สุด โดยการแบ่งกลุ่มตัวแปรปัจจัยการตัดสินใจออกกำลังกายออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยการตัดสินใจออกกำลังของนักศึกษาไทย

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ในตน ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการรับรู้ทางสังคม จากนั้นตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลและตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในตัวแปรของปัจจัยเพื่อให้ได้ความสัมพันธ์ที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุด

การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลพบว่าจำนวนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลควรจะมีอย่างน้อย 4 รายต่อหนึ่งตัวแปรที่ใช้

ในการวิเคราะห์ จึงจะถือว่าเหมาะสมในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล หากน้อยกว่านี้ค่าน้ำหนัก (weight) หรือค่าความแปรปรวนมาตรฐาน (standardize coefficients) ที่คำนวณได้จะไม่คงที่ (Boonmee, 2013) และนอกจากนี้ยังเข้าเกณฑ์เงื่อนไขชุดตัวแปรแคนิคอลจำนวน 2 คู่ ของ Barcikowski

& Stevens (1975) ซึ่งการวิจัยนี้มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาที่ทำการคัดเลือกมาเพียง 21 ตัวแปรในการวิเคราะห์ตามแผนงานวิจัย จึงต้องการข้อมูลอย่างน้อย 84 ราย แต่การวิจัยนี้มีจำนวน 340 ราย ซึ่งมากกว่ากฎที่ตั้งไว้ จึงมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลต่อไป

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (r) ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย

ตัวแปร	ภาพลักษณ์ในตน	ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	การรับรู้ทางสังคม
แรงจูงใจภายใน	.5439**	.6279**	.2356**
แรงจูงใจภายนอก	.1315**	.3430**	.3880**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 งานวิจัยนี้ได้ตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรแต่ละชุดตัวแปร ได้แก่ แรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) ภาพลักษณ์ในตน (self-image) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) และการรับรู้ทางสังคม (social recognition) โดยภาพรวมนั้น

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในชุดตัวแปรปัจจัยทางด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์ทางบวก มีค่าระหว่าง 0.1315 ถึง 0.6279 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ชุดตัวแปรที่ทำการศึกษามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 3 สหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างชุดตัวแปรปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านเป้าหมายการออกกำลังกาย

Canonical Function	Canonical Correlation	Canonical R_c^2	Wilk's Lambda	χ^2	d.f.	P-value
1	.661	.437	.468	225.068	6.000	.000**
2	.410	.168	.832	61.868	2.000	.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างตัวแปรในชุดตัวแปรปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย มีฟังก์ชันคาโนนิคอล 2 ฟังก์ชัน ดังนี้ ฟังก์ชันคาโนนิคอลที่ 1 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลเท่ากับ 0.661 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาตัวแปร คาโนนิคอลของชุดตัวแปรปัจจัย สามารถ

อธิบายได้ว่าปัจจัยทางด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย มีความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 43.70 ($R_c^2 = .437$) สำหรับฟังก์ชันคาโนนิคอลที่ 2 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลเท่ากับ 0.410 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 16.8 ($R_c^2 = .410$)

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์คาโนนิคอลของฟังก์ชันที่ 1 ระหว่างชุดตัวแปรปัจจัยด้านแรงจูงใจและเป้าหมายในการออกกำลังกาย

ปัจจัยแรงจูงใจ	Standardized Canonical Coefficients	Canonical Loading	Canonical Cross - Loading	Canonical R ²
แรงจูงใจภายใน	-.957	-.993	-.657	.579
แรงจูงใจภายนอก	-.120	-.414	-.274	.421

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปรปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย มีค่าน้ำหนักคาโนนิคอลอยู่ในระดับปานกลาง สูงที่สุดคือ แรงจูงใจภายใน (-0.993) รองลงมา ได้แก่ แรงจูงใจภายนอก (-0.414) สรุปได้ว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกาย โดยแรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกายมากกว่าแรงจูงใจภายนอก เมื่อพิจารณาเครื่องหมายของค่าน้ำหนักคาโนนิคอลพบว่า มีเครื่องหมายเหมือนกันแสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อภิปรายและสรุปผล

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออกกำลังกาย ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย อาจเป็นเพราะปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเป็นแรงขับให้มีพฤติกรรมในการออกกำลังกาย เช่นเดียวกับแนวทางของงานวิจัยของ Tangthai & Dadee (2009) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Magaraggia, Dimmock, & Jackson (2014) พบว่า แรงจูงใจและเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันซึ่งส่งผลต่อการออกกำลังกายของแต่ละบุคคล ทั้งนี้เป้าหมายของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันตามระยะเวลาของการออกกำลังกาย

ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายในมีน้ำหนักปัจจัยมากกว่าแรงจูงใจภายนอก แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรม

การออกกำลังกายจะเกิดผลดีเมื่อบุคคลนั้นมีแรงจูงใจภายในสูง เช่น นักกีฬาที่เลือกเล่นกีฬาที่มีความท้าทายเนื่องจากมีความพยายามที่อยากจะเอาชนะการแข่งขันนั้น แต่ในขณะที่บุคคลที่มีแรงจูงใจภายนอกจะเลือกเล่นกีฬาที่เหมาะสมกับความสามารถของตนเองเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเป็นที่ยอมรับมากกว่าความสนุกสนาน ตลอดจนเล่นกีฬาเพื่อให้ได้รับรางวัลสำหรับปัจจัยด้านเป้าหมายในการออกกำลังกาย แบ่งเป็น 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ในตน 2) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และ 3) การรับรู้ทางสังคม ซึ่งครอบคลุมกับตัวแปรที่ได้จากข้อค้นพบงานวิจัยของ Sebire, Standage, & Vansteenkiste (2008) โดยแบ่งเป้าหมายในการออกกำลังกายของบุคคล (Goal Content for Exercise Questionnaire: GCEQ) พบว่า เป็น 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) การแยกติดตามกิจกรรมภายในและภายนอก (separated into intrinsic and extrinsic pursuits) 2) การติดต่อกับสังคม (social affiliation) 3) การจัดการสุขภาพ (health management) 4) การพัฒนาทักษะ (skill development) (เป้าหมายภายใน) และ 5) การรับรู้ทางสังคม (Social recognition) กับภาพลักษณ์ในตน (Self-Image) (เป้าหมายภายนอก)

แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกายของนักศึกษาไทย โดยแรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการออกกำลังกายมากกว่าแรงจูงใจภายนอก การตัดสินใจของบุคคลที่เกิดจากภายในอาจจะมีอิทธิพลต่อการออกกำลังกาย

มากกว่าการตัดสินใจจากภายนอก ซึ่งเป็นไปตาม ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory) โดย Deci & Ryan (1975) อธิบายไว้ว่า บุคคลที่ตัดสินใจออกกำลังกายจะมีเป้าหมายที่เกิดจากแรงจูงใจภายในตนเอง เป้าหมายดังกล่าวต้อง กำกับด้วยตนเองและเกิดจากความสนใจในการ ออกกำลังกายด้วยตนเอง ทั้งนี้ผลงานวิจัยยังชี้ให้เห็น อีกว่า แรงจูงใจภายในไม่ได้เป็นตัวแปรเดียวที่จะส่งผล ต่อการออกกำลังกายของนักศึกษาไทย ยังต้องอาศัย แรงจูงใจภายนอกที่เป็นตัวกระตุ้นให้นักศึกษาไทย ออกกำลังกายมากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้ ประโยชน์

ใช้หลักการสร้างแรงจูงใจและเป้าหมาย ในการส่งเสริมการออกกำลังกายของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้สามารถได้รับการเติมเต็มใน อนาคตในสามแนวทางด้วยกัน ได้แก่ การพิจารณาถึง ปัจจัยทางด้านที่นอกเหนือจากจิตวิทยา เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ การจัดการเวลา สถานบริการทางด้านสุขภาพ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประโยชน์ โทษ และ ความเสี่ยงที่เกิดจากการออกกำลังกายในบริบทของ นักศึกษาต่างชาติ นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ เครื่องมือทางสถิติและเศรษฐมิติ อาทิ โมเดลสมการ เชิงโครงสร้าง สมการถดถอยพหุตัวแปร เป็นต้น จาก ผลงานวิจัยนี้ตามหลักการและทฤษฎีที่ได้พิสูจน์ไว้แล้ว นั้น การออกกำลังกายอาศัยปัจจัยจากแรงจูงใจและ ตั้งเป้าหมายซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาดังที่แสดงในทฤษฎีการ กำหนดตนเอง (Self-Determination Theory)

References

- Abhiwong, C. (2011). *Exercise Behavior of Students at University of the Thai Chamber of Commerce*. Master's degree study thesis, University of Thai Chamber of Commerce. [in Thai]
- Anothai, A., Playwan, S., Orapan, K., Kanokpan, S., Rohaya, M., Wilaipan, B., & Maneerat. (2018). Factor Related to Exercise Behavior of Physical Therapy Students in Huachiew Chalerm prakiet University. *HCU Journal of Health and Science*, 21(42), 55-64. [in Thai]
- Barcikowski, R. S. & Stevens, J. P. (1975). A Monte Carlo Study of the Stability of Canonical Correlations, Canonical Weights and Canonical Variate-variable Correlations. *Multivariate Behavioral Research*, 10(3), 353-364.
- Boonmee, W. (2013). *Canonical Correlation of Supervision Factors on School Administration*. Doctoral Dissertation, Department of Educational Administration, Silpakorn University. [in Thai]
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1975). *Intrinsic Motivation*. New York: Plenum Press.
- Edmunds, J., Ntoumanis, N., & Duda, J. L. (2006). A Test of Self-Determination Theory in the Exercise Domain. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(9), 2240-2265.

- Feito, Y., Brown, C., Box, A., Heinrich, K. M., & Petruzzello, S. J. (2018). An Investigation Into How Motivational Factors Differed Among Individuals Engaging in CrossFit Training. *SAGE Open*, July-September, 1-8.
- Jaisamut, S. (2011). *Motivation to exercise of Satun citizen in 2010*. Master's degree study thesis. Department of Physical Education, Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Kongcheewasakul, C., Klanarong, S., & Sathirapanya, C. (2014). Exercise Behavior for Health of RajamangalaSrivijaya University Students, Songkhla Campus Sorat. *Al-Nur Journal of Graduate School of Fatoni University*, 9(16), 59-70. [in Thai]
- Magaraggia, C., Dimmock, J., & Jackson, B. (2014). *Motivational Priming as a Strategy for Maximising Exercise Outcomes: Effects on Exercise Goals and Engagement*. *Journal of Sports Sciences*, 32(9), 826-835.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Pasunon, P. (2010). *Business Statistics*. Bangkok: Academic Resource Center Thai-Japanese Institute of Technology. [in Thai]
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Saengdao, T. (2012). *Motivation for Exercise of Members Using the Fitness Hatch Fitness Center in Nonthaburi Province, 2010*. Master's degree study thesis, Department of Physical Education, Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Sebire, S., Standage, M., & Vansteenkiste, M. (2008). Development and Validation of the Goal Content for Exercise Questionnaire. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 30, 353-77.
- Snyder, K., Lee, J. M., Bjornsen, A., & Dinkel, D. (2017). What Gets Them Moving? College Students' Motivation for Exercise: An Exploratory Study. *Recreational Sports Journal*, 41, 111-124.
- Srisa-Ard, B. (2002). *Introduction to statistics* (7th ed.). Bangkok: Suweeriyasarn. [in Thai]
- Sutthilertaroon, S. (1985). *Educational Psychology* (2nd ed.). Bangkok: Graduate letters. [in Thai]
- Tangthai, T. & Dadee, A. (2009). *Dhurakij Pundit University Staffs and Students' Behavior and Demand for Need of Exercise*. (Research Report). Bangkok: Dhurakij Pundit University. [in Thai]
- Teixeira, P. J., Carraça, E. V., Markland, D., Silva, M., & Ryan, R. (2012). Exercise, Physical Activity, and Self-determination Theory: A Systematic Review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9(1), 1-30.
- The Ministry of Tourism and Sports Thailand. (2017). *The Sixth National Sports Development Plan (2017-2021)*. Bangkok: Office of Permanent Secretary Ministry of Tourism and Sports. [in Thai]

- Thiamklang, R., Aphanphansiri, M. D., & Wongchaturaphat, N. (2016). *The Hierarchy of Needs Affecting Exercise Motivation of Fitness Club Members*. Bangkok: Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Wanichbancha, K. (2006). *Advanced Statistical Analysis with SPSS* (5th ed.). Bangkok: Thammasarn Company Limited. [in Thai]
- Weiss, M. R. & Amorose, A. J. (2008). Motivational Orientations and Sport Behavior. In T. S. Horn (Ed.), *Advances in Sport Psychology* (pp. 115-155, 437-444). New Milford, USA: Human Kinetics.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Yeammit, C. (2013). *Exercise Behavior of Non Formal Education Center Student in Krabi Area in Academic Year 2008*. Master Thesis Graduate School, Srinakharinwirot University. [in Thai]



Name and Surname: Katawoot Jeambua

Highest Education: M.A. (Business and Managerial Economics), Chulalongkorn University & M.S. (Economics), University of Nevada, Reno

Affiliation: Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Field of Expertise: Economics and Management



Name and Surname: Prasopchai Pasunon

Highest Education: Ph.D. (Management), Cert. in University Research Management in UK: A Part Toward Class Research University. New College, University of Oxford, UK

Affiliation: Silpakorn University

Field of Expertise: Management Science

จิตลักษณะและพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ที่ส่งผลต่อทักษะการสร้างสรรค์ งานนวัตกรรมของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง

PSYCHOLOGICAL AND EXPERIENTIAL LEARNING BEHAVIOR EFFECT ON INNOVATION SKILL OF STUDENTS IN WORK-BASED EDUCATION

วารภรณ์ คล้ายประยงค์¹ กาญจนา ภัทราวิวัฒน์² วิชุดา กิจธรรม³ และพิชิต ฤทธิ์จรูญ⁴

Varaporn Klayprayong¹ Kanchana Pattrawiwat² Wichuda Kijthorntham³, and Pichit Ritcharoon⁴

^{1,2}สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁴คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์

^{1,2}Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

³Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University

⁴Faculty of Education, Panyapiwat Institute Management

Received: May 12, 2020 / Revised: August 28, 2020 / Accepted: August 28, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของตัวแปรในกลุ่มจิตลักษณะเดิม จิตลักษณะตามสถานการณ์ และลักษณะตามสถานการณ์ที่มีผลต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม โดยผ่านพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง ชั้นปีที่ 3 ทั้ง 10 คณะ ปีการศึกษา 2561 ของสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง กำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Maximum Likelihood) สุ่มด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ได้ตัวอย่างจำนวน 625 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม 6 ส่วน ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ มีความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายในอยู่ระหว่าง .601 - .815 และมีความตรงเชิงโครงสร้างอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อยู่ระหว่าง .49 -.98 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างด้วยโปรแกรม Mplus

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยจิตลักษณะเดิม จิตลักษณะตามสถานการณ์ และลักษณะตามสถานการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมที่ปรับแก้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $\chi^2 = 701.362$, $df = 322$, $p < .01$, RMSEA [90% CI] = .046 [.042, .051], SRMR = .083, CFI = .940, TLI = .914 และ Relative $\chi^2 = 2.178$ และพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์มากที่สุด คือ การถ่ายทอดความรู้จากอาจารย์ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมมากที่สุดคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ในขณะที่ตัวแปรการถ่ายทอดความรู้จากอาจารย์

ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ส่งผลโดยอ้อมต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมมากที่สุด ตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมได้ร้อยละ 80 และ 92 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ การเรียนรู้จากการทำงานจริง

Abstract

The aims of this research were to examine a structural equation model of the causal factors of old psychological traits, situational psychological traits, and situational characteristics affecting innovation creating skill mediated through experiential learning behavior of students in work-based education system. The research sample consisted of 625 third-year students in work-based education system from 10 faculties of a private educational institution during the 2018 academic year, obtained by stratified random sampling. The sample size was determined based on the maximum likelihood estimation. The data collecting instrument was a questionnaire composing of six parts. Its content validity was verified by experts. Its internal consistency was acceptable as indicated by Cronbach alpha coefficients of .601 - .815. Its construct validity was also acceptable as indicated by the goodness-of-fit indices from confirmatory factor analysis with factor loading of .49 - .98. Data were analyzed with the use of structural equation modeling to test the structural relationship of variables by using the Mplus program.

The results reveal that the adjusted structural equation model of the causal factors of old psychological traits, situational psychological traits, and situational characteristics affecting innovation creating skill mediated through experiential learning behavior of students in work-based education system is in accord with the empirical data ($\chi^2 = 701.362$, $df = 322$, $p < .01$, RMSEA [90% CI] = .046 [.042, .051], SRMR = .083, CFI = .940, TLI = .914 and Relative $\chi^2 = 2.178$). It is also found that the variable that has the highest direct influence on experiential learning behavior of students in work-based education system is the imparting of knowledge from the instructors. The variable that has the highest direct influence on students' innovation creating skill is the achievement motivation. On the other hand, the instructors' imparting of knowledge on innovation creation has the highest indirect influence on students' innovation creating skill. All causal factors can be combined to explain the variance of experiential learning behavior and innovation creating skill by 80 percent and 92 percent respectively.

Keywords: Innovation Creating Skill, Experiential Learning Behavior, Work-based Education

บทนำ

การให้ความสำคัญกับระบบการศึกษาในปัจจุบันถือเป็นกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มุ่งเน้นการแข่งขันด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มากกว่าการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ หรือระบบสาธารณูปโภคต่างๆ การเรียนรู้บนฐานการทำงานในภาคการผลิตและภาคสังคม Work-based/Community-based education หรือการจัดการเรียนการสอนแบบ Work-based Learning (WBL) ถือเป็นระบบการเรียนรู้แบบประสบการณ์ (Experiential Learning) ที่ให้ผู้เรียนนำเอาประสบการณ์จากการทำงานมาบ่มเพาะสำคัญในการเรียนรู้ ซึ่งระบบการเรียนรู้ดังกล่าวเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในสหภาพยุโรปดังจะเห็นได้จากการสนับสนุนนโยบายการศึกษาและการฝึกอบรมโดย “European Alliance for Apprenticeships (EaFA)” และ “Youth Employment” จัดหาสถานที่ฝึกงานให้กับผู้เรียนโดยต้องใช้เวลามากกว่า 50% เพื่อการเรียนรู้ในสถานประกอบการ (European Commission, 2013) สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาของประเทศไทย จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาเยาวชนด้วยระบบการศึกษาแบบ Work-based Learning (WBL) ด้วยการสนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาเพิ่มพื้นที่การเรียนรู้ของเยาวชนและนักศึกษาในแบบของทักษะชีวิต ทักษะสังคม (Socialization) สมรรถนะพื้นฐานรวม (Base Line Competencies) ความรู้และความสามารถเชิงบูรณาการ (Tacit Knowledge and Ability) การเรียนรู้บนฐานการทำงานในภาคการผลิตและภาคสังคม (Work-based/Community-based Education) (Office of the Higher Education Commission, 2007) ให้สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องการให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ของตนเองจากประสบการณ์ที่ได้รับ

กรอบความคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นอีกหนึ่งแนวคิดทางการศึกษาที่ได้รับการพัฒนาขึ้น

โดยภาคีเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (Partnership for 21st Century Skills) ถือเป็นแนวความคิดใหม่ด้านการศึกษาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยการกำหนดทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ 3 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี (Information, Media and Technology Skills) และทักษะชีวิตและงานอาชีพ (Life and Career Skills) (Partnership for 21st Century Skills, 2009) มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ในสายวิชาการควบคู่ไปกับทักษะในการเตรียมพร้อมสู่การทำงานและการใช้ชีวิตโดยใช้การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน (Project Based Learning: PBL) สอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผ่านมาที่พบว่า หากผู้สอนใช้หลักสูตรการเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน (PBL) และได้รับการพัฒนาวิชาชีพควบคู่ไปด้วย จะส่งผลให้มีคะแนนการประเมินทักษะในศตวรรษที่ 21 มากกว่ากลุ่มผู้สอนที่ไม่ได้ใช้หลักสูตรดังกล่าว (Ravitz et al., 2012) การเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์จากการร่วมกิจกรรมต่างๆ กับการศึกษาทฤษฎีในสถาบันการศึกษา เมื่อวิเคราะห์การเรียนรู้แบบประสบการณ์ตามทฤษฎีของ Kolb (1984) แสดงให้เห็นว่าการสร้างความรู้ผ่านประสบการณ์ไม่ได้ขึ้นกับผู้เรียนเท่านั้น แต่ยังมีมุมมองอื่นๆ ที่ทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันให้ผู้เรียนเกิดความรู้และทักษะต่างๆ แต่ยังคงพิจารณาถึงสภาพทางจิต สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกอีกด้วย (Farooq & Aneesa, 2011) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Budworth (2000) ที่พบว่า ความชำนาญและการเรียนรู้ของบุคคลนั้นมีความแตกต่างกันโดยมีสาเหตุมาจากลักษณะภายในของบุคคลเอง และสถานการณ์แวดล้อม

จากข้อมูลข้างต้นงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการศึกษาหลักสูตรระยะสั้น หรือไม่กี่เป็นเพียงบางรายวิชาที่มีการสอนแบบการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง แต่ยังไม่มีการศึกษาในระบบสถาบันการศึกษาที่ครบวงจรทุกหลักสูตร นอกจากนั้นในการศึกษาผลลัพธ์ของพฤติกรรมการเรียนรู้แบบ

ประสบการณ์ที่ผ่านมาพิจารณาเพียงทักษะด้านการทำงานของผู้เรียนเท่านั้น แต่ในปัจจุบันทักษะการทำงานเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการทำในปัจจุบัน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษาจิตลักษณะและพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ที่ส่งผลต่อทักษะการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเป็นการยืนยันวิสัยทัศน์ในการจัดการศึกษาที่อยู่ภายใต้ระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง (Work-based Education) ว่าจะสามารถสร้างบัณฑิตที่มีคุณลักษณะสอดคล้องตามความต้องการของสังคมในศตวรรษที่ 21 และสามารถดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข อีกทั้งยังเป็นการศึกษาแนวทางการเสริมสร้างทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (Innovation Skills) ที่มีอิทธิพลมาจากสาเหตุอื่นๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ สุขภาพจิตที่ดี แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม จากเพื่อน การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม และการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา ที่มีผลต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม โดยผ่านพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง

ทบทวนวรรณกรรม

การเรียนรู้แบบประสบการณ์ (Experiential Learning) เป็นปรัชญาองค์ความรู้ด้านการศึกษาที่ยึดตามแนวคิดที่ว่าประสบการณ์ทางการศึกษาและ

การทำงานมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเรียนรู้และเข้าใจในความรู้ใหม่ๆ ของบุคคล เป็นกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จากคลังข้อมูลการเรียนรู้ของ Kolb (1984) ได้พัฒนาและเผยแพร่รูปแบบการเรียนรู้แบบประสบการณ์ (Experiential Learning) ที่เกี่ยวกับกระบวนการคิดของผู้เรียน แนวคิดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ สถานการณ์ที่หลากหลาย ทฤษฎีการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของ Kolb กำหนดรูปแบบการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน 4 รูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับวัฏจักรการเรียนรู้ 4 ขั้นตอน Kolb อธิบายว่าบุคคลมักชอบรูปแบบการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป และปัจจัยต่างๆ ย่อมมีอิทธิพลต่อรูปแบบที่ต้องการของบุคคล ตัวอย่างเช่น สภาพแวดล้อมทางสังคมประสบการณ์การศึกษาหรือโครงสร้างพื้นฐานทางความรู้ของแต่ละบุคคล ซึ่งวัฏจักรการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ขั้น ดังนี้ คือ ขั้นที่ 1 Concrete Experience การเข้าไปมีส่วนร่วมและรับรู้ประสบการณ์ต่างๆ เน้นการใช้ความรู้สึกและประสบการณ์ในขณะนั้น ขั้นที่ 2 Reflective Observation คือ ทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์ที่ได้รับและปรับแนวทางในการแก้ปัญหา ขั้นที่ 3 Abstract Conceptualization การใช้เหตุผลและความคิดในการสรุปรวบยอดเป็นหลักการต่างๆ ของตนเอง ขั้นที่ 4 Active Experimentation เป็นกระบวนการทดสอบแนวคิดที่มีอยู่ โดยนำเอาความเข้าใจที่สรุปได้ในขั้นที่ 3 ไปทดลองปฏิบัติจริง เน้นการประยุกต์ใช้ ซึ่งขั้นตอนของการเรียนรู้สิ่งใหม่แต่ละขั้นตอนจะส่งเสริมการเรียนรู้ในขั้นต่อไป โดยขั้นตอนการเรียนรู้จากประสบการณ์สามารถจำแนกพฤติกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวออกเป็น 4 แบบ 1) แบบคิดออกเนกนัย (Divergers) คือ ผู้เรียนที่มีความสามารถในการรับรู้และสร้างจินตนาการต่างๆ ขึ้นเองมองเห็นภาพโดยส่วนรวม สามารถทำงานได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องการความคิดหลากหลาย 2) แบบดูดซึม (Assimilator) คือ ผู้เรียนมีความสามารถในการสรุปหลักการหรือกฎเกณฑ์ต่างๆ ได้ดี มีความสนใจในหลักการที่เป็นนามธรรมไม่ชอบลงมือปฏิบัติ 3) แบบ

คิดเอกนัย (Convergers) คือ ผู้เรียนสามารถนำแนวคิดที่เป็นนามธรรมไปใช้ในการปฏิบัติ สามารถสรุปวิธีที่ถูกต้องเพียงวิธีเดียวเพื่อนำไปแก้ไขปัญหาคำได้ ใช้เหตุผลในการแก้ไขปัญหาคำ 4) แบบปรับปรุง (Accommodators) คือ ผู้เรียนที่ชอบลงมือปฏิบัติ ชอบทดลอง และสามารถทำงานได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องปรับตัว มีแนวโน้มจะแก้ไขปัญหาคำที่เกิดขึ้นด้วยวิธีของตนเองการวิเคราะห์ที่สำคัญของวัฏจักรวงจรการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของ Kolb เมื่อถูกแสดงในมุมมองของ Constructivist Theory ที่เห็นว่าการสร้างความรู้ผ่านประสบการณ์ไม่ได้ขึ้นกับผู้เรียนเท่านั้น แต่ยังมีมุมมองอื่นๆ ที่ทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันให้ผู้เรียน การวิเคราะห์ที่สำคัญของวงจรการเรียนรู้ของ Kolb (1984) กล่าวว่าทางเลือกแนวคิดในการเรียนรู้ที่เสนอโดย Fenwick (2001 cited in Faroong & Aneesa, 2011) สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสังเกตข้อบกพร่องในแบบจำลองทฤษฎีวงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ สามารถอธิบายได้ว่า วงจรจิตวิเคราะห์ (Psychodynamic Circle) วงจรสถานการณ์ (Situative Circle) วงจรวัฒนธรรมที่สำคัญ (Critical Cultural Circle) และวงจรสภาพแวดล้อม (Enactivist Circle) อาจแบ่งออกเป็น 2 สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก แนวคิดใหม่ของแบบจำลองนี้ (ดังภาพที่ 1) แสดงให้เห็นว่าสิ่งเหล่านี้เกิดแรงกระทำต่อวงจรและบุคคลที่เริ่มกระบวนการเรียนรู้ ดังนั้นการสร้างความรู้มีโอกาที่จะเกิดมากขึ้นสำหรับวัฏจักรการเรียนรู้เพื่อคาดการณ์และเลียนแบบความเป็นจริงผ่านประสบการณ์ค่อนข้างใช้เป็นความคิดริเริ่มสำหรับการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Faroong & Aneesa, 2011)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมและพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์

สุขภาพจิตที่ดี แนวคิดของจัสตินและ แดเนียล (Hunt & Eisenberg, 2010) วิเคราะห์ปัญหาสุขภาพจิตและพฤติกรรมช่วยเหลือในหมู่นักศึกษาระดับวิทยาลัยที่พบว่า ความผิดปกติทางจิตของนักศึกษาจะเกี่ยวข้อง

กับการเข้าเรียนและผลการเรียน นอกจากนั้นยังพบผลในงานวิจัยของ Teepapal & Teepapal (2018) ที่พบว่า มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ จากงานวิจัยของ Saecow (2014) ที่พบว่า แรงจูงใจในการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน นอกจากนั้นยังพบว่า ตัวแปรแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอีกด้วย (Chetri, 2014) เจตคติต่อการเรียนรู้แบบประสบการณ์ จากแนวคิดของ Chumkesornkulkit & Na Wichian (2018) กล่าวว่าบุคคลที่มีเจตคติต่อตนเองเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้และปฏิบัติจะส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมของบุคคลนั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chuayounan & Khilai-Aum (2018) ที่พบว่า พฤติกรรมนวัตกรรมได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการเปิดกว้างทางความคิดและลักษณะความคิดริเริ่มโดยผ่านเจตคติต่อนวัตกรรมการศึกษา

ลักษณะมุ่งอนาคต งานวิจัย Wattanacheewanopakorn (2012) ศึกษาลักษณะมุ่งอนาคตที่มีต่อทักษะที่ดีในการสร้างสรรค์ ซึ่งแสดงในรูปแบบของพฤติกรรมใฝ่รู้ ใฝ่ดีที่เป็นการวัดการกระทำพบว่ามีลักษณะมุ่งอนาคต การควบคุมตนเอง เป็นตัวแปรการทำนายที่สำคัญสำหรับพฤติกรรมใฝ่รู้ใฝ่ดีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม

การควบคุมตนเอง งานวิจัยลักษณะการควบคุมตนเองและประสิทธิภาพทางการศึกษาของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ (Honken, Ralston, & Tretter, 2016) พบว่า ลักษณะการควบคุมตนเองมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเรียนในเชิงบวกและผลการดำเนินงานทางวิชาการของนักศึกษามีอำนาจการทำนายอยู่ระหว่าง 27% - 42% การสนับสนุนทางสังคม จากงานวิจัยของ Sutthawart & Pasunon (2015) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา

ขั้นพื้นฐานพบว่า เครือข่ายทางสังคมของบุคคลมีความสัมพันธ์กับผลงานสร้างสรรค์นวัตกรรมระดับบุคคล

การถ่ายทอดความรู้ งานวิจัยกลยุทธ์การสอนที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนรู้โดย Awang et al. (2013) ศึกษากลยุทธ์การสอนที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนรู้พบว่าครูที่ใช้กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ จะทำให้นักเรียนให้ความสนใจเป็นอย่างดี และสิ่งสำคัญคือ ครูผู้สอนต้องแสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรมในชั้นเรียน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ทั้ง 10 คณะ ปีการศึกษา 2561 ของสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ที่มีประสบการณ์การเรียนรู้และการทำงานจริงมาแล้วเป็นระยะเวลา 2 ปี เพื่อจะได้มีประสบการณ์และข้อมูลมากพอสำหรับการทำความเข้าใจในตัวแปรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะการจัดการธุรกิจอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี คณะนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร คณะศึกษาศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร และคณะการจัดการโลจิสติกส์ และการคมนาคมขนส่ง ของสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งที่เน้นการเรียนแบบ Work-based Education จำนวน 2,621 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้หลักเกณฑ์ตามหลักการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Mplus ซึ่งใช้การประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีโลคัลไลฮูดสูงสุด (Maximum likelihood) สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างซึ่งมีพารามิเตอร์ที่ต้องการประเมินค่าตัวแปรแฝงทั้งหมดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 31 ตัวแปร โดยให้มีการประมาณค่า 20 เท่าของตัวแปร (Hair, 2010) จึงได้ขนาดตัว

อย่างขั้นต่ำ 620 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยการสุ่มจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ทั้ง 10 คณะ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 625 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variables) ได้แก่

1.1 จิตลักษณะเดิม ประกอบด้วยสุขภาพจิตที่ดี และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

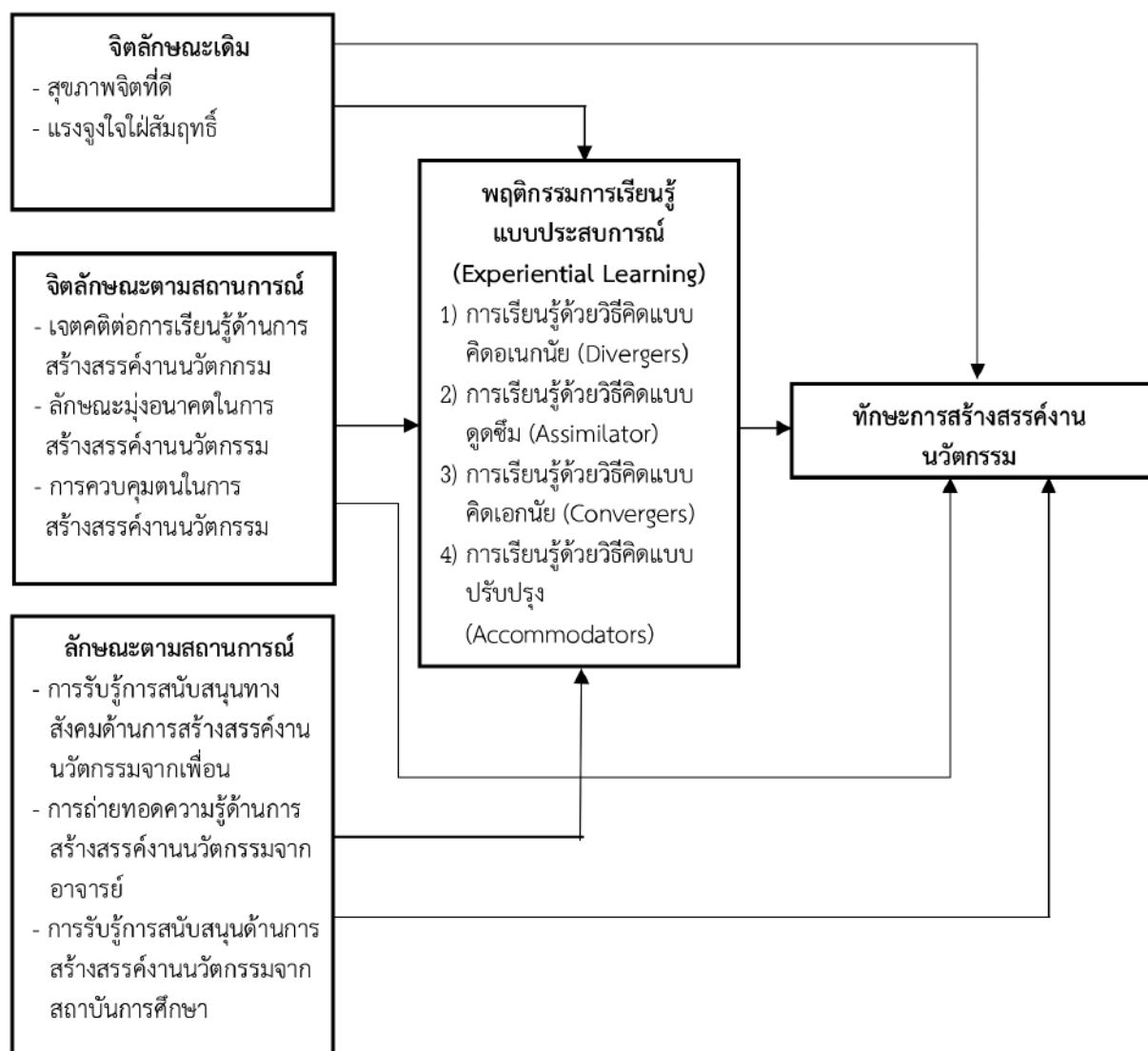
1.2 จิตลักษณะตามสถานการณ์ ประกอบด้วย เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรคงานนวัตกรรม และลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรคงานนวัตกรรมและการควบคุมตนในการสร้างสรรคงานนวัตกรรม

1.3 ลักษณะตามสถานการณ์ ประกอบด้วย การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรคงานนวัตกรรมจากเพื่อน การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรคงานนวัตกรรมจากอาจารย์ และการสนับสนุนด้านการสร้างสรรคงานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา

2. ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variable) ได้แก่

2.1 พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ ประกอบด้วย การเรียนรู้ด้วยวิธีคิด 4 แบบ ได้แก่ แบบอเนกนัย (Divergers) แบบดูดซึม (Assimilator) แบบเอกนัย (Convergers) แบบปรับปรุง (Accommodators) โดยเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างตัวแปรกลุ่ม จิตลักษณะเดิม จิตลักษณะตามสถานการณ์ และลักษณะตามสถานการณ์ไปสู่ผลคือ ตัวแปรทักษะการสร้างสรรคงานนวัตกรรม

2.2 ทักษะการสร้างสรรคงานนวัตกรรม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 แบบจำลองสมมติฐานโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสุขภาพจิตที่ดี แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม และการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้

แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสุขภาพจิตที่ดี แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม และการรับรู้การ

สนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม จากสถาบันการศึกษา มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรม การเรียนรู้แบบประสบการณ์ของนักศึกษาในระบบ การเรียนรู้จากการทำงานจริง

สมมติฐานที่ 3 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสุขภาพจิตที่ดี แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม และการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม จากสถาบันการศึกษามีอิทธิพลทางตรงต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง

สมมติฐานที่ 4 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสุขภาพจิตที่ดี แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม และการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม จากสถาบันการศึกษามีอิทธิพลทางอ้อมต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมโดยผ่านจากพฤติกรรม การเรียนรู้แบบประสบการณ์ของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ ประกอบด้วย เครื่องมือวัดตัวแปรที่สำคัญ ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) และแบบเติมคำในช่องว่าง ส่วนที่ 2 เครื่องมือ

วัดจิตลักษณะเดิม ส่วนที่ 3 เครื่องมือวัดจิตลักษณะตามสถานการณ์ ส่วนที่ 4 เครื่องมือวัดลักษณะตามสถานการณ์ ส่วนที่ 5 เครื่องมือวัดพฤติกรรม การเรียนรู้แบบประสบการณ์ ส่วนที่ 6 เครื่องมือวัดทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ลักษณะการวัดในส่วนที่ 2 - 6 เป็นคำถามมาตรวัด 6 ระดับ ในแต่ละข้อ และหาคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบค่าความสอดคล้อง (IOC: Item Objective Congruence Index) ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยสรุปจากข้อคำถามจำนวน 137 ข้อ มีความตรงเชิงเนื้อหาโดยมีค่า IOC = 1.00 จำนวน 85 ข้อ ข้อคำถามที่มีค่า IOC > .50 = 47 ข้อ ข้อคำถามที่มีค่า IOC < .50 = 5 ข้อ ผู้วิจัยปรับโครงสร้างภาษาเล็กน้อยตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ สรุปว่าข้อคำถามเกือบทั้งหมดมีค่า IOC > .50 จึงสามารถใช้ได้ หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้เพื่อตรวจสอบวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ผลการวิเคราะห์คุณภาพมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง .552 - .760 และทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบสอบถามพบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .49 - .98

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1.2 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่ามัธยฐานเลขคณิตหรือค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง ของตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการพัฒนาแบบจำลองเพื่อทราบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง

ตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient) เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงสาเหตุของทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม

2.2 การวิเคราะห์ตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงสาเหตุของทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม การประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง (Parameter estimation from the model) ด้วยวิธี ML (Maximum Likelihood) และการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองสมมติฐาน (Validation of the Model) โดยการพิจารณาจากค่าประมาณพารามิเตอร์ ค่าน้ำหนักเบต้า หรือค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (Coefficients of Determination: R²) และการวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness-of-Fit Measures) ของแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

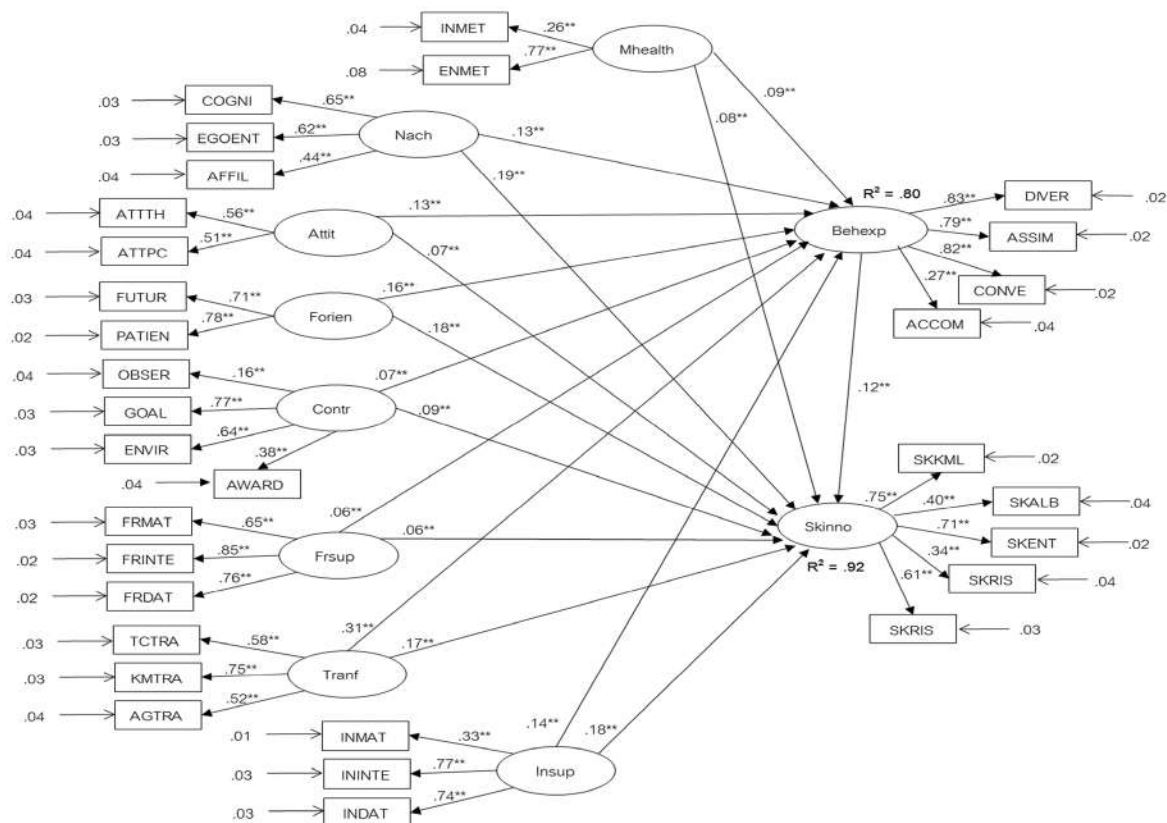
ผลการวิจัย

1. ผลข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 625 คน เป็นนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริงที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 แบ่งเป็นหญิง จำนวน 437 คน และชาย จำนวน 188 คน ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 311 คน รองลงมาคณะการจัดการธุรกิจอาหาร จำนวน 95 คน สำหรับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมเท่ากับ 3.19 (S.D. = 0.47)

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยจิตลักษณะเดิม จิตลักษณะตามสถานการณ์ และลักษณะตามสถานการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมพบว่า แบบจำลองที่สร้างขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากที่ทำการปรับแก้โดยการพิจารณาจากค่าสถิติต่างๆ ที่รายงานออกมาในผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ในแต่ละครั้ง โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ถึงดี ดังภาพที่ 2 (Hu & Bentler, 1999; Schumacker & Lomax, 2004; Kline, 2016) กล่าวคือ มีค่า $\chi^2 = 701.362$, $df = 322$, $p < .01$, RMSEA [90% CI] = .046 [.042, .051], SRMR = .083, CFI = .940, TLI = .914 และ Relative $\chi^2 = 2.178$



หมายเหตุ: * $p < .05$, ** $p < .01$

ภาพที่ 2 เส้นทางอิทธิพลและค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองหลังปรับเปลี่ยน

จากแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม จิตลักษณะตามสถานการณ์ และลักษณะตามสถานการณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะ

การสร้างสรรคงานนวัตกรรมของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง ตามภาพที่ 1 และตารางที่ 1 สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ตามสมมติฐานที่ 1 - 4 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 คะแนนมาตรฐานของอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) อิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรผลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พหุคูณกำลังสองของตัวแปร (Square Multiple Correlation: R^2) ของแบบจำลองที่ปรับแก้

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์			ทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
สุขภาพจิตที่ดี	.09**	-	.09**	.08**	.01**	.09**
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	.13**	-	.13**	.19**	.02**	.21**
เจตคติต่อการเรียนรู้	.13**	-	.13**	.07**	.02**	.09**
ลักษณะมุ่งอนาคต	.16**	-	.16**	.18**	.02**	.20**
การควบคุมตน	.07**	-	.07**	.09**	.01**	.10**
การสนับสนุนทางสังคม จากเพื่อน	.06**	-	.06**	.06**	.01**	.07**
การถ่ายทอดความรู้ จากอาจารย์	.31**	-	.31**	.17**	.04**	.21**
การสนับสนุนทางสังคม จากสถาบันการศึกษา	.14**	-	.14**	.18**	.02**	.20**
พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์	-	-	-	.12**	-	.12**
R^2		.80			.92	

สมมติฐานที่ 1

การทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองพบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนอยู่ในระดับยอมรับได้โดยมีค่าดัชนีการปรับโมเดลและคำนึงถึงความเป็นไปได้ในเชิงแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้ $\chi^2 = 701.362$, $df = 322$, $p < .01$, Relative $\chi^2 = 2.178$

สมมติฐานที่ 2

ตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากอาจารย์ (.31**) ลักษณะมุ่งอนาคตด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.16**) การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา (.14**) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (.13**) เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.13**) สุขภาพจิตที่ดี (.09**) การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.07**) และการสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์

งานนวัตกรรมจากเพื่อน (.06**) ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรทั้ง 9 ร่วมกันสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริงได้ร้อยละ 80

สมมติฐานที่ 3

ตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (.19**) ลักษณะมุ่งอนาคตด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.18**) การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา (.18**) การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากอาจารย์ (.17**) พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ (.12**) การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.09**) สุขภาพจิตที่ดี (.08**) เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.07**) และการสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน (.06**) ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 10 ร่วมกันสามารถอธิบายความ

แปรปรวนของทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริงได้ร้อยละ 92

สมมติฐานที่ 4

ตัวแปรที่มีผลโดยรวมและโดยอ้อมต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากอาจารย์ (.21** และ .04**) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (.21** และ .02**) การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา (.20** และ .02**) ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.20** และ .02*) การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.10** และ .01**) เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม (.09** และ .02**) สุขภาพจิตที่ดี (.09** และ .01**) และการสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน (.07** และ .06*) ตามลำดับ

อภิปรายและสรุปผล

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลและการทดสอบนัยสำคัญพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรในแบบจำลอง มีรายละเอียดการอภิปรายผลเรียงตามสมมติฐานการวิจัยต่อไปนี้

สุขภาพจิตที่ดี จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าสุขภาพจิตที่ดีส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และยังผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Silpakit & Silpakit (2016) ซึ่งศึกษาคุณสมบัติทางจิตมิติของแบบวัดความภาคภูมิใจในตนเองในเยาวชนไทยอายุ 13-24 ปี ที่พบว่า วัยรุ่นที่ไม่มีปัญหาด้านสุขภาพจิตจะมีคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรมอันพึงประสงค์สูงกว่าวัยรุ่นที่มีปัญหาด้านสุขภาพจิต

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นตัวแปรที่อยู่ในกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะเดิม ที่จัดเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ในความมุ่งมั่นกระทำการอย่างไม่ย่อท้อเพื่อให้ประสบความสำเร็จ จากงานวิจัยที่ผ่านมายืนยัน

ว่าบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกับผู้อื่นสูง และมีเป้าหมายในการทำงานที่สอดคล้องกับความสามารถของตน (Alam & Mia, 2006) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้พบอิทธิพลโดยตรงของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริงซึ่งในงานวิจัยที่ผ่านมาที่เคยพบในลักษณะคล้ายกันว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน (Chetri, 2014)

เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ซึ่งการจะเกิดเจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากสถานการณ์แวดล้อมการจัดการเรียนรู้ที่จะสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า เจตคติต่อการเรียนรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมมีอิทธิพลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ Chuayounan & Khilai-Aum (2018) พบว่า พฤติกรรมนวัตกรรมการศึกษาได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการเปิดกว้างทาง ความคิดและลักษณะความคิดริเริ่มโดยผ่านเจตคติต่อนวัตกรรมการศึกษา

ลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม เป็นลักษณะการคิดแบบคาดการณ์ไกลของบุคคลมองเห็นถึงผลดีในการรอคอย และยอมรับผลที่เกิดขึ้น ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงความสามารถของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง ซึ่งนักศึกษาต้องฝึกปฏิบัติงานควบคู่กับการเรียนจึงมีลักษณะของมุ่งมั่นต่อการดำเนินชีวิตอยู่แล้ว จึงเป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นหรือควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และ

บรรลุปเป้าหมายในการสร้างสรรค์จนได้ผลลัพธ์เป็นงานนวัตกรรมที่ดี จากผลการวิจัยครั้งนี้พบอิทธิพลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมของลักษณะมุ่งอนาคตในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมต่อตัวแปรทั้ง 2 ตัว คือ พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการวิจัยที่ผ่านมาของ Koednok (2016) ที่พบว่า ความมุ่งมั่นและพลังการขับเคลื่อนในงานมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ซึ่งความมุ่งมั่นดังกล่าวสามารถเทียบเคียงได้กับลักษณะมุ่งอนาคตในงานวิจัยนี้ที่เป็นการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นตั้งใจเป็นแรงกระตุ้นพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย

การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมเป็นความสามารถของบุคคลในการยับยั้งการกระทำหรือคำพูดที่จะแสดงออกมา ดังนั้นการควบคุมตนเองจึงมีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมและแรงกระตุ้นในการบรรลุเป้าหมายของบุคคล (Baumeister, Vohs, & Tice, 2007) ซึ่งในงานวิจัยนี้พิจารณาถึงการควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมของนักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริง ที่มีความสามารถในการวางแผนการและการกำหนดเป้าหมายในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมตั้งแต่ต้นจนจบ จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมมีอิทธิพลโดยตรงและอ้อมต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม กล่าวคือ การที่นักศึกษาในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริงสามารถควบคุมตนในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมมากเพียงใดก็จะทำให้มีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ดีมากเท่านั้น รวมถึงระดับทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมที่จะเพิ่มตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การควบคุมตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของบุคคลได้ในเชิงบวก (Honken, Ralston, & Tretter, 2016; Ismail & Zawahreh, 2017)

การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อน ถือเป็นการแลกเปลี่ยนทรัพยากร

ต่างๆ ระหว่างผู้ให้และผู้รับ โดยจำเป็นที่จะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้กับผู้รับที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุน (Shumaker & Brownell, 1984) ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการพิจารณาการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมชั้นเรียนเนื่องจากการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมของนักศึกษาจะเป็นการสร้างสรรค์งานในลักษณะของการทำงานเป็นกลุ่มตลอดตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 - 4 ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดอันจะมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนเป็นอย่างมากจากความสนิทสนมดังกล่าว ดังนั้นจากผลการวิจัยครั้งนี้จึงพบว่า การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อนมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม กล่าวคือ การที่นักศึกษาได้รับการสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากเพื่อนมากเพียงใด ก็จะทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์มากตามไปด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า พฤติกรรมการปรับตัวทางด้านวิชาการ ด้านสังคม และด้านความรู้สึกรักของนักศึกษาขึ้นอยู่กับที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสังคมเพื่อนที่มีส่วนช่วยให้นักศึกษาสามารถดำเนินชีวิตเข้ากับสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆ ได้ดี (Awang, Kutty, & Ahmad, 2014)

การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากอาจารย์ โดยกระบวนการของการถ่ายทอดความรู้ค่อนข้างมีความซับซ้อนเป็นการถ่ายทอดความรู้ (Transfer of Learning) ที่ผู้เรียนมีอยู่แล้วกับความรู้ใหม่ที่ได้เรียนเพิ่มเติม (Wonganutrohd, 2010) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้จะพิจารณาถึงวิธีการถ่ายทอดความรู้ด้วยวงจรการเรียนรู้ของ Kolb (1984) เนื่องจากอาจารย์ผู้สอนในระบบการเรียนรู้จากการทำงานจริงจะมุ่งเน้นการถ่ายทอดความรู้ด้านนวัตกรรมซึ่งเป็นนโยบายหลักของสถาบันการศึกษาให้กับนักศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงสำเร็จการศึกษา ดังนั้นจึงพิจารณาการถ่ายทอดความรู้ใน 3 ประการ

ด้วยกันคือ 1) เนื้อหาที่เอื้อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ 2) การใช้เทคนิคที่เหมาะสม และ 3) การใช้ตัวแทนให้นักศึกษาได้เรียนรู้ จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากอาจารย์มีอิทธิพลเชิงบวกทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม กล่าวคือ การที่นักศึกษาได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากอาจารย์มากเพียงใด ก็จะทำให้ นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ มากตามไปด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่พบว่า การถ่ายทอดความรู้จากอาจารย์ผู้สอนที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการเรียนของผู้เรียนในเชิงบวก (Khamta, 2015; Awang, Kutty, & Ahmad, 2013)

การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งาน นวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา ปัจจุบันการสนับสนุน ทางสังคมจะเป็นการเชื่อมโยงการตอบสนองต่อ สถานการณ์ของแต่ละบุคคล (Streeter & Franklin, 1992; Relandeau et al., 2009) ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการพิจารณาการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา ซึ่งถือเป็นสภาพแวดล้อมอันจะส่งผลต่อนักศึกษา จาก ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การสนับสนุนทางสังคมด้าน การสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษามี อิทธิพลเชิงบวกโดยตรงและโดยอ้อมต่อพฤติกรรมการ เรียนรู้แบบประสบการณ์ และทักษะการสร้างสรรค์ งานนวัตกรรม กล่าวคือ การที่นักศึกษาได้รับการ สนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม จากสถาบันการศึกษามากเพียงใด ก็จะทำให้ นักศึกษา มีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์มากตามไป ด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Baker (2013) ที่พบว่า การสนับสนุนส่วนบุคคลจากสภาพแวดล้อมของ สถาบันการศึกษาส่งผลต่อความสำเร็จในการเรียน ของนักศึกษา

พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ เป็นกระบวน การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในรูปแบบการแสดงออก ของการเรียนรู้จากทฤษฎีควบคู่กับการเรียนรู้

จากสถานการณ์จริง ตามวงจรการเรียนรู้ของ Kolb (1984) จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการ เรียนรู้แบบประสบการณ์มีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อ ทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม กล่าวคือ หาก นักศึกษาได้รับการส่งเสริมให้มีพฤติกรรมการเรียนรู้ แบบประสบการณ์มากเพียงใด ก็จะทำให้ นักศึกษามี ทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมมากตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Meedee & Lincharoen (2017) พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ที่มีคะแนนด้านทักษะ การเรียนรู้และนวัตกรรมสูงกว่าคะแนนเฉลี่ย เป็น นักเรียนที่เรียนตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้รับการจัดพฤติกรรมการเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมพัฒนาทักษะการเรียนรู้และ นวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่พบว่า อิทธิพลของตัวแปรที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์และ ทักษะการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม จึงควรพัฒนาให้ เกิดขึ้น ดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ลักษณะมุ่งอนาคต และการควบคุมตนพัฒนาให้เกิดขึ้นโดยผ่านกิจกรรม การฝึกอบรมด้วยการจัดสัมมนากลุ่มย่อยในเนื้อหาที่ เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม

2. การถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างสรรค์งาน นวัตกรรมจากอาจารย์ โดยการจัดอบรมคณาจารย์ใน หลักสูตรด้วยรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ซึ่งสอดคล้อง กับวงจรการเรียนรู้แบบประสบการณ์ของ Kolb โดย แบ่งการฝึกอบรมเป็นวิธีการสอน 4 ขั้นตอน (Panich, 2016) ได้แก่ 1) Concrete Experience 2) Reflective Observation 3) Abstract Conceptualization 4) Active Experimentation

3. การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์ งานนวัตกรรมจากเพื่อน โดยการจัดชมรมเพื่อน ช่วยเพื่อนไปสู่ความสำเร็จในการสร้างสรรค์งาน นวัตกรรม เพื่อให้ นักศึกษาได้มีการปรึกษาซึ่งกันและ

กันระหว่างเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง จัดกิจกรรมการแบ่งปันประสบการณ์

4. การสนับสนุนทางสังคมด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมจากสถาบันการศึกษา โดยการจัดศูนย์ให้คำปรึกษาการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม

5. พฤติกรรมการเรียนรู้แบบประสบการณ์ควร

พัฒนาให้เกิดขึ้นด้วยหลักสูตรการเรียนรู้ในลักษณะผู้เรียนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียน โดยให้ผู้เรียนจัดการเรียนด้วยตนเองเลือกชุดวิชา และแนวทางการเรียน เพิ่มพูนความเข้าใจความรู้ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์

References

- Alam, B. & Mia, L. (2006). *Need for Achievement, Style of Budgeting and Managerial Performance in a Non Government Organization (NGO): Evidence from an Oriental Culture*. Retrieved April 26, 2018, from https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/13947/39655_1.pdf%3Bsequence=1
- Awang, M. M., Ahmad, A. R., Wahab, J. L. A., & Mamat, N. (2013). Effective Teaching Strategies to Encourage Learning Behavior. *Journal of Humanities and Social Science*, 8(2), 35-40.
- Awang, M. M., Kutty, F. M., & Ahmad, A. R. (2014). Perceived Social Support and Well Being: First-Year Student Experience in University. *International Education Studies*, 7(13), 261-270.
- Baker, C. N. (2013). Social Support and Success in Higher Education: The Influence of On-Campus Support on African American and Latino College Students. *The Urban Review*, 45(5), 632-650.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The Strength Model of Self-Control. *Association for Psychological Science*, 16(6), 351-355.
- Budworth, M. (2000). Individual Learning and Group Performance: The Role of Collective Efficacy. *Journal of Workplace Learning*, 23(6), 391-401.
- Chetri, S. (2014). Achievement Motivation of Adolescents and Its Relationship with Academic Achievement. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 3(6), 8-15.
- Chuayounan, S. & Khelai-Aum, S. (2018). The Comparison of Learning Achievement and Problem Solving Ability in the Development of Teenage Lesson for Mathayom Suksa 1 Students by Using Problem-based Learning and Regular Learning. *Journal of Local Governance And Innovation*, 2(1), 95-107. [in Thai]
- Chumkesornkulkit, P. & Na Wichian, S. (2018). Innovative Work Behavior: Concept, Antecedents and Challenges. *Journal of Behavioral Science for Development (JBSD)*, 10(1), 25-41.
- European Commission. (2013). *Work-Based Learning in Europe Practices and Policy Pointers*. Retrieved June 2013, from http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/repository/education/policy/vocational-policy/doc/alliance/work-based-learning-in-europe_en.pdf

- Farooq, M. & Aneesa, Z. (2011). Experiential Learning from a Constructivist Perspective: Reconceptualizing the Kolbian Cycle. *International Journal of Learning & Development*, 1(2), 27-37.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Honken, N., Ralston, P. A., & Tretter, T. R. (2016). Self-Control and Academic Performance in Engineering. *American Journal of Engineering Education*, 7(2), 74-58.
- Hunt, J. & Eisenberg, D. (2010). Mental Health Problems and Help-Seeking Behavior among College Students. *Journal of Adolescent Health*, 46, 3-10.
- Hu, L. T. & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Ilbeykina, M. I., Kolesnik, M. A., Libakova, N. M., Sertakova, E. A., & Sitnikova, A. A. (2015). Innovation and Personality: A Study of Attitude to Innovation among Krasnoyarsk Students and Business Experts using the Basadur-Hausdorff Method. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Italy*, 6(6), 282-288.
- Ismail, B. A. & Zawahreh, N. (2017). Self-control and its Relationship with the Internet Addiction among a Sample of Najran University Students. *Journal of Education and Human Development*, 6(2), 168-174.
- Khamta, J. (2015). A Study of the Relation Between the Behaviors of Teacher and the Behavior of Students Faculty of Business Administration at Thai-Nichi Institute of Technology. *Veridian E-Journal Silpakorn University (Humanities, Social Sciences, and Arts)*, 8(2), 1528-1542. [in Thai]
- Kline, R. B. (2016). *Methodology in the Social Sciences. Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: Guilford Press.
- Klob, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New Jersey: Prentice Hall.
- Koednok, S. (2016). *The Influence of Multilevel Factors of Human Resource Practices on Innovative Work Behavior*. Degree of Doctor of Philosophy Program in Management, Suranaree University of Technology. [in Thai]
- Meedee, P. & Lincharoen, A. (2017). Development Approach for Assessment Learning and Innovation Skills Using Assessment of Learners Method in 21st Century. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 2(10), 139-153. [in Thai]
- Office of the Higher Education Commission. (2007). *15-Year Long Range Plan on Higher Education of Thailand (2008-2022)*. Office of the Higher Education Commission, Ministry of Education Thailand. [in Thai]

- Panich, V. (2016). *The Good Teacher Explains. Nakhonpathom: Leadership for the Future Project Faculty of Learning Sciences and Education Thammasat University*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing Public Company Limited. [in Thai]
- Partnership for 21st Century Skills. (2009). *P21 Framework Definitions. Partnership for 21st Century Skills (P21)*, December 2009. Retrieved April 1, 2018, from www.21stcenturyskills.org
- Ravitz, J., Hixson N., English, M., & Mergendoller, J. (2012). *Using Project Based Learning to Teach 21st Century Skills: Findings from a Statewide Initiative*. Retrieved February 1, 2018, from http://www.bie.org/images/uploads/general/21c5f7ef7e7ee3_b98172602b29d8cb6a.pdf
- Relandeau, A., Cherubini, N., Sevet, C. D., & Lafreniere, A. (2009). *Personalised Social Support: Thoughts, Method and Tools in an Approach of Proximity Social Services. The Social Services, Livelihood and Education Unit Technical Resources Division*. Lyon, France: Handicap International.
- Saecow, T. (2014). *The Organizational Factors that Affected the Innovative Behavior in the Practices for AEC Preparation, of the Food Processing (meat) Industry in the Bangkok Metropolitan Region*. Graduate School, Bangkok University. [in Thai]
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Shumaker, S. A. & Brownell, A. (1984). Toward a Theory of Social Support: Closing Conceptual Gaps. *Journal of Social Issues*, 40(4), 11-36.
- Silpakit, P. & Silpakit, O. (2016). The Psychometric Property of Rosenberg Self-esteem Scale in Thai youth. *Ment Health Thai*, 24(1), 15-28 [In Thai]
- Streeter, C. L. & Franklin, C. (1992). Defining and Measuring Social Support: Guidelines for Social Work Practitioners. *Research on Social Work Practice*, 2(1), 81-98.
- Sutthawart, W. & Pasunon, P. (2015). Factors Affecting Individual Innovative Behavior in The Office of Basic Education Commission. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(1), 530-545. [in Thai]
- Teepapal, D. & Teepapal, S. (2018). A Model of Employees' Creative Thinking and Innovation Behavior in Thai Business Organization. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 7(1), 180-193 [in Thai]
- Wattanacheewanopakom, W. (2012). *The Psycho-social Correlates of Academic and Virtue Oriented Behaviors of Undergraduate Students*. Master thesis, M.S. (Applied Behavioral Science Research), Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Wonganutrohd, P. (2010). *Educational psychology*. Bangkok: Optional Media Center Bangkok. [in Thai]



Name and Surname: Varaporn Klayprayong

Highest Education: Master of Art (M.A.) in Social Development,
National Institute of Development Administration

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Behavioral Science



Name and Surname: Kanchana Pattrawiwat

Highest Education: Doctor of Science (D.Sc.) in Statistic,
National Institute of Development Administration

Highest Education: Doctor of Science (D.Sc.) in Research and
Development on Human Potentials

Affiliation: Srinakharinwirot University

Field of Expertise: Behavioral Science



Name and Surname: Wichuda Kijtorntam

Highest Education: Doctor of Philosophy (Ph. D.) in Research
Methodology, Chulalongkorn University

Affiliation: Srinakharinwirot University

Field of Expertise: Research Methodology



Name and Surname: Pichit Ritcharoon

Highest Education: Doctor of Education (Ed.D.) Curriculum
Research and Development, Srinakharinwirot University

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Research and Evaluation

ภาษากับการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยในวรรณกรรมเพลงโรงเรียน

LANGUAGE AND THAI CHILDREN IDENTITY INDOCTRINATION THROUGH SCHOOL SONGS

เบญจมาศ ขำสกุล¹ วิลัยศักดิ์ กิ่งคำ² และเมธาวี ยุทธพงษ์ธาดา³Benjamas Khamsakul¹ Wilaisak Kingkham², and Methaawee Yutthapongthada³^{1,2,3}ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์^{1,2,3}Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University

Received: April 8, 2020 / Revised: June 18, 2020 / Accepted: July 20, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยในเพลงโรงเรียนที่แต่งช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10-12 และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคอนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10-12 กลุ่มตัวอย่าง เพลงโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา 127 เพลง ประกอบด้วย เพลงที่แต่งช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 จำนวน 30 เพลง ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จำนวน 65 เพลง และช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จำนวน 32 เพลง โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือ ตัวชี้วัดปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทย และตัวชี้วัดยุทธศาสตร์พัฒนาคอน การวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพและ เชิงปริมาณ ใช้สถิติค่าความถี่และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย พบว่า 1) วงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยพบ 2 กลุ่ม คือ มนุษย์กับมนุษย์ ได้แก่ ก การสืบทอดความรู้ ความเชื่อถือ วัฒนธรรมประเพณี และ ต การรวมกลุ่ม กลุ่มมนุษย์ ได้แก่ จ การกระทำ การประพจน์ และ ฉ การดำรงชีวิต และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคอน พบว่า แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 พบด้านเรียนรู้คุณธรรม ด้านอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติ และด้านสุขภาวะที่ดี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 พบด้านพัฒนาคอนทั้งกาย ใจ สติปัญญา ด้านการศึกษาได้มาตรฐานสากล และด้านเพิ่มโอกาสทางการศึกษา และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 พบด้านมีค่านิยมบรรทัดฐานดีทางสังคม ด้านเตรียมคนสำหรับโลกศตวรรษที่ 21 และด้านสุขภาวะที่ดี

คำสำคัญ: ภาษา การปลูกฝังอัตลักษณ์ เด็กไทย เพลงโรงเรียน

Abstract

The purposes of this research were to study lexicon of Thai children identity inculcation in school songs that were composed during the 10th-12th National Economic and Social Development Plans and to study the relationship between the lexicon and human development strategies in the 10th-12th National Economic and Social Development Plans. The research sample consisted of 127 school songs composed for schools under the Primary Educational

Service Area Offices, obtained by multi-stage sampling. The school songs were divided into 3 groups: 30 songs were composed during the 10th National Economic and Social Development Plan, 65 songs were composed during the 11th National Economic and Social Development Plan, and 32 songs were composed during the 12th National Economic and Social Development Plan. The instruments consisted of indicators for Thai children identity inculcation, and indicators for human development strategies. This research was a mixed-method research involving qualitative and quantitative research methodologies. Statistics for data analysis were the frequency and percentage.

The research findings were as follows: (1) two groups of lexicon of Thai children identity inculcation in school songs were founded: the first group was in the theme of “human being and human being” which consisted of ถ (thor thung), i.e. the transmission of knowledge, trustworthy, culture and tradition, and ต (tor tao), i.e. aggregation; the second group was in the theme of “human group” which consisted of จ (cor caan), i.e. action, behavior, and ฉ (chor ching), i.e. living; and (2) regarding the relationship between the lexicon and human development strategies, it was found that in the 10th National Economic and Social Development Plan, there were the themes of learning together with morality, coexistence in a peaceful society, and good hygiene; in the 11th National Economic and Social Development Plan, there were the themes of physical, mental and intellectual development of human being, international standard education, and increasing educational opportunities; and in the 12th National Economic and Social Development Plan, there were the themes of the good social norms value, getting people ready for the 21st Century, and good hygiene.

Keywords: Language, Identity Indoctrination, Thai Children, School Songs

บทนำ

คุณภาพของพลเมืองคือ หัวใจในการพัฒนาประเทศ แต่ประเทศไทยพบปัญหาคุณภาพคนดังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้สรุปว่า ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-7 แม้ว่าเศรษฐกิจเติบโตแต่คุณภาพคนต่ำ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จึงใช้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา (The 10th National Economic and Social Development Plan (2007-2011), 2007) และปรากฏอย่างเป็นรูปธรรมในยุทธศาสตร์การพัฒนาค่านิยมที่รัฐใช้เป็นแนวปฏิบัติแก่หน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะ สถาบันการศึกษาซึ่งมีหน้าที่หลักในการหล่อหลอมและปลูกฝังคุณลักษณะที่ดี

ให้แก่ผู้เรียนจนกลายเป็นอัตลักษณ์ของโรงเรียน โดย Leepreecha (2003) กล่าวว่าอัตลักษณ์คือลักษณะเฉพาะตัว เฉพาะกลุ่ม เกิดจากการปลูกฝังหลายช่องทาง ดังนั้น หนึ่งในช่องทางสำคัญ นอกจากการจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมแล้ว เพลงโรงเรียนคือช่องทางสำคัญในการหล่อหลอมเช่นกัน ผู้ประพันธ์เพลงต้องใช้ทักษะทางภาษาเลือกสรรคำศัพท์เพื่อสื่อแนวคิด ปรัชญา และความคาดหวังแก่ผู้เรียนจนเป็น อัตลักษณ์ของโรงเรียน ผลิตรายคุณภาพในอนาคตแก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

จากการสำรวจงานวิจัยการศึกษาเพลงส่วนใหญ่ เน้นลักษณะภาษา ภาพสะท้อนสังคม และอุดมการณ์

ในเพลง แต่ยังไม่พบการประมวลวงคำศัพท์ที่นำมา ประพันธ์เพลง และความสัมพันธ์ของวงคำศัพท์กับ ยุทธศาสตร์การพัฒนาคอนในแผนพัฒนาฯ ผู้วิจัยจึง สนใจศึกษาประเด็นดังกล่าวเพื่อใช้เป็นแนวทางการ พัฒนาคอนให้เกิดประสิทธิภาพได้อย่างเหมาะสมกับ บริบทสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงในสภาพการณ์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์ เด็กไทยในเพลงโรงเรียนที่แต่งในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10-12
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์ กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคอนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10-12

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมใน 3 ประเด็นกับ กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

วงคำศัพท์ คือ คำที่มีความหมายเหมือนหรือ ใกล้เคียงรวมอยู่ด้วยกัน

Voegelins (1957) ศึกษาวัฒนธรรมของชาว โฮปี (The Hopi Indian) จากคำศัพท์โดยจำแนก เป็น 4 หมวด เรียกว่า โฮปีโดเมน (Hopi Domain) ได้แก่ 1) โลกทางกายภาพชีวภาพ เช่น ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม 2) กายภาพกิจกรรมของคน เช่น ร่างกาย โรค การเคลื่อนไหว 3) ความฉลาดทางปัญญา การ แสดงอารมณ์ ค่านิยม เช่น ดีใจ ความดี และ 4) ผู้คน กิจกรรมระหว่างบุคคล เช่น เครือญาติ การทำอาหาร

Panthumetha (2016) รวบรวมคลัง คำภาษาไทยในปี พ.ศ. 2544 และปรับปรุงปี พ.ศ. 2559 สรุปว่า (2559: คำนำ) คลังคำ คือ การแบ่ง คำสำนวนตามความหมาย และหากความหมายคำ ใกล้เคียงกันได้มี 5 หมวด ได้แก่ 1) ก-ฉมนุษย์ ได้แก่ กาย จิต สติ ปัญญา กริยา และการดำรงชีวิต 2) ช-ณ มนุษย์ กับมนุษย์ ได้แก่ การกระทำเกี่ยวกับผู้อื่น การสื่อสาร การสืบเชื้อสาย การรวมกลุ่ม การสืบทอดความรู้

ความเชื่อถือ และวัฒนธรรมประเพณี 3) ท-ม สรรพสิ่ง ได้แก่ ธรรมชาติ โลก การทำกิจกรรม สิ่งและสถานที่ การกิน การรักษาโรค การตกแต่งและประพินกาย การเคลื่อนที่เดินทาง การอยู่ร่วมกัน 4) ย-ล มนุษย์ กับสรรพสิ่ง ได้แก่ มนุษย์กับสิ่งต่างๆ การสัมผัส การครอบครอง การใช้ประโยชน์ การสร้างสรรค์ มนุษย์กับธรรมชาติและสิ่งเหนือธรรมชาติ และ 5) ว เวลา กับมนุษย์และสรรพสิ่ง ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้คลังคำเป็น แนวคิดหลักเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทสังคมไทย

อัตลักษณ์ นักวิชาการกล่าวถึงอัตลักษณ์ดังนี้

Bunsanit (1989) ให้ความหมาย อัตลักษณ์ว่า คือ ลักษณะเฉพาะกลุ่ม ลักษณะร่วมในกลุ่ม และความแตกต่างกับกลุ่มอื่น อัตลักษณ์เกิดจากการ ตระหนักรู้หรือเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การปฏิสัมพันธ์ในตนเอง ส่วน Leepreecha (2003) แบ่งอัตลักษณ์เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ ส่วนบุคคล คือ สัญลักษณ์ของบุคคล เช่น เราเป็น คนไทย เป็นคนภาคใต้ เป็นพุทธศาสนิกชน และ 2) อัตลักษณ์ทางสังคม การกระทำของบุคคลตาม โครงสร้างทางสังคมส่งผลให้บทบาทเปลี่ยนไปตาม สถานการณ์

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ การพัฒนาคอน ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10-12 มีรายละเอียด ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคอนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (The 10th National Economic and Social Development Plan (2007-2011), 2007) ได้แก่ 1) สร้างโอกาสการเรียนรู้คู่คุณธรรมอย่าง ต่อเนื่อง 2) เสริมสร้างสุขภาวะไทยให้มีสุขภาพแข็งแรง ทั้งกายใจ และ 3) เสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันใน สังคมอย่างสันติ

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคอนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (The 11th National Economic and Social Development Plan (2012-2016), 2012) ได้แก่ 1) พัฒนาคอนภาพคนไทยทุกกลุ่มวัยให้มีความ พร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา 2) ยกระดับการพัฒนา

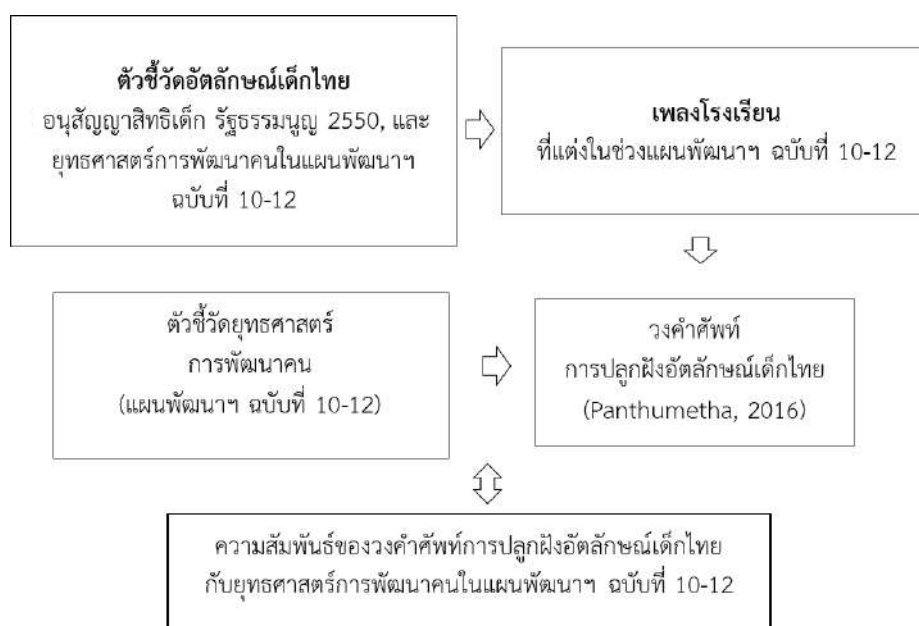
คุณภาพการศึกษาไทยให้ได้มาตรฐานสากล เพิ่มโอกาสทางการศึกษาและเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย และ 3) เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางครอบครัวชุมชน สังคม ให้มั่นคงเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนให้คนในสังคมไทยมีค่านิยมตามสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสังคมสูงวัย

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนามนุษย์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (The 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2021), 2017) ได้แก่ 1) ปรับเปลี่ยนให้คนในสังคมไทยมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม ปรับเปลี่ยนค่านิยมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย จิตสาธารณะ และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่เหมาะสมกับสังคมสูงวัย 2) เตรียมคนในสังคมไทยให้มีทักษะในการดำรงชีวิตสำหรับโลกศตวรรษที่ 21 พัฒนาศักยภาพคนให้มีความรู้ความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า ยกระดับคุณภาพการศึกษาและ

การเรียนรู้ตลอดชีวิต 3) ส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดีตลอดช่วงชีวิต ลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพและให้ทุกภาคส่วนคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบสุขภาพและปรับระบบการเงินการคลังด้านสุขภาพ 4) เสริมสร้างสถาบันทางสังคมให้เข้มแข็งเอื้อต่อการพัฒนามนุษย์และประเทศ ผลักดันให้สถาบันทางสังคมมีส่วนร่วมพัฒนาประเทศอย่างเข้มแข็ง

จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่กรอบแนวคิดเพื่อสร้างเครื่องมือหาอัตลักษณ์จากวงคำศัพท์และหาความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนามนุษย์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กรอบแนวคิด การหาอัตลักษณ์เด็กไทยในเพลงประจำโรงเรียนมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยกับยุทธศาสตร์การพัฒนามนุษย์

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง เพลงโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจำนวน 127 เพลง (แบ่งช่วงแผนพัฒนา ๑.10 จำนวน 30 เพลง ๑.11 จำนวน 65 เพลง และ ๑.12 จำนวน 32 เพลง) จากระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารศึกษา (EMIS) โดยสุ่มแบบหลายขั้นตอน

เครื่องมือวิจัย มี 2 ชุด ได้แก่ 1) ตัวชี้วัดปลูกฝังอัตลักษณ์ และ 2) ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์การพัฒนาคณ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาไทยและด้านสังคมศาสตร์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ พร้อมสังเคราะห์ข้อมูลเป็นประเด็น

ผลการวิจัย

ภาษากับการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยในวรรณกรรมเพลงโรงเรียน พบผลการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มวงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยในเพลงโรงเรียน

1.1 วงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์ที่พบมากที่สุด ได้แก่ 1) ช-ถ มนุษย์กับมนุษย์ 2) ก-ฉ มนุษย์ ส่วนวงคำศัพท์อื่นๆ พบน้อย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มวงคำศัพท์การปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยในเพลงโรงเรียนที่แต่งในช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 10-12

หมวดวงศัพท์	ค่าความถี่ และค่าร้อยละวงคำศัพท์ที่ปรากฏในเพลง					
	แผนพัฒนาฉบับที่ 10		แผนพัฒนาฉบับที่ 11		แผนพัฒนาฉบับที่ 12	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ก-ฉ มนุษย์	96	37.94	190	35.51	102	34.46
2. ช-ถ มนุษย์กับมนุษย์	150	59.28	337	62.99	191	64.53
3. ท-ม สรรพสิ่ง	4	1.58	8	1.50	3	1.01
4. ย-ล มนุษย์กับสรรพสิ่ง	2	0.80	-	-	-	-
5. ว เวลากับมนุษย์กับสรรพสิ่ง	1	0.40	-	-	-	-
รวม	253	100	535	100	296	100

จากตารางที่ 1 วงคำศัพท์ ช-ถ มนุษย์กับมนุษย์พบมากที่สุด ซึ่งปลูกฝังให้เด็กเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคมดังนี้ ช่วงแผนพัฒนา ๑.12 จำนวน 191 ครั้ง (64.53%) ช่วงแผนพัฒนา ๑.11 จำนวน 337 ครั้ง (62.99%) และช่วงแผนพัฒนา ๑.10 จำนวน 150 ครั้ง (59.28%) รองลงมาคือ วงคำศัพท์ ก-ฉ มนุษย์ ซึ่งปลูกฝังให้เด็กมีความสมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจพบว่า เพลงที่แต่งในทั้ง 3 ช่วงแผนพัฒนา ใช้วงคำศัพท์นี้ในปริมาณใกล้เคียงกัน ดังนี้ ช่วงแผนพัฒนา ๑.10 จำนวน 96 ครั้ง (37.94%) ช่วงแผนพัฒนา ๑.11 จำนวน 190 ครั้ง (35.51%) และ

ช่วงแผนพัฒนา ๑.12 จำนวน 102 ครั้ง (34.46%)

1.2 วงคำศัพท์ย่อยกับการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทย ได้แก่ 1) การปลูกฝังให้เด็กเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม (ช-ถ มนุษย์กับมนุษย์) พบมาก 2 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ต การรวมกลุ่ม และ (2) ถ การสืบทอดความรู้ ความเชื่อถือ และวัฒนธรรม ประเพณี และ 2) การปลูกฝังให้เด็กมีความสมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจ (ก-ฉ มนุษย์) พบมาก 2 ลำดับแรก ได้แก่ (1) จ การกระทำและการประพฤติ และ (2) ฉ การดำรงชีวิต ส่วนวงคำศัพท์ย่อยอื่นๆ พบในปริมาณน้อย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 วงคำศัพท์ย่อยกับการปลูกฝังให้เด็กเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ (ช-ถ) และเป็นมนุษย์ที่มีความสมบูรณ์ทั้งกายใจ (ก-ฉ)

วงคำศัพท์ย่อย กับการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทย	ค่าความถี่ และค่าร้อยละของวงคำศัพท์ที่ปรากฏในเพลง					
	แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10		แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11		แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การเป็นมนุษย์ที่มีความสมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจ (ก-ฉ มนุษย์)						
1) ก 1 - ก 130 กายและ ส่วนของกาย	1	1.04	8	4.21	1	0.98
2) ข 1 - ข 220 จิตใจ สติปัญญา ความคิด ความรู้สึก	13	13.54	31	16.32	22	21.57
3) ค 1 - ค 110 สภาพกายและ จิตที่ผิดปรกติและการรักษา	5	5.21	8	4.21	4	3.92
4) ง 1 - ง 144 กริยาอาการและ ท่าทาง	4	4.17	10	5.26	2	1.96
5) จ 1 - จ 260 การกระทำและ การประพฤติ	49	51.04	91	47.89	48	47.06
6) ฉ 1 - ฉ 217 การดำรงชีวิต	24	25.00	42	22.11	25	24.51
รวม	96	100	190	100	102	100
2. การเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม (ช-ถ มนุษย์กับมนุษย์)						
1) ช 1 - ช 121 การเปรียบเทียบ และการพบปะเกี่ยวข้อง	4	2.66	16	4.38	11	5.77
2) ซ 1 - ซ 156 การกระทำที่ เกี่ยวข้องกับผู้อื่น	9	6.00	6	1.65	9	4.71
3) ญ 1 - ญ 356 การสื่อสาร	1	0.67	2	0.55	1	0.52
4) ด 1 - ด 101 การสืบเชื้อสาย	-	-	-	-	-	-
5) ต 1 - ต 160 การรวมกลุ่ม	76	50.67	156	42.74	77	40.31
6) ถ 1 - ถ 205 การสืบทอดความรู้ ความเชื่อถือ วัฒนธรรมประเพณี	60	40.00	185	50.68	93	48.69
รวม	150	100	365	100	191	100

จากตารางที่ 2 การปลูกฝังให้เด็กเป็นพลเมือง
คุณภาพพบเรื่องการศึกษา (ถ) มากที่สุด ได้แก่ เพลง
ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉ.11 จำนวน 185 ครั้ง (54.68%) และ
เพลงช่วงแผนพัฒนาฯ ฉ.12 จำนวน 93 ครั้ง (48.69%)
ส่วนเพลงแผนพัฒนาฯ ฉ. 10 พบลำดับสองรองจาก
การรวมกลุ่ม (ต) จำนวน 60 ครั้ง (40.00%) ส่วน

การปลูกฝังให้เด็กเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งสุขภาพกาย
พบว่า ทั้ง 3 แผนพัฒนาฯ เน้นการกระทำของตนและ
ผลที่มีต่อผู้อื่น (จ) มากที่สุด โดยเฉพาะ เพลงช่วงแผน
พัฒนาฯ ฉ.10 จำนวน 49 ครั้ง (51.04%) ส่วนฉบับ
อื่นๆ พบปริมาณใกล้เคียงกัน ส่วนการปลูกฝังให้เด็ก
ดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ (ฉ) พบปริมาณใกล้เคียงกัน

ทั้ง 3 แผนพัฒนาฯ เพลงช่วงแผนพัฒนาฯ ฉ.10 จำนวน 24 ครั้ง (25.00%) และเพลงช่วงแผนพัฒนาฯ ฉ.12 จำนวน 25 ครั้ง (24.51%) และเพลงช่วงแผนพัฒนาฯ ฉ.11 จำนวน 42 ครั้ง (22.11%) ส่วนวงคำศัพท์ย่อยอื่นๆ พบในปริมาณน้อย 1.3 วงคำศัพท์ย่อยการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยกับภาษาที่ปรากฏในเพลงโรงเรียน ได้แก่

1. วงคำศัพท์ย่อยการปลูกฝังให้เด็กเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคมกับภาษาที่ปรากฏในเพลงโรงเรียน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 วงคำศัพท์ย่อยกับภาษาในปลูกฝังให้เด็กเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม

วงคำศัพท์ย่อย	ประมวลตัวอย่างคำศัพท์ ที่พบในเพลงโรงเรียน	แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10		แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11		แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12	
1. ต 1 - ต 160 การรวมกลุ่ม		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต 5 การรักใคร่กลมเกลียว	สามัคคี ประองตอง สมานฉันท์ กลมเกลียว สมัครสมาน	22	28.95	48	30.77	20	25.97
2) ต 10 กลุ่มบุคคลพวกเดียวกัน	(พัฒนา) สังคม	-	-	4	2.56	-	-
3) ต 11 กลุ่มบุคคลทำกิจกรรม ร่วมกัน	ชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ภูมิไฉสถาบัน	15	19.74	28	17.95	14	18.18
4) ต 16 ชาติ	(สร้าง ช่วย สร้างสรรค์) ชาติ	3	3.95	5	3.20	4	5.19
5) ต 17 คำเรียกชนชาติต่างๆ	(ความเป็น ตามแบบ) ไทย	7	9.21	3	1.92	2	2.60
6) ต 19 สิ่งทีบุคคลมีฐานะ หน่วยหนึ่งของสังคม	เกียรติ ศักดิ์ศรี เกียรติศักดิ์ศรี	9	11.84	37	23.72	17	22.08
7) ต 31 ระบอบการปกครอง	ประชาธิปไตย	-	5.26	3	1.92	-	-
8) ต 70 สิ่งทีหมู่ชนยึดถือใน การปฏิบัติ	วินัย ระเบียบ ระเบียบวินัย	16	21.05	28	17.95	20	25.97
รวม (ร้อยละ)		76	100	156	100	77	100
2) ถ 1 - ถ 205 การสืบทอดความรู้ ความเชื่อถือและวัฒนธรรมประเพณี							
1) ถ 3 วิธีสอน	บูรณาการ	-	-	1	0.54	-	-
2) ถ 11 การทำให้ได้ความรู้	เรียน ใฝ่เรียนรู้ ใฝ่ศึกษา	21	35.00	62	33.51	18	19.35
3) ถ 20 การศึกษาแขนงต่างๆ	การศึกษา	11	18.33	-	-	15	16.12
4) ถ 30 ความรู้ต่างๆ	วิชา ความรู้ วิชาการ	13	21.67	53	28.65	24	25.80
5) ถ 40 มนุษยศาสตร์ต่างๆ	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ศาสตร์พระราชา วิถีพอเพียง	8	13.33	21	11.35	15	16.12
6) ถ 42 วิทยาศาสตร์	เทคโนโลยี ไอซีที	-	-	12	6.49	-	-
7) ถ 62 ชื่อศาสนาและลัทธิ	ศาสนา พุทธศาสนา	2	3.33	-	-	3	3.23
8) ถ 134 ผลการฝึกจิต ปัญญา	ปัญญา	5	8.33	29	15.68	11	11.83
9) ถ 160 วัฒนธรรม อารยธรรม ศิลปวัฒนธรรม	วัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม	-	6	3.24	-	5	5.37
10) ถ 161 ประเพณี	ประเพณี	-	-	1	0.54	2	2.15
รวม (ร้อยละ)		60	100	185	100	93	100

จากตารางที่ 3 คุณภาพของพลเมือง คือ เห็นคุณค่าการศึกษา (ถ) มีการใช้ภาษา ดังนี้ ช่วงแผนพัฒนาฯ จ.10 1) เรียนดี 2) มีวิชา 3) ศึกษา ช่วงแผนพัฒนาฯ จ.11 1) เรียนดี 2) มีวิชา 3) มีปัญญา และช่วงแผนพัฒนาฯ จ.12 1) มีวิชา 2) เรียนดี 3) มีการศึกษา และเศรษฐกิจพอเพียง เช่น

(1) การทำให้ได้ความรู้ (ถ 11)

เรียนดี กีฬาเด่นเน้นคุณธรรม

นำพัฒนาพาสู่มาตรฐาน

แนวนิยามกิจวัตรทุกวันวาร

ร่วมประสานดังมิตรสนิทสนม

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 10: โรงเรียนวัดบ้านห้วยยาว)

(2) การมีความรู้ (ถ 30)

โรงเรียนบ้านท่าฉางงามสง่า

การศึกษาเทคโนโลยีทันสมัย

วิชาการนำความรู้ก้าวไกล

สร้างคนดีคนเก่งสู่สังคม

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 11: โรงเรียนบ้านท่าฉาง)

(3) มนุษยศาสตร์และปรัชญา (ถ 40)

บูรณาการควบคู่วิชา

ส่งเสริมภาษาก้าวหน้าเทคโนโลยี

อนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญา

น้อมนำพาเศรษฐกิจพอเพียง

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 12: โรงเรียนบ้านหนองหาน)

ดังนั้น พลเมืองคุณภาพควรรู้วิธีการหาความรู้ผลของความรู้ และใช้ชีวิตพอเพียง

ลำดับต่อมาคุณภาพของพลเมืองคือ อยู่กับผู้อื่นได้อย่างสันติ (ต) มีการใช้ภาษาดังนี้ ช่วงแผนพัฒนาฯ

จ.10 ได้แก่ 1) สามัคคี 2) มีวินัย 3) รักษาติ ศาสน์ กษัตริย์ ช่วงแผนพัฒนาฯ จ.11 1) สามัคคี 2) รักเกียรติศักดิ์ศรี 3) รักษาติ ศาสน์ กษัตริย์ รวมถึงมีวินัย และช่วงแผนพัฒนาฯ จ.12 ได้แก่ 1) รู้รักสามัคคี มีวินัย 2) รักศักดิ์ศรี และ 3) รักษาติ ศาสน์ กษัตริย์ เช่น

(1) การรักใคร่กลมเกลียว (ต 5)

เรียนดีมีวินัยใฝ่กิจกรรม

จิตอาสาน้อมนำประเพณี

ให้ร่วมแรงร่วมรักสามัคคี

บ้านช่องนี้จะนำชัยให้วัฒนา

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 10: โรงเรียนบ้านช่อง)

(2) การมีระเบียบวินัย (ต 70)

เลื่องชื่อประเดื่องเด่นศึกษา

การกีฬาไม่มีให้เหยียดหยาม

ความประพฤติวินัยน้ำใจงาม

ไม่เข็ดขามครามชาดลู้ชาติใจ

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 11: โรงเรียนบ้านหน้าเขาวัด)

(3) การเคารพสถาบัน (ต 11)

เรียนดี กีฬาเด่นเป็นประจักษ์

ร่วมใจรักสามัคคีที่เกิดผล

รักษาติ ศาสน์ กษัตริย์ชาติของตน

เปี่ยมล้นภูมิแดนแสนน้ำเงิน

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 12: โรงเรียนบ้านมะค่า)

ดังนั้น พลเมืองคุณภาพควรกลมเกลียว ปฏิบัติตามชนหมู่มาก มีศักดิ์ศรี เคารพสถาบันสำคัญของชาติ

2) วงคำศัพท์การปลูกฝังให้เด็กเป็นมนุษย์ที่มีความสมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจกับภาษาที่ปรากฏในเพลงโรงเรียน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 วงคำศัพท์ย่อยกับภาษาในปลูกฝังให้เด็กเป็นมนุษย์ที่มีความสมบูรณ์ทั้งกายใจ

วงคำศัพท์ย่อย	ประมวลตัวอย่างคำศัพท์ ที่พบในเพลงโรงเรียน	แผนพัฒนา ฉบับที่ 10		แผนพัฒนา ฉบับที่ 11		แผนพัฒนา ฉบับที่ 12	
1. จ 1 - จ 260 การกระทำ การประพฤติ		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) จ 85 การไม่ใช้แรงหรือใช้ ทั้งหมด	ขยันเพียรสู้	1	2.04	-	-	-	-
2) จ 87 การพยายาม	มีความเพียร	5	10.20	-	-	7	14.58
3) จ 150 สิ่งที่ทำ	การงาน การงานอาชีพ	2	4.08	-	-	-	-
4) จ 200 สิ่งที่ทำคนมีเป็นผลต่อ การกระทำ	คุณธรรมศีลธรรม จริยธรรม	25	51.02	46	50.55	25	52.08
5) จ 220 ความอดทน	อดทน มานะอดทน	-	-	7	7.69	1	2.08
6) จ 223 ความสามารถ	เก่ง	3	6.12	11	12.09	1	2.08
7) จ 250 การประพฤติและ ความประพฤติ	ประพฤติดี มีจรรยา	-	-	8	8.79	2	4.16
8) จ 260 ลักษณะสภาพบุคคล ด้านความประพฤติ	ความดี คิดดีเป็นทำดีเป็น	13	26.53	19	20.88	10	20.83
รวม (ร้อยละ)	49	100	91	100	48	100	
2) ฉ 1 - ฉ 217 การดำรงชีวิต							
ฉ 4 การเสพ	ต้านภัยยาเสพติด	3	12.50	2	4.76	1	4.00
ฉ 125 การแต่งกายและ ความนิยมของสังคม	นำสมัย	-	-	-	-	1	4.00
ฉ 142 การกีฬา	กีฬาเด่น	14	58.33	34	80.95	20	80
ฉ 161 ขนบประเพณี	ประเพณี	4	16.67	-	-	-	-
ฉ 170 การเล่นและการแสดง	การเล่นพื้นบ้าน	1	4.17	-	-	-	-
ฉ 190 เพลงและดนตรี	ดนตรี ดนตรีนาฏศิลป์	2	8.33	6	14.29	3	12
รวม (ร้อยละ)	24	100	42	100	25	100	

จากตารางที่ 4 มนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจคือตระหนักในการกระทำของตนและผลต่อผู้อื่น (จ) พบการใช้ภาษาสอดคล้องกัน 2 ลำดับ ดังนี้ 1) มีคุณธรรม และ 2) ยึดมั่นความดี แต่เพลงช่วงแผนพัฒนาฯ ฉ.11 ลำดับ 3 คือ ความเก่ง เช่น

(1) การมีคุณธรรมจริยธรรม (จ 200)

วิชาการเยี่ยมเปี่ยมคุณธรรม
เลิศล้ำนำประชาธิปไตย
ใส่ใจสิ่งแวดล้อมพร้อมก้าวไป
ระบือไกลศึกษาเยาวชน

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 10: โรงเรียนอนุบาล
ร้อยเอ็ด)

(2) การยึดมั่นความดี (จ 260)

คุณธรรมล้ำเลิศเหนือใคร
มองการณ์ไกลอดทนทำดี
ลูกเหลืองแดงสมัครสมานสามัคคี
เกียรติศักดิ์เลื่องลือระบือไกล

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 11: โรงเรียน
บ้านโนนแดง)

(3) การมีความสามารถ (จ 223)

นักเรียนเก่งเป็นคนดีมีวิชา
หวังก้าวหน้าอนาคตสดใส
มีความรู้คุณธรรมมีน้ำใจ
นักเรียนไทย นักเรียนดีหิณลาดวังทอง

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 11: โรงเรียนบ้านหินลาดวังตอ)

ดังนั้น มนุษย์ที่สมบูรณ์ในด้านจิตใจควรยึดการมีคุณธรรม ทำความดี และมีความสามารถ

ลำดับต่อมามนุษย์สมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจ ดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ (ฉ) พบผลสอดคล้องทั้ง 3 ช่วงแผนพัฒนาฯ ได้แก่ เน้นกีฬา (ฉ 142) เช่น

คุณธรรมของเรานำหน้า

การกีฬาของเราไม่แพ้ใคร

การศึกษานั้นก้าวไกล

ศิวิไลซ์ด้วยน้ำใจอันงดงาม

(เพลงในช่วงแผนพัฒนาฯ 12: โรงเรียนโนนสง่า)

จากตัวอย่าง มนุษย์ที่สมบูรณ์ด้านสุขภาพกาย ในบริบทการดำรงชีวิต คือ เรื่อง การกีฬา

2. ความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์ การปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยกับยุทธศาสตร์ การพัฒนาคน

2.1 วงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

สังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10	รูปภาพ (วงคำศัพท์)
วัตถุประสงค์ที่ 1 สร้างโอกาสการเรียนรู้คุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	
(1) ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของการเรียนรู้	ถ 11 เรียนดี ถ 30 วิชา ถ 20 การศึกษา
(2) มีคุณธรรม จริยธรรม และศีลธรรม	จ 200 คุณธรรม จ 260 ความดี ข 4 สภาพจิตใจ ข 10 คิดถึงตนเอง ผู้อื่น
(3) มีระเบียบวินัยในการประกอบอาชีพเพื่อดำรงชีวิต	ต 70 มีระเบียบวินัย
(4) ส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีไทย	ต 17 ความเป็นไทย ฉ 161 ประเพณี
(5) มีจิตสาธารณะและอุทิศตนเพื่อส่วนรวม	ข 4 มีน้ำใจไมตรี ข 10 ใจอาสา ย 73 เสียสละ
(6) พัฒนาให้มีความพร้อมด้านสติปัญญาและอารมณ์	ถ 134 ปัญญา ถ 62 ศาสนาพุทธ
(7) สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	ข 30 ปัญญา ฉ 170 ศิลปะพื้นบ้าน น 82 รักท้องถิ่น
(8) มีความขยันหมั่นเพียร	จ 87 พยายาม จ 85 ขยันเพียรสู้
(9) ห่างไกลอบายมุข และยาเสพติด	ฉ 4 ละสิ่งเสพติด
(10) อนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม	น 1 ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
(11) มีทักษะในการประกอบอาชีพ	จ 150 การงานอาชีพ
(12) ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ทำงานเป็นทีมได้	ต 5 สามัคคี
วัตถุประสงค์ที่ 2 เสริมสร้างสุขภาพคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ	
(1) ส่งเสริมให้ละ เลิกพฤติกรรมสุ่มเสี่ยงต่อสุขภาพ การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา	ฉ 142 กีฬา ค 20 สุขภาพดี
วัตถุประสงค์ที่ 3 เสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติสุข	
(1) ตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง	ต 19 เกียรติ ศักดิ์ศรี
(2) นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิต	ถ 40 เศรษฐกิจพอเพียง

จากตารางที่ 5 พบว่า 1) การปลูกฝังคุณภาพพลเมือง วงคำศัพท์ ฉ-การศึกษา สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ข้อ 1(1) ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของการเรียนรู้ ข้อ 1(6) พัฒนาให้มีความพร้อมด้านสติปัญญาและอารมณ์ และข้อ 3(2) นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิตส่วนวงคำศัพท์ ด-การอยู่ร่วมกัน สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ข้อ 1(3) มีระเบียบวินัยในการประกอบอาชีพเพื่อดำรงชีวิต ข้อ 1(4) ส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีไทย 1(12) ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ทำงานเป็นทีมได้ และข้อ 3(1) ตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง

2) การปลูกฝังการเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจ วงคำศัพท์ จ-การกระทำและพฤติกรรม สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ข้อ 1(2) มีคุณธรรม จริยธรรม และศีลธรรม ข้อ 1(8) มีความขยันหมั่นเพียร และข้อ 1(11) มีทักษะในการประกอบอาชีพ ส่วน ฉ-การดำรงชีวิต สัมพันธ์กับข้อ 1(9) ห่างไกลอบายมุข และยาเสพติด และข้อ 2(1) ส่งเสริมให้ละพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ ออกกำลังกาย การเล่นกีฬา ส่วนวงคำศัพท์อื่นๆ พบปริมาณน้อย

2.2 วงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

การพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน	รูปภาษา (วงคำศัพท์)
วัตถุประสงค์ที่ 1 พัฒนาคุณภาพคนไทยทุกกลุ่มวัยให้มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา	
(1) ปลูกฝังจิตใจที่มีศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรมในชีวิต	จ 200 คุณธรรม จ 260 ความดี จ 250 ประพฤติดี
(2) พัฒนาให้มีความรู้ทางวิชาการ	ถ 30 วิชา
(3) รู้หน้าที่พลเมือง รับผิดชอบต่อสังคม สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์	ด 11 ชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ด 16 ชาติ ด 10 พัฒนาสังคม ด 17 เป็นไทย
(4) มีสติปัญญา	ถ 134 ปัญญา
(5) มีระเบียบ มีวินัย	ด 70 มีระเบียบวินัย
(6) ส่งเสริมกีฬา การออกกำลังกาย และสุขภาพ	ฉ 142 กีฬา ค 20 พละนามัย ก 12 แข็งแรง
(7) นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิตประจำวัน	ถ 40 เศรษฐกิจพอเพียง
(8) มีจิตสำนึกวัฒนธรรมที่ดีมีความเป็นไทย	ง 1 จริยมารยาท ถ 160 ศิลปวัฒนธรรม ข 13 ไหว้สวย ถ 161 ประเพณี ข 91 อ่อนน้อม ข 17 ถ่อมตน
(9) สร้างวัฒนธรรมการเกื้อกูลกันในสังคม ความเอื้ออาทร	ข 4 มีน้ำใจไมตรี
(10) พัฒนาการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ถ 42 เทคโนโลยี
(11) ส่งเสริมศิลปะดนตรี	ฉ 190 ดนตรี
(12) ส่งเสริมประชาธิปไตย	ด 31 ประชาธิปไตย
(13) ซื่อสัตย์	ข 82 ซื่อสัตย์
(14) สร้างค่านิยมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน	น 1 ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
วัตถุประสงค์ที่ 2 ยกระดับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาไทยให้ได้มาตรฐานสากล และเพิ่มโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย	
(1) ปลูกฝังนิสัยใฝ่รู้	ถ 11 เรียนดี ถ 30 วิชา
(2) ปลูกฝังการรักการอ่าน	ญ 32 การอ่าน

จากตารางที่ 6 พบว่า 1) การปลูกฝังคุณภาพ พลเมือง วงคำศัพท์ ถ-การศึกษา สัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ข้อ 1(2) พัฒนาให้มีความรู้ทางวิชาการ, ข้อ 1(4) มีสติปัญญา ข้อ 1(7) นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิต ข้อ 1(8) มีจิตสำนึกวัฒนธรรมที่ดี มีความเป็นไทย และข้อ 1(10) พัฒนาการเรียนรู้ด้าน วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และข้อ 2(1) ปลูกฝังนิสัยใฝ่รู้ ส่วน ด-การอยู่ร่วมกัน สัมพันธ์กับข้อ 1(5) มีระเบียบ วินัย และข้อ 1(12) ส่งเสริมประชาธิปไตย 2) การปลูกฝัง

การเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจ จ-การกระทำ และพฤติกรรม สัมพันธ์กับข้อ 1(1) ปลูกฝังจิตใจที่มี ศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรม ข้อ 1(6) ส่งเสริม กีฬา การออกกำลังกาย และสุขภาพ และข้อ 1(11) ส่งเสริมศิลปะดนตรีส่วนวงคำศัพท์อื่นๆ พบปริมาณ น้อย

2.3 วงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนา

คนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างวงคำศัพท์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพคน มนุษย์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12	รูปภาพ (วงศัพท์)
1. เพื่อปรับเปลี่ยนให้คนในสังคมไทยมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม	
(1) การเปลี่ยนค่านิยมให้มีศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรมในชีวิต	จ 200 มีคุณธรรม จ 260 ทำความดี จ 250 ประพฤติดี
(2) การมีระเบียบ วินัย	ด 70 ระเบียบวินัย
(3) นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ดำรงชีวิต	ถ 40 เศรษฐกิจพอเพียง
(4) การมีความซื่อสัตย์	ข 82 ซื่อสัตย์
(5) การส่งเสริมการเผยแผ่ศาสนาให้ถ่ายทอดความเข้าใจและนำไปสู่การปลูกฝัง ค่านิยม	ถ 62 ศาสนา
(6) การมีจิตสาธารณะ	ข 10 จิตอาสา
(7) การให้สถานศึกษาปลอดอบายมุข	ฉ 4 ยาเสพติด
วัตถุประสงค์ที่ 2 เตรียมคนในสังคมไทยให้มีทักษะในการดำรงชีวิตสำหรับโลกศตวรรษที่ 21	
(1) การสร้างครูให้เป็นผู้แนะนำและสามารถกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน	ถ 30 วิชา ถ 11 เรียนดี ถ 20 การศึกษา
(2) การสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิตและทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง อาทิ การอ่าน การบำเพ็ญประโยชน์ทางสังคม การดูแลสุขภาพ การทำงาน ร่วมกลุ่มกันเป็นกลุ่ม วางแผนชีวิต	ด 5 สามัคคี ข 105 ร่วมใจ
(3) ปรับปรุงแหล่งเรียนรู้ให้ชุมชนให้สร้างสรรค์ รวมทั้งส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น	ข 30 ภูมิปัญญา
(4) การพัฒนาหลักสูตรการสอนที่เน้นทักษะพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี คณิตศาสตร์ ศิลปะ และภาษาต่างประเทศ	ญ 10 ภาษา
3. ส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดีตลอดช่วงชีวิต	
(1) การส่งเสริมกิจกรรมสุขภาพ ทั้งการออกกำลังกาย สนับสนุนให้ชุมชนจัด พื้นที่กีฬา	ฉ 142 กีฬา ก 12 แข็งแรง

จากตารางที่ 7 พบว่า 1) การปลูกฝังคุณภาพพลเมือง ถ-การศึกษา สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ข้อ 1(3) นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิต ข้อ 1(5) การส่งเสริมการเผยแพร่ศาสนาให้ง่ายต่อความเข้าใจและนำไปสู่การปลูกฝังค่านิยม และข้อ 2(1) การสร้างครูให้เป็นผู้นำและสามารถกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน ส่วน ต-การอยู่ร่วมกัน สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ข้อ 1(2) การมีระเบียบวินัย ข้อ 2(2) การสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิต และทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง อาทิ การอ่าน การบำเพ็ญประโยชน์ทางสังคม การดูแลสุขภาพ การทำงานร่วมกับกันเป็นกลุ่ม การวางแผนชีวิต ส่วนการปลูกฝังอื่นๆ พบปริมาณน้อย 2) วงคำศัพท์การปลูกฝังการเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งสุขภาพกายใจ จ-การกระทำและพฤติกรรม สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ข้อ 1(1) ปลูกฝังจิตใจที่มีศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรมในชีวิต ข้อ 1(7) การให้สถานศึกษาปลอดอบายมุข, และข้อ 3(1) การส่งเสริมกิจกรรมสุขภาพ ทั้งการออกกำลังกาย สนับสนุนให้ชุมชนจัดพื้นที่กีฬา ส่วนวงคำศัพท์อื่นๆ พบปริมาณน้อย

อภิปรายผล

การวิจัยนี้มีประโยชน์และเป็นแนวทางเพื่อสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพให้แก่ประเทศชาติในอนาคต ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า บทบาทหลักในการพัฒนาเด็กของบริบทสถาบันการศึกษาสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10-12 ทั้งการปลูกฝังด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเอง การปลูกฝังด้านการอยู่ร่วมกับผู้อื่น การปลูกฝังด้านคุณธรรมจริยธรรมในจิตใจ และการปลูกฝังด้านการสร้างสุขภาวะทางกายที่แข็งแรง

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Soikutra (2018) ที่ใช้ทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาศึกษาเพลงมาร์ชโรงเรียนและพบชุดวาทกรรมทางความคิดคือ การมีความเป็นเลิศทาง

วิชาการและการกีฬา นอกจากนี้ผลการศึกษาที่มีข้อสังเกตคือ การปลูกฝังเรื่องการรักและเคารพต่อสถาบันสำคัญของชาติพบปริมาณใกล้เคียงกับการปลูกฝังเรื่องระเบียบวินัย กล่าวได้ว่าสองคุณลักษณะนี้คือ สิ่งสำคัญที่เด็กพึงมีและนำไปปฏิบัติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bunprasert (2012) เกี่ยวกับวาทกรรมชาตินิยมของรัฐบาลไทยในปี พ.ศ. 2475-2550 พบว่า รัฐบาลสะท้อนวาทกรรมด้านการรักษสถาบันคือ ผู้รักชาติ ผู้จงรักภักดีต่อสถาบัน และห่วงใยประเทศชาติ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาปัจจัยแวดล้อมตามบริบทของสังคมโลกและส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในปัจจุบันพบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนได้กำหนดแนวทางการพัฒนาโดยมาจากการประมวลปัญหาจากหลายๆ ด้าน แต่ส่วนหนึ่งยังไม่ปรากฏในเพลงโรงเรียน แม้ว่าลักษณะของเพลงโรงเรียนอาจมีข้อจำกัดในการประพันธ์ แต่มิติของการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสังคมโลกย่อมสำคัญเช่นกัน ดังนั้นหากมีช่องทางใดสามารถปลูกฝังอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่เด็กได้ จึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลยซึ่งประมวลได้ 7 ด้าน พร้อมทั้งเหตุผลสนับสนุนเพื่อนำสิ่งเหล่านี้ไปปลูกฝังให้เด็กในช่องทางทั้งเพลง และช่องทางอื่นๆ ดังนี้ 1) การปลูกฝังด้านภาวะผู้นำ เพราะประเทศชาติต้องการผู้นำที่สร้างผู้นำจากรุ่นสู่รุ่น 2) การปลูกฝังด้านกระบวนการคิด วิเคราะห์ และการคิดสร้างสรรค์ เพราะการคิดส่งผลต่อพฤติกรรมทั้งด้านดีและไม่ดี นอกจากนี้การคิดยังสร้างนวัตกรรมในการพัฒนาประเทศ และยังสร้างความแตกต่างในเชิงสร้างสรรค์เกิดมูลค่าเพิ่มให้สิ่งต่างๆ รวมถึงคน 3) การปลูกฝังด้านการเคารพกฎหมายและสิทธิมนุษยชน เพราะสิทธิพื้นฐานที่ตนพึงได้รับควรมาจากพื้นฐานทางจริยธรรม และกฎหมาย เมื่อตระหนักถึงสิ่งนี้ย่อมตระหนักและเคารพสิทธิของผู้อื่นก่อเกิดความสงบสุขในสังคม 4) การปลูกฝังด้านการมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง เพราะค่านิยมทางสังคมเปลี่ยนไปจากเดิม รวมถึงการ

เปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อม หากไม่รู้เท่าทัน และเข้าใจมุมมองในการมองโลก ย่อมพบกับความยากลำบากในการดำเนินชีวิต 5) การปลูกฝังด้านความเข้าใจวัฒนธรรมและ พฤติกรรม เพราะโลกมีความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ การติดต่อสื่อสาร การหลั่งไหลของวัฒนธรรมอื่นคือ สิ่งที่มาตาม ดังนั้นเด็กควรมีภาคภูมิใจและเข้าใจวัฒนธรรมตนเองเป็นลำดับแรก และทำความเข้าใจความแตกต่างของวัฒนธรรมอื่นๆ อย่างมีเหตุผล 6) การปลูกฝังด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้คือ หน้าที่ เพราะโลกปัจจุบันมีองค์ความรู้มากมายและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเรียนรู้จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง 7) การปลูกฝังด้านการใช้เครือข่ายออนไลน์อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ รวมถึงการผลิตสื่อและนำเสนอข้อมูลบนพื้นฐานความจริงและมีจริยธรรม เพราะสื่อออนไลน์มีบทบาทในสังคมปัจจุบัน หากใช้สื่ออย่างขาดปัญญา และขาดสติย่อมส่งผลต่อตนเองและสังคม

สรุปผล

ผลการวิเคราะห์ห้วงคำศัพท์ในบทเพลงโรงเรียน

พบการปลูกฝังอัตลักษณ์เด็กไทยดังนี้ 1) อัตลักษณ์ด้านการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม ประกอบด้วย สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างสันติ และเห็นคุณค่าการศึกษา และ 2) อัตลักษณ์ด้านการเป็นมนุษย์ที่มีความสมบูรณ์พร้อมทั้งกายใจ ประกอบด้วย การตระหนักในผลของการกระทำที่มีต่อตนเองและผู้อื่น และการดำรงชีวิตอย่างมีสุขภาวะที่ดี ซึ่งอัตลักษณ์ข้างต้นสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์การพัฒนาคคนในแผนพัฒนาฯ ทั้ง 3 ฉบับ (The 10th National Economic and Social Development Plan (2007-2011), 2007; The 11th National Economic and Social Development Plan (2012-2016), 2012; The 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2021), 2017) ได้แก่ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 พบด้านเรียนรู้คู่คุณธรรม ด้านอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติ และด้านสุขภาวะที่ดี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 พบด้านพัฒนาคนทั้งกาย ใจ สติปัญญา ด้านการศึกษาได้มาตรฐานสากล และด้านเพิ่มโอกาสทางการศึกษา และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 พบด้านมีค่านิยมบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม ด้านเตรียมคนสำหรับโลกศตวรรษที่ 21 และด้านสุขภาวะที่ดี

References

- Basic Education Commission. (2018). *Education Management Information System*. Retrieved December 2, 2018, from <https://data.bopp-obec.info/emis/> [in Thai]
- Bunprasert, P. (2012). Nationalism Discourse of Thai Government (1932-2007 A.D). 49th Kasetsart University Annual Conference: Humanities and Social Sciences (pp. 183-190). Bangkok: Kasetsart University. [in Thai]
- Bunsanit, Y. (1989). *The Relationship between Literature and Society in the Development of Literature*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University. [in Thai]
- Howannappakorn, C. (2001). *Communicative Meaning and Ideology in the University Songs*. Master of Art in Speech Communication, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Leepreecha, P. (2003). Christian Conversion and Hmong Kinship Identity in Thailand. In Gepffrey B. H. (Ed.). *Globalization and the Asian Economic Crisis: Indigenous Responses, Coping Strategies, and Governance Reform in Southeast Asia* (pp. 161-174). Canada: Center for Southeast Asia Research, Institute of Asian Research, University of British Columbia.

- Leepreecha, P. (2003). *The Relative Identity of the Hmong Ethnic Groups in the Midst of Modern: Identity, Ethnic, Being Marginalized Person*. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center (Public Organisation). [in Thai]
- Panthumetha, N. (2016). *Lexicals* (7th ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing. [in Thai]
- Soikutrua, T. (2018). Language and Ideology of Dignity in the Discourse of School Marching Songs in Thailand. *KKU International Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(3), 44-65. [in Thai]
- The 10th National Economic and Social Development Plan (2007-2011)*. (2007). Bangkok: Office of the National Economics and Social Development Board. [in Thai]
- The 11th National Economic and Social Development Plan (2012-2016)*. (2012). Bangkok: Office of the National Economics and Social Development Board. [in Thai]
- The 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. (2017). Bangkok: Office of the National Economics and Social Development Board. [in Thai]
- Voegelins, C. F. (1957). Hopi Domain: A lexical Approach to the Problem of Section. *International Journal of American Linguistics*, 14, 1-82.



Name and Surname: Benjamas Khamsakul

Highest Education: Master of Art (Linguistics), Mahidol University

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Thai Linguistics, Dialect, and Teaching Thai as a Foreign Language



Name and Surname: Wilaisak Kingkham

Highest Education: Doctor of Philosophy (Linguistics), Poona University, India

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Linguistics, Dialects, and Thai Pali Religion



Name and Surname: Meethawee Yutthapongthadaa

Highest Education: Doctor of Philosophy (Thai), Kasetsart University

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Thai Linguistics, Semantics, Historical Linguistics Dialect, and Teaching Thai as a Foreign Language

A FALSIFICATION OF ZHU QING SHI'S RESEARCH CONCLUSION THAT CONSCIOUSNESS IS THE BASIS OF THE OBJECTIVE MATERIAL WORLD

Xiao Yin Zhang¹ and Wei Meng²

^{1,2}College of Innovation Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

Received: February 8, 2020 / Revised: July 2, 2020 / Accepted: August 14, 2020

Abstract

The purpose of this study is to falsify academician Zhu Qingshi's research conclusion that human subjective consciousness is the basis of the objective material world. By means of dialectical materialism, logical reasoning, exploratory research and creative transformation, this paper systematically analyses and demonstrates the confirmation relationship among quantum mechanics, dialectical materialism and Buddhism's core notion of emptiness. It reveals the real confirmation problem between quantum mechanics, dialectical materialism and Buddhism's notion of emptiness, and falsifies Zhu Qingshi's wrong conclusions obtained by inaccurate qualitative determination, irregular reasoning and conceptual confusion. It proves that dialectical materialism can provide a reliable methodology for Buddhism, and quantum mechanics can enrich the research and practice of Buddhism. The theory of emptiness in Buddhism can be interpreted creatively by the above methods, so as to explore new methods and ways for the comprehensive revival of excellent traditional culture.

Keywords: Quantum Mechanics, Dialectical Materialism, Buddhism's Notion of Emptiness, Zhu Qingshi

Introduction

The changes of the rules of the quantum world, represented by the results of the double-slit experiment in quantum mechanics, have subverted our understanding of the world and also posed a challenge to the philosophical material view of dialectical materialism. This objectively requires us to re-interpret the philosophical thought of dialectical materialism, and to use the existing rules to make a reasonable philosophical

interpretation of the micro-world in quantum state. Similarly, the observation of human beings obtained by quantum mechanics has become an important condition for changing the experimental results in quantum state, which has triggered a debate on the relationship between matter and consciousness in the field of philosophy. This has also activated the great human debate on the rationality of religion, and has rekindled the study and discussion in the academic

community on the core ideas of the important philosophical works of Buddhism, including the philosophical thoughts in the core classics of Prajna wisdom, such as The Heart Sutra and the Ch'eng Wei-shih Lun. Zhu (2017), former president of The University of Science and Technology of China and a member of the Chinese Academy of Sciences, has discussed the study of quantum mechanics and the objective world, expounding the strange phenomenon-state superposition principle of quantum mechanics and the collapse, the analogy between Schrödinger's Cat, glove mail and quantum entanglement. It is proposed that consciousness is a phenomenon of quantum physics and quantum mechanics. And it is a clear statement of the current international physics research hot spot and frontier problems - the manifestation of quantum consciousness in quantum mechanics and the main international research on quantum consciousness. The most important thing is that Zhu Qingshi demonstrated through logical reasoning that human subjective consciousness is the basis of the objective material world. At the same time, he demonstrated the relationship between them through the reasoning method of energy non-entity, String Theory and Buddhist notion of emptiness, and disagreed with his methodology, research process and conclusion authors. The factual challenge posed by the latest scientific achievements to the original philosophical thought is an important challenge faced by the dialectical materialist philosophy at present, and it also provides an opportunity for the

study of Buddhism. The author's research is the inheritance and development of previous studies, inheritance is mainly reflected in the current system analysis and induction of the latest results will be possible to make up for loopholes. The development is embodied in the author's attempt to compare the existing research achievements and main research viewpoints of quantum mechanics and quantum consciousness with the concepts and viewpoints in the current philosophical system, such as dialectical materialism, Buddhist prajna wisdom and so on, so as to effectively promote the research hierarchy of modern philosophy. This paper focuses on the relationship between the achievements of quantum mechanics and the theory of emptiness, which is the core of Buddhism, and explores the intrinsic relationship and corroboration between dialectical materialism and material, material concrete form, motion, internal and external causes, and Buddhism's "emptiness", "the self-nature is empty", "cause", "condition" and "phenomenon". To explore whether the achievements of quantum mechanics, quantum entanglement and quantum consciousness can provide factual support for the concept of emptiness in Buddhism, mainly relying on the Maha Prajna's representative work The Heart Sutra and the core problems of the theory of Consciousness-Only, parikalpita-svabhava, paratantra-svabhava and parinipanna-svabhava, also named as tri-svabhava. The authors think that materialism is the understanding of human beings to the objective world, and

the concept of emptiness of Buddhism is to study the original appearance and operation law of the objective world. There is a confirmation relationship between the two. String Theory, one of the Unified Field Theories of quantum mechanics, is also confirmed with the materiality of the unified basis of everything and the movement of the existence of conditions in Buddhism's notion of emptiness. Zhu Qingshi's method of proving that Buddhism's notion of emptiness does not have a real entity by energy and non-entity is logically inferential. It is wrong to use the reasoning of String theory which lacks links and elements to prove that "all phenomena are like a dream, an illusion, a bubble and a shadow, Like dew and lightning. Thus should you meditate upon them (Kumarajiva, A.D.402)". His view that "human subjective consciousness is the basis of the objective material world" is not logical and in fact.

Research Objectives

It reveals the challenges of quantum mechanics and quantum consciousness to dialectical materialism, correctly interprets the dialectical relationship between material and consciousness in quantum mechanics with dialectical materialism, and consciousness affects the behavior of observation objects, resulting in the collapse of the state of objective objects. This is the analysis of Zhu Qingshi academician's subjective consciousness of human being seeking the conclusion that the subjective consciousness of objective material world should apply dialectical materialism

method, and find out the reason seeking the wrong conclusion. The scientific and rationality behind these concepts are analyzed by scientific verification and philosophical methods to analyze the core concepts of "emptiness", "cause", "condition", "effect", and "retribution" in the classical theory of Buddhism. By summarizing the basic methods of Buddhism's understanding of the world, we get the methodological theory of Buddhism and explore the possible application of these methods in the formation of creative thinking and management practice.

Research Problem

1. What is the evidence between quantum mechanics, dialectical materialism and the emptiness notion of Buddhism?
2. How to falsify Zhu Qingshi's inference of energy non-entity and String Theory to verify the methodology of Buddhist notion of emptiness? Explore the correct reasoning process and the methodology of creative transformation confirmed by energy and String Theory.
3. How to prove the methodological theory of energy non-entity, String Theory to verify the emptiness notion of Buddhism under the inference of Zhu Qingshi.

Literature Review

1. Conceptual definition
Emptiness is the basic teaching of Buddhism, is the core concept of Mahayana Buddhism, and is also the core meaning of thought like The Heart Sutra. The core content

of many Buddhist classics is to talk about “emptiness”, “cause” and “ignorance”, and so on. The emptiness in Sanskrit means Sunya, the interpretation of emptiness in Ci Hai is that Buddhism refers to the unreality of things. All things and phenomena are made of cause and combination, instantaneous, no qualitative regulations, and independent entities, false and false, so it is called emptiness (Xia & Chen, 2009). Great Treatise on the Perfection of Wisdom thinks that the view of five aggregates, this world is empty of the self (Kumarajiva, A.D.402). The Vimalakirti Sutra thinks that After all, all the Dharmas are empty and empty (Kumarajiva, A.D.406). Ji bu in the Book of Tu jie xin jing of the “emptiness” given the explanation is used to express “non-existent”, “non-existent” a basic concept. The “empty” of Buddhism refers to all phenomena in the world are formed by the aggregation of various conditions, and when the conditions change, the phenomenon changes with it, and there is no real entity in itself. He believes that the “empty” of The Heart Sutra refers to “emptiness”, which refers to the nature and attribute softy ness of things (Xuan & Ji, 2012) The research of this paper is based on this concept as an “empty” explanation. That is, the research is based on the idea that “empty” is all “phenomena”.

2. Commentary on the typical literatures of the Buddhism’s notion of emptiness.

Emptiness is the basic teaching of Buddhism, Sanskrit Sunya, used to express non-existent and non-existent a basic concept. In the simplest way, the emptiness of Buddhism

refers to all phenomena in the world are the product of the aggregation of various conditions, the phenomenon itself does not have a real entity, when the conditions change, the phenomenon also changes. Phenomenon is the external relation and surface feature of things, and it is the external expression of essence. The “empty” of The Heart Sutra refers to “emptiness”, which refers to the nature and attribute of things. “Emptiness” is the core concept of Mahayana Buddhism, and it is also the core meaning of thought like The Heart Sutra. Through ignorance are conditioned volitional conditioned, a part of Twelve Links in the Chain of Causation, it shows that the ideological basis of human behavior is ignorance. The Heart Sutra holds that “ignorance” is the state of confusion of life, and that all thoughts that appear in a state of confusion are called “delusion”, and that, in Buddhist wisdom, human beings almost all live in delusions, and the words delusion consent include reverse dreams. Buddhism believes that the emergence of delusion, the origin of no sense, desire is the driving force, the persistence of possession is to help. Desire is the driving force of delusion. There are always many ideas in the world where people live, most of which are based on the needs of individual desires, what desires do human beings have, what kind of delusions there will be; persistence of possession is the help of delusion, delusion, persistence has an important helping role. In the desire to promote the emergence of the delusion, is with persistence and constantly enhance,

persistence how deep, the delusion is how big. Delusion makes it impossible for us to live in a world of our own consciousness and to understand the truth of life in the universe correctly. In Buddhism, the only character has divided the world into three different levels: one is the subjective illusion of our consciousness structure, the second is the objective phenomenon world, and the three are the essence of the world. We usually live in a life of obsessiveness, and therefore cannot recognize the nature of his rise and the sense of truth. Therefore, human beings can not correctly understand the world, because human understanding itself. Humans with delusional mind to understand the world, the understanding is also naturally delusional, just as we wear color-changing glasses to see the world, what we see is not the world's real. Delusion leads to all kinds of life's problems, so The Heart Sutra tells us to stay away from upside down dreams, if far away? The way to deal with delusion is to realize from the view that everything is like a dream bubble. Heart less concern, delusion will naturally not have.

Causes and conditions producing phenomena means all conditioned things are impermanent, and all the results are the result of maturity with the condition. Cause is the motive, is the main condition of things, condition and cause this motive constitutes a chain relationship, is the secondary condition of things born. There is "cause" has "condition", is bound to become "effect", this effect for "cause", that is "motivation" is called "retribution". Cause is actually the most

basic law of the universe, all things, feelings, phenomena, objects in the world will not suddenly occur. The emergence of anything, there must be a former cause and appropriate environmental conditions to match, that is, the so-called "help", or "condition". When the cause and condition are mature, the results are produced. Although the self-nature is empty, It is True Emptiness and Wonderful Existence which is the dharma born of this cause, its present is the emptiness (Xuan & Ji, 2012).

The Heart Sutra holds that cause is all Dharma and that all Dharma is cause (Xuan & Ji, 2012). Dharma is things, and cause is the cause of each dharma of birth "because of" and help to become the "condition". Because of the dharma is that "I" everyone, in essence, is not there, but a collection of various causes, so when the body is empty, not to empty it is to be free, but not a entity needs to be released. Dependent origination and the emptiness of nature, "condition" is all the dharma is born by fate, the edge of the gathering, the fate is no, when the body is empty, the dharma I am now there is no existence. Emptiness that is, whether there is a nature available (Christian God, Tao, Sanskrit, tathagata-garbha, and so on) nature of the empty is not only not without a real nature, but to say that an empty is not available.

Methodology

1. Research object

The main purpose of this paper is to determine the essential properties of

things and their related relationships, so the qualitative research method is adopted. Through conceptual research, literature research, logical reasoning, exploratory research, and other methods. A step-by-step, hierarchical analysis of the characteristics of the research object, explain its essence. The research objects of this paper are: the important discoveries of quantum mechanics, including: double-slit experiments, the important role of quantum mechanics consciousness, the theoretical basis that the objective world may not exist in Zhu Qingshi;

2. Research method

The paper uses the conceptual research method to study the Buddhist “emptiness”, “cause”, “condition” and so on, revealing the essence of the concept of Buddhism. The study of material, consciousness and consciousness’s initiative in dialectical materialism reveals the interpretation of these concepts at the philosophical level. The material in the field of quantum mechanics, i.e. the substance of physics, is also analyzed. The paper also uses the method of literature analysis to analyze the literature related to quantum mechanics double-slit experiment and consciousness and quantum consciousness and explores that consciousness has become a phenomenon in quantum mechanics in quantum mechanics experiments, resulting in the reliability of the collapse of objective object state. It is also through the analysis of the relevant literatures of Buddhism to find the correlation between matter, consciousness and the view of the

Buddhist universe in quantum mechanics. On the basis of the above research, the method of logical reasoning is used to carry out layer by layer progressive reasoning in order to obtain effective conclusions, the process of logical reasoning is embodied in the process of studying concepts. As for the situation in which there is no clear definition or definition of the description of the study topic, authors adopt the method of exploratory research, through the gradual literature review method and the high-intensity interaction within the research group, quickly finds the effective breakthrough of the research topic, and clears the relevant problems to draw out the basic outline.

3. Research procedure

3.1 To form a two-person scientific research group, including 20 minutes or so a day face-to-face effective communication and interaction based on the virtual space community, to carry out exploratory research. The research breaks through the content of the existing knowledge boundary, the relevant literature is almost non-existent, the research method is used in the researchers to discuss in order to find the direction of scientific research may break through and the dimension of possible breakthrough.

3.2 On the basis of a more full discussion and mutually provided research advice and literature on the issue, a basic outline of the study was quickly sketched out, and the topic of the paper was carefully examined on the basis of the philosophy of the unified research topics and objects, namely Buddhism, philosophy, quantum mechanics,

and the “The Heart Sutra”, according to our own research expertise.

3.3 Applying conceptual analysis, literature analysis and other methods, logical analysis and other methods gradually build a research framework, according to the research-based thesis model of the introduction, literature analysis, research purposes, research issues layer by layer in-depth exploration and writing.

3.4 To obtain the results of the study, the conclusions, the discussion, and repeatedly verify.

Results

The emptiness Sanskrit is sunya, which in Buddhist teachings refers to the illusory truth of things. All things and phenomena in the world are formed by the convergence of various conditions, when the conditions change, the phenomenon also changes, itself does not have a real entity, false and false, so call it “emptiness”. The development of modern physics has really found support for Buddhist theory, but in the demonstration, some physicists, including Zhu Qingshi, often find it difficult to jump out of the concept of physics, the commonly used concept of physics is confused with the concept of philosophy, and it is easy to fall into the trap of metaphysics. From the perspective of confirmation, we analyze the evidence of the supplement and support of the development of physics and quantum mechanics to the relevant theories of Buddhism.

1. Physics, dialectical materialism and

the problem of phenomena and entity in Buddhism.

Zhu (2017) believes that physics will have a mechanical movement of the physical form known as the material. It was also called entity in the natural philosophy at that time. Because of the special position and key role of mass in Newton’s classical mechanics, people tend to sum up matter as objects, and then regard matter as entities. In 1687, Newton in The mathematical principles of natural philosophy’s definition section said that the quantity of matter is the same as the origin of density and size of a measure of unity (Newton, 1968). That is to say, mass is defined as a measure of the amount of matter. Based on this, Zhu Qingshi believes that mass is taken for granted as the absolute inherent of matter itself, and is regarded as the concrete manifestation of the principle of immortality of matter or the immutability of substance. Authors want to emphasize that the matter Zhu Qingshi talks about here is not the matter of dialectical materialism, and the immortality of matter involved in it is not the immortality of matter in the field of philosophy. Zhu Qingshi’s reasoning actually adopted the 17th century natural philosophy entity view, metaphysical materialism view, did not get rid of the material into a specific material form, the material into the physical way of thinking (Gong, 1999). The concept of materiality of dialectical materialism summarizes everything in the world and refers to the common unique characteristics of nature and society in various “concrete forms of matter”.

Zhu Qingshi confused the “material” of physics, the “entity” of natural philosophy, the metaphysical materialism “material concrete form”, and the concept of “material” of dialectical materialism in the course of his theory. Zhu Qingshi used in the following reasoning is still metaphysical materialism, that is, the concrete form of matter, and this “material concrete form” is the “entity” of the cognitive methodology of the theory of the establishment.

In 1905, the paper Does the Inertia of a Body Depend Upon Its Energy Content? Einstein wrote: “The mass of a body is a measure of its energy-content; if the energy changes by L , the mass changes in the same sense by $L/9 \times 10^{20}$, the energy being measured in ergs, and the mass in grammes”. In the English version, the editor’s note explains the difference between the expression $m = L/C^2$ and $E = mc^2$ in Einstein’s 1905 paper. It says, in this paper Einstein uses L to denote energy; the italicised sentence in the conclusion may be written as the equation “ $m = L/c^2$ ” which, using the more modern E instead of L to denote energy, may be trivially rewritten as “ $E = mc^2$ ” (Einstein, 1905). Pais (1995) argues that In 1905, Einstein established the theory of special relativity, which challenged Newton’s classical mechanics. The famous formula $E = mc^2$ in the theory of special relativity suggests that mass is also a form of energy. based on Einstein’s theory that mass is also a form of energy, believes that relativity reveals the existence of Newton’s entity concept of matter. In physics, matter and energy can be transformed into

each other under certain conditions, and energy is not an entity, so matter can no longer be regarded as an entity. It is consistent with the definition of emptiness in Buddhism, that is, all things and phenomena in the world are formed by the polymerization of various conditions when the conditions change, the phenomenon also changes, and it is confirmed by the fact that there is no real entity in itself.

2. Authors think that Zhu Qingshi’s logic and reasoning are seriously flawed, and it is wrong to draw the conclusion that the material of physics is corroborated by Buddhism’s notion of emptiness. He established the so-called logical reasoning relationship by following these steps:

Step 1: Zhu obtained the word “physical” from the judgment that the physical form of mechanical motion is called physical, a concept of physics.

Step 2: Applying the concept of 17th century natural philosophy, the word “physical” of physics is upgraded to the concept of “entity” of natural philosophy at the logical level.

Step 3: In order to strengthen the rationality of this reasoning, with the help of Newton’s classical mechanics “mass” and give it a special status and key role, coupled with the lack of reliability of the so-called “human tendency” to further attribute the “material” of physics to “objects”, and without any basis and evidence, leaping the “material” of physics as a natural philosophy of “entity”. Through the above three steps, Zhu completed the first confusing construction

process of equating the “material” of physics with the pseudo-proposition altruistic part of the natural philosophy “entity”.

Step 4: Zhu’s conclusion is that “mass is taken for granted as an absolute inherent in matter itself, and is seen as a concrete manifestation of the principle of physical indeterminateness or physical invariance”. In the first half, he gave the relationship between the “mass” of physics and the “material” of physics, reinforcing “absoluteness” and “scientific”, in fact, we are very clear that Newton’s classical mechanics is applicable under the conditions of gravity, and whether mass is absolutely inherent, depending on the physical matter in the environment conditions. In the second half, mass (the concept of physics) is seen as “material” (the concept of physics) as indestructible or solid (the concept of natural philosophy) unchanged. The second confusing build process was completed. He deliberately arranged the “material indestructible” scenario, let people produce confusion of thinking, began to think on the concept of dialectical materialism, which is widely known to the Chinese audience, if not further confirmed, most people’s thinking at this time began to be controlled by him. What exactly is “material indestructible”, the author first analyzes this problem. The law of “material indestructible” is also known as the Law of Conservation of Mass refers to the sum of the mass of the substances before the reaction in a chemical reaction equal to the sum of the mass of the substances after the reaction. Because any

change, including chemical reactions and nuclear reactions, cannot eliminate matter, only change the original form or structure of matter, so it is called the law of substance indestructible. The concept of “entity” within the framework of natural philosophy began to blend into physics. Audience thinking began to equate the trend of natural philosophy, metaphysical materialism, the concept of the philosophical concrete form of matter (philosophical material concrete forms can be very diverse, not bound by the physical material concept, the concept of mass, the law of physical indestructibility, etc.) with the material concept of physics.

Step 5: Zhu Qingshi, with Einstein’s Theory of Relativity, “Mass is also a form of energy” (physics), obtained that “energy” is not an entity (mixed with philosophical concepts with physical concepts), “material” (mixed with the concept of physical matter) or a “entity” (philosophical material concepts mixed with physical concepts). Then based on the Buddhist The heart Sutra in the analysis of the emptiness view of the “entity” and “various condition aggregation” “Conditions change, the phenomenon also changes,” “itself does not have a real entity” to carry out one-sided links, and obtain the conclusion that physics and Buddhism confirm.

Step 6: Zhu Qingshi used The String Theory that everyone does not understand, directly give the real material world is the “cosmic string” playing symphony! He believes that the elementary particles that make up the bricks of the objective world are now

all “notes” on the cosmic strings. And then to use The Diamond Sutra: All phenomena are like a dream, an illusion, a bubble, and a shadow, Like Dew and lightning. Thus should you meditate upon them. In the absence of effective conditions, basis, evidence and effective logical reasoning, it is concluded that physics has entered the realm of “self-nature”! Complete his discussion on the proof of String Theory and Buddhism’s notion of emptiness.

Step 7: Zhu Qingshi based on the relevant phenomena in quantum mechanics, even the current quantum mechanics itself, such as the “double-slit experiment” in the observation of people caused by the change of interference stripes. “Consciousness has contributed to the shift of the physical world from uncertainty to certainty.” He says.

3. The author’s analysis of Zhu Qing’s logical reasoning system:

The concept of “material” formed under the reasoning relationship of “material” in physics is not the material of dialectical materialism philosophy, but on the basis of “people tend to attribute matter to objects and then to treat matter as an entity”, which belongs to the category of dialectical materialism concrete form of matter. The dialectical materialism is expounded by the infinite, eternal and absolute nature of the material. It is believed that any individual or concrete thing in the world is limited and dead, but the whole material world is infinite, eternal and absolute. Matter itself has the ability and condition of constant movement

and transformation (Xia & Chen, 2009). As for the phenomena involved in the “empty” of Buddhism, that is, all things and phenomena in the world are formed by the convergence of various conditions dialectical materialism to attribute it to the nature of the world nature and all the phenomena of society, are the existence forms of moving material. Nature and all the phenomena of society are the different forms of expression of moving substances. The description of Buddhism’s notion of emptiness core thought and the material view of dialectical materialism are unified. The material and energy of physics have the possibility of mutual transformation under certain conditions, and from the point of view of dialectical materialism, they belong to the category of “concrete form of matter” of philosophy, which does not vary depending on the difference of mass in the properties of physics. The various phenomena arising from the conditions of human society are also included in the category of “concrete form of matter”, which has nothing to do with the quality of the physical category.

The emptiness of Buddhism is the unity of all things in the world. This unity of the foundation can only be dialectical materialism material concept. Because only the material concept of dialectical materialism sums up everything in the world. Is the nature and society of various “concrete forms of matter” common only characteristics. This point is neither Zhu Qingshi with the concept of physical matter can explain, nor is he using various concepts of mixing and logical

reasoning methods, based on the natural philosophical entity theory and metaphysical materialism can complete the argument.

4. Analysis of the relationship between String Theory and dialectical materialism and consciousness

String theory is one of the challenging research topics in the frontiers of international physics. Weinberg (1993) believed that “the fusion of relativity and quantum mechanics has brought a new perspective, and matter no longer plays a leading role in the world. On this basis, we were able to establish a satisfactory electromagnetic theory (Chapter 1, para.1)”. The core goal of String Theory research is to establish the unified field theory put forward by Einstein. Quantum mechanics theory plays an important role in the micro-field and general relativity in the macro field. But it is difficult for them to integrate effectively when the theory is relatively independent. Steven Weinberg said: “Our gravity has completely changed in terms of space, time and the special and general theory of Einstein’s theory of relativity. Instead of talking about particles with specific positions and velocities, we learn to talk about wave functions and probabilities (Chapter 1, para.1)”. String Theory is one of The Theory of Everything that has the potential to reconcile macro and micro-quantity physics systems. Gribbin (2009) believe that the Theory of Everything is a term for the ultimate theory of the universe a set of equations capable of describing all phenomena that have been observed, or that will ever be observed. The purpose of the study of String Theory is to

explore the integration of existing, human-recognized substances (physical concepts), energy, time, and space into a mathematical framework, in order to find a unified The Theory of Everything to explain everything in the world.

String Theory can be used to describe gravity and all elementary particles, and string theory advocates that “strings” correspond to various elementary particles in nature in different vibration patterns. Weinberg (1993) think that “String theory can be considered only a particle theory corresponding to different vibration modes of strings, but because the number of particles in any string theory is infinite, the working principle of string theory is different from that of ordinary quantum field theory (Chapter 9, para.8)”. One of its basic points is that the basic units of nature have a different vibration pattern of wave-particle duality, such as electrons, photons that just look like particles, and are actually super-tiny one-dimensional strings. The typical scale of each cosmic chord is about the basic unit of length, the Planck length (10^{-33} cm). The vibrations of different frequencies of cosmic chords correspond to different mass and energy. All elementary particles, such as electrons, photons, neutrinos, quarks, etc., are different vibrational patterns or vibrational excitation states of cosmic strings. String Theory advocates that “strings” correspond to various elementary particles in nature in different vibration patterns.

On the basis of String Theory, Zhu Qingshi believes that the real material

world is the symphony of “cosmic strings”! Consciousness exists entirely on the basis of materialism (our brain), but consciousness is not a specific material reality, because no one has found any tangible “consciousness” in the skull during brain surgery. In String Theory, the situation has changed radically. The elementary particles, which used to be the bricks that make up the objective world, are now all “notes” on the cosmic strings. A variety of material world, really become “all phenomena are like a dream, an illusion, a bubble and a shadow, Like dew and lightning. Thus should you meditate upon them.” He gives physics has entered the realm of “self-nature”!

5. The author’s inference and analysis of the philosophical nature of dialectical materialism in String Theory.

The philosophical essence of dialectical materialism of Unified Field Theory that Einstein used to find and try to establish in the second half of his life is to find commonalities in the concrete form of everything in the world under the framework of physics. The material concept of dialectical materialism philosophy includes everything from the whole world to the common unique characteristics of the natural and social material sinants. It cannot be created, changed and destroyed. From the concrete form of matter is summarized and abstracted, there is no material without the concrete form of matter, matter can only exist in the concrete form of matter, the concrete form of matter is the expression of matter. The commonality

of the specific forms of various substances is objective reality. To find commonalities in the specific forms of various substances under the framework of physics, we can get guidance through the basic relationship between material and motion of dialectical materialism. The dialectical materialism holds that motion is the fundamental attribute of matter, time and space is the existence mode of material motion, time and space are manifested through the movement of matter, time is the continuity of the process of material movement, sequentially, characteristic of one-dimensionality, space is the extensibility of sports matter, wide-ranging, characterized by three dimensions. From this, it can be deduced that physics, as a field of study of the specific morphology of matter, is not only the general relativity in the micro-field and quantum mechanics or macro-field, or the Unified Field Theory, String Theory and so on, which must be related to the material “movement” of dialectical materialism, but only the movement of the specific morphological category of matter. With the approval of Du Qiang, a senior engineer at the Institute of Engineering Thermophysics, Chinese Academy of Sciences, the entry holds that String Theory advocates that strings can correspond to various basic particles in nature with different vibration modes. the fundamental attribute of “string” in String Theory is also a form of “movement”, namely vibration. Based on the above inference and analysis, authors think that the final breakthrough direction of unified field theory, such as String Theory, must be the

discussion of the material theory of physics under the category of dialectical material philosophy material specific form theory, and the dialectical materialism essence of “String theory” is to explore the “movement” attribute of the concrete form of material in the physical category. The final breakthrough or closely related to the “movement”, “movement” subject no matter what kind of substance the specific form, may be very diverse, and can even change the “string” composition or can be infinitely subdivided, but all the specific form of the material is forever inseparable from the movement. The basis of the emptiness view of String theory and Buddhism’s notion of emptiness is the “empty” which emphasizes the unity of all things in the world. From this point of view, “empty” and dialectical materialism of abstract materiality have a common point.

All phenomena are like a dream, an illusion, a bubble and a shadow, Like dew and lightning. Dharma refers to all things in Buddhism, and the author believes that samskṛta-dharma refers to the specific form of matter that can be created, changed and eliminated by people. These promising laws depend on conditions to exist or disappear, which is the reason and way of understanding such as dream and bubble.

6. The author’s analysis of quantum mechanics by confusing the basic concepts of dialectical materialism consciousness and understanding in Zhu Qingshi proves that “human subjective consciousness is the basis of the objective material world”.

In the electronic Double-slit experiment, Feynman (1965) clearly documented the causes of quantum mechanical interference waves: “We have to conclude that when we look at electrons, their distribution on the screen is different from when we don’t look at it. Maybe it’s because it’s turning on the light source and interfering with the situation? Presumably because electrons themselves are so delicate that light waves are subjected to electron scattering to give electrons a reaction, thus changing their motion. We know that the electric field of light exerts a force on the charge when it is applied. So maybe we should expect the movement to change. In any case, light has a great influence on electrons. In trying to track the electron, we changed its motion...That’s why we no longer see the interference effects of ups and downs. and “If the electrons hadn’t been seen, we’d be interfered with”.

That is, the double-slit experiment of quantum mechanics can prove that the human consciousness does not affect the behavior of the observed object, but simply can prove that observational practice (including the observing instrument, observation tools, and observation methods, which may cause the microscopic world disturbance) affects the behavior of the observed object. This experiment can prove that the practice of human understanding will have an impact on the observed object, but not directly prove that human consciousness will affect the behavior of the observed object. For the micro quantum world, observation altogether is a

kind of interference, under the interference there is a wave particle disfigured between the transformation, resulting in the interference stripe change, which is not the consciousness of the physical action, which has nothing to do with consciousness. The so-called universe also exists brain-like electron entanglement now, and then by reasoning to find that there is a human consciousness in a certain place in the universe, the existence of soul-like things in the universe after death will return to some place in the universe. This reasoning is a serious logical problem: leaving the hardware of the human brain, even if there is a quantum entanglement of human-like brain, it will not produce consciousness. Consciousness is a philosophical concept corresponding to matter in dialectical materialism, a function of the human brain and a reflection of objective existence. It is a form of human brain activity, the emergence and development of human consciousness through the activities of the human brain to achieve. No one has the body of the brain, nor is there consciousness. Zhu Qingshi mentioned that the existence of any tangible “consciousness” could not be found in the skull during brain shell surgery, which is a fallacy. Because consciousness is a form of human brain activity, itself is not a tangible existence. The observations involved in the double-slit experiment of quantum mechanics are the behavior of human beings in understanding the objective world. From the epistemological point of view, Zhu Qingshi confused the concepts of “consciousness” and “cognition” in philosophy, and

equated “cognition” with “consciousness”. Understanding is the dynamic reflection of external reality on the basis of practice, including perceptual cognition and rational cognition. It is absurd to rely solely on an experiment in quantum mechanics to obtain the subjective consciousness of man being the basis of the objective material world. The activity of consciousness is based on the human brain, the activity of the human brain is only a reflection of the objective world, the subjective initiative of the human brain cannot become the basis of the objective material world, consciousness is not the origin of the world.

Discussion

The development of Buddhism needs to be interpreted on the basis of a well-known knowledge platform, many terms in Buddhism do not have a clear concept, often only quotient description, with a strong ambiguity. When explaining the principles of Buddhism, it is often explained by vague phenomena and stories and fables. Many people with their knowledge system is not understood, so since do not understand to understand, and Buddhist insight is not all people have. The methodology of dialectical materialism and materialistic dialectics is understood by any student who has received secondary education in China, and the thought logic of dialectical materialism knowledge system is used in our study to prove the conclusion of Zhu Qingshi’s human subjective consciousness is the basis of the objective material world and

to analyze the confirmed relationship between quantum mechanics, dialectical materialism and Buddhism's notion of emptiness. This method of creative interpretation and innovative development can not only help to understand the philosophy of Buddhism, but also carry out breakthrough exploration in the field of social science under the guidance of the strategy of The Chineseization of Marxism, the Chineseization of foreign religion and the comprehensive revival of traditional culture. This methodology is not a literature reference, literature annotation, this traditional literature research method. If innovation is to be created by literature and annotations alone in innovative research, and by the menopausal approach, it will fall into a dead cycle. The study of Buddhism itself requires methodology innovation. Need to adapt to the development of society, to meet the needs of the times. Otherwise, you will be caught up in the "fundamentalism" of some kind of religious text. Including the promotion of social sciences such as philosophy, the core issue is the change of research methods. Our research is the practice in this field.

Conclusion

1. The Conclusion of The Proof Study Between Quantum Mechanics, Dialectical Materialism and Buddhism's notion of emptiness

The concepts of "material" and "concrete form of matter" of dialectical materialism are confirmed by the definition of emptiness of Buddhism. Emptiness is the

unity of everything, that is, abstract materiality. It contains "Dependent origination and the emptiness of nature" and "Wonderful Existence". The fundamental attribute of emptiness substance is movement, which includes change and development. From this point of view, there is no entity in which everything and phenomenon really exist sit. Wonderful Existence is the dharma born of this cause is the "concrete form of matter" arising from the condition, visible or invisible to the naked eye, tangible or intangible everything. The "material" of dialectical materialism contains abstract materiality and "material concrete form", in which "material concrete form" corresponds to wonderful existence. The only characteristic that is common to all concrete forms of matter is the abstract materiality of objective reality. The concrete form of matter can be created, changed and destroyed, and only abstract matter cannot be created or destroyed. The emptiness of Buddhism is "all things and phenomena in the world are formed by the convergence of various conditions" dialectical materialism will still fall into the category of "concrete form of matter". Because "all phenomena in nature and society are the form of the existence of moving substances". Nature and all the phenomena of society are the different forms of expression of moving substances". When the view of materialistic dialectics "movement" is confirmed by the change of the conditions pointed out by the self-nature is empty of the properties of matter in the Buddhism's notion of emptiness, the phenomenon also

produces the view of change and the eternal development view that no material concrete form does not exist.

Quantum mechanics, as a physics category for the study of the microcosmic world, is still a quantum state in the concrete form of matter, no matter how small it belongs to the quantum state, it still has the fundamental properties of dialectical materialism “movement” (including change, development). Although some phenomena are unknown in quantum mechanics”, these phenomena exist according to conditions. Consciousness as a philosophical category belongs to the subject of “observation” used in physics experiments is not appropriate, consciousness is that the interactive form of human brain cannot be mixed with understanding for use. The phenomena represented by quantum entanglement in the microcosmic world of quantum mechanics and the unreal truth in the “empty” view of Buddhism, that is, there is no real entity, but the phenomenon is confirmed by the various conditions aggregated conditions, and the phenomenon is also confirmed by the theory of knowledge of change. The quantum of light in the Quantum Double-Sped Experiment presents the interference wave with significant volatility when crossing the double seam, or the interference streak of the two seams with significant particle sex, which is related to the “observation” behavior carried out by the experimenter. Conditions change, the experiment shows different phenomena.

2. The correct reasoning process and

the methodological conclusion of creative transformation are confirmed by energy and String Theory.

The material of physics is not the same connotation as philosophical matter, and Zhu Qingshi passed through “people tend to attribute matter to objects, and then to treat matter as an entity”. This reasoning relationship completes the conceptual transformation of the equivalent of “material” to the entity. “Material” is equal to “entity” is a material concept of metaphysics materialism, which belongs to the category of “material concrete form” in dialectical materialism philosophy. Zhu Qingshi believes that if the physical “material” and “energy” can be converted to each other under certain conditions, “energy” is not an entity, “material” can no longer be regarded as an entity. But this inference process is problematic, in the dialectical materialism theory, regardless of the physical matter or energy, whether they are tangible or invisible, visible or invisible, belong to the category of “concrete form of matter”. Zhu Qingshi made a one-sided connection between the word entity in there is no real entity in itself in the analysis of the concept of emptiness in the Heart Sutra, and got the conclusion that the comparison between physics and Buddhism is incorrect. The author thinks that “entity” in the Buddhism’s notion of emptiness refers to the meaning of eternal form. According to the dialectical material view energy, solids and concrete objects belong to the concrete form of matter, they are the relationship between the concrete form of matter and the material

which is most easily understood with the emptiness (abstract materiality) which is the basis of the unity of everything in Buddhism.

The final breakthrough direction of Unified Field Theory, String Theory, must be the discussion of the theory of physical matter, and the dialectical materialism essence of String Theory is to explore the “movement” attribute of the concrete form of matter in the physical category. No matter what kind of substance the subject of “movement” is, it may be very diversified, and it may even be varied into the composition of the “string” or can be divided indefinitely, but the concrete form of all the materials that make up is always inseparable from the fundamental attributes of the substance “movement”. The foundation of the confirmation relationship between String Theory and Buddhism’s emptiness is that Buddhism’s emptiness emphasizes the unity foundation (objective reality) of all things in the world and the self-nature is empty is embodied in the fundamental property of movement of matter pointed by cause and condition. Cause and condition stand for motive (internal cause) and auxiliary cause (external cause) respectively, which are only conditions and embody the struggle and identity of contradiction. It has the only property of matter, that is, objective reality (dialectical materialism holds that the only property of matter is objective reality). They are constantly changing and developing, so they also have the fundamental attribute of matter, that is, motion. Dialectical materialism

holds that motion is the fundamental attribute of matter, and time and space are the existence form of moving matter. From this point of view, emptiness of Buddhism confirms matter, specific form of matter and movement of matter of dialectical materialism. The Diamond Sutra: All phenomena are like a dream, an illusion, a bubble and a shadow, Like dew and lightning. Thus should you meditate upon them. Dharma refers to all things in Buddhism, and the author believes that samskrta-dharma refers to the specific form of matter that can be created, changed and eliminated by people. These samskrta - dharmas depend on conditions to exist or disappear, which is the reason and way of understanding such as dream and bubble.

3. The conclusion of the study of the view that “human’s subjective consciousness is the basis of the objective material world” in the false Zhu Qingshi.

Zhu Qingshi with some unknown phenomena of quantum mechanics to draw that human subjective consciousness is the basic conclusion of the objective world is that consciousness is the form of human brain activity, activity is a form of movement, and movement is the fundamental property of matter, is inseparable from matter. The form of human brain activity is only a form of movement, which must belong to the properties of matter and cannot be separated from matter. Under this correct logical structure consciousness cannot be the basis of the objective material world.

References

- Einstein, A. (1905). Does the Inertia of a Body Depend upon Its Energy-content. *Ann Phys*, 18, 639-641.
- Feynman, R. P. (1965). *The Feynman Lectures on Physics: The New Millennium Edition*. Shanghai: Scientific & Technical Publishers. [in Chinese]
- Gribbin, J. (2009). *The Search for Superstrings, Symmetry, and the Theory of Everything*. Boston: Little Brown & Company.
- Gong, G. X. (1999). *Basic Principles of Marxist Philosophy*. Beijing: CPC Central Party School Press. [in Chinese]
- Kumarajiva. (A.D.406). *The Vimalakirti Sutra*. Retrieved May 24 , 2020, from https://cbetaonline.dila.edu.tw/zh/T0475_001 [in Chinese]
- _____. (A.D.402). *Great Treatise on the Perfection of Wisdom*. Retrieved May 24, 2020, from http://www.sohu.com/a/331882227_264212 [in Chinese]
- _____. (A.D.402). *The Vajracchedika-prajna-paramita Sutra*. Retrieved May 24, 2020, from https://cbetaonline.dila.edu.tw/zh/T0235_001 [in Chinese]
- Newton, I. (1968). *The Mathematical Principles of Natural Philosophy*. London: Dawsons of Pall Mall.
- Pais, A. (1995). *Inward Bound*. Oxford: Clarendon Press.
- Weinberg, S. (1993). *Dreams of a Final Theory*. London: Vintage Books.
- Xia, Z. & Chen, Z. (2009). *Ci Hai* (6th ed.). China: Shanghai Dictionary Publishing. [in Chinese]
- Xuan, Z. & Ji, B. (2012). *Tu Jie Xin Jing*. Xian: Shanxi Normal University Publishing. [in Chinese]
- Zhu, Q. S. (2017). *Physics into the Zen Realm, the Origin of Emptiness*. Retrieved October 1, 2019, from <http://inews.ifeng.com/51235673/news.shtml?srctag=pc2m&back> [in Chinese]



Name and Surname: Xiao Yin Zhang

Highest Education: Ph.D. Candidate (Business, Administration),
Dhurakij Pundit University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Administration Philosophy



Name and Surname: Wei Meng

Highest Education: P.B.A. (Doctor of Business Administration),
Saint Leo University, U.S.A.

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Administration Philosophy

การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน แนวโน้มการสรรหาบุคลากรที่ผู้บริหาร HR ต้องรู้

POSITIVE CANDIDATE EXPERIENCE RECRUITMENT TRENDS THAT HR MANAGER NEED TO KNOW

ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร

Thanasit Phoemphian

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

Received: August 10, 2020 / Revised: January 12, 2021 / Accepted: January 26, 2021

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของบทความนี้เพื่อ 1) ทราบแนวทางการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน 2) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างประสบการณ์ที่ดี การสรรหาบุคลากรในปัจจุบันจึงไม่ได้เป็นแค่การพยายามหาบุคลากรมาบรรจุในตำแหน่งงานที่มีอัตราว่างอยู่เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างเชื่อมั่นและความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับพนักงาน ในปัจจุบันมีองค์กรใหญ่เริ่มนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานอย่างเต็มที่ในการสรรหาบุคลากรออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีรูปแบบของสื่อความสะดวกและง่ายในการใช้งานโดยผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ ที่ถูกนำมาใช้สมัครงานกันอย่างแพร่หลายในงานสรรหาปัจจุบัน เพื่อเสริมประสิทธิภาพของระบบการสรรหาออนไลน์ให้ดียิ่งขึ้น การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงานจะช่วยให้มุมมองของผู้สมัครงานที่มีต่อองค์กรนายจ้าง ในทุกจุดสัมผัสของกระบวนการสรรหาบุคลากรสร้างความประทับใจให้ผู้สมัครงานและส่งผลที่ดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนายจ้าง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงานประกอบด้วย 1) ช่องทางการสรรหาบุคลากร 2) ความรวดเร็ว 3) สมรรถนะของนักสรรหาบุคลากร

คำสำคัญ: การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน แนวโน้มการสรรหาบุคลากร

Abstract

The objectives of this article are (1) to provide the guidelines for creating good experience for work applicants; and (2) to study the key success factors of creating good experience. At present, recruitment of personnel is not only the efforts to find personnel to fill in the vacant positions, but also the inclusion of creating the trust and good long-term relationship with the employees. Nowadays, there have been large corporations that use fully embraced technology in online recruitment of personnel via the Internet system. There have been many forms of social media that are convenient and easy to use for job application in order to enhance

the efficiency of the online recruitment system. The creation of good experience for work applicants will enable the applicants to have good impression in their perception of the employer organization in every touching point of the personnel recruitment process resulting in the creation of good image of the employer. The key success factors of creating good experience for work applicants consist of (1) channels for personnel recruitment; (2) the speed of recruitment; and (3) competency of recruiters.

Keywords: Creating Good Experience for Work Applicant, Recruitment Trends

บทนำ

Porter (1980) กล่าวว่า ในการที่จะพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากประการหนึ่งที่มีส่วนช่วยผลักดันให้องค์กรเกิดความก้าวหน้า ดังนั้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงเป็นเรื่องที่องค์กรควรให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าเรื่องอื่นๆ โดยเฉพาะงานสรรหาบุคลากรซึ่งเป็นกิจกรรมแรกของการได้มาซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรและแผนการดำเนินธุรกิจ องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาคน เพื่อเสริมจุดแข็งและสร้างความแตกต่างเพื่อผลักดันการเติบโตของธุรกิจมากยิ่งขึ้นทั้งในปัจจุบันและรองรับหรือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ปัจจุบันกลุ่มแรงงานในตลาดก็มีการเปลี่ยนไปมากกว่าในอดีต เนื่องจาก Generation Baby Boomer กำลังอยู่ในช่วงวัยใกล้เกษียณ Generation X เริ่มอยู่ในระดับ Senior และคน Generation Y ก้าวเข้ามา มีบทบาทอย่างมากในแต่ละองค์กร และ Generation Z อีกกลุ่มที่กำลังจะก้าวเข้ามาสู่ตลาดแรงงานหรือวัยทำงาน ซึ่งคนในกลุ่ม Generation Y และ Z หรือเรียกรวมๆ ว่า Millennial จะมีลักษณะ บุคลิก ทัศนคติ และเป้าหมายในชีวิตที่แตกต่างกันออกไป (Population and Social Research Institute of Mahidol University, 2016) สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการที่จะ

หากกลยุทธ์หรือวิธีการใหม่ๆ ที่เหมาะสมในการดึงดูดใจคนกลุ่มดังกล่าวหรือคนเก่งที่มีความรู้ความสามารถเข้าสู่องค์กร

บุคลากรในองค์กรนั้นคนเก่าถูกทดแทนด้วยคนใหม่ๆ หรือคนเก่าพัฒนาตัวเองจนนำไปสู่บทบาทใหม่ๆ ยังไม่รวมถึงวัฒนธรรมคนรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติไม่ยึดติดหรือจงรักภักดีต่อองค์กร มักเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ว่าจะเพื่อเพิ่มเงินเดือนหรือ พัฒนาตัวเองเพื่อแสวงหาความท้าทายใหม่ๆ ทั้งหมดนี้ก่อให้เกิดการย้ายแรงงานแบบข้ามสายงานในระดับที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (Cooke & Kim, 2017) เมื่อมีการเปลี่ยนงานย้ายงานกันมากขึ้น การเปิดรับสมัครงานเพื่อสรรหาคandidateเข้าร่วมองค์กรย่อมสูงขึ้นตาม และนั่นคือความท้าทายครั้งใหญ่ของฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพราะการสรรหาคนทำงานในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ยังเป็นแบบดั้งเดิมที่เต็มไปด้วยขั้นตอนซับซ้อน เอกสารมากมาย กฎเกณฑ์มีรายละเอียด ใช้เวลานานสำหรับการสรรหาคandidateเข้าทำงานและค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน (John, 2019)

ปัจจุบันองค์กรเริ่มนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานอย่างเต็มที่สำหรับการสรรหาบุคลากรออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Taylor, 2001) ทั้งรูปแบบและการสื่อสารมีความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน สื่อสังคม (Social Media) และเครือข่ายสังคม (Social Network) อย่างเช่น LinkedIn, Twitter, Instagram, Facebook เป็นต้น เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เปิดรับสมัครงานกัน

อย่างแพร่หลายในงานสรรหาปัจจุบัน (Chookiat, 2016) เพื่อเสริมประสิทธิภาพของระบบการสรรหาออนไลน์ให้ดียิ่งขึ้น

การสรรหาบุคลากร

กระบวนการสรรหาเป็นกระบวนการที่สำคัญอันหนึ่งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์เนื่องจากกระบวนการสรรหาบุคคลนั้นเป็นกระบวนการจัดหาบุคคลที่มีความรู้ความสามารถให้ตรงกับความต้องการขององค์กรตามลักษณะงานของแต่ละตำแหน่งเพื่อที่จะสามารถคัดเลือกคนที่เหมาะสมให้ตรงกับงานมากที่สุด (Put the right man on the right job) และเกิดประสิทธิภาพการทำงานสูงสุด การสรรหาบุคลากร หมายถึง กระบวนการค้นหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ทั้งมีความสนใจในตำแหน่งงาน และที่สำคัญต้องมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่องค์กรต้องการ เพื่อให้ได้บุคลากรที่ดีและสามารถทำงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Yingsombat, 2017) การสรรหาวิธีที่นิยมใช้อยู่ 2 วิธีคือ การสรรหาบุคลากรจากภายใน (Internal Recruitment) และการสรรหาจากภายนอกองค์กร (External Recruitment) ข้อดีของการสรรหาจากภายในองค์กรคือ 1) ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย 2) องค์กรมีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับทักษะความสามารถจากผู้สมัครภายในมากกว่าผู้สมัครจากภายนอก 3) นโยบายการสรรหาจากภายในขององค์กรจะส่งเสริมขวัญและกำลังใจของพนักงานสามารถสร้างความผูกพันต่อองค์กร แต่ข้อจำกัดของการสรรหาจากภายในองค์กรก็มีเช่นกัน ได้แก่ 1) สูญเสียโอกาสที่จะได้พนักงานที่มีคุณภาพที่ดีจากแหล่งภายนอกองค์กรเข้ามาทำงาน 2) การเมืองภายในองค์กรจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการสรรหาบุคลากรจากภายในองค์กร (Choochuay, 2013) ส่วนข้อดีของการสรรหาบุคลากรจากภายนอกองค์กรคือ บุคคลจากแหล่งภายนอกองค์กรอาจจะมีประสบการณ์จากองค์กรอื่นอันจะทำให้องค์กรได้รับแนวคิดและวิธี

การทำงานใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์กว่าบุคลากรในองค์กร ส่วนข้อจำกัดอาจทำให้ทำให้ขวัญกำลังใจและความผูกพันต่อการทำงานของบุคลากรที่ทำงานอยู่เดิมต่ำลง เพราะไม่เห็นโอกาสก้าวหน้าของตน และเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น (Subsook, 2013)

แนวโน้มการสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถ

กระบวนการด้านทรัพยากรมนุษย์ในประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วย ผสมกับแนวโน้มด้านตลาดแรงงานที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว บริษัทข้ามชาติที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมักจะสามารปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วกว่าองค์กรภายในประเทศ และบริษัทเหล่านี้มักจะเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเตรียมตัวให้พร้อมอยู่ตลอดเวลาสำหรับการเปลี่ยนแปลง สิ่งที่น่าแปลกใจคือ องค์กรหลายแห่งยังไม่มีความพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนการทำงานไปสู่ระบบดิจิทัล และยังไม่มีแผนงานหรือกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีมาช่วยการจ้างงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมมาบรรจุในตำแหน่งงานที่ต้องการเป็นไปได้อย่างยากลำบาก (John, 2019) โดยองค์กรอาจจะต้องเริ่มพิจารณาถึงปัจจัยและแนวทางต่างๆ เพื่อช่วยปรับปรุงกระบวนการสรรหา เช่น การพิจารณากลุ่มบุคลากรที่มีความสามารถและศักยภาพสูงภายในองค์กร เป็นต้น การเลือกคนที่ใช่สำหรับตำแหน่งงานซึ่งไม่ได้พิจารณาเพียงแค่ความรู้ความสามารถเชิงเทคนิค แต่ต้องดูทักษะด้านอื่นๆ ประกอบกันไปด้วย เช่น ทักษะการบริหารจัดการทีมงาน ทักษะในการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว ความสามารถต่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงหรือทักษะด้านอารมณ์ เป็นต้น (Fischer & Partners Executive Recruitment, 2020)

นักสรรหาบุคลากรต่างมองหาผู้สมัครที่มีทักษะและคุณสมบัติอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากทักษะเชิงเทคนิคด้วย เช่น ความสามารถต่อการถ่ายทอดค่านิยม

การดำเนินงานขององค์กร ความสามารถในการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงาน รวมถึงความสามารถของ ผู้สมัครที่สามารถทำงานให้แก่องค์กรเป็นอย่างดี เป็นต้น เพราะฉะนั้นการสรรหาบุคลากรในปัจจุบัน จึงไม่ได้เป็นแค่การพยายามหาบุคลากรมาบรรจุใน ตำแหน่งงานที่มีอัตราว่างอยู่เท่านั้น แต่ยังรวมถึง สมรรถนะบางอย่างที่จำเป็น เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับบุคลากรอีกด้วย (Adeco, 2020)

Businesswise (2019) กล่าวว่า แนวโน้มเกี่ยวกับการ สรรหาบุคลากรที่มีความสามารถในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. บุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านในตำแหน่ง ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลลัพธ์ทางการเงินของ บริษัท เช่น บุคลากรในฝ่ายการวิจัยและพัฒนา และ ฝ่ายขาย เป็นต้น ในขณะที่ความสำคัญสำหรับการ สรรหาตำแหน่งงานสนับสนุนอื่นๆ ลดน้อยลง เช่น งานด้านบัญชีและการปรับตัวของค่าตอบแทนที่สูงขึ้น สำหรับบุคลากรที่มีทักษะในด้านนี้ เป็นต้น นอกจากนี้ นั้นองค์กรยังมีการพิจารณาให้รางวัลสูงใจเพิ่มเติม เช่น การให้โบนัสพิเศษแก่บุคลากรที่มีทักษะความชำนาญ ที่สำคัญต่อองค์กร และมีผลการปฏิบัติงานที่ดีเลิศ เป็นต้น

2. การยอมรับในความหลากหลายและความ แตกต่างของคนในองค์กร องค์กรหลายๆ แห่งได้มีการ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาการเกิดอคติแบบไม่รู้ตัว (Unconscious Bias) ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรต่อ ลักษณะเฉพาะตัวบางประการของบุคลากรบางกลุ่ม เช่น บุคลากรเพศหญิง สีผิว ชาติพันธุ์ กลุ่มเพศทาง เลือก เป็นต้น จริงอยู่ที่การช่วยให้พนักงานได้ตระหนัก ถึงการเกิดอคติแบบไม่รู้ตัวมากขึ้นนั้นมีความสำคัญต่อ การอยู่ร่วมกันภายในองค์กร

3. ค่าตอบแทน ไม่ควรเป็นเรื่องความลับอีก ต่อไป พนักงานในองค์กรเดียวกันควรได้รับรู้ค่า ตอบแทนของคนอื่น ซึ่งเป็นเรื่องปกติในปัจจุบันและ อนาคต จากการสำรวจกลุ่มผู้บริหารในองค์กรชั้นนำ

พบว่า เกือบ 1 ใน 4 ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ร้อยละ 24) มีความเห็นว่าเป็นเรื่องเหมาะสมที่จะแบ่งปันข้อมูล เงินเดือนกับเพื่อนร่วมงาน และ ผู้ตอบแบบสอบถาม 1 ใน 3 (ร้อยละ 37) เชื่อว่าการพูดถึงค่าตอบแทนใน ปัจจุบันเป็นเรื่องที่ยอมรับได้มากกว่าในอดีตที่ผ่านมา (Korn ferry consultant, 2019)

4. การดูแลผู้สมัครและพนักงานในโลกของ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) การ ดูแลและติดตามผู้สมัครทุกคนอย่างทั่วถึงเป็นไปได้ ยากในสถานการณ์ปัจจุบันที่ทีมสรรหาบุคลากรต้อง ทำงานแข่งกับเวลาเพื่อเฟ้นหาบุคลากรจำนวนมาก เพื่อตอบโจทย์ขององค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่าง รวดเร็วในปัจจุบัน องค์กรหลายแห่งเริ่มนำเทคโนโลยี เข้ามาช่วยสนับสนุนกระบวนการสรรหาบุคลากร เช่น การใช้โปรแกรมแชทบอต (Chatbots) เพื่อช่วย นัดหมายเวลาในการสัมภาษณ์ รวมถึงการให้คำแนะนำ อื่นๆ นอกจากนี้ยังมีระบบติดตามผู้สมัครงาน (Applicant Tracking System) หรือ ATS (Deloitte HR Capital, 2017) ถูกออกแบบมาเพื่อลดภาระงาน ของนักสรรหาบุคลากร ซึ่งช่วยประหยัดเวลา ทำให้ ไม่ต้องไล่อ่านประวัติผู้สมัครแบบรายคนเหมือน อดีตอีกต่อไปเพราะสามารถจัดการข้อมูลผู้สมัครใน แต่ละขั้นได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุน ขององค์กรจากการลดงานเอกสาร ขั้นตอนที่ซับซ้อน และค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น นำไปสู่ค่าใช้จ่ายในการ สรรหาบุคลากรที่น้อยลง สิ่งเหล่านี้กำลังเปลี่ยนแปลง ประสิทธิภาพของผู้สมัครงานอย่างมีนัยสำคัญ และ ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมอันนำไปสู่ความพึงพอใจโดย รวมของผู้สมัครที่เพิ่มสูงขึ้น (Adeco, 2020)

ในด้านของบุคลากรภายในองค์กร โปรแกรม แชทบอต (Chatbots) ได้กลายเป็นเครื่องมือที่ช่วย ให้บุคลากรสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสและ ตำแหน่งงานใหม่ๆ ภายในองค์กร บุคลากรสามารถคุย ได้ตอบกับแชทบอต (Deloitte HR Capital, 2017) ซึ่ง สามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งงานที่เปิดรับ ทำการประเมินทักษะเบื้องต้น รวมถึงรับฟังคำแนะนำ

เกี่ยวกับสายอาชีพได้โดยตรง ยิ่งไปกว่านั้นองค์กรต่างๆ ยังนำเสนอการจำลองสถานการณ์แบบเสมือนจริง (virtual) ที่ช่วยให้ผู้สมัครได้เห็นถึงหน้าที่ งาน และ สิ่งที่ต้องทำในแต่ละวันของตำแหน่งงานนั้นๆ ซึ่ง อาจช่วยในการตัดสินใจให้แก่ผู้สมัครว่าสนใจในงาน ดังกล่าวจริงๆ หรือไม่

5. การชูภาพลักษณ์การเป็นนายจ้าง (Employer Branding) เพื่อดึงดูดและรักษาผู้สมัครที่มีความสามารถ ระบบค่าตอบแทนที่ดีกว่าคู่แข่งเพียงอย่างเดียว ยังไม่เพียงพอต่อการดึงดูดคนเก่งที่สุดให้มาร่วมงาน กับองค์กรได้ องค์กรหลายแห่งจึงพยายามหาวิธีการ นำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความโดดเด่น เฉพาะตัวเพื่อเข้าถึงผู้สมัครในวงกว้าง โดยการสร้าง ช่องทางการเข้าถึงผู้สมัครที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น แอปพลิเคชันรับสมัครงานขององค์กร การจัดกิจกรรมเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้สมัคร วิดีโอและ โปรแกรมแชทบอตเพื่อให้ข้อมูลประกอบแก่ผู้สมัคร เป็นต้น องค์กรหลายแห่งยังได้ปรับปรุงขั้นตอนการ จ้างงานโดยมุ่งเน้นผู้สมัครเป็นศูนย์กลาง ซึ่งรวมไปถึง การลดจำนวนครั้งของการสัมภาษณ์ และขจัดขั้นตอน ที่ผู้สมัครต้องยื่นข้อมูลมากกว่าหนึ่งครั้ง ผู้เชี่ยวชาญ กล่าวว่า การเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและโปร่งใส ถือเป็น กลยุทธ์หลักในการเป็นนายจ้างทางเลือก (Employer of Choice) อันดับต้นๆ ของผู้สมัคร องค์กรหลายแห่ง เริ่มนำประเด็นและแนวโน้มทางสังคมเข้ามาใช้ควบคู่ กับการจัดกิจกรรมรับสมัครงาน เช่น การบริจาคเงิน ให้แก่องค์กรการกุศล (Miles & McCamey, 2018)

นอกจากนี้ในปัจจุบันกำลังพบกับวิกฤตอย่างหนัก หลายๆ องค์กรต่างประสบกับปัญหาไม่ว่าจะเป็น การหยุดจ้างงาน การเลิกจ้าง ซึ่งปัญหาเหล่านี้ ย่อมส่งผลกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ยิ่งไปกว่านั้นเราได้ก้าวเข้ามาอยู่ในยุคที่ต้องทำการ สรรหาเชิงรุก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่นักสรรหาบุคลากร จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการสรรหาไม่ใช่ เพียงแค่หาคน หรือรอให้คนเข้ามาหาอีกต่อไป แต่ต้อง

ยกระดับการสรรหาสู่การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับ ผู้สมัครงาน (Positive Candidate Experience) เพื่อ เพิ่มโอกาสในการดึงดูดคนเก่ง (talent) เข้าสู่องค์กร จากการวิจัยพบว่า ร้อยละ 93 ของผู้สมัครงานตัดสินใจ เลือกงานจากประสบการณ์ที่ได้รับจากกระบวนการ สมัครงาน (HR Insight, 2020) ดังนั้นนักสรรหา บุคลากรต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้สมัครเป็น สำคัญอีกประเด็นที่ไม่ควรมองข้าม คือ การสรรหา บุคลากรถือว่าเป็นปัจจัยของการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีต่อนายจ้างอย่างมากต่อจำนวนและคุณภาพ ของผู้สมัครงาน (Campbell, 2018) นอกจากนี้ ยังพบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน ยังส่งผลเชิงบวกกับผลประกอบการทางการเงินที่ดี ขององค์กรอีกด้วย เช่น องค์กรได้บุคลากรที่เป็น คนดีคนเก่ง (Talent) ที่มีความเหมาะสมมาร่วมทำงาน เป็นต้น (Edmans, 2016)

การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน

การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน หมายถึง มุมมองของผู้สมัครงานที่มีต่อองค์กรนายจ้าง ในทุกจุดสัมผัส (Touch Point) ของกระบวนการ สรรหาบุคลากร จนถึงขั้นตอนการปฏิเสธหรือการ จ้างงาน (Smart Recruiters, 2019) เริ่มตั้งแต่ ผู้สมัครค้นหางาน ขั้นตอนการสมัครงาน กระบวนการ สัมภาษณ์จนถึงการบรรจุเป็นพนักงาน ทำให้ผู้สมัครงาน เกิดความประทับใจในองค์กร Biswas (2019) กล่าวว่า ประสบการณ์ของผู้สมัครนั้นหมายถึงการรับรู้ของ ผู้สมัครงานที่มีต่อองค์กรนายจ้างโดยเกิดขึ้นกับทุก จุดสัมผัสของการสรรหาคือ เริ่มต้นตั้งแต่ก่อนที่ผู้สมัคร จะสมัครงานกับองค์กร ผู้สมัครงานอาจเคยรับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับองค์กรว่าจ้างมาก่อน ซึ่งปฏิสัมพันธ์และความ สัมพันธ์นี้รวมถึงการมีเพื่อนหรือครอบครัวทำงานอยู่ ที่นั่น การรับรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ แบนด์และชื่อเสียงของ องค์กร การเป็นลูกค้าและเคยทำงานกับองค์กรมาก่อน (Juntunen, 2018)

หลักการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน ประกอบด้วย

1. การพัฒนาช่องทางการรับรู้: การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน (Positive Candidate Experience) ถือเป็นเรื่องสำคัญที่นักสรรหาบุคลากรต้องเข้าใจและเข้าถึงผู้สมัครงาน การสร้างประสบการณ์ที่ดีนั้น องค์กรต้องทำให้ผู้สมัครจดจำภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผ่านช่องทางการรับสมัครงานต่างๆ (Onishuk, 2017) จากการสำรวจของ Adeco (2020) พบว่า ในยุคการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี รูปแบบของการสมัครงานเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ที่ทุกอย่างคือออนไลน์ (Online) โดยระบบดิจิทัลที่ใช้สำหรับการรับสมัครงานจึงถือเป็นจุดสัมผัส (Touch Point) แรกที่จะสร้างการรับรู้และประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้สมัครผ่านช่องทางการสรรหาบุคลากร ดังนี้

- เว็บไซต์สมัครงาน (Job Portal)
- บริษัทจัดหางาน (Recruitment Agency)
- เว็บไซต์ LinkedIn
- เว็บไซต์ Facebook
- โครงการแนะนำผู้สมัครงานผ่านพนักงานขององค์กร (Referral Program)

จากการศึกษาของ AON Hewitt Study (2015) พบว่า คนแต่ละรุ่น (Generation) ต่างๆ ที่อยู่ในตลาดแรงงานมีพฤติกรรมในการสมัครงานจะมีความแตกต่างกันออกไป ดังนี้

1) Generation Z ผู้สมัครงานที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2537 ถึงปัจจุบันนิยมหางานผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด

2) Millennial ผู้สมัครงานที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 ถึง พ.ศ. 2537 นิยมหางานผ่านช่องทาง Job Posting Site มากที่สุด

3) Generation X ผู้สมัครงานที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2507 ถึง พ.ศ. 2522 นิยมหางานผ่านช่องทาง Recruitment Agency มากที่สุด

4) Baby boomer ผู้สมัครงานที่เกิดในช่วงปี

พ.ศ. 2489 ถึง พ.ศ. 2507 นิยมหางานผ่านช่องทาง Referral Program มากที่สุด

ดังนั้นองค์กรควรทำการวิเคราะห์ความต้องการของผู้สมัคร เพื่อที่ใช้ช่องทางที่เหมาะสมต่อการสร้างการรับรู้ให้กับผู้สมัครที่มีศักยภาพ

2. การสรรสร้างข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ: ในการสร้างสรรค์ข้อมูลหรือเนื้อหาเพื่อดึงดูดผู้สมัครงานนั้น นักสรรหาบุคลากรต้องทราบก่อนว่า อะไรคือสิ่งที่ผู้สมัครงานต้องการทราบมากที่สุด และอะไรคือสิ่งที่ผู้สมัครใช้ประกอบการตัดสินใจสมัครงาน ซึ่งอันดับแรกๆ จำเป็นต้องมีในประกาศรับสมัครงาน จากการสำรวจโดย Adeco (2020) พบว่า คนแต่ละรุ่น (Generation) มีความสนใจในข้อมูลที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 Generation Z สนใจข้อมูลเกี่ยวกับค่าตอบแทน

2.2 Millennial, Generation X และ Baby Boomer ซึ่งปฏิบัติงานในระดับผู้บริหารขององค์กร สนใจข้อมูลเกี่ยวกับการพรรณาน่าทำงาน (Job Description) มากกว่าเงิน แต่ถ้าพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด Job Description และค่าตอบแทนจะเป็นปัจจัยแรกที่คนแต่ละรุ่น (Generation) ใช้ประกอบการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่รองลงมาจะแตกต่างกันตาม Generation คือ Baby Boomer จะพิจารณาถึงความมั่นคงในงาน Generation X จะพิจารณาถึงสถานที่ทำงานหรือความสะดวกต่อการเดินทาง Millennial จะพิจารณาถึงความปลอดภัยในงาน Generation Z จะพิจารณาถึงโอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน

ดังนั้นนักสรรหาบุคลากรจำเป็นต้องมีความรู้ในการวิเคราะห์ผู้สมัครรายบุคคล และการสร้างเนื้อหาเพื่อดึงดูดทางการตลาด (Content Marketing) ก็ควรปรับให้น่าสนใจมากขึ้น อาจเขียนในลักษณะการเล่าเรื่อง (Storytelling) เล่าถึงการทำงานให้น่าสนใจ ส่วนของหน้าที่หรือคุณสมบัติก็บอกว่าตำแหน่งนี้ทำงานเกี่ยวกับอะไร ต้องการคนแบบใดมาร่วมทีมงาน เพื่อให้ผู้สมัครรู้สึกว่าเขาเป็นที่ต้องการ เพื่อดึงดูดให้

สมัครงานกับองค์กรต่อไป รวมถึงการออกแบบประกาศงานที่มีรูปแบบใหม่ๆ เช่น วิดีโอเพื่อใช้บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้เหมาะสมกับตำแหน่ง เป็นต้น (Zojceska, 2018)

3. แบบฟอร์มสมัครงานควรอยู่ใน Website ขององค์กร เพื่อง่ายต่อการกรอกข้อมูลของผู้สมัครงาน และแบบฟอร์มสมัครงานควรมีรายละเอียดที่จำเป็นเท่านั้น ไม่ควรใช้ระยะเวลาในการอ่านที่นานเกินไป นักสรรหาบุคลากรจำเป็นต้องออกแบบแบบฟอร์มการสมัครงานที่ลดความซับซ้อนหรือที่ต้องกรอกข้อมูลมากเกินไป เพราะอาจส่งผลเสียต่อประสบการณ์การสมัครงานอาจทำให้เกิดการสูญเสียผู้สมัครงานที่มีประสบการณ์สูงได้ง่าย ดังนั้นระยะเวลาในการกรอกรายละเอียดไม่ควรเกิน 15 นาที (Adeco, 2020) นอกจากนี้ระบบการสมัครงานควรต้องมีองค์ประกอบที่ผู้สมัครต้องการ เช่น การตอบกลับและแจ้งผลการสมัครงานอัตโนมัติ การบันทึกแบบร่างในการสมัครงาน แถบแสดงความคืบหน้าในการกรอกข้อมูล ปุ่มแนบเอกสาร เป็นต้น ทำให้ทุกขั้นตอนในการสมัครงานง่ายและสะดวก รูปแบบการสมัครงานในปัจจุบันมีระบบโครงสร้าง (Platform) มากมายเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับองค์กรและผู้สมัคร โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือองค์กรเลือกใช้ระบบสมัครงานลงบนโทรศัพท์มือถือได้ ไม่ว่าจะเป็นการส่งใบสมัครงานได้ง่ายๆ หรืออัปโหลดไฟล์ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทันทีก็ยิ่งเพิ่มโอกาสให้ผู้สมัครเลือกส่งใบสมัครงานมาถึงองค์กรมากขึ้น

4. การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลที่มีคุณภาพ และรวดเร็ว ระบบการเก็บข้อมูลผู้สมัครงาน องค์กรควรต้องมีระบบจัดเก็บข้อมูลทั้งหมดที่เข้ามาเพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับใช้ได้ อย่างเช่นระบบ ATS (Application Tracking System) เป็นระบบที่นอกจากจะช่วยจัดเก็บข้อมูลแล้วยังช่วยจัดการระบบการทำงานภายในบริษัทได้ เช่น ระบบคัดกรองใบสมัคร ระบบการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครที่ทำได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ เป็นต้น ไม่ว่าจะมีผู้สมัคร

จำนวนมากเท่าไรระบบก็สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ Zojceska (2018) กล่าวว่า เรื่องที่สำคัญคือ การแจ้งผลผู้สมัครในแต่ละขั้นตอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งอีเมล (E-mail) แจ้ง เมื่อได้รับอีเมลสมัครงาน การบอกขั้นตอนถัดไป การแจ้งผลการสมัครงานหรือผลสัมภาษณ์ ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้สมัครได้แล้ว สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรทำงานอย่างมีระบบและมีความเป็นมืออาชีพ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้สมัครและช่วยเพิ่มโอกาสที่ผู้สมัครจะตัดสินใจทำงานด้วย

5. การสัมภาษณ์งานที่สร้างความประทับใจ ถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ไม่ควรมองข้ามโดยเด็ดขาด เช่น สถานที่สัมภาษณ์ ควรจัดเป็นสัดส่วนและสะอาด เนื่องจากสถานที่สัมภาษณ์คือ สิ่งที่จะสร้างความประทับใจและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร (Adeco, 2020) องค์กรบางแห่งมีการนำแนวคิด กลไกทางเกม (Gamification) คือ การนำเอารูปแบบ องค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในเกมไปใช้กับเรื่องการสรรหาบุคลากร เพื่อพิจารณาด้านการมีส่วนร่วม ความเข้าใจ การยอมรับ แรงจูงใจ และการปรับเปลี่ยนเชิงพฤติกรรมของผู้สมัครงาน (Coene, 2019) ไม่ว่าจะใช้กับการจัดกิจกรรมในองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน การสรรหาบุคลากรมาใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความสนใจของผู้สมัครงาน Generation Y และ Generation Z (Aon Hewitt Study, 2015) สิ่งที่ต้องระวังให้มากคือ คุณภาพของนักสรรหาบุคลากรจะเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้สมัคร โดยเฉพาะกระบวนการสัมภาษณ์งาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สมัครคาดหวังจากนักสรรหาบุคลากรมากที่สุด โดยเฉพาะทักษะในการสัมภาษณ์และเข้าใจในลักษณะงานนั้นๆ ถามคำถามสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงานที่สมัคร และเปิดโอกาสให้ผู้สมัครตอบคำถามและรับฟังอย่างตั้งใจ นักสรรหาบุคลากรจำเป็นต้องพัฒนาทักษะของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เช่น ทักษะการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคคำถามเชิงพฤติกรรม

และใช้เทคนิคการถามคำถามแบบเจาะลึกที่สามารถชี้วัดถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถ และแรงจูงใจในการทำงานที่แท้จริงของผู้สมัคร ซึ่งรวมถึงการรู้จักเลือกใช้เครื่องมือในการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้สมัครได้อย่างเหมาะสม เพื่อลดปัญหาการได้ผู้สมัครที่ไม่เหมาะกับองค์กร ลดอัตราการลาออก และลดค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องสูญเสียไปจากการสรรหาที่ไร้ประสิทธิภาพ (Thongkhachoke, 2008)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน

ประสบการณ์ของผู้สมัครถือเป็นปัจจัยสำคัญที่นักสรรหาบุคลากรต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ความต้องการของผู้สมัครในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในตลาดแรงงาน ควรต้องมีแผนเชิงรุก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับผู้สมัคร ถึงจะดึงดูดคนที่มีศักยภาพให้มาสมัครงานกับองค์กร การจะสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน ควรประกอบด้วยปัจจัยแห่งความสำเร็จ ดังนี้

1. การมีโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลที่เหมาะสม (Digital) ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารของคนรูปแบบของการสมัครงานและหางานก็ต้องเปลี่ยนตามเพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ที่ทุกอย่างเป็นคือสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ใช้รับสมัครงาน เช่น Facebook, Twitter, LinkedIn ฯลฯ (Scoutout.co, 2020) จึงถือเป็นจุดสัมผัสแรก (Touch Point) ที่จะสร้างการรับรู้และประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้สมัคร นอกจากนี้การเก็บข้อมูลทั้งหมดของผู้สมัครนั้นยังสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อประยุกต์ได้ อย่างเช่นระบบ ATS (Application Tracking System) ที่เป็นระบบการคัดกรองใบสมัคร และระบบการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครที่ทำได้อย่างถูกต้องและแม่นยำไม่ว่าจะมีผู้สมัครจำนวนมากเท่าไรระบบก็สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. กระบวนการสรรหานั้นต้องรวดเร็ว ทันใจ แก่ผู้สมัครยุคดิจิทัล (Digital) เพราะหากองค์กรช้าหรือไม่ติดต่อกลับผู้สมัครนานเกินไป ผู้สมัครก็อาจจะไม่รอและหันไปสนใจองค์กรอื่นที่ตอบกลับเร็วกว่า ซึ่งการตอบกลับหรือแจ้งผลผู้สมัครในแต่ละขั้นตอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งอีเมลแจ้งเมื่อได้รับอีเมลสมัครงาน การบอกขั้นตอนถัดไป การแจ้งผลการสมัครงานหรือผลสัมภาษณ์ ก็ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้สมัครได้แล้ว (Adeco, 2020) สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรทำงานอย่างมีระบบและมีความเป็นมืออาชีพ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้สมัครและช่วยเพิ่มโอกาสที่ผู้สมัครจะตัดสินใจทำงานด้วย แต่การจะจากระบบให้รวดเร็วต้องอาศัยการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของทีมนักสรรหาบุคลากร และผู้จัดการในแต่ละสายงาน (Line Manager) ให้มีความคล่องตัวมากขึ้น (Bytecrunch Technologies, 2020)

3. คุณภาพของนักสรรหาบุคลากร คือ หัวใจสำคัญที่สุด ตั้งแต่กระบวนการสื่อสารกับผู้สมัครผ่านประกาศรับสมัครงาน แจ้งผลการคัดเลือกเบื้องต้น การนัดสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์งาน และการแจ้งผลการสมัครงาน จะเห็นได้ว่า นักสรรหาบุคลากรอยู่ในทุกขั้นตอนของการสรรหา ดังนั้นคุณภาพของนักสรรหาบุคลากร จึงเป็นตัวชี้วัดสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้สมัคร โดยเฉพาะกระบวนการสัมภาษณ์งาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สมัครคาดหวังมากที่สุด นักสรรหาบุคลากรจึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสัมภาษณ์งานเชิงพฤติกรรมหรือที่เรียกว่า Behavioral Based Job Interview เป็นการสัมภาษณ์เพื่อเปิดเผยถึงการปฏิบัติงานในอดีตของผู้สมัครเป็นเช่นไรเพื่อนำมาใช้พยากรณ์พฤติกรรมหรือผลงานของผู้สมัครในอนาคตหรือหลังจากที่รับเข้ามาทำงานสามารถชี้วัดถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ และแรงจูงใจในการทำงานที่แท้จริงของผู้สมัคร (Thongkhachoke, 2008) ซึ่งรวมถึงการรู้จักเลือกใช้เครื่องมือกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก

ผู้สมัครให้เหมาะสม เพื่อลดปัญหาการได้ผู้สมัครที่ไม่เหมาะกับองค์กร ลดอัตราการลาออก และลดค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องสูญเสียไปจากการสรรหาที่ไร้ประสิทธิภาพ

บทสรุป

การสรรหาคนเก่งเข้าร่วมองค์กร คือ ความท้าทายครั้งใหญ่ของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจุบันองค์กรเริ่มนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานอย่างเต็มที่ในการสรรหาบุคลากรออนไลน์ผ่านระบบสื่อสังคม (Social Media) และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งรูปแบบและการสื่อสารที่มีความสะดวกและความง่ายต่อการใช้งาน การสรรหาบุคลากรเชิงรุกจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่นักสรรหาบุคลากร จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการสรรหาสู่การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับผู้สมัครงาน (Positive Candidate Experience) เพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดคนเก่ง (Talent) เข้าสู่องค์กร ดังนั้นนักสรรหาบุคลากรต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้สมัครเป็นสำคัญ เพราะการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงานยังช่วยส่งผลเชิงบวกกับผลประกอบการทางการเงินที่ดีขององค์กร ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน ประกอบด้วย

1. ช่องทางการสรรหาบุคลากรที่เปลี่ยนไปทำให้รูปแบบของการสมัครงานและหางานก็ต้องเปลี่ยนตามเพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ที่ทุกอย่างคือ ออนไลน์ เทคโนโลยีที่ใช้ในการรับสมัครงานจึงถือเป็นจุดสัมผัสแรก (Touch Point) ที่จะสร้างการรับรู้และประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้สมัคร ความสำคัญของข้อมูลต้องสามารถจัดเก็บข้อมูลทั้งหมดที่เข้ามาเพื่อนำมาวิเคราะห์และประยุกต์ได้อย่างเช่นระบบ ATS (Application Tracking System) ที่นอกจากจะช่วยจัดเก็บข้อมูลแต่ยังช่วยจัดการระบบการทำงานภายในบริษัทได้ เช่น ระบบคัดกรองใบสมัคร และระบบการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครที่ทำให้ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ไม่ว่าจะเป็นผู้สมัคร

จำนวนมากเท่าไรระบบก็สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

2. ความรวดเร็ว ทันเวลา เหมาะกับผู้สมัครยุคดิจิทัล เพราะหากมีความล่าช้านานเกินไป ผู้สมัครก็อาจจะไม่รอ การแจ้งผลผู้สมัครในแต่ละขั้นตอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งอีเมล (E-mail) แจ้งเมื่อได้รับอีเมล สมัครงานจากผู้สมัคร การบอกขั้นตอนถัดไป การแจ้งผลการสมัครงานหรือผลสัมภาษณ์ ก็ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้สมัครได้แล้ว สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรทำงานอย่างมีระบบและมีความเป็นมืออาชีพ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้สมัครและช่วยเพิ่มโอกาสที่ผู้สมัครจะตัดสินใจทำงานด้วย

3. สมรรถนะของนักสรรหาบุคลากร คือ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในกระบวนการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงาน (Positive Candidate Experience) ตั้งแต่กระบวนการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน การใช้ภาษาที่สุภาพและเหมาะสมกับผู้สมัครงาน มีความรู้และทักษะในการสัมภาษณ์งานด้วยเทคนิคการใช้คำถามเชิงพฤติกรรม และคำถามแบบเจาะลึกที่สามารถขุดได้ถึงความรู้ ทักษะ ความสามารถและแรงจูงใจในการทำงานที่แท้จริงของผู้สมัคร รวมถึงการเลือกใช้เครื่องมือเพื่อคัดเลือกผู้สมัครให้เหมาะสมเพื่อลดปัญหาการได้ผู้สมัครที่ไม่เหมาะสมกับองค์กร ลดอัตราการลาออก และลดค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องสูญเสียจากการสรรหาบุคลากรที่ไร้ประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ความสำเร็จของการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้สมัครงานที่ประกอบด้วย ช่องทางการสรรหาบุคลากรที่ผ่านออนไลน์ที่ง่ายและสะดวกกับผู้สมัครงาน มีความรวดเร็ว ทันต่อเวลา และนักสรรหาบุคลากรที่มีสมรรถนะในการสรรหาบุคลากร ยังไม่พอที่จะทำให้องค์กรได้บุคลากรที่มีความเหมาะสมกับองค์กรเลยทีเดียว สิ่งที่ต้องเพิ่มเติมคือ รายละเอียด (Content) ที่จำเป็น ได้แก่ หน้าที่และลักษณะงาน (Job Description)

เพื่ออธิบายลักษณะงานให้ชัดเจนและน่าดึงดูด ผู้สมัครงาน รวมถึงระบุช่วงเงินเดือนให้ผู้สมัครทราบและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น สถานที่ทำงานที่สะท้อนให้เห็นถึงการเดินทางและปัญหาจราจร หรือมีนโยบายทำงานที่บ้าน (Work from Home) ที่ยืดหยุ่นให้พนักงาน ก็จะสามารถช่วยดึงดูดผู้สมัครให้มาร่วมงานกับองค์กรได้มากยิ่งขึ้น อีกประเด็นที่

น่าสนใจคือ รูปแบบการสัมภาษณ์งาน การตั้งคำถาม ควรถามเกี่ยวกับเรื่องงานเป็นหลัก โดยไม่ถามเรื่องส่วนตัวมากเกินไป ควรเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกวดขัน อาจเป็นการสร้างความไม่พอใจหรือประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อผู้สมัครงาน รวมถึงการไม่สนับสนุนสินค้าและบริการขององค์กรในอนาคต

References

- Adeco. (2020). *Candidate Experience Journey Design*. Retrieved August 2, 2020, from <https://adecco.co.th/en/knowledge-center/detail/candidate-experience-journey>
- AON Hewitt Study. (2015). *Decoding Hiring Trends in India 2015*. Retrieved July 20, 2020, from <https://www.aon.com/india/hiring-study/default.jsp>
- Biswas, S. (2019). *What is Candidate Experience? Definition, Key Components, and Strategies*. Retrieved August 2, 2020, from <https://www.hrtechnologist.com/articles/recruitment-onboarding/what-is-candidate-experience-definition-components-technology/>
- Businesswise. (2019). *Emerging Global Talent Trends for 2020*. Retrieved November 29, 2020, from <https://businesswise.com>
- Bytecrunch Technologies. (2020). *How should HR Manage Hiring System during COVID-19?* Retrieved August 20, 2020, from <https://www.byte-crunch.com/th/%e0%b9%87hr-recruitment-covid-19/>
- Campbell, J. (2018). *RIP Talent Acquisition*. Retrieved August 13, 2020, from <https://www.socialtalent.com/blog/recruitment/rip-talent-acquisition>
- Choochuay, K. (2013). *Human Resource Management Book*. Retrieved August 22, 2020, from <http://www.powervision.co.th/>
- Chookiat, S. (2016). *SMAC: Information Technology Groups that Influence Business (Part 1)*. Retrieved August 12, 2020, from <https://account.cbs.chula.ac.th/2016/10/19/smac>
- Coene, S. (2019). *9 Examples of Gamification in HR: Trends in HR*. Retrieved August 12, 2020, from <https://hrtrendinstitute.com/2019/02/25/9-examples-of-gamification-in-hr/>
- Cooke, F. L. & Kim, S. (2017). *Routledge Handbook of Human Resource Management in Asia*. London: Routledge.
- Deloitte HR Capital. (2017). *The Digital Transformation in HR*. Retrieved September 4, 2020, from <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capitaltrends/2017/digital-transformation-in-hr.html>

- Edmans, A. (2016). *28 Years of Stock Market Data Shows a Link Between Employee Satisfaction and Long-Term Value*. Retrieved September 2, 2020, from <https://hbr.org/2016/03/28-yearsof-stock-market-data-shows-a-link-between-employee-satisfaction-and-long-term-value>
- Fischer & Partners Executive Recruitment. (2020). *15 Recruitment Trends and Directions for New Hires in 2020*. Retrieved August 22, 2020, from <https://www.fischerandpartners.com/recruitment-blog/category/recruitment/>
- HR Insight. (2020). *Candidate Experience*. Retrieved August 22, 2020, from <https://adecco.co.th/en/knowledge-center/category/hr-insight>
- John, J. (2019). Effective Recruitment Strategy to Improve your Hiring Process. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 9(3), 352-353.
- Juntunen, R. (2018). *The Experience of the Candidate in the Recruitment Process: a Case Study of Finnish P&C Insurance*. Retrieved August 2, 2020, from <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/142679/Thesis%20report.pdf?sequence=1>
- Korn Ferry Consultant. (2019). *The Top Ten Global Talent Trends for 2020*. Retrieved November 28, 2020, from <https://focus.kornferry.com/talent-acquisition/the-top-ten-global-talent-trends-for-2020/>
- Miles, S. & McCamey, R. (2018). *The Candidate Experience: Is it Damaging your Employer Brand?* Retrieved August 2, 2020, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681318300776>
- Onishuk, E. (2017). *How to Improve Candidate Experience*. Retrieved August 22, 2020, from <https://resources.workable.com/tutorial/candidate-experience>
- Population and Social Research Institute of Mahidol University. (2016). *Quality of life of Employed different ages*. Retrieved July 25, 2020, from <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/Index.aspx>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Scoutout.co. (2020). *5 Recruitment Channels*. Retrieved July 31, 2020, from <https://scoutout.co/5-recruitment-channels-th/#article>
- Smart Recruiters. (2019). *What is Candidate Experience?* Retrieved July 31, 2020, from <https://www.smartrecruiters.com/resources/glossary/candidate-experience/>
- Subsook, W. (2013). *External recruitment*. Retrieved July 29, 2020, from <http://www.acn.ac.th/>
- Taylor, C. (2001). E-recruitment is powerful weapon in war of talent. *People Management*, 1(5), 32-36.

- Thongkhachoke, T. (2008). *Competency Based Interview Development of Employee Selection*. Retrieved August 31, 2020, from <http://kb.tsu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/>
- Yingsombat, P. (2017). *Guidelines for The Development of The Recruitment Process in Retail Business*. Retrieved August 5, 2020, from <http://elibrary.pim.ac.th/>
- Zojceska, A. (2018). *Recruiting Hacks: Improve Candidate Experience in 10 Simple Steps*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.talentlyft.com/en/blog/article/86/recruiting-hacks-improve-candidate-experience-in-10-simple-steps>



Name and Surname: Thanasit Phoemphian

Highest Education: Ph.D. in Human Resource Development,
Burapha University

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Human Resource Development

การจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล

DIGITAL-BASED LEARNING MANAGEMENT FOR
ENHANCING DIGITAL INTELLIGENCEนภัสนันท์ สุวรรณวงศ์¹ และปณิตา วรณพิรุณ²Naphatsanan Suwannawong¹ and Panita Wannapiroon²¹ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ¹Chulabhorn Royal Academy²Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Received: February 6, 2020 / Revised: June 18, 2020 / Accepted: July 8, 2020

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล และนำเสนอรูปแบบของเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ความฉลาดทางดิจิทัล ได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) โซเชียลมีเดียที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Social Media to Support DQ) 2) แอปพลิเคชันมือถือที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Mobile Application to Support DQ) 3) คลาวด์เทคโนโลยีที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Cloud Technology to Support DQ) 4) บริการเว็บที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Web Service to Support DQ) รวมทั้งสังเคราะห์เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในอนาคต 7 เทคโนโลยี คือ 1) Immersive Technologies 2) AI-Driven Development 3) Empowered Edge 4) Autonomous Things 5) Augmented Analytics 6) Blockchain 7) Mobile Technology and IoT เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนในยุคดิจิทัลได้

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้ ดิจิทัลเป็นฐาน ความฉลาดทางดิจิทัล

Abstract

The purposes of this academic article are to present digital-based learning management to enhance digital intelligence quotient (DQ); to present 4 digital technology models for supporting digital intelligence quotient: (1) Social Media to Support DQ; (2) Mobile Application to Support DQ; (3) Cloud Technology to Support DQ; and (4) Web Service to Support DQ; and to synthesize 7 technologies to support learning in the future: (1) Immersive technologies; (2) AI-Driven Development; (3) Empowered Edge; (4) Autonomous Things; (5) Augmented Analytics; (6) Blockchain; and (7) Mobile Technology and IoT to be guidelines for learning management, and all of them can be applied to instructional management in the digital era.

Keywords: Learning Management, Digital-based, Digital Intelligence Quotient

บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนในสังคมอย่างปฏิเสธไม่ได้ โดยสามารถพบได้ในรูปแบบการติดต่อพูดคุย ข้อมูลข่าวสารธุรกรรมทางการเงิน การเรียนรู้ การประกอบอาชีพ และกิจกรรมอื่นๆ อีกมากมาย เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ผู้ใช้งานต้องการ การจัดการความรู้ในยุค Thailand 4.0 มีความสำคัญยิ่งที่ต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารในโลกยุคดิจิทัลที่ควบคู่กับองค์ความรู้ในระบบการศึกษาไทย เพื่อพัฒนาความรู้ นวัตกรรม การวิจัย และการประยุกต์องค์ความรู้ในชีวิตประจำวัน (Janpirom, 2019) เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลทำหน้าที่เป็นเครื่องมือ ดังนั้นเมื่อถูกนำไปใช้ จึงมีโอกาสมาก่อให้เกิดทั้งคุณประโยชน์และโทษกับตัวผู้ใช้งานเอง และผู้อื่น จึงมีสิ่งจำเป็นเพื่อให้คนในสังคมใช้ชีวิตร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสมคือ ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence)

ระบบทางการศึกษาในปัจจุบันได้มีบทบาทเพิ่มความสำคัญกับการพัฒนาความฉลาดทางสติปัญญา (Intelligent Quotient: IQ) และความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ) แก่เด็กในยุคปัจจุบันที่อยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อทำให้เกิดผลกระทบตามมาคือ การรู้ไม่เท่าทันโลกดิจิทัล ความเสี่ยงต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกบิดเบือนและไม่น่าเชื่อถือ เช่น ข่าวปลอม (Fake News) รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีไปใช้ในทางที่ไม่ถูกไม่ควร เช่น การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) หรือการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ ดังนั้นการส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลจึงเปรียบเสมือนเกราะคุ้มกันให้แก่เด็กในยุคปัจจุบันที่พร้อมจะก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัลนั่นเอง (Lertsutiwong, 2019)

เด็กในยุคดิจิทัล นอกจากจะต้องมีทั้งอัจฉริยะภาพ

ทางสมอง (Intelligence Quotient: IQ) และความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ) แล้ว ยังต้องมีความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient: DQ) สูงอีกด้วย (Orsuwan, 2018) จึงทำให้เกิดการวิเคราะห์และการประเมินผลค่าดัชนีความฉลาดทางดิจิทัล เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าใจพฤติกรรม การใช้สื่อดิจิทัลของบุคคลในช่วงวัยต่างๆ เสมือนเป็นเครื่องมือในการสร้างองค์ความรู้ที่เหมาะสมแก่ผู้สอน รวมถึงเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กในยุคดิจิทัลให้สามารถรู้เท่าทันสื่อ และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมให้มากที่สุด

เด็กในยุคปัจจุบันมักใช้เวลาส่วนมากอยู่กับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และสมาร์ทโฟน ทำกิจกรรมด้วยความรวดเร็ว มีความอดทนต่ำ และให้ความสำคัญกับการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาจากการท่องจำ ชอบการใช้สื่อ ศึกษาข้อมูลที่ตนสนใจผ่านเว็บไซต์ และมีความสามารถในการเรียนรู้เทคโนโลยีดีกว่าเด็กยุคก่อน (Panichpan & Ruenwongsa, 2015) การจัดการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลจึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ เข้ามามีบทบาทในการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจ รวมทั้งผู้สอนต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของตนใหม่เป็นผู้ให้คำชี้แนะ คอยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบายแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561 - 2580 เรื่องการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีดิจิทัลของประชาชนและภาคสังคมคือ เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการเรียนรู้และการศึกษา สามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ในหลายมิติ เช่น การสร้างโอกาสทางการเรียนรู้ การใช้สื่อดิจิทัลที่หลากหลาย รวมถึงการพัฒนาทักษะดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับสังคมยุคใหม่ ที่รวมถึงการคิดวิเคราะห์ การแยกแยะสื่อต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อ

ส่วนรวม (National Digital Economy and Society Development Plan and Policy, 2017)

จากความสำคัญของนโยบายแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่เป็นการสร้างโอกาสทางการเรียนรู้ การใช้สื่อดิจิทัลที่หลากหลาย การคิดวิเคราะห์ การแยกแยะสื่อต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม ผู้เขียนจึงต้องการนำเสนอสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัลซึ่งเกิดจากการสังเคราะห์เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอเป็นแนวทางสำหรับการประยุกต์ใช้ การจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐาน เพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัลเพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้ต่อไปในอนาคต

การจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐาน

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้เป็นฐาน โดย Cullen (2018) กล่าวว่า การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีการจัดการเรียนรู้เป็นฐาน (Technology-enhanced learning) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการเรียนการสอน เพื่อช่วยยกระดับประสิทธิภาพการเรียนรู้ ในขณะที่ Nilsook (2017) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้เสริมโดยใช้เทคโนโลยี เป็นการนำเอาเทคโนโลยีการเรียน การสอนทั้งที่เป็นวัสดุ อุปกรณ์ และเทคนิควิธีการ เข้ามาช่วยเป็นเครื่องมือเสริมการจัดการเรียนการสอนตามปกติ โดยเทคโนโลยีต่างๆ เป็นเพียงสื่อและช่องทางที่เข้ามาช่วยให้ผู้เรียนได้ใช้ประโยชน์เพื่อการเรียนรู้ เทคโนโลยีไม่สามารถสอนคนได้ด้วยตนเอง ผู้สอนจึงต้องหาวิธีที่เหมาะสมในการประยุกต์เทคโนโลยีเสริมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีเป็นฐาน หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียน การสอน โดยให้อาจารย์นำความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ อาจารย์ต้อง

มีการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีและรู้เท่าทันเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอน

ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient: DQ)

ความฉลาดทางดิจิทัล โดย DQ Institute (2019) กล่าวว่า เป็นชุดที่ครอบคลุมของความสามารถทางเทคนิคความรู้ ความเข้าใจ อภิปัญญา และทางสังคมและจิตใจ ที่มีพื้นฐานมาจากค่านิยมทางศีลธรรมสากลและที่ช่วยให้บุคคลที่จะเผชิญกับความท้าทายและควบคุมโอกาสของชีวิตดิจิทัล Inthanon (2018) กล่าวว่า ความฉลาดทางดิจิทัล คือ กลุ่มความสามารถทางสังคม อารมณ์ และการรับรู้ ที่ช่วยให้ผู้เรียนเผชิญหน้ากับความท้าทายต่างๆ รวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในยุคดิจิทัลได้ ความฉลาดทางดิจิทัลครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ ทศนคติ และค่านิยมที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตบนโลกออนไลน์ Wannapiroon (2017) กล่าวว่า ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) หรือ DQ เป็นชุดของความสามารถด้านการรับรู้ สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ที่จะทำให้อายุคนในยุคดิจิทัล (Digital Citizens) สามารถเผชิญหน้ากับความท้าทายและปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม Tharahirunchot (2017) กล่าวว่า ความฉลาดทางดิจิทัล คือ กลุ่มความสามารถทางการรับรู้ อารมณ์ และสังคม ที่ช่วยให้เผชิญกับความท้าทายและปรับตัวให้เข้ากับชีวิตดิจิทัลได้

สรุปได้ว่า ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) เป็นกลุ่มของความสามารถในการรับรู้ สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ที่จะทำให้อายุคนในยุคดิจิทัล สามารถเผชิญหน้ากับความท้าทายและปรับตัวให้เข้ากับชีวิตดิจิทัลได้

องค์ประกอบความฉลาดทางดิจิทัล

องค์ประกอบความฉลาดทางดิจิทัล โดย DQ Institute (2019) กล่าวว่า ความฉลาดทางดิจิทัล (DQ) มี 3 ระดับ 8 ด้าน และ 24 สมรรถนะ

ความฉลาดทางดิจิทัล 3 ระดับ ได้แก่ 1) Digital Citizenship การเป็นพลเมืองดิจิทัล คือ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อในรูปแบบที่ปลอดภัย รับผิดชอบและมีจริยธรรม 2) Digital Creativity ความคิดสร้างสรรค์ดิจิทัล คือ ความสามารถในการเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศดิจิทัลและเพื่อสร้างความรู้เทคโนโลยีและเนื้อหาใหม่ๆ เพื่อเปลี่ยนความคิดให้เป็นจริง และ 3) Digital Competitiveness ความสามารถในการแข่งขันทางดิจิทัล คือ ความสามารถในการแก้ปัญหา ความท้าทายระดับโลก คิดค้น และสร้างโอกาสใหม่ๆ ในเศรษฐกิจดิจิทัล ด้วยการผลักดันผู้ประกอบการงานการเติบโตและผลกระทบ

ความฉลาดทางดิจิทัลแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

1. Digital Identity เอกลักษณ์ดิจิทัล คือ ความสามารถในการสร้างตัวตนออนไลน์และออฟไลน์
2. Digital Use ใช้แบบดิจิทัล คือ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอย่างสมดุล สุขภาพและพลเมือง
3. Digital Safety ความปลอดภัยแบบดิจิทัล คือ ความสามารถในการเข้าใจ บรรเทา และจัดการความเสี่ยงบนโลกออนไลน์ ผ่านการใช้เทคโนโลยีที่ปลอดภัย
4. Digital Security ความปลอดภัยแบบดิจิทัล คือ การตรวจจับ หลีกเลี่ยง และจัดการภัยคุกคามทางโลกออนไลน์ในระดับต่างๆ ในการปกป้องเนื้อหา อุปกรณ์ เครือข่าย และระบบ
5. Digital Emotional อารมณ์ดิจิทัล คือ เชาวนปัญญาความสามารถในการรับรู้ทางและแสดงอารมณ์ในการโต้ตอบระหว่างบุคคลและแบบดิจิทัล
6. Digital Communication การสื่อสารดิจิทัล คือ การสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยใช้เทคโนโลยี
7. Digital Literacy ความรู้ดิจิทัล คือ ความสามารถในการค้นหา อ่าน ประเมินผล

สังเคราะห์ สร้าง ปรับ และแบ่งปันเทคโนโลยีและข้อมูลสื่อ

8. Digital Rights สิทธิดิจิทัล คือ ความสามารถในการทำความเข้าใจและรักษาสีทิมมนุษยชนและสิทธิตามกฎหมายเมื่อใช้เทคโนโลยี

ความฉลาดทางดิจิทัลแบ่งออกเป็น 24 สมรรถนะ ได้แก่

1. Digital Citizen Identity ข้อมูลประจำตัวประชาชนดิจิทัล คือ ความสามารถในการสร้างและจัดการเอกลักษณ์ที่ดีต่อสุขภาพในฐานะพลเมืองดิจิทัลด้วยความซื่อสัตย์
2. Balanced Use of Technology การใช้เทคโนโลยีอย่างสมดุล คือ ความสามารถในการจัดการชีวิตของคนทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์อย่างสมดุล โดยการใช้การควบคุมตนเองเพื่อจัดการเวลาบนหน้าจอ มัลติทาสก์และการมีส่วนร่วมกับสื่อดิจิทัลและอุปกรณ์
3. Behavioral Cyber-Risk Management การจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์เชิงพฤติกรรม คือ ความสามารถในการระบุ บรรเทา และจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมออนไลน์ส่วนบุคคล
4. Personal Cyber Security Management การจัดการความปลอดภัยส่วนตัวบนโลกออนไลน์ คือ การตรวจจับภัยคุกคามทางไซเบอร์กับข้อมูลและอุปกรณ์ส่วนบุคคล การใช้กลยุทธ์ความปลอดภัยและเครื่องมือป้องกันที่เหมาะสม
5. Digital Empathy เอาใจใส่ดิจิทัล คือ ความสามารถในการรับรู้อ่อนไหวและสนับสนุนความรู้สึก ความต้องการและข้อกังวลของตนเองและของผู้อื่น
6. Digital Footprint Management การจัดการข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ท่องบนโลกดิจิทัลหรือออนไลน์ คือ ความสามารถในการทำความเข้าใจธรรมชาติของรอยเท้าดิจิทัล และผลที่ตามมาในชีวิตจริงของพวกเขาในการจัดการพวกเขาด้วยความรับผิดชอบและเพื่อสร้างชื่อเสียงเชิงบวกในเชิงดิจิทัล
7. Media and Information Literacy การรู้

เท่าทันสื่อและข้อมูล คือ ความสามารถในการค้นหาจัดระเบียบวิเคราะห์และประเมินสื่อและข้อมูลด้วยการใช้เหตุผลที่สำคัญ

8. Privacy Management การจัดการความเป็นส่วนตัว คือ ความสามารถในการจัดการกับดุลยพินิจของข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดที่แบ่งปันทางออนไลน์เพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น

9. Digital Co-Creator Identity ตัวตนของผู้ร่วมสร้างดิจิทัล คือ ความสามารถในการระบุและพัฒนาตนเองในฐานะผู้ร่วมสร้างระบบนิเวศดิจิทัล

10. Healthy Use of Technology การใช้เทคโนโลยีสำหรับสุขภาพ คือ ความสามารถในการเข้าใจถึงประโยชน์และอันตรายของเทคโนโลยีที่มีต่อสุขภาพกายและใจของผู้ใช้และการใช้เทคโนโลยีในขณะที่ทำให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

11. Content Cyber-Risk Management การจัดการความเสี่ยงของเนื้อหาบนโลกออนไลน์ คือ การระบุ บรรเทา และจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ทางออนไลน์

12. Network Security Management การจัดการความปลอดภัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เช่น ความสามารถในการตรวจจับหลีกเลี่ยงและจัดการภัยคุกคามบนโลกออนไลน์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ทำงานร่วมกันบนคลาวด์

13. Self-Awareness and Management การรับรู้และการจัดการตนเอง คือ ความสามารถในการรับรู้และจัดการวิธีการที่ระบบค่านิยมและความสามารถด้านดิจิทัลเข้ากันได้อย่างไรกับสภาพแวดล้อมดิจิทัล

14. Online Communication and Collaboration การสื่อสารออนไลน์และการทำงานร่วมกัน คือ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการสื่อสารและทำงานร่วมกันรวมถึงการติดต่อสื่อสารทางไกล

15. Content Creation and Computational Literacy การสร้างเนื้อหาและการรู้คอมพิวเตอร์

ขั้นพื้นฐาน คือ ความสามารถในการสังเคราะห์สร้างและผลิตข้อมูลสื่อและเทคโนโลยีในลักษณะที่สร้างสรรค์

16. Intellectual Property Rights Management การจัดการสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา คือ ความสามารถในการทำความเข้าใจและจัดการสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าและสิทธิบัตร ผ่านการใช้และสร้างเนื้อหาด้วยเทคโนโลยี

17. Digital Changemaker Identity ข้อมูลประจำตัวของผู้เปลี่ยนแปลงดิจิทัล คือ ความสามารถในการระบุและพัฒนาตนเองในฐานะผู้เปลี่ยนแปลงที่มีความสามารถในการเศรษฐกิจดิจิทัล

18. Civic Use of Technology การใช้เทคโนโลยีของพลเมือง คือ การมีส่วนร่วมของพลเมืองเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีและการเติบโตของชุมชนท้องถิ่นระดับชาติและระดับโลกโดยใช้เทคโนโลยี

19. Commercial and Community Cyber-Risk Management การจัดการความเสี่ยงบนโลกไซเบอร์เชิงพาณิชย์และชุมชน คือ ความสามารถในการระบุและจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ในเชิงพาณิชย์หรือชุมชนออนไลน์ เช่น ความพยายามขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากบุคคลทางการเงินหรือผ่านการชักชวนทางอุดมการณ์

20. Organizational Cyber Security Management การจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ขององค์กร คือ ความสามารถในการรับรู้วางแผนและดำเนินการป้องกันความปลอดภัยทาง ไซเบอร์ขององค์กร

21. Relationship Management การจัดการความสัมพันธ์ คือ ความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์ออนไลน์ของคนๆ หนึ่งได้อย่างชำนาญ ด้วยการลดความขัดแย้งและใช้การโน้มน้าวใจ

22. Public and Mass Communication การสื่อสารสาธารณะและมวลชน คือ ความสามารถในการสื่อสารกับผู้ชมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อ

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่สะท้อนถึงธุรกิจที่กว้างขึ้น หรือวาทกรรมทางสังคม

23. Data and AI Literacy ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ คือ ความสามารถในการสร้างการประมวลผล การวิเคราะห์ การนำเสนอสารสนเทศที่มีความหมายจากข้อมูลการใช้และการประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์ (AI) รวมถึงเครื่องมือและกลยุทธ์อัลกอริทึมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการให้ข้อมูลและกระบวนการตัดสินใจ

24. Participatory Rights Management การจัดการสิทธิแบบมีส่วนร่วม คือ ความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้อำนาจและสิทธิในการเข้าร่วมทางออนไลน์

Digital Playhouse (2018) กล่าวว่า DQ (ความฉลาดทางดิจิทัล) โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 อย่างหลักๆ ได้แก่

1. Digital Citizenship (ความเป็นพลเมืองดิจิทัล) ความรู้เรื่องหลักปฏิบัติตัวอันเป็นที่ยอมรับในโลกออนไลน์ตลอดจนรู้จักอันตรายต่างๆ เช่น การขโมยข้อมูลส่วนตัวเพื่อสวมรอย (identity theft) และผู้ใช้ปลอมจำนวนมากที่แอบแฝงอยู่ในอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2. Digital Creativity (ความคิดสร้างสรรค์ทางดิจิทัล) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลต่างๆ ให้เป็นประโยชน์ เช่น เขียนโค้ด และโปรแกรมเป็นการสร้างคอนเทนต์และศิลปะในรูปแบบดิจิทัลได้ เป็นต้น

3. Digital Entrepreneurship (ความเป็นผู้บริหารด้านดิจิทัล) ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์ และคิดค้นเทคโนโลยีและบริการทางดิจิทัลที่ดียิ่งกว่าเดิม

Yuhyun (2016) กล่าวว่า ความอัจฉริยะทางเทคโนโลยีดิจิทัลนั้น แบ่งย่อยออกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. พลเมืองดิจิทัล คือ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และสื่อทางดิจิทัลได้อย่างปลอดภัย

เกิดความรับผิดชอบ และเกิดประสิทธิภาพ

2. สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงสร้างสรรค์ได้ คือ ระดับนี้เป็นความสามารถในการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจดิจิทัลโดยการใช้เครื่องมือดิจิทัลเปลี่ยนไอเดียให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการที่ใช้งานได้จริง

3. ผู้ประกอบการดิจิทัลเป็นระดับที่สามารถใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาแก้ปัญหาในระดับโลก หรือสร้างโอกาสใหม่ๆ การพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยีเพื่อให้เด็กสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งของพลเมืองดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิตของเด็กๆ

ความอัจฉริยะทางเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ด้าน ได้แก่

1. Digital Citizen Identity การเป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพ คือ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีตัวตนบนโลกดิจิทัล และสามารถบริหารจัดการตัวตนทั้งโลกแห่งความจริงและโลกแห่งความจริงเสมือนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. Screen Time Management ความสามารถในการควบคุมตัวเอง และแบ่งเวลาในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. Cyberbullying Management ความสามารถในการรับมือกับปัญหา การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ได้อย่างชาญฉลาด

4. Cybersecurity Management รู้ เข้าใจ และสามารถดูแลด้านความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกออนไลน์ได้

5. Privacy Management เข้าใจถึงความเป็นส่วนตัว (Privacy) ทั้งของตนเองและของผู้อื่น รวมถึงการจัดการข้อมูลส่วนตัว

6. Critical Thinking สามารถฝึกให้ผู้เรียน คิดเป็น วิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลบนโลกดิจิทัล

7. Digital Footprints สามารถสอนให้ผู้เรียน เข้าใจในสิ่งที่ตนเองทิ้งร่องรอยไว้บนโลกดิจิทัล ซึ่งอาจถูกสะกดรอยตามจากบุคคลอื่น จนอาจส่งผลกระทบต่อ

ต่อโลกแห่งความเป็นจริงได้

8. Digital Empathy การแสดงออกด้วย มิตรไมตรีที่ตีบนโลกออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

Wannapiroon (2017) กล่าวว่า ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

1. Digital Identity (การแสดงตัวตนบนโลกดิจิทัล)
2. Digital Use (การใช้เครื่องมือและสื่อดิจิทัล)
3. Digital Safety (ความปลอดภัยทางดิจิทัล)
4. Digital security (ความมั่นคงปลอดภัยทางดิจิทัล)
5. Digital Emotional Intelligence (ความฉลาดทางอารมณ์บนโลกดิจิทัล)
6. Digital Communication (การสื่อสารดิจิทัล)
7. Digital Literacy (การรู้ดิจิทัล)
8. Digital Rights (สิทธิทางดิจิทัล)

ความฉลาดทางดิจิทัล สามารถแบ่งได้ 3 ระดับ ได้แก่ 1) Digital Citizenship (พลเมืองดิจิทัล) 2) Digital Creativity (การสร้างสรรค์ทางดิจิทัล) และ 3) Digital Entrepreneurship (ผู้ประกอบการดิจิทัล) การพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัลนี้จะทำให้พลเมืองดิจิทัลสามารถใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดและมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ โดยควรเริ่มปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็ก เพื่อให้เยาวชนเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizens) ที่มีคุณภาพ

Tharahirunchot (2017) กล่าวว่า DQ หรือ Digital Intelligence ความฉลาดทางดิจิทัล แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

1. Digital Identity (อัตลักษณ์ทางดิจิทัล) หมายถึง การสร้างและจัดการอัตลักษณ์ ชื่อเสียงทางดิจิทัลของตนเอง รวมถึงการจัดการบุคลิกลักษณะของตนเองบนโลกออนไลน์

2. Digital Use (การใช้ประโยชน์จากดิจิทัล) หมายถึง การใช้สื่อเทคโนโลยีและอุปกรณ์ รวมถึงการ

ควบคุมเพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างโลกออนไลน์และโลกแห่งความจริง

3. Digital Safety (ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล) หมายถึง การจัดการความเสี่ยงบนโลกออนไลน์ เช่น การกระทำที่ทำร้ายผู้อื่น การปลุกกระตม การใช้เนื้อหาที่รุนแรง ผิดศีลธรรม

4. Digital Security (ความมั่นคงทางดิจิทัล) หมายถึง การตรวจจับภัยคุกคามทางดิจิทัล เช่น การแฮคหรือการลักลอบเข้าถึงข้อมูล

5. Digital Emotional Intelligence (ความฉลาดทางอารมณ์ในโลกดิจิทัล) หมายถึง ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลกออนไลน์

6. Digital Communication (การสื่อสารทางดิจิทัล) หมายถึง การติดต่อสื่อสารและการร่วมมือกับผู้อื่นที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อต่างๆ

7. Digital Literacy (ความรู้เรื่องดิจิทัล) หมายถึง การหาข้อมูล การวิเคราะห์ การแบ่งปัน และสร้างเนื้อหา

8. Digital Rights (สิทธิทางดิจิทัล) หมายถึง การเข้าใจและพิทักษ์ปกป้องสิทธิส่วนบุคคล สิทธิตามกฎหมาย เสรีภาพในการพูด

สรุปได้ว่า ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient: DQ) แบ่งเป็น 3 ระดับ 8 ด้าน 24 สมรรถนะ คือ 1) Digital Citizenship (ความเป็นพลเมืองดิจิทัล) 2) Digital Creativity (ความคิดสร้างสรรค์ทางดิจิทัล) 3) Digital Entrepreneurship (ความเป็นผู้ประกอบการด้านดิจิทัล) แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ 1) Digital Identity (อัตลักษณ์ทางดิจิทัล) 2) Digital Use (การใช้เครื่องมือและสื่อดิจิทัล) 3) Digital Safety (ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล) 4) Digital Security (ความมั่นคงทางดิจิทัล) 5) Digital Rights (สิทธิดิจิทัล) 6) Digital Literacy (การรู้ดิจิทัล) 7) Digital Communication (การสื่อสารทางดิจิทัล) และ 8) Digital Emotional Intelligence (ความฉลาดทางอารมณ์ในโลกดิจิทัล) ดังรูปที่ 1

	DIGITAL IDENTITY	DIGITAL USE	DIGITAL SAFETY	DIGITAL SECURITY	DIGITAL EMOTIONAL INTELLIGENCE	DIGITAL COMMUNICATION	DIGITAL LITERACY	DIGITAL RIGHTS
Digital Citizenship	Digital Citizen Identity	Behenced Use of Technology	Behavioural Cyber-Risk Management	Personal Cyber Security Management	Digital Emphathy	Digital Footprint Management	Media and Information Literacy	Privacy Management
Digital Creativity	Digital Co-Creator Identity	Healthy Use of Technology	Content Cyber-Risk Management	Network Security Management	Self-Awareness and Management	Online Communication and Collaboration	Content Creation and Computational Literacy	Intellectual Property Rights Management
Digital Competitiveness	Digital Changemaker Identity	Civic Use of Technology	Commercial and Community Cyber-Risk Management	Organizational Cyber Security Management	Relationship Management	Public and Mass Communication	Data and AI Literacy	Participatory Rights Management

รูปที่ 1 สมรรถนะความฉลาดทางดิจิทัล

การพัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลในอนาคต

Gathner (2019) กล่าวว่า เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในอนาคต ประกอบด้วย 1) Autonomous Things คือ สิ่งที่สามารถเริ่มทำงานได้ด้วยตนเองได้อย่างอิสระและอัตโนมัติ 2) Augmented Analytics คือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยอัตโนมัติด้วยเทคโนโลยี Machine Learning (ML) 3) AI-Driven Development คือ การพัฒนาขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ 4) Digital Twins คือ ฝาแฝดดิจิทัล 5) Empowered Edge คือ การย้ายระบบจัดเก็บข้อมูลและการประมวลผลไปวางไว้ให้ใกล้กับเซนเซอร์หรือแหล่งกำเนิดข้อมูลให้มากที่สุด 6) Immersive Technologies คือ เทคโนโลยีที่สร้างความกลมกลืนระหว่างโลกในความจริงกับโลกจำลองแบบดิจิทัล 7) Blockchain คือ ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายเเย่แมงมุม โดยไม่มีตัวกลาง 8) Smart Spaces คือ สภาพแวดล้อมที่เอื้อให้คน อุปกรณ์ และระบบ ทำงานเชื่อมต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ 9) Digital Ethics and Privacy คือ จริยธรรมและความเป็นส่วนตัวบนโลกดิจิทัล และ 10) Quantum Computing คือ ระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้คุณสมบัติพิเศษของอะตอม

Infiniti Research Limited (2019) กล่าวว่า แนวโน้มเทคโนโลยีการศึกษาสำหรับปี พ.ศ. 2561 ประกอบด้วย 10 เทคโนโลยี ได้แก่ 1) Artificial Intelligence (AI) คือ เครื่องจักรที่มีความสามารถในการทำความเข้าใจ เรียนรู้องค์ความรู้ต่างๆ 2) Virtual Reality (VR) in Education คือ เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง 3) Gamification คือ การใช้เทคนิคในรูปแบบของเกม เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน 4) Learning Analytics คือ การวิเคราะห์การเรียนรู้ 5) Immersive Learning คือ การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง 6) Smart Learning Environment (SLEs) คือ สภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบชาญฉลาด 7) Digital Course Materials คือ สื่อและหลักสูตรดิจิทัล 8) Game Theory คือ ทฤษฎีเกม 9) Mobile Technology and IoT คือ เทคโนโลยีมือถือและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง และ 10) STEAM คือ การเรียนรู้แบบองค์รวม

Cockrell (2019) กล่าวว่า แนวโน้มเทคโนโลยีการศึกษา พ.ศ. 2562 ประกอบด้วย 1) Smartboards คือ กระดานอัจฉริยะ 2) Augmented and Virtual Reality คือ เทคโนโลยีโลกเสมือน 3) Artificial Intelligence คือ ปัญญาประดิษฐ์ 4) Blockchain Technology คือ ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชี

ธุรกรรมออนไลน์โดยไม่มีตัวกลาง 5) Learning Analytics คือ การวิเคราะห์การเรียนรู้ 6) Adaptive Learning คือ การเรียนรู้ที่ปรับวิธีการให้ตรงกับรูปแบบการเรียนรู้ของผู้เรียน 7) Generation Z คือ ยุคเด็บบโตขึ้นพร้อมกับอุปกรณ์เทคโนโลยี 8) Inclusion คือ การเข้าถึงอุปกรณ์อย่างง่ายและเชื่อมต่อซึ่งกันและกันในระดับโลก 9) Digital Security คือ การรักษาความปลอดภัยแบบดิจิทัล และ 10) 5G Technology คือ เทคโนโลยี 5G

Parker(2019)กล่าวว่า 5 เทคโนโลยีในการศึกษา ปี 2019 ได้แก่ 1) Augmented Reality คือ เทคโนโลยีโลกเสมือน 2) 5G คือ เทคโนโลยี 5G 3) Generation Z in Class คือ ยุคที่เด็บบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี 4) Inclusion คือ การเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทั่วโลก และ 5) Digital Security and Ransomware คือ การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล

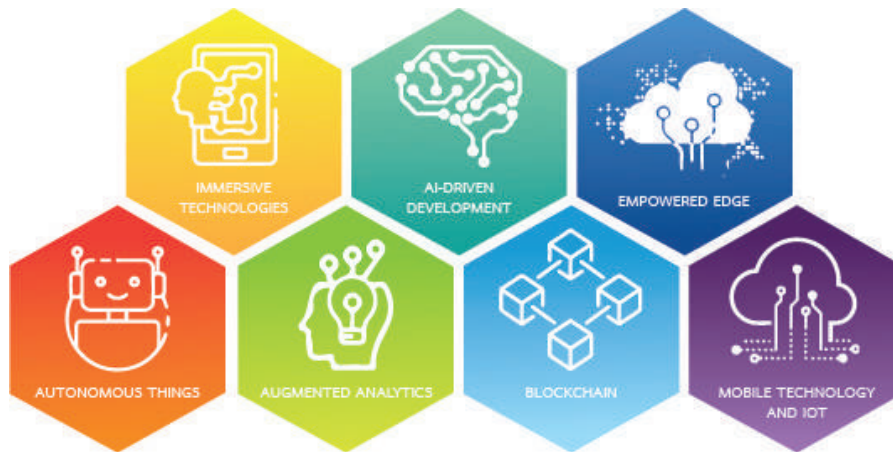
Duggal (2019) กล่าวว่า เทคโนโลยีชั้นนำ ในปี พ.ศ. 2562 ได้แก่ 1) Artificial Intelligence (AI) คือ ปัญญาประดิษฐ์ 2) Machine Learning คือ การเรียนรู้ของเครื่องจักร 3) Robotic Process Automation or RPA คือ รูปแบบของกระบวนการอัตโนมัติทางธุรกิจที่อนุญาตให้ทุกคนกำหนดชุดคำสั่งสำหรับหุ่นยนต์ 4) Blockchain คือ ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์โดยไม่มีตัวกลาง 5) Edge Computing คือ การประมวลผลข้อมูลให้แสดงผลเร็วใกล้เคียงกับความเร็วของเครือข่ายมากที่สุด 6) Virtual Reality and Augmented Reality คือ ความจริงเสมือน 7) Cyber Security คือ ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และ 8) Internet of Thing คือ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง

Lahullier (2018) กล่าวว่า แนวโน้มเทคโนโลยี การศึกษา พ.ศ. 2562 ได้แก่ 1) Devices คือ อุปกรณ์ 2) Mobile Devices คือ อุปกรณ์มือถือ 3) Wearable Technology คือ เทคโนโลยีสวมใส่ 4) Cloud Computing คือ การประมวลผลบนกลุ่มเมฆ

5) Collaborative Computing คือ คอมพิวเตอร์ความร่วมมือ 6) Robotics คือ เครื่องจักรอัตโนมัติ 7) IoT คือ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง 8) Augmented Reality คือ เทคโนโลยีโลกเสมือน 9) Game-Based Learning คือ การเรียนรู้ด้วยเกมเป็นฐาน และ 10) STEAM/STEM คือ การเรียนรู้แบบองค์รวม

Srivastav (2018) กล่าวว่า แนวโน้มเทคโนโลยี ชี้นำ พ.ศ. 2563 ได้แก่ 1) AI คือ ปัญญาประดิษฐ์ 2) Voice คือ เสียง 3) NLP คือ กระบวนการที่ทำให้เราเข้าใจตัวเองและผู้อื่นผ่านการสื่อสารที่ใช้และไม่ใช้คำพูด 4) Blockchain คือ ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์โดยไม่มีตัวกลาง 5) IoT คือ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง 6) Edge Computing คือ การประมวลผลข้อมูลให้เร็วและใกล้เคียงกับความเร็วของเครือข่ายมากที่สุด 7) Prescriptive Analysis คือ การวิเคราะห์แบบให้คำแนะนำ 8) 5G คือ เทคโนโลยี 5G และ 9) Facial Recognition คือ ระบบการตรวจหาใบหน้าของมนุษย์และปรับภาพใบหน้าโดยอัตโนมัติ 10) Automation คือ เครื่องจักรอัตโนมัติ

สรุปได้ว่า เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลในอนาคต ประกอบด้วย 7 เทคโนโลยี คือ 1) Immersive Technologies คือ การเรียนรู้แบบดื่มด่ำ 2) AI-Driven Development คือ การพัฒนาขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ 3) Empowered Edge คือ การย้ายระบบจัดเก็บข้อมูล และการประมวลผลไปให้ใกล้กับเซนเซอร์หรือแหล่งกำเนิดข้อมูลให้มากที่สุด 4) Autonomous Things คือ สิ่งที่สามารถเริ่มทำงานได้ด้วยตนเองได้อย่างอิสระและอัตโนมัติ 5) Augmented Analytics คือ ความจริงเสมือน 6) Blockchain คือ ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์โดยไม่มีตัวกลาง และ 7) Mobile Technology and IoT คือ อุปกรณ์มือถือและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง



รูปที่ 2 เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลในอนาคต

เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ความฉลาดทางดิจิทัล (Technology-enhanced DQ)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลในอนาคต และองค์ประกอบความฉลาดทางดิจิทัลสามารถสังเคราะห์เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ความฉลาดทางดิจิทัลได้ 4 ด้าน ดังนี้

1. โซเชียลมีเดียที่สนับสนุนความฉลาดทาง

ดิจิทัล (Social Media to Support DQ)

2. แอปพลิเคชันมือถือที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Mobile App to Support DQ)

3. คลาวด์เทคโนโลยีที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Cloud Technology to Support DQ)

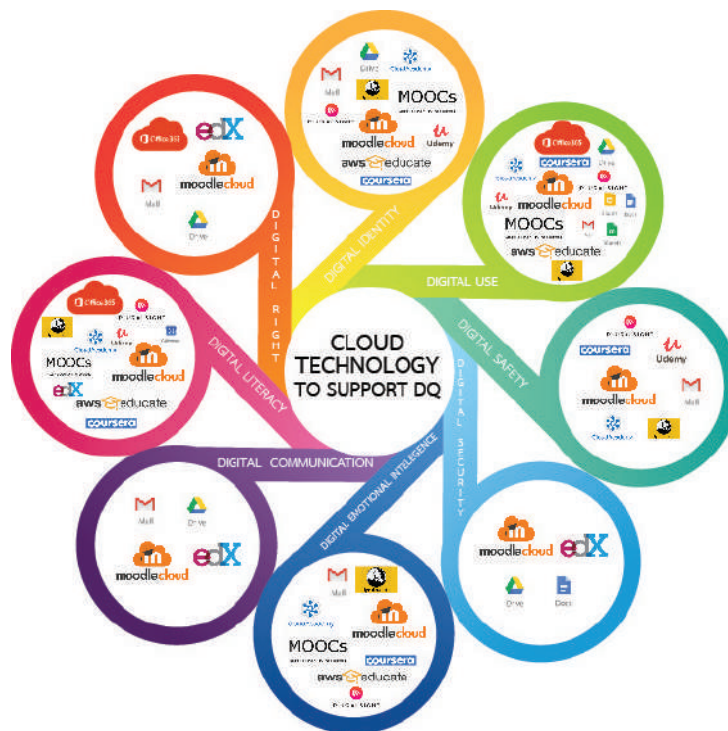
4. บริการเว็บที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Web Service to Support DQ)



รูปที่ 3 โซเชียลมีเดียที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Social Media to Support DQ)



รูปที่ 4 แอปพลิเคชันมือถือที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Mobile App to Support DQ)



รูปที่ 5 คลาวด์เทคโนโลยีที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Cloud Technology to Support DQ)



รูปที่ 6 บริการเว็บที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล (Web Service to Support DQ)

จากการสังเคราะห์กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานโดย Cullen (2018) และ Nilsook (2017) และความฉลาดทางดิจิทัล 8 ด้าน ผู้เขียนนำมาสรุปและออกแบบเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของรูปแบบและลักษณะ

ของการจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล (Digital-based Learning Management for Enhancing Digital Intelligence) ดังรูปที่ 7



รูปที่ 7 รูปแบบและลักษณะของการจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล (Technology enhance learning for enhancing Digital Intelligence Quotient)

บทสรุป

การจัดการเรียนรู้เป็นฐานเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอน โดยให้ผู้สอนนำความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ ผู้สอนต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีและก้าวทันเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการเรียนการสอน โดยได้นำความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient: DQ) 8 ด้าน ได้แก่ 1) Digital Identity (อัตลักษณ์ทางดิจิทัล) 2) Digital Use (การใช้เครื่องมือและสื่อดิจิทัล) 3) Digital Safety (ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล) 4) Digital Security (ความมั่นคงทางดิจิทัล) 5) Digital Rights (สิทธิดิจิทัล) 6) Digital Literacy (การรู้ดิจิทัล) 7) Digital Communication (การสื่อสารทางดิจิทัล) และ 8) Digital Emotional Intelligence (ความฉลาดทางอารมณ์ในโลกดิจิทัล) มาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) โซเชียลมีเดีย 2) แอปพลิเคชันมือถือ 3) คลาวด์เทคโนโลยี และ 4) เว็บไซต์ และสังเคราะห์เป็นรูปแบบที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาการศึกษาได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) Social

Media to Support DQ 2) Mobile App to Support DQ 3) Cloud Technology to Support DQ และ 4) Web Service to Support DQ ทั้งนี้ได้สังเคราะห์ เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล (TEL) ประกอบด้วย 7 เทคโนโลยี คือ 1) Immersive Technologies 2) AI-Driven Development 3) Empowered Edge 4) Autonomous things 5) Augmented Analytics 6) Blockchain และ 7) Mobile Technology and IoT เมื่อนำเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้ร่วมกับความฉลาดทางดิจิทัล และสังเคราะห์เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ผู้สอนสามารถนำรูปแบบที่สังเคราะห์ขึ้นมานี้ ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนในยุคดิจิทัลได้ ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความฉลาดทางดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561 - 2580 สามารถสร้างโอกาสทางการเรียนรู้ การใช้สื่อดิจิทัลที่หลากหลาย การคิดวิเคราะห์ การแยกแยะสื่อต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

References

- Cockrell, G. (2019). *Top 10 Educational Technology Trends 2019*. Retrieved September 8, 2019, from <https://www.popculturebeast.com/top-10-educational-technology-trends-2019/>
- Cullen, E. (2018). *Technology Enhanced Learning*. Retrieved August 26, 2019, from <https://www.mentimeter.com/blog/interactive-classrooms/what-is-technology-enhanced-learning-and-why-is-it-important>
- Digital Playhouse. (2018). *DQ Digital Quotient*. Retrieved September 8, 2019, from <https://digital-playhouse.com/th/digital-learning/what-is-dq-digital-quotient-th/> [in Thai]
- DQ Institute. (2019). *Digital Intelligence*. Retrieved September 8, 2019, from <https://www.dqinstitute.org/wpcontent/uploads/2019/10/DQGlobalStandardsReport2019.pdf>
- Duggal, N. (2019). *Technology in Education 2019*. Retrieved September 8, 2019, from <https://tophat.com/blog/technology-in-education-2019/>

- Infiniti Research Limited. (2019). *Top 10 Trends in Educational Technology*. Retrieved September 8, 2019, from <https://blog.technavio.com/blog/top-10-trends-in-educational-technology>
- Inthanon, S. (2018). *Cyberbullying*. Bangkok: Child and Youth Media Institute. [in Thai]
- Janpirom, N. (2019). *Educational technology in Thailand 4.0 era*. Retrieved August 26, 2019, from https://www.researchgate.net/publication/321854471_khwamc [in Thai]
- Lahullier, S. (2019). *Top 10 Educational Technology Trends*. Retrieved September 8, 2019, from <https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/top-10-k-12-educational-technology-trends>
- Lertsutiwong, S. (2019). *Digital Intelligence*. Retrieved September 8, 2019, from <https://vantage.in.th/2019/02/ais-digital-intelligence/> [in Thai]
- National Digital Economy and Society Development Plan and Policy. (2017). *Digital Development for Economy and Society*. Retrieved September 8, 2019, from https://www.etda.or.th/content_files/2/files/05_Thailand_Digital_Plan.pdf [in Thai]
- Nilsook, P. (2017). *Technology Enhanced Learning*. Retrieved August 26, 2019, from <https://www.slideshare.net/prachyanun1/technology-enhanced-learning1>
- Orsuwan, M. (2018). *Digital Intelligence*. Retrieved September 8, 2019, from <https://www.salika.co/2018/02/08/meeting-the-challenges-of-digital-citizenship/> [in Thai]
- Panetta, K. (2019). *Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2019*. Retrieved September 8, 2019, from <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2019/>
- Panichpan, P. & Ruenwongsa, P. (2015). *21st Century Teachers with Generation Z Students*. Retrieved September 8, 2019, from http://fda.sut.ac.th/doc-training/58/02-genz_1.pdf [in Thai]
- Parker, Q. (2019). *Technology in Education 2019*. Retrieved September 8, 2019, from <https://tophat.com/blog/technology-in-education-2019/>
- Srivastav, S. (2018). *Top Technology Trends for 2020*. Retrieved September 8, 2019, from <https://appinventiv.com/blog/10-tech-trends-that-will-become-mainstream-by-2020/>
- Tharahirunchot, W. (2017). *Digital Skills*. Retrieved August 26, 2019, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/642553> [in Thai]
- Wannapiroon, P. (2017). *Digital Intelligence*. Retrieved August 26, 2019, from https://www.researchgate.net/publication/321854471_khwamc [in Thai]
- Yuhyun, P. Y. (2016). *8 Digital Life Skills All Children Need*. Retrieved September 8, 2019, from <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/8-digital-life-skills-all-children-need-and-a-plan-for-teaching-them/>



Name and Surname: Naphatsanan Suwannawong

Highest Education: M.S.Ind.Ed. (Learning Technology and Mass Communication), King Mongkut's University of Technology Thonburi

Affiliation: Bansomdejchaopraya Rajabhat University

Field of Expertise: Innovation and Technology, Learning Management, and Graphic Design



Name and Surname: Panita Wannapiroon

Highest Education: Ph.D. (Educational Technology and Communications), Chulalongkorn University

Affiliation: King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Field of Expertise: Science and Technology Research, Innovation and Technology, Technology and Communications, Strategy, and Pedagogy

การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ด้วยรูปแบบ SMILES เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ ในยุคเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ONLINE CLASSROOM MANAGEMENT WITH THE SMILES MODEL TO ENHANCE A NEW NORMAL LEARNING IN THE EDUCATION TRANSFORMATION THROUGH DIGITAL TECHNOLOGY

อลงกรณ์ เกิดเนตร¹ ประภาวรรณ สมุทรเผ่าจินดา² และพันพัชร ปิ่นจินดา³
Alongkorn Koednet¹ Prapawan Samutpaochinda², and Panpachara Pinchinda³

^{1,2,3}คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

^{1,2,3}Faculty of Education, Suan Dusit University

Received: September 6, 2020 / Revised: November 22, 2020 / Accepted: November 24, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการจัดการชั้นเรียนออนไลน์ด้วยรูปแบบ SMILES เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ในยุคเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเกิดจากการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ การเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน และสรุปเป็นรูปแบบสำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการชั้นเรียนออนไลน์ การส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ ซึ่งได้นำรูปแบบ SMILES ที่ประกอบด้วย 1) Strategy คือ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อออกแบบการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน กำหนดเป้าหมายและจุดประสงค์การเรียนรู้ 2) Motivation คือ การสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นและเสริมแรงเมื่อผู้เรียนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและจุดประสงค์การเรียนรู้ 3) Interactive คือ การเน้นปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ มีส่วนร่วมและการร่วมมือกันของผู้เรียน 4) Learning activities คือ กิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) ผสมผสานกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped classroom) และเกมการเรียนรู้ (Gamification) 5) Evaluation คือ การประเมินเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน (Formative assessment) และ 6) Sprightly คือ การเน้นบรรยากาศการเรียนรู้ที่มีชีวิตชีวา สนุกสนาน โดยนำมาบูรณาการและประยุกต์ใช้สำหรับการจัดการชั้นเรียนออนไลน์หรือการเรียนทางไกล ผ่านแพลตฟอร์มการเรียนรู้ดิจิทัลต่างๆ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ ดึงดูดความสนใจและสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียน เรียนรู้ได้อย่างมีความสุข และส่งผลให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ การเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ การศึกษา เทคโนโลยีดิจิทัล

Abstract

This article aims to present online classroom management with the SMILES model to enhance a new normal learning in the era of education transformation through digital technology.

The model was created as the result of study, analysis and synthesis of documents, articles, and research concerning learning in a new normal way of life, education transformation through digital technology, learning management and classroom management. Then, the result of study was concluded to form the SMILES model to be applied for online classroom management and promotion of learning in a new normal way of life. The SMILES model consists of the following components: (1) Strategy, which is strategic planning to design learning management and classroom management, and to determine learning objectives and goals; (2) Motivation, which is the creation of inspiration to motivate the learners and reinforce them when they achieve success based on learning objectives and goals; (3) Interactive, which is the emphasis on interaction, exchange, participation and cooperation among the learners; (4) Learning activities, which are learning activities that focus on active learning, together with flipped classroom and gamification; (5) Evaluation, which is the formative assessment to develop the learners' learning process; and (6) Sprightly, which is the emphasis on learning atmosphere that is lively and enjoyable. All components have been integrated and applied for online learning management or distance learning management via various digital learning in order to motivate learning, attract interest in learning, and create good attitude toward learning to enable the learners to learn happily resulting in increasing learning efficiency.

Keywords: Online Classroom Management, New Normal Learning, Education, Digital Technology

บทนำ

การแพร่ระบาดอย่างรุนแรงไปทั่วโลกของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อประชากรทั่วโลกหลายด้าน เมื่อการแพร่ระบาดเริ่มคลี่คลายลง หลายภาคส่วนเริ่มพูดถึง New normal หรือวิถีชีวิตใหม่ที่จะตามมา โดยราชบัณฑิตยสภาได้บัญญัติศัพท์ “New normal” เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ที่ต่างจากอดีต โดยเฉพาะในวงการการศึกษาที่เกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยมีการปิดการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาในช่วงของการแพร่ระบาดโรคอย่างรุนแรง ทำให้ต้องมีการจัดการเรียนการสอนออนไลน์อย่างเร่งด่วน ซึ่งเป็นตัวเร่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีและเป็นการเรียนรู้ในวิถีชีวิตใหม่ของการศึกษาทั่วโลก (Mahasinpaisarn, 2020) วิกฤติโควิด-19 กัดดันให้เกิดการเรียนรู้รูปแบบใหม่

และการสอนออนไลน์เป็นทางเลือกที่ถูกนำมาใช้แก้ปัญหา โดยหลายประเทศสนับสนุนและลงทุนเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการศึกษา (Educational Technology) หรือเรียกย่อๆ ว่า EdTech ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้ร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาการศึกษา ทำให้การเสนอเนื้อหาและสื่อการเรียนรู้น่าสนใจ เพิ่มการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาและช่วยแก้ปัญหาการเข้าไม่ถึงแหล่งการเรียนรู้ออนไลน์ของผู้เรียนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทุกฝ่ายจึงต้องตระหนักและเตรียมพร้อมสำหรับปรับตัวให้เข้ากับการเรียนรู้ในวิถีชีวิตใหม่ที่เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการศึกษาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (Lapanan, 2020) รูปแบบการสอนออนไลน์จะแตกต่างจากการสอนปกติที่ครูและผู้เรียนได้พบกันในห้องเรียน สามารถทำกิจกรรมและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในชั้นเรียนได้อย่างใกล้ชิด ครูสามารถจัดการชั้นเรียน

ได้สะดวกและทั่วถึง แต่ห้องเรียนออนไลน์ครูและผู้เรียนอยู่ต่างสถานที่ มีเพียงเสียง รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวที่ส่งถึงกันได้จากระยะไกล ซึ่งอาจจะทำให้ผู้เรียนขาดความสนใจและรู้สึกเบื่อต่อการเรียนได้ง่าย และยากที่ครูจะตรวจสอบหรือควบคุมได้อย่างใกล้ชิด (Thongserm, 2020) ดังนั้น ครูจึงควรมีการจัดการชั้นเรียนออนไลน์ที่ดีเพื่อให้ผู้เรียนได้รับทั้งความรู้ ทักษะ ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม และสนใจเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ด้วยรอยยิ้มแห่งความสุข ซึ่งจะส่งผลให้การเรียนรู้นั้นบรรลุผลตามเป้าหมายและจุดประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทความนี้นำเสนอสาระสำคัญเกี่ยวกับการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ การเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน และสรุปเป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับนำไปประยุกต์ใช้จัดการชั้นเรียนออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ในยุคเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

การเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่

สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างจริงจังเพิ่มมากขึ้น โดยประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศแรกที่พบการแพร่ระบาดของเชื้อโรคได้ประกาศหยุดการเรียนการสอนในโรงเรียนและมหาวิทยาลัย และกำหนดให้ปรับเปลี่ยนวิธีสอนไปสู่การเรียนการสอนแบบออนไลน์ นอกจากนั้นสถาบันการศึกษาในเอเชีย ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกาเหนือได้ประกาศปิดสถานศึกษาและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น Harvard, Princeton, Stanford และอีกหลายมหาวิทยาลัยใช้การศึกษา

เสมือนจริง (Virtual education) จึงเป็นการปฏิวัติการศึกษาครั้งใหญ่ทั่วโลกที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนเต็มรูปแบบ เพื่อให้การจัดการเรียนรู้ดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก ไม่ว่าผู้เรียนและผู้สอนจะอยู่ที่ใดก็สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้ และในส่วนของประเทศไทยสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยหลายแห่งเริ่มประกาศใช้รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์จากทางไกล (Distance learning) และกำหนดแนวทางปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 ได้จากที่บ้าน (Work from home) (Ops, 2020)

ปัจจุบันถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ดีจากข้อมูลแถลงสถานการณ์ประจำวันของ ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (สบค.) วันที่ 21 ตุลาคม 2563 ไม่พบผู้ป่วยรายใหม่จากการติดเชื้อภายในประเทศและไม่มีผู้เสียชีวิตเพิ่ม แต่ก็ยังมีความเสี่ยงที่โควิด-19 จะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก มาตรการควบคุมและป้องกันจึงยังคงต้องเข้มงวดต่อไป ทุกคนจะต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่เพื่อความอยู่รอดปลอดภัยและมีความสุข ชีวิตวิถีใหม่และการปรับตัวกับโควิด-19 ได้ออกแบบเป็นแนวทางที่ทุกคนจะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดำเนินชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก เช่น สวมหน้ากากอนามัยป้องกันเชื้อโรค เว้นระยะห่างทางสังคมระหว่างบุคคล ล้างมือบ่อยๆ หรือเช็ดมือฆ่าเชื้อโรคด้วยแอลกอฮอล์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนด้านธุรกิจและการบริการให้ทันต่อสถานการณ์ เช่น มีการใช้ระบบซื้อขายและให้บริการทางออนไลน์มากขึ้น สิ่งนี้เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องจนเกิดความพึงพอใจและเคยชิน ทั้งหมดก็จะกลายเป็นชีวิตวิถีใหม่ในสังคม ส่วนชีวิตวิถีใหม่ที่เกิดขึ้นแล้วในสังคม ได้แก่ Work from home เป็นรูปแบบการทำงานพร้อมทำกิจกรรมต่างๆ จากที่บ้านหรือที่พักอาศัยของแต่ละบุคคล การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวออนไลน์ การให้คำแนะนำ

ปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพหรือสุขภาพจิตออนไลน์ และการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ (MHESI, 2020)

กระทรวงศึกษาธิการวางแนวทางสำหรับการจัดการเรียนการสอนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่จากวิกฤติโควิด-19 ทุกระดับชั้น ทุกประเภท ทั้งการศึกษาขั้นพื้นฐาน การอาชีวศึกษา การศึกษาเอกชน การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย การศึกษาสำหรับผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส รวมทั้งกำหนดให้เตรียมความพร้อมทักษะที่สำคัญให้แก่ผู้เรียนคือ ภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยีดิจิทัล (Rohitasthira, 2020) มหาวิทยาลัยต่างๆ ใช้วิธีการสอนออนไลน์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มการสอนและแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อจัดการเรียนรู้ออนไลน์ เช่น Zoom, Google meet, Microsoft teams, Line, Facebook broadcasts (Oops, 2020) และ Kamalludeen (2020) เสนอว่าการเปลี่ยนผ่านไปสู่การศึกษาในชีวิตวิถีใหม่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการศึกษาดั้งเดิมไปสู่รูปแบบใหม่ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การปรับเปลี่ยนพื้นที่การเรียนรู้จากพื้นที่ของสาธารณะไปสู่พื้นที่ส่วนบุคคล หมายถึง แทนที่จะเรียนในห้องเรียนของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย การเรียนรู้จะเกิดที่บ้านหรือพื้นที่ส่วนบุคคลผ่านโทรศัพท์มือถือหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ 2) เปลี่ยนรูปแบบวิธีการให้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการที่แตกต่างในการเรียนของผู้เรียน ดังนั้น ผู้สอนจึงควรออกแบบบทเรียนให้น่าสนใจ มีความยืดหยุ่น (Flexible) เรียนรู้ได้จากสื่อและวิธีการตามความสนใจของผู้เรียน 3) เปลี่ยนแปลงความรับผิดชอบในการจัดการ แม้ว่าครูจะสามารถสอนทางออนไลน์ แต่การเรียนรู้ที่ดีจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอก การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ส่วนบุคคลทำให้ผู้ปกครองสามารถกำกับและติดตามการเรียนรู้ของผู้เรียน และการสนับสนุนจากผู้ปกครองหรือสมาชิกในครอบครัวจะทำให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจ (Motivation) และเชื่อว่าการเรียนรู้เป็นกิจกรรมที่สำคัญ 4) เปลี่ยนรูปแบบของวิธีการประเมินผล (Evaluation) จากวิธี

การประเมินปลายทางเป็นการประเมินเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยทั้ง 4 ด้านจะต้องใช้ควบคู่กับเทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับส่งผ่านการเรียนรู้ไปสู่ผู้เรียนในรูปแบบชีวิตวิถีใหม่

รูปแบบชีวิตวิถีใหม่ของการศึกษาควรให้น้ำหนักใหม่เพื่อจัดการปัญหาเดิม เช่น ปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และการมีส่วนร่วมของผู้เรียนควรมีคุณภาพมากกว่าจำนวนชั่วโมงเรียน การเรียนที่เชื่อมโยงกับชุมชนและบริบทที่สอดคล้องกับผู้เรียนมากกว่าเรียนรู้ตามมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ เน้นวิธีวัดและประเมินจากชิ้นงานและพฤติกรรมของผู้เรียนเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Formative assessment) มากกว่าการประเมินเพื่อการตัดสิน (Summative assessment) และส่งเสริมให้เกิดความท้าทายในการเรียนพร้อมกับการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้เต็มตามศักยภาพ เรียนรู้เพื่อสุขภาพกายและใจอย่างมีความสุข และเรียนรู้ทางวิชาการบนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย (Pitayapongsakorn, 2020)

ผู้เขียนสรุปว่า การเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่จะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยสนับสนุนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (Learning activities) ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น การเรียนในห้องเรียนแบบดั้งเดิมจะถูกเร่งให้เปลี่ยนไปสู่รูปแบบใหม่ที่เป็นระบบออนไลน์ที่ทันสมัย ทั้งใช้เป็นสื่อเสริมและใช้จัดการเรียนรู้เต็มรูปแบบ สถาบันการศึกษาจึงต้องปรับโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาการจัดการเรียนรู้ให้รองรับกับชีวิตวิถีใหม่ที่จะเกิดขึ้นผ่านแพลตฟอร์มเรียนรู้ออนไลน์ต่างๆ และพัฒนาผู้สอนให้สามารถจัดการชั้นเรียนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และเตรียมพร้อมรับมือกับวิกฤติของโรคระบาดที่จะอุบัติใหม่ ในสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะสุ่วิสัยต่างๆ ซึ่งยังไม่มีใครสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไรในอนาคต

การเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

การพัฒนาการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จะต้องมีความวิสัยทัศน์และมุ่งเน้นการปฏิรูปการศึกษาเพื่ออนาคตด้วยการใช้นวัตกรรมและการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยเมื่อมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการจัดการศึกษาจะสามารถช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านทางการศึกษา เช่น การนำเทคโนโลยีที่ประกอบด้วยบล็อกเชน (Blockchain) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud computing) เข้ามาช่วยจัดการโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถบริหารจัดการทรัพยากร วางแผนกลยุทธ์เพื่อการบริหารจัดการ ใช้เป็นเครื่องมือประมวลผลจัดเก็บ และพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ทันสมัยไปพร้อมกันด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมต่อและเข้าถึงการเรียนรู้จากระยะไกลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเรียน ลดการจราจรแออัดบนถนน สร้างรูปแบบการทำงานและการเรียนรู้ใหม่ที่สามารถช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของโรคระบาดติดต่อหรือปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ฉุกเฉินที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคตด้วยการทำงานและเรียนรู้ได้จากที่บ้าน (Work from home) ใช้จัดหลักสูตรออนไลน์ที่มีความฉลาดและเป็นอัตโนมัติ ตลอดจนสามารถใช้จัดระเบียบและแบ่งปันทรัพยากรสำหรับทำงานและเรียนรู้ร่วมกันจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) เพื่อให้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างสะดวกจากทุกที่ทุกเวลา (Chaiyarak, Koednet, & Nilsook, 2020)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบโดยตรงกับวิถีชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงในหลายมิติ เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และนวัตกรรม ยุคสังคมดิจิทัลทำให้เราสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้จากปลายนิ้ว เปิดโลกของ

การเรียนรู้ได้ตลอดเวลา โลกดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการเรียนรู้ในยุคปัจจุบัน สถาบันการศึกษาหลายแห่งจึงต้องปรับหลักสูตรและวิธีการสอนที่เน้นการเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถประยุกต์ใช้ได้จริง มีการบูรณาการสาขาวิชาต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยความนิยมการเรียนรู้นอกระบบจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น ผู้เรียนมองหารูปแบบที่ยืดหยุ่นและตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว เกิดการพัฒนา นวัตกรรมและการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์และใช้งานได้เหมาะสมกับคนแต่ละกลุ่ม ทุกคนจึงต้องปรับตัวและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ก้าวทันอยู่เสมอ ทั้งนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ และครูอาจารย์ (OKMD, 2016) และเหตุผลที่สำคัญในการเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นเป็นผลมาจากเทคโนโลยีอุบัติใหม่ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและรูปแบบกิจกรรมของคนรุ่นใหม่ได้กดดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการศึกษา เช่น การจัดการเรียนรู้ต้องเป็นรูปแบบ Active learning หรือห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ซึ่งนำเทคโนโลยีมาใช้กระตุ้นและสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ในการเรียนรู้กับผู้เรียนด้วยรูปแบบเกมการเรียนรู้ (Gamification) ประกอบกับผู้เรียนในยุคดิจิทัล เป็นกลุ่มคนที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีในทุกรูปแบบหรือจัดเป็น Generation Z เป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณลักษณะพิเศษ สามารถทำอะไรได้หลายอย่างในเวลาเดียวกัน มีจินตภาพ เล่นและเรียนรู้อยู่กับโลกออนไลน์ ดังนั้นการจัดการศึกษาจึงต้องสามารถสร้างความพอใจ สร้างความท้าทายในการเรียนรู้ และส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตนเองได้ตามความถนัดและความสนใจของแต่ละบุคคล (Poovarawan, 2016)

ผู้เขียนสรุปว่า ความท้าทายในการเปลี่ยนผ่านการศึกษาไม่ควรแก้ไขเฉพาะหน้า ในสถานการณ์โควิด-19 แต่ควรเปลี่ยนวิกฤติเป็นโอกาสเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ดีกว่าเดิมและสามารถสร้างสภาพการเรียนรู้ด้วยการนำเทคโนโลยี

ดิจิทัลมาประยุกต์ใช้และส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ดังที่ Nilsook & Jitsupa (2020) ให้ข้อเสนอแนะว่าการจัดการศึกษาที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ การจัดการเรียนรู้ และให้บริการจะช่วยให้เกิดความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติการและผู้เรียน ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรเริ่มต้นด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ (Strategy) ให้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ การจัดการเรียนการสอนและจัดสภาพการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

การเปลี่ยนผ่านการศึกษาต้องปรับทั้งระบบใหญ่ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเน้น 1) ปรับหลักสูตรให้กระชับและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ 2) เพิ่มความยืดหยุ่นด้านโครงสร้างเวลาเรียนและความหลากหลายของรูปแบบที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนรายบุคคล (Personalized learning) และใช้การเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended learning) 3) ออกแบบให้เป็นหน่วยการเรียนรู้ฐานสมรรถนะและทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในอนาคต 4) ประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ผู้เรียน (Formative assessment) โดยให้ผู้เรียนได้ย้อนคิดถึงกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความรับผิดชอบและเป็นเจ้าของการเรียนรู้ 5) เน้นประเมินเพื่อสร้างความรับผิดชอบมากกว่าวัดความรู้จากคะแนนสอบ (Assessment for accountability) เช่น การให้ค่าน้ำหนักด้านความรับผิดชอบ ความสม่ำเสมอของการร่วมกิจกรรมและส่งงานตรงเวลา โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยในการตรวจสอบเพื่อลดภาระงานของครูได้ เช่น การใช้ Google classroom, MS-Teams มอบหมายงาน บันทึก และจัดเก็บเวลาในการส่งงาน (Pinyosinwat, 2020) ดังนั้น ผู้สอนจะต้องสามารถบูรณาการและประยุกต์ใช้หลักในการจัดการเรียนรู้

ผ่านแพลตฟอร์มสำหรับการสอนออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้สามารถสื่อสารและจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบออนไลน์ตามเวลาจริง (Real time) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียนเพื่อเป็นพื้นฐานสู่การจัดการชั้นเรียนออนไลน์

การจัดการเรียนรู้เป็นกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับผู้เรียน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามจุดประสงค์ที่กำหนดโดยอาศัยศาสตร์และศิลป์ในการถ่ายทอดเนื้อหาวิชาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้จะบรรลุผลหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความรู้และความสามารถของครูทั้งด้านวิชาการ เทคนิควิธีสอนและการจัดการชั้นเรียนที่ดี (Jaitiang, 2010) ดังนั้นครูจึงต้องให้ความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพราะเป็นการเลือกและตัดสินใจที่ดีและเหมาะสมที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นการจัดเตรียมเนื้อหาและนำมาบูรณาการกับกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ได้อย่างมีความสุขและบรรลุตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ที่กำหนด (Koednet & Phaudjantuk, 2020)

การจัดการชั้นเรียนเป็นการจัดสภาพของการเรียนรู้ให้เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาและผู้เรียนได้รับการพัฒนาตามศักยภาพของแต่ละคน (Boonpirom, 2014) การจัดสภาพสิ่งแวดล้อมของห้องเรียนให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ เป็นการดำเนินการที่จะช่วยให้การสอนนั้นมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนเกิดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด (Kowtrakul, 2013) การจัดการชั้นเรียนมีความหมายรวมไปถึงการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและจัดการกับพฤติกรรมที่เป็นปัญหาต่างๆ ของผู้เรียน การสร้างระเบียบวินัย ตลอดจนเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้เรียนสนใจ สามารถกระตุ้นและจูงใจให้เกิดการเรียนรู้ (Kuntirangkul, 2008) และเป็นการ

ปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ (Strategy) ที่ใช้สำหรับจัดระเบียบในห้องเรียน โดยใช้หลักการจูงใจ (Motivation) กระตุ้นและสร้างความสนใจเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม (Natakuatoong, 2002) การจัดการชั้นเรียนจึงเป็นบทบาทและหน้าที่สำคัญของครูทุกคนที่ควรตระหนักและให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการให้ความรู้กับผู้เรียน เพราะการจัดการชั้นเรียนที่ดีและเหมาะสมจะช่วยสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จ และเรียนรู้ได้อย่างมีความสุข

Boonchuwong (2001) เสนอหลักการจัดการชั้นเรียนที่ดีว่าควรประดับตกแต่งห้องเรียนให้มีสีสันสวยงาม ดูสบายตา มีอากาศถ่ายเทได้ดี แสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงรบกวน ไม่ร้อนเกินไป อากาศไม่เป็นพิษ สะอาดถูกสุขลักษณะ เป็นระเบียบเรียบร้อย สิ่งที่อยู่ในชั้นเรียนสามารถเอื้อต่อการทำกิจกรรมประเภทต่างๆ ผู้เรียนมีความสุข มีอิสระและเสรีภาพในการเรียน มีวินัยในการดูแลตัวเองและการอยู่ร่วมกับผู้อื่น ปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนกับเพื่อนและครูเป็นไปด้วยดี และที่สำคัญครูต้องควบคุมอารมณ์ ไม่โมโหหรือหงุดหงิดง่าย บรรยากาศในชั้นเรียนที่ดีและเหมาะสมจะส่งผลต่อการสนับสนุนและสร้างเสริมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ Keesookpun (2009) นำเสนอว่าบรรยากาศในชั้นเรียนประกอบด้วย 1) บรรยากาศทางกายภาพหรือทางด้านวัตถุ หมายถึง การจัดสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนให้เป็นระเบียบเรียบร้อย 2) บรรยากาศทางจิตวิทยา หมายถึง บรรยากาศเกี่ยวกับความรู้สึกและจิตใจของผู้เรียนที่จะทำให้เกิดความรู้สึกสบายใจ อบอุ่น เป็นกันเอง มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีความรักความศรัทธาต่อผู้สอน ช่วยสร้างความสนใจ ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ ปราศจากความกลัวและความวิตกกังวลและกลัวที่จะแสดงออก 3) บรรยากาศทางสังคม หมายถึง บรรยากาศของการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบในการเรียนรู้ระหว่างครูกับผู้เรียน และผู้เรียนด้วยกันเอง รวมถึงกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ที่

เกิดขึ้นร่วมกันในชั้นเรียน

Chuthai (1979) นำเสนอรูปแบบการจัดการบรรยากาศในชั้นเรียนที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการสอนไว้ 6 รูปแบบ 1) บรรยากาศความท้าทาย (Challenge) เป็นรูปแบบที่ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการคิดวิเคราะห์และตัดสินใจด้วยตนเอง โดยตั้งประเด็นคำถาม ใช้การแข่งขันเพื่อความท้าทายและสร้างความสนุกสนาน เพื่อให้ผู้เรียนมุ่งมั่นและตั้งใจในการเรียนรู้ 2) บรรยากาศของการมีอิสระ (Freedom) เป็นรูปแบบที่ให้ผู้เรียนได้ตัดสินใจเลือกทำในสิ่งที่มีความหมายและมีคุณค่าแห่งตน รวมถึงให้โอกาสได้ลองผิดลองถูก ซึ่งผู้เรียนจะทำกิจกรรมโดยรู้สึกผ่อนคลาย ไม่วิตกกังวล กล้าแสดงออก 3) บรรยากาศการยอมรับ (Respect) เป็นรูปแบบที่ผู้สอนให้การต้อนรับและแสดงออกถึงการให้ความสำคัญ เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม ส่งผลให้ผู้เรียนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชั้นเรียนและให้การยอมรับเพื่อนร่วมชั้นเรียน 4) บรรยากาศความอบอุ่น (Warmth) เป็นรูปแบบที่ผู้สอนแสดงออกทางด้านจิตใจ เพื่อให้ผู้เรียนรู้สึกว่าคุณสอนมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้เรียน โดยใช้คำพูดและภาษาที่สุภาพ อ่อนโยน คอยซักถามเพื่อให้ความช่วยเหลือจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกสบายใจ 5) บรรยากาศการควบคุม (Control) เป็นรูปแบบการใช้ข้อตกลง กฎ ระเบียบร่วมกับผู้เรียนเพื่อให้เคารพกฎเกณฑ์ มีระเบียบวินัยในการเรียนรู้ร่วมกัน 6) บรรยากาศความสำเร็จ (Success) เป็นรูปแบบที่ผู้สอนให้การกระตุ้นเสริมแรงและให้กำลังใจ เช่น กล่าวชื่นชมหรือให้รางวัล เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้สึกภาคภูมิใจในความสำเร็จและเกิดความมั่นใจในตนเอง

การจัดการชั้นเรียนออนไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลหลักการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียนในรูปแบบปกติ ผู้สอนสามารถนำรูปแบบการจัดการบรรยากาศชั้นเรียนแบบปกติมาประยุกต์และบูรณาการใช้กับชั้นเรียนออนไลน์ได้เป็นอย่างดี ดังที่ Kerr (2011) นำเสนอเทคนิค

สำหรับการจัดการเรียนออนไลน์ว่า ผู้สอนจะต้องเตรียมความพร้อมและวางแผนการจัดกิจกรรมก่อนการสอน พร้อมทั้งเลือกใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่สามารถสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียนได้สะดวก และสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ดีที่สุด เน้นบรรยากาศที่สนุกสนานและคอยกระตุ้นเพื่อส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ในการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างมีความสุข ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ และใช้วิธีการประเมินกระบวนการเรียนรู้จากคุณภาพของชิ้นงานของผู้เรียนด้วยเกณฑ์รูบริกส์ (Rubric)

Titan et al. (2017) ให้ความสำคัญกับการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ (Learning activities) โดยเน้น 5 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ 1) การพบผู้เรียนออนไลน์แบบเห็นหน้า 2) เน้นกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนจากการอภิปรายและการมีปฏิสัมพันธ์กลุ่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ 3) การมอบหมายและตรวจงานเพื่อให้ผลป้อนกลับ 4) การทดสอบด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ และ 5) การให้ผลป้อนกลับ (Feedback) และสรุปว่าการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ออนไลน์จะต้องเน้นความกระตือรือร้นและมีชีวิตชีวาในการเป็นผู้ดำเนินการของผู้สอนเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนทุกคนมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นในกิจกรรม และการให้ผลป้อนกลับ (Feedback) ของผู้สอนต่อผลงานและการอภิปรายของผู้เรียนมีความสำคัญต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นอย่างมาก

Suwanattachote (2018) ได้นำเสนอเทคนิคในการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียนออนไลน์ โดยเสนอสมรรถนะและองค์ประกอบที่ผู้สอนออนไลน์จะต้องให้ความสำคัญ คือ 1) ศาสตร์การสอน กลยุทธ์การสอน และออกแบบกิจกรรม 2) การจัดกิจกรรม การจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน 3) การให้คำแนะนำและส่งเสริมสนับสนุนผู้เรียน 4) การวัดและประเมินผล

การประเมินประสิทธิภาพการสอน การประเมินการมีส่วนร่วมทางการเรียนของผู้เรียน 5) ความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้สอน และสรุปว่าสมรรถนะของผู้สอนออนไลน์ด้านการให้คำแนะนำและส่งเสริมสนับสนุนผู้เรียน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ผู้เรียนเรียนรู้ได้ดีจากการส่งเสริมสนับสนุนและจากการสร้างบรรยากาศการมีปฏิสัมพันธ์ในการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนและผู้เรียนด้วยตนเอง

ผู้เขียนสรุปว่า การจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียนทั้งในรูปแบบชั้นเรียนปกติและชั้นเรียนออนไลน์ผู้สอนจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยเฉพาะสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนรู้และการใช้เทคนิควิธีที่เหมาะสมเพื่อจัดการกับพฤติกรรมของผู้เรียนเพื่อให้เกิดความสนใจในการเรียนรู้ รวมถึงการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย (Learning activities) เน้นบรรยากาศที่ทำให้ผู้เรียนสนุกสนาน มีชีวิตชีวา (Sprightly) และมีความสุขในการเรียนรู้ ดังนั้นผู้สอนจึงควรเริ่มต้นด้วยการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) เพื่อกำหนดเป้าหมาย จุดประสงค์ของการเรียนรู้ ออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียน เลือกใช้สื่อ เทคนิควิธี และกระบวนการต่างๆ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้และสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีความสุข และบรรลุผลการเรียนรู้ตามที่กำหนด

การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ด้วยรูปแบบ SMILES เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่ในยุคเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ผู้เขียนวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ การเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล หลักการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียนเพื่อเป็นพื้นฐานสู่การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำมาสรุปเป็นรูปแบบซึ่งสื่อความหมายถึงห้องเรียนแห่งรอยยิ้ม สำหรับนำไปประยุกต์

ใช้จัดการชั้นเรียนออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนในชีวิตวิถีใหม่ โดยนำแนวทางการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ การเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล มาบูรณาการและประยุกต์ใช้ร่วมกับหลักการจัดการชั้นเรียนที่สำคัญรวมกันเป็นรูปแบบ SMILES ประกอบด้วย

Strategy คือ กำหนดกลยุทธ์การสอน เพื่อออกแบบการจัดการเรียนรู้และจัดการชั้นเรียนด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการสอนผ่านระบบออนไลน์ ออกแบบกิจกรรม เลือกใช้เทคนิควิธีการ และกระบวนการต่างๆ กำหนดเป้าหมาย (Goals) และจุดประสงค์การเรียนรู้ (Objectives) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนอย่างชัดเจน รวมถึงการสร้างข้อตกลง กฎระเบียบ และมารยาทร่วมกันกับผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนเคารพกฎเกณฑ์ มีระเบียบวินัยในการอยู่ร่วมกันในชั้นเรียนออนไลน์ โดยผู้สอนใช้เทคนิคให้ผู้เรียนกำกับตนเอง และฝึกให้ผู้เรียนใช้สิทธิหน้าที่ของตนเองโดยไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น เช่น การปิดเสียงก่อนเข้าร่วมห้องเรียนทุกครั้งเพื่อไม่ให้มีเสียงดังรบกวน จากนั้นจึงใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อกระตุ้นและจูงใจในการเรียนรู้ด้วยความสุขและสนุกสนาน

Motivation คือ การสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นและกำหนดการเสริมแรงเมื่อผู้เรียนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและจุดประสงค์ของการเรียนรู้ เช่น กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนหรือรางวัลที่เหมาะสม รวมถึงการจัดบรรยากาศของห้องเรียนออนไลน์ให้น่าสนใจ การใช้เทคนิคปรับเปลี่ยนฉากพื้นหลัง (Virtual background) การปรับมุมมองสำหรับสื่อสารผ่านหน้าจอ (Grid view) ให้สามารถมองเห็นผู้เรียนและผู้เรียนมองเห็นเพื่อนได้ทั่วถึง กล่าวทักทายกันอย่างกัลยาณมิตรและแสดงออกถึงการให้ความสำคัญ เช่น กล่าวชมผู้เรียนที่เข้าเรียนตรงเวลา แต่งกายสุภาพเรียบร้อย หรือการเลือกใช้ฉากพื้นหลังได้สวยงาม น่าสนใจ และกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้สึกภาคภูมิใจในผลงานต่างๆ ของตนเอง สร้างความเชื่อมั่นในตนเองให้กับผู้เรียนโดยการให้กำลังใจ ให้คะแนน

หรือรางวัลด้วยวิธีการที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้สึกประสบความสำเร็จและภาคภูมิใจ ตลอดจนนำผลงานของผู้เรียนมาแสดงให้เห็นได้ร่วมกันชื่นชมในความสำเร็จอย่างสม่ำเสมอ และใช้หลักจิตวิทยาเพื่อเสริมแรงจูงใจอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

Interactive คือ การมีปฏิสัมพันธ์ได้ตอบการมีส่วนร่วมและการร่วมมือกันของผู้เรียน โดยใช้เครื่องมือสร้างปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ (Audience response system) เช่น Mentimeter หรือ Poll Everywhere ตั้งประเด็นคำถามและให้ผู้เรียนตอบผ่านสมาร์ทโฟนหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ สร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือในการทำงานแบบออนไลน์ (Online collaboration) ซึ่งทำกิจกรรมร่วมกันได้จากกระดานโต้ตอบ โดยใช้แอปพลิเคชันการประมวลผลแบบ Cloud เช่น Google drive, One drive จัดเก็บและแบ่งปันการเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้งานร่วมกัน ประยุกต์ใช้ Google apps for education สร้างรูปแบบการทำงานร่วมกันของผู้เรียนได้จากกระดานโต้ตอบ เช่น Google jamboard, Google docs, Microsoft whiteboard, Padlet และอื่นๆ ตลอดจนการจัดเตรียมไฟล์ข้อมูลและช่องทางการเข้าถึงไฟล์ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างสะดวก เช่น เอกสารประกอบการเรียน ใบความรู้แบบฝึกหัด โดยจัดเก็บด้วยรูปแบบออนไลน์ให้ผู้เรียนสามารถทบทวนความรู้เพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง เช่น MOOCs, Moodle, iTunes หรือ YouTube และ Web site ต่างๆ

Learning activities คือ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้น Active learning ผสมผสานกับรูปแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped classroom) เช่น ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาสาระด้วยตนเองมาก่อน แล้วเน้นการทำกิจกรรมหรือแก้โจทย์ปัญหาร่วมกันในชั้นเรียนออนไลน์ และผสมผสานกับแนวคิดของการเล่นเกมเพื่อการเรียนรู้ (Gamification) ซึ่งเป็นกระบวนการกิจกรรมที่ทำให้ผู้เรียนสนุกเหมือนกับการเล่นเกม เพื่อสร้างบรรยากาศของความท้าทาย

ในการเรียนรู้ (Challenge) กระตุ้นให้ผู้เรียนได้คิด วิเคราะห์ แสดงออกและตัดสินใจด้วยตนเองและร่วมกับเพื่อนจากประเด็นคำถาม เกมออนไลน์หรือกิจกรรมผ่านหน้าจอการนำเสนอของผู้สอน รวมถึงการใช้การแข่งขันตามแนวคิด Gamification เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เรียน สร้างความสนุกสนาน ท้าทายความสามารถและช่วยให้ผู้เรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการเรียนรู้ เช่น Kahoot! challenge เกมเปิดแผ่นป้ายใบคำ หรือนำแนวคิดการเล่นเก็จากรายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจมาประยุกต์ใช้และผสมผสานรูปแบบของห้องเรียนกลับด้าน (Flipped classroom) โดยให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาสาระการเรียนรู้ด้วยตนเองล่วงหน้าจากสื่อและแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ ส่วนกิจกรรมในชั้นเรียนออนไลน์เป็นรูปแบบการฝึกปฏิบัติเพื่อคิดวิเคราะห์ เล่นเกมหรือทำกิจกรรมเพื่อแก้โจทย์ปัญหาและนำไปประยุกต์ใช้งานจริง

Evaluation คือ กระบวนการที่ใช้สำหรับประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเน้นประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Formative assessment) และประเมินตามสภาพจริง (Authentic assessment) ตามกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคน เช่น การประยุกต์ใช้ Google classroom, MS-teams หรือ Moodle สร้างห้องเรียนออนไลน์เพื่อให้ผู้เรียนส่งงานตรวจสอบการเข้าชั้นเรียน รวมถึงการใช้แบบทดสอบออนไลน์ เช่น Google forms, MS-forms หรือเกมออนไลน์ต่างๆ เช่น Kahoot! โดยจัดทำเป็นแบบทดสอบเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจ แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล หรือประยุกต์ใช้เพื่อตรวจสอบการเข้าชั้นเรียนของผู้เรียนเป็นระยะ และที่สำคัญผู้สอนควรตรวจงานที่มอบหมายในห้องเรียนออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งให้ข้อคิดเห็น (Feedback) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนากระบวนการเรียนรู้และปรับปรุงผลงานของตนเองได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ

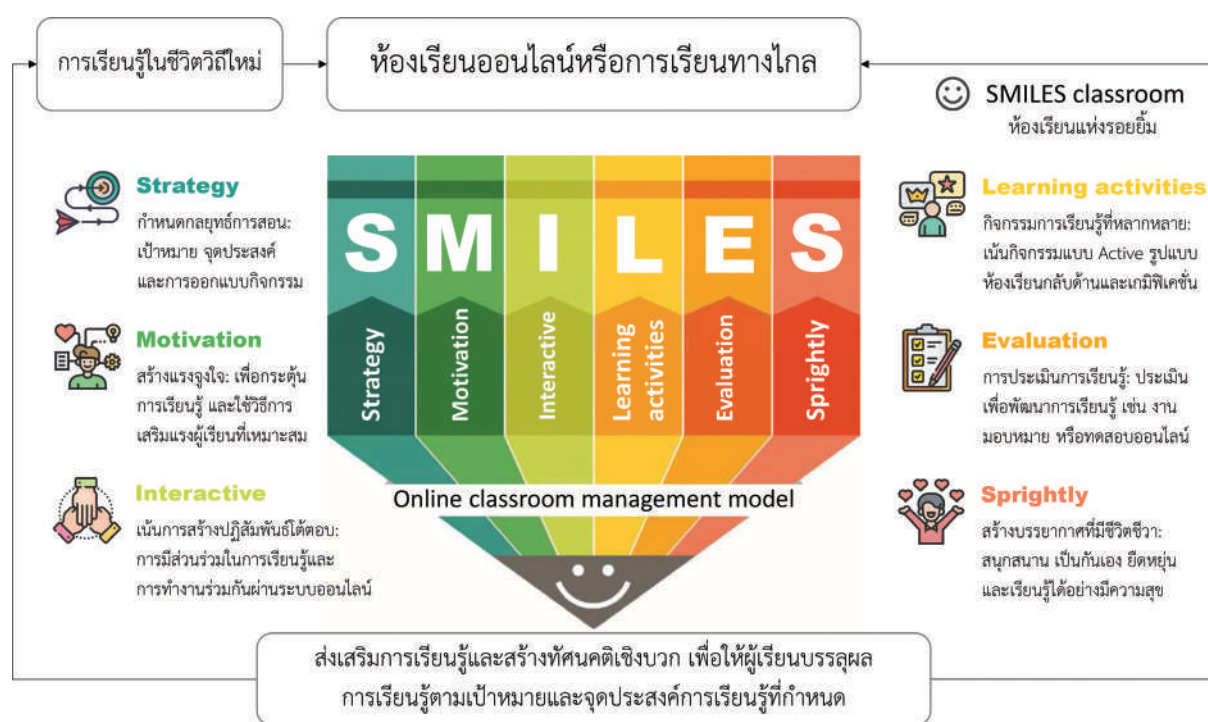
Sprightly คือ บรรยากาศการเรียนรู้ที่มีชีวิตชีวา สนุกสนาน ทำให้เรียนรู้ได้อย่างมีความสุข ส่งผลให้การเรียนรู้นั้นมีประสิทธิภาพและผู้เรียนเกิดการ

เรียนรู้ตามจุดประสงค์ที่กำหนด โดยผู้สอนจะต้องใช้ถ้อยคำและภาษาที่สุภาพ อ่อนหวาน ปรับบุคลิกภาพของตนเองให้สดชื่น กระฉับกระเฉง ยิ้มแย้มแจ่มใส เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมทุกทหายเพื่อน ทั้งด้วยคำพูดและการพิมพ์ข้อความในช่องสนทนาของห้องเรียนออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เรียนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชั้นเรียน เป็นกันเองทุกครั้งที่ทำกาบบันทึกรหน้าจอการจัดการเรียนรู้ผ่านระบบผู้สอนจะต้องแจ้งให้ผู้เรียนทราบและได้รับการอนุญาตโดยฉันทามติ ไม่ทำให้ผู้เรียนรู้สึกกดดันหรือเครียด เรียนรู้ได้อย่างสบายใจ แสดงให้เห็นว่าผู้สอนมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้เรียน คอยซักถามเพื่อให้ความช่วยเหลือหรือให้คำแนะนำในการใช้งานระบบห้องเรียนออนไลน์ อนุญาตให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็น และทำกิจกรรมโดยรู้สึกผ่อนคลาย ยืดหยุ่น ไม่กลัวหรือกังวลที่จะมีส่วนร่วมและแสดงออก และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถแชร์หน้าจอเพื่อแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียมกัน

ผู้เขียนนำแนวคิดของรูปแบบ SMILES มาออกแบบเป็นรูปภาพเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันของข้อมูล โดยเริ่มต้นด้วยการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ (Learning in a new normal) นำไปสู่การเปลี่ยนผ่านการศึกษาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะต้องจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์หรือเรียนทางไกล และใช้รูปแบบ SMILES เพื่อวางแผนและออกแบบการจัดการชั้นเรียน กำหนดเป้าหมายและผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ชัดเจน สร้างแรงจูงใจ สร้างความร่วมมือร่วมใจในการทำงานร่วมกันได้จากระยะไกล จัดกิจกรรมที่หลากหลายด้วยรูปแบบเกมการเรียนรู้และห้องเรียนกลับด้าน ใช้รูปแบบการประเมินเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้และสร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน เพื่อกกระตุ้นและจูงใจให้ผู้เรียนสนใจในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง เป็นห้องเรียนแห่งรอยยิ้ม (SMILES classroom) ซึ่งจะส่งผลให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพ ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ และบรรลุผลการเรียนรู้

ตามจุดประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเป็นรูปแบบการจัดการชั้นเรียนที่เหมาะสมสำหรับรองรับการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่ โดยเริ่มต้นด้วยการกำหนดกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ (Strategy) ที่มีเป้าหมายและจุดประสงค์ที่ชัดเจน ออกแบบกิจกรรม เลือกใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อกระตุ้นจิตใจในการเรียนรู้อย่างมีความสุขและสนุกสนาน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ผ่านชั้นเรียนออนไลน์ได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ สร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ (Motivation) เน้นปฏิสัมพันธ์โต้ตอบและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน (Interactive) เน้นกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย (Learning activities) ใช้วิธีประเมินการเรียนรู้ที่เหมาะสม (Evaluation) และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่มีชีวิตชีวา สนุกสนาน ทำให้เรียนรู้ได้อย่างมีความสุข (Sprightly) ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 รูปแบบ SMILES สำหรับการจัดการชั้นเรียนออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ชีวิตวิถีใหม่

บทสรุป

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงกันในหลายมิติ ทำให้เราสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้จากปลายนิ้วสัมผัสไปสู่อะไรก็ได้จากทุกหนทุกแห่ง เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นส่วนที่สำคัญต่อการเรียนรู้และเปลี่ยนผ่านการศึกษาในยุคปัจจุบัน การเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านและเตรียมพร้อมรับมือกับ

สภาวะฉุกเฉินหรือสถานการณ์ซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไรในอนาคต สถาบันการศึกษาจึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาแบบการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้รองรับกับชีวิตวิถีใหม่ผ่านแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ต่างๆ การจัดการชั้นเรียนออนไลน์ด้วยรูปแบบ SMILES ประกอบด้วย Strategy, Motivation, Learning activities, Evaluation และ Sprightly หรือเรียกว่าห้องเรียนแห่งรอยยิ้ม (SMILES classroom) เป็นรูปแบบการจัดการชั้นเรียนที่น่าเสนอเพื่อเป็นแนวทางสำหรับจัดการชั้นเรียนออนไลน์ ซึ่งมีแนวโน้ม

ที่จะเป็นรูปแบบการเรียนรู้ในชีวิตวิถีใหม่หรือนำมาใช้เพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของสถานการณ์โรคระบาดติดต่อหรือสถานการณ์ฉุกเฉินที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต ประกอบด้วย 1) Strategy กลยุทธ์จัดการเรียนรู้ที่มีเป้าหมายและจุดประสงค์ที่ชัดเจน การออกแบบกิจกรรม เลือกใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อกระตุ้นใจในการเรียนรู้อย่างมีความสุขและสนุกสนาน เพื่อเน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ผ่านชั้นเรียนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) Motivation สร้างแรงจูงใจกระตุ้นการเรียนรู้ 3) Interactive เน้นปฏิสัมพันธ์โต้ตอบและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน

4) Learning activities เน้นกิจกรรมเรียนรู้ที่หลากหลาย 5) Evaluation ใช้วิธีประเมินการเรียนรู้ที่ส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้มากกว่าตัดสินความรู้ และ 6) Sprightly สร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่มีชีวิตชีวา สนุกสนาน ทำให้เรียนรู้ได้อย่างมีความสุข ซึ่งจะส่งผลให้เกิดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ของชั้นเรียนออนไลน์ที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ และบรรลุผลการเรียนรู้ตามจุดประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการเรียนรู้ และการจัดการชั้นเรียนที่มีประสิทธิภาพ

References

- Boonchuwong, S. (2001). *Principles of Teaching* (2nd ed.). Bangkok: Sawangsutthi Publication. [in Thai]
- Boonpirom, S. (2014). *Classroom Management*. Bangkok: Triple Education. [in Thai]
- Chaiyarak, S., Koednet, A., & Nilsook, P. (2020). Blockchain, IoT and Fog Computing for Smart Education Management. *International Journal of Education and Information Technologies*, 14(1), 52–61. <https://doi.org/10.46300/9109.2020.14.7>
- Chuthai, P. (1979). *Psychology of Learning and Teaching* (2nd ed.). Bangkok: Worawut Printing. [in Thai]
- Jaitiang, A. (2010). *Teaching Principles (Revised Version)* (5th ed.). Bangkok: O.S. Printing House. [in Thai]
- Kamalludeen, M. R. (2020). *Transitioning to the New Normal in Education*. Retrieved August 20, 2020, from <https://www.thestar.com.my/opinion/letters/2020/04/28/transitioning-to-the-new-normal-in-education>
- Keesookpun, B. (2009). *Course with Learning Management*. Bangkok: Semadham Publishing House. [in Thai]
- Kerr, S. (2011). Tips, Tools, and Techniques for Teaching in the Online High School Classroom. *TechTrends*, 55(1), 28-31. <https://doi.org/10.1007/s11528-011-0466-z>
- Koednet, A. & Phaudjantuk, S. (2020). KOI Model to Enhance Design of Learning Management for Pre-service Teachers in the 21st Century. *Panyapiwat Journal*, 12(2), 316-328. [in Thai]
- Kowtrakul, S. (2013). *Educational Psychology* (11th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Kuntirangkul, S. (2008). Professional Teacher Class Management. *Journal of Education Loei Rajabhat University*, 1(2), 1-19. [in Thai]

- Lapanan, A. (2020). COVID-19's Education Revolution Reverses the COVID-19 Crisis to a New Type of Education. *Journal of Teacher's Professional Development*, 119(1), 4-9. [in Thai]
- Mahasinpaisarn, T. (2020). New Normal, A New Way of Life in A Changing Society. *Panyapiwat Journal*, 12(2), Editorial. [in Thai]
- MHESI. (2020). *NEW NORMAL and Adaptation in COVID-19*. Retrieved August 20, 2020, from <https://www.mhesi.go.th/home/index.php/pr/all-media/55-covid-19/covid-km/1448-new-normal> [in Thai]
- Natakuatoong, O. (2002). *Top Class Management Strategies*. Bangkok: Expernet Books. [in Thai]
- Nilsook, P. & Jitsupa, J. (2020). *Information and Communication Technology Administration for Education* (2nd ed.). Bangkok: Textbook production center King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- OKMD. (2016). A World of Learning without Borders. *The Knowledge*, 1(1), 22-23 [in Thai]
- Oops, M. (2020). *COVID-19 Transforming Education Around the World! Using New Technology to Study-Thai University Teach through Online*. Retrieved August 20, 2020, from <https://www.marketingoops.com/exclusive/business-case/covid-19-reinvent-global-education-system-with-educational-technology/> [in Thai]
- Pinyosinwat, P. (2020). *How to Teach and Teach in the COVID-19 Situation: From Foreign Lessons to Thai Learning Management*. Retrieved August 20, 2020, from <https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic/> [in Thai]
- Pitayapongsakorn, N. (2020). *New Normal, what is Thai Education? When Distance Learning is not the Answer*. Retrieved August 20, 2020, from <https://tdri.or.th/2020/05/desirable-new-normal-for-thailand-education/> [in Thai]
- Poovarawan, Y. (2016). *Document for Lecture Teaching and Learning Management in a Digital Context*. Retrieved August 20, 2020, from <http://eco.ku.ac.th/2559/01/Effectivelearning&TeachingForKU.pdf> [in Thai]
- Rohitasthira, B. (2020). *Preparation of the Ministry of Education Before Semester July 1, 2020*. Retrieved August 20, 2020, from <https://moe360.blog/2020/05/08/> [in Thai]
- Suwannathachote, P. (2018). Online Instructor Competencies and Roles: Instructor Presence and Learner Support. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage*, 12(2), 244–256. [in Thai]
- Thongserm, W. (2020). Tips for Teaching from Home, 10 Techniques for Teaching Distance Learning to be Effective. *Journal of Teacher's Professional Development*, 119(1), 56-60. [in Thai]
- Titan, Ferdianto, Desak, G. G. F. P., & Lena. (2017). A Comparative Study of Teaching Styles in Online Learning Environment. *International Conference on Information Management and Technology 2017*, 15-17 November 2017. Yogyakarta, Indonesia: ICIMTech.



Name and Surname: Alongkorn Koednet

Highest Education: M.Ed. (Administration of Education),
Suan Dusit Rajabhat University

Affiliation: Suan Dusit University

Field of Expertise: Teaching, Pedagogy, Learning Management,
and Classroom Management



Name and Surname: Prapawan Samutpaochinda

Highest Education: Ph.D. (Non-formal Education for Social
Development), Kasetsart University

Affiliation: Suan Dusit University

Field of Expertise: Non-formal Education, Pedagogy,
Learning Management, and Classroom Management



Name and Surname: Panpachara Pinchinda

Highest Education: D.M. (Education Management),
Suan Dusit University

Affiliation: Suan Dusit University

Field of Expertise: Educational Administration, Pedagogy, Learning
Management, and Classroom Management

การเสริมสร้างสมรรถนะของผู้เรียนโดยใช้การเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education

STRENGTHENING THE LEARNERS' PROFICIENCY THROUGH WORK-BASED EDUCATION MODEL

จิตรา จันทราเกตุรวี¹ และพรพิมล ประสงค์พร²

Chittra Chantragatravi¹ and Pornpimon Prasongporn²

^{1,2}คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management

Received: November 6, 2020 / Revised: February 12, 2021 / Accepted: February 19, 2021

บทคัดย่อ

การจัดการเรียนรู้ในรูปแบบการเรียนรู้ที่มีฐานจากการทำงาน หรือ Work-based Education เป็นหนึ่งในรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นกระบวนการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในชั้นเรียนและได้ประสบการณ์จากการทำงานจริง ความโดดเด่นของรูปแบบนี้คือ หลักสูตรสาขาวิชาสามารถออกแบบและปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับบริบทสายงานอาชีพ ภายใต้หลักการที่เสริมสร้างทักษะการใช้ชีวิตและทักษะการทำงานให้ผู้เรียนสามารถบูรณาการองค์ความรู้ภาคทฤษฎีที่ได้ในห้องเรียนกับการทำงานในองค์กรต่างๆ ได้อย่างมีความสุข การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ Work-based Education นี้เป็นการศึกษาความหมายและลักษณะของรูปแบบ หลักการแนวคิดพื้นฐาน องค์ประกอบ ประโยชน์ และความสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา สถานประกอบการและสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education ที่เชื่อมโยงไปสู่การเสริมศักยภาพผู้เรียนให้เหนือกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว การสร้างโอกาสในการฝึกประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการให้ผู้เรียนได้มากกว่า 1 ครั้ง ภายในระยะเวลาการเรียนการสอนที่แต่ละหลักสูตรกำหนด บทความนี้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายนำรูปแบบ Work-based Education เป็นฐานในการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีคุณภาพตามสมรรถนะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 รอบด้านทั้งทักษะอาชีพ ทักษะสังคมและทักษะชีวิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: Work-based Education การจัดการเรียนรู้ สมรรถนะของผู้เรียน

Abstract

The learning management based on work performance, or work-based education, is one of the learning management models that puts emphasis on the process of providing the learners with in-class learning experience together with actual on-site working experience. The outstanding feature of this model is that the field study program can design and adapt the

operational process to be appropriate for the occupational context under the principle of enhancing the life skills and work performance skills of the learners to enable them to happily integrate the theoretical knowledge received in the classroom with the actual work experience in any organizations. This study of the work-based education learning management model is a study of the meaning and characteristics of the model, the principle and foundation concept, the components, the benefits and the relationships of the educational institution with the enterprise and society, all of which are key components in the work-based education learning management that connects and leads to the enhancement of the learners' competency better than just the learning obtained in the classroom only. This learning management model creates the opportunities for the learners to get practical experience in any enterprises of more than once and graduate within the time limit of the study program. This article collected data from printed documents, online media, and related research studies from both within the country and foreign countries in order to find the guidelines for all concerned people to apply the work-based education model as the basis for designing learning experience to enable the learners to achieve quality in accordance with learning competencies in the 21st Century including the professional skills, social skills and life skills for the creation of the highest benefits.

Keywords: Work-based Education, Learning Management, Learners' Competencies

บทนำ

การพัฒนาความรู้โดยเฉพาะในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเหตุผลในการพัฒนากำลังคนของประเทศต่างๆ เพื่อให้ปรับตัวก้าวทันโลกปัจจุบันอันเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง การเรียนการสอนในปัจจุบันจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการเรียนรู้ในห้องเรียนและในสถานศึกษา ที่หลายประเทศให้ความเชื่อมั่นและไว้วางใจว่าห้องเรียนเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่จะสร้างให้เยาวชนเติบโตได้ พร้อมมีความรู้และทักษะที่เต็มเปี่ยม สามารถนำไปใช้ได้ในการประกอบอาชีพในสถานประกอบการต่างๆ ในอนาคต

จาก National Education Act B.E. 2542 as amended (No.2) B.E. 2545 and (No.3) B.E. 2010 (Office of the National Education Commission, 2010) ในหมวด 4 แนวการจัดการศึกษา มาตรา 23 กล่าวว่า “การจัดการศึกษาต้องเน้น

ความสำคัญทั้งความรู้ คุณธรรม กระบวนการเรียนรู้ และบูรณาการตามความเหมาะสมของแต่ละระดับการศึกษา ผู้เรียนต้องรู้ตนเองกับสังคม มีความรู้และทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านภาษา มีประสบการณ์เรื่องการจัดการและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข” และมาตรา 24 ว่า “การจัดกระบวนการเรียนรู้ สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน ฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์และประยุกต์ความรู้ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ทำได้ คิดเป็น ทำเป็น รักการอ่าน และใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง สามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้สอนและผู้เรียนได้เรียนรู้ไปพร้อมกันจากสื่อการเรียนการสอนและจากแหล่ง

วิทยาการประเภทต่างๆ” และตาม National Education Plan B.E. 2560-2579 (Office of the Education Council, 2017) ได้ระบุถึงปัญหาด้านคุณภาพการศึกษาที่พบว่า กำลังแรงงานที่สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่มีความสามารถไม่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และสมรรถนะด้านอื่นๆ ก็ไม่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ เกิดอัตรารว่างงานจำนวนมากนั้น ประเทศไทยจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนที่มีทักษะและ

คุณลักษณะที่ตอบสนองความต้องการของภาคส่วนต่างๆ มากขึ้น

Chinintorn (2010) อธิบายการจัดรูปแบบการจัดการศึกษาที่บูรณาการการเรียนรู้กับการทำงาน เป็นการจัดให้ผู้เรียนได้ประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานในสถานประกอบการระหว่างที่ยังเรียนในสถาบันการศึกษา ภายใต้แนวคิดการเรียนรู้จากการทำ (Learning by Doing) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน 9 รูปแบบ

รูปแบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน	ลักษณะ	ตัวอย่าง
1. การกำหนดประสบการณ์ก่อนการศึกษา (Pre-course Experience)	เป็นการกำหนดประสบการณ์ในการทำงานเป็นคุณสมบัติเฉพาะของผู้เรียนก่อนเข้ารับการการศึกษา (Pre-requisite)	- การกำหนดประสบการณ์ทำงานในฟาร์มก่อนเข้าศึกษาเกษตรศาสตร์ - เปิดบ้านคณะผลิตกรรมการเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. การเรียนสลับกับการทำงาน (Sandwich Course)	เป็นการกำหนดระยะเวลาทำงานในระหว่างปีที่ศึกษา กำหนดให้ทำงาน 3-4 เดือนสลับกับการเรียนในสถาบันอุดมศึกษาจนสำเร็จการศึกษา	หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
3. สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	เป็นการกำหนดระยะเวลาทำงานที่ชัดเจนในหลักสูตร เน้นการบูรณาการทฤษฎีและการปฏิบัติ	- หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต - หลักสูตรต่างๆ ของสถาบันอุดมศึกษา
4. การฝึกงานที่เน้นการเรียนรู้หรือการติดตามพฤติกรรมการทำงาน (Cognitive Apprenticeship or Job Shadowing)	มุ่งเน้นการสังเกตพฤติกรรมและการซึมซับวัฒนธรรมองค์กรของสถานประกอบการ	การฝึกปฏิบัติงานของ นักกฎหมาย หนายความ นักปกครอง
5. หลักสูตรร่วมมหาวิทยาลัยและอุตสาหกรรม (Joint Industry University Course)	เป็นหลักสูตรที่ร่วมพัฒนาและอุดหนุนงบประมาณโดยองค์กรผู้ใช้บัณฑิต รวมทั้งการใช้บุคลากร และอุปกรณ์ขององค์กรผู้ใช้บัณฑิต	หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์บริหารธุรกิจ
6. พนักงานฝึกหัดใหม่หรือพนักงานฝึกงาน (New Traineeship or Apprenticeship)	เป็นการฝึกงานที่มีการจัดระบบการเตรียมการและการฝึกงานในสถานที่หรือนอกสถานที่	สัตวแพทยศาสตร์ เกษตรศาสตร์
7. การบรรจุให้ทำงาน หรือการฝึกเฉพาะตำแหน่ง (Placement or Practicum)	เป็นการพัฒนาทักษะหรือประสบการณ์ที่จำเป็นในอนาคต มีการฝึกปฏิบัติงานเพิ่มเติมในสถานการณ์จริง	แพทย์ พยาบาล ครู
8. การปฏิบัติงานภาคสนาม (Fieldwork)	เป็นการสำรวจหรือการสังเกต การทำงานในสถานที่จริงในระยะสั้น	สังคมสงเคราะห์ วิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์
9. การฝึกปฏิบัติงานจริงภายหลังสำเร็จการเรียนรู้ (Postcourse Internship)	เป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ในการปฏิบัติงานภายหลังสำเร็จการศึกษาภาคทฤษฎี	แพทย์ หนายความ

ทั้งนี้ รูปแบบการจัดการศึกษากับการทำงานจะเป็นที่นิยมอย่างมาก และมีชื่อที่รู้จักกันหลากหลาย เช่น การศึกษาจากประสบการณ์ (Experiential Exercises) โปรแกรมทำงานและศึกษา (Work-Study Program) การศึกษาที่ยึดการทำงานเป็นฐาน (Work-based Education) และการฝึกปฏิบัติวิชาชีพ (Internship) และการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ (Work Integrated Learning)

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เป็นการสร้างประสบการณ์วิชาชีพให้ผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติงานผ่านการฝึกงาน การฝึกภาคสนาม การศึกษาโครงการ สถานการณ์จำลอง ล้วนส่งผลดีต่อผู้เรียน ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงหลักสูตร การปรับปรุงกระบวนการในการสร้างประสบการณ์วิชาชีพให้ผู้เรียน สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับสถานประกอบการ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดไม่เพียงเฉพาะด้านการศึกษา แต่ยังรวมถึงระบบเศรษฐกิจและสังคมต่อประเทศไทยอีกด้วย

การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพเป็นเป้าหมายสำคัญของสถาบันการศึกษาทุกแห่งทั่วโลก ซึ่งต่างมุ่งหาวิธีและรูปแบบที่เชื่อว่าดีที่สุด เหมาะสมที่สุด จึงเป็นการหุ่มเทของสถาบันการศึกษาที่จะต้องศึกษาความหมาย หลักการแนวคิดพื้นฐาน องค์ประกอบ ประโยชน์และความสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา สถานประกอบการและสังคมที่ชัดเจนและเข้มแข็ง เพื่อสร้างสมรรถนะให้ผู้เรียนในการเรียนรู้ทางภาคทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติงานในรูปแบบต่างๆ ทั้งเป็นการศึกษาจากเอกสารสิ่งพิมพ์และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนเป็นแนวทางให้สถาบันการศึกษาและผู้สอนประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน รวมทั้งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรอบตัวสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตมากขึ้นและผู้สอนได้พัฒนาตนเอง สร้างองค์ความรู้ใหม่ในการสร้างมาตรฐานด้านการศึกษาของประเทศที่ดีขึ้น

สถาบันการศึกษาหลายแห่งทั่วโลกให้ความสำคัญและเน้นการจัดกระบวนการพัฒนาผู้เรียนตามแนวคิดที่เกี่ยวกับการสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการก่อนจบการศึกษา ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์นานับการต่อผู้เรียน มีการผสมผสานการเรียนในห้องเรียนกับประสบการณ์จากการทำงานนอกห้องเรียนเข้าด้วยกันผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีการฝึกงาน การทำงานเพื่อสังคม การทำงานในสถานประกอบการ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ซึ่ง Kramer & Usher (2011) และ Stirling et al. (2014) สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่ผู้เรียนได้ประสบการณ์จากการเรียนในชั้นบูรณาการกับความรู้จากสถานประกอบการด้วยการใช้ความรู้ทางทฤษฎี (Theory) และประสบการณ์การปฏิบัติงาน (Practice) พร้อมกันด้วยการเรียนรู้แบบบูรณาการกับการทำงาน

ความหมายของการเรียนรู้แบบ Work-based Education

Suthamanon (2017) กล่าวถึง การเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education ว่าหมายถึง การเรียนรู้ที่มุ่งสร้างบัณฑิตมืออาชีพ ด้วยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เน้นการสร้างบุคคลใหม่ที่มีความสามารถสูง พร้อมปฏิบัติงานตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ และมีความก้าวหน้าในองค์กรในระยะเวลาอันสั้น

Kasemsuk (2016) กล่าวถึง Work-based Education ว่าเป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาไปฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ซึ่งสถานประกอบการต้องถูกกลั่นกรองศักยภาพในการรับผู้เรียนไปปฏิบัติงานให้ตรงกับบริบทและจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานของนักศึกษาให้ได้รับสิ่งที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุดและตรงสายวิชาชีพมากที่สุด ทำให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการเรียนในห้องเรียนและนอกห้องเรียนจากการได้รับประสบการณ์การเรียนรู้สลับกับการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

อย่างน้อย 5-6 แห่ง และทำให้นักศึกษาได้เปรียบเรื่องความพร้อมและความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสังคมในองค์กรต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

สรุปความหมายของการเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education ได้ว่า เป็นการเรียนรู้นบนพื้นฐานการทำงานที่ผู้เรียนสลับการเรียนกับการทำงานมากกว่า 1 ครั้งตลอดหลักสูตร โดยเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการเสริมประสบการณ์การทำงานจริงให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้เรียนมากที่สุด ผู้เรียนมีความพร้อมในการปฏิบัติงานเมื่อจบการศึกษา ทำให้มีโอกาสความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

หลักการ แนวคิดพื้นฐาน

ตามหลักการ แนวคิดทฤษฎีที่เป็นศาสตร์การสอนของ Khemmani (2012) นำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานเพื่อการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ Work-based Education (WbE) ดังนี้

1. การจัดการเรียนรู้แบบเน้นประสบการณ์ (Experiential Learning)

ตามแนวคิดการสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้และการสร้างความคิด ความรู้ และการกระทำโดยผู้เรียนได้เรียนรู้ก่อน แล้วสังเกต ทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้น และนำสิ่งที่เกิดขึ้นมาพิจารณาร่วมกัน จนสร้างความคิดรวบยอด แล้วประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ใหม่ได้

2. การจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning)

เป็นการเรียนรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งตามสภาพจริง ซึ่งผู้เรียนจะได้เชื่อมโยงทั้งความรู้ ทักษะ และเจตคติเข้าด้วยกัน มีการทำงานเป็นทีม และแนวคิดนี้ได้พัฒนาจนสามารถวัดและการประเมินการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริงได้ 5 ด้าน คือ ผู้เรียนได้พัฒนาการคิดขั้นสูง (Higher-order thinking) ผู้เรียนได้ความรู้ที่ลึกซึ้ง (Depth of knowledge) ความเชื่อมโยงของสิ่งที่เรียนรู้กับโลกแห่งความ

เป็นจริง การอภิปรายหรือสนทนาที่เป็นแก่นสาร และการส่งเสริมสนับสนุนจากสังคมในผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้แบบ Work-based Education เป็นรูปแบบผสมผสานการเรียนรู้อาคาเดมิในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ มีการเรียนการสอนในสถานศึกษาและการออกไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการตามสภาพและบริบทการทำงานจริง มีการประเมินผลการจัด การเรียนรู้เรื่องการพัฒนาความคิดขั้นสูง มีความรู้ลึกซึ้ง เชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติ ผ่านการระดมความคิดหรือการอภิปรายในทีมการทำงาน และได้รับการสนับสนุนการพัฒนาทักษะของผู้เรียนจากสถานประกอบการ

องค์ประกอบของการเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education

Suthamanon (2017) กล่าวถึงรูปแบบการเรียนรู้แบบ Work-based Education ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาคทฤษฎีหรือหลักการทั่วไปจากเอกสาร ตำราหรือผลการวิจัยควบคู่กับการลงมือปฏิบัติงาน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยตรงจากแหล่งงาน ทำให้เกิดองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน 3 ด้าน คือ

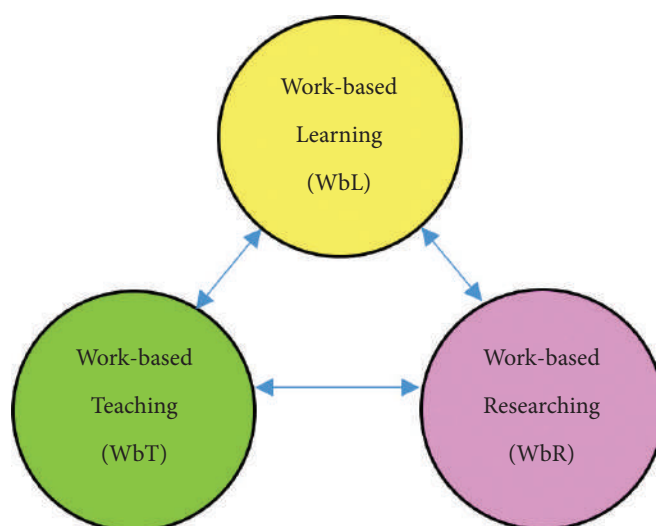
1. Work-based Teaching (WbT) ซึ่งเป็นการเรียนทฤษฎี หลักการทั่วไปจากการเรียนรู้ในรายวิชา ซึ่งนอกจากจะได้ความรู้จากตำราแล้ว ผู้เรียนจะได้รับความรู้ที่สมบูรณ์มากขึ้นจากการเรียนรู้จากกรณีศึกษาจากผู้ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ทำให้ผู้เรียนมีความสมบูรณ์และความพร้อมที่จะเรียนรู้ในองค์ประกอบส่วนที่สอง

2. Work-based Learning (WbL) องค์ประกอบส่วนที่สองนี้ เป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติงานจริงที่มีระบบแบบแผนรองรับ เช่น การจัดโปรแกรมการฝึกปฏิบัติงานที่ชัดเจนในหลักสูตร การมีครูฝึกหรือพี่เลี้ยงดูแลผู้เรียนของหลักสูตร และการมีระบบการติดตามประเมินผลการเรียนรู้และการปฏิบัติงานอย่างเป็น

ระบบ โดยการจัดการเรียนการสอนนี้จะสลับช่วงเวลาในการเรียนรู้ในห้องเรียนกับการฝึกปฏิบัติงานตามโจทย์ที่กำหนดให้จากผู้สอนหรือจากสถานประกอบการอย่างต่อเนื่องรวม 4-8 ครั้ง ตามความเหมาะสมที่หลักสูตรออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ ดังนั้น ผู้เรียนจะได้ตามติดองค์ความรู้ การเรียนรู้เพิ่มเติมจากการทดลองในสถานประกอบการจริงจากโจทย์เดิม นอกจากนี้ ผู้สอนยังมีโอกาสในการศึกษาร่วมกับนักศึกษาและ/หรือผู้สอนข้ามสาขาวิชาและ/หรือผู้เชี่ยวชาญในสถานประกอบการ จนสามารถสร้างและดำเนิน

โครงการหรือนวัตกรรมเพื่อนำเสนอผลลัพธ์ที่ได้จากโครงการต่อสถาบันการศึกษา ตลอดจนกลุ่มธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ให้กับสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการ

3. Work-based Researching (WbR) เป็นการศึกษาวิจัยของผู้สอนในสถาบันการศึกษาจากปัญหาวิจัยจริงที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการและสถานประกอบการสามารถนำผลวิจัยไปใช้ปฏิบัติได้ รวมทั้งยังสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียน



ภาพที่ 1 องค์ประกอบการเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education

นอกจากนี้ Kasemsuk (2016) ได้นำรูปแบบประยุกต์ใช้ในหลักสูตรของคณะนิเทศศาสตร์โดยรูปแบบ Work-based Education ของคณะประกอบด้วย

1. Work-based Sharing คือ การที่ผู้เรียนพูดนำเสนองานให้คนอื่นฟังผ่านการลำดับความคิดในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การฝึกงานให้เพื่อนอาจารย์ และรุ่นน้องได้รับฟัง กระบวนการตัดสินใจและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้

2. Work-based Shape up คือ การสังเคราะห์องค์ความรู้จากการปฏิบัติงานในสถานประกอบการแล้วรวบรวมทำเป็นคู่มือการเรียนรู้ที่ได้รับในสาขา

วิชาชีพ โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างรุ่นพี่และรุ่นน้อง เพื่อให้ได้แนวทางในการเตรียมตัวสำหรับการไปฝึกปฏิบัติงานในองค์กรต่างๆ

3. Work-based Show off คือ การรวบรวมจากสององค์ประกอบแรกมาจัดนิทรรศการเพื่อนำเสนอผลงานของผู้เรียนทุกสาขาวิชาของคณะนิเทศศาสตร์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ศักยภาพนักศึกษาและคณะให้สังคมรับรู้

สรุปการเรียนรู้แบบ Work-based Education มีองค์ประกอบสำคัญคือ 1) ผู้เรียนได้ความรู้ภาคทฤษฎีจากตำราและจากผู้สอนที่มีการสอนผ่านประสบการณ์และกรณีศึกษาในห้องเรียน 2) ผู้เรียน

ได้รับประสบการณ์จากการเรียนรู้ในการทำงานในสถานประกอบการ เพื่อต่อยอดหรือพัฒนาองค์ความรู้จากโครงการหรืองานวิจัยจนเกิดประโยชน์ต่อสถานประกอบการและสถานศึกษา 3) ผู้สอนทำการวิจัยจากโจทย์ที่เกิดขึ้นจริงในสถานประกอบการ เกิดองค์ความรู้ใหม่ให้สถานประกอบการและสามารถพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน และ 4) ความร่วมมือและการสนับสนุนในการพัฒนาทักษะของผู้เรียนจากสถานประกอบการ โดยแต่ละหลักสูตรสามารถศึกษาและสร้างรูปแบบ Work-based Education ในแบบของตนได้

ประโยชน์ของการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education

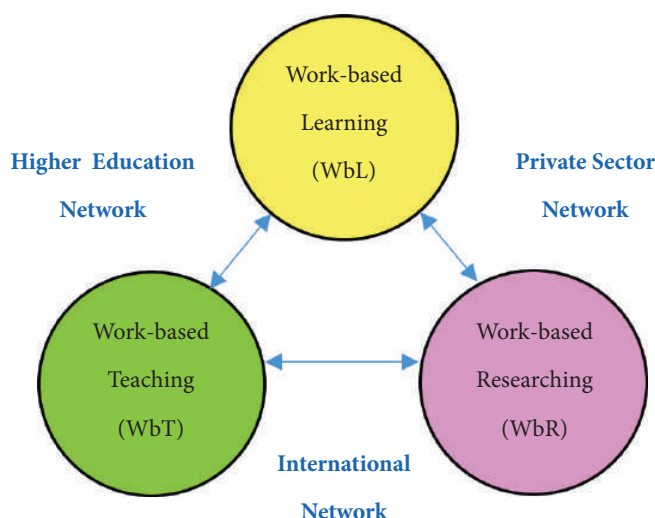
Manarungsan (2015) ได้อธิบายเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบ Work-based Education สามารถสร้างความร่วมมือจากองค์กรภาคธุรกิจหลากหลายในประเทศ ซึ่งแม้จะมีหลักสูตรคล้ายคลึงกับสถาบันการศึกษาอื่น แต่ผู้เรียนและบัณฑิตจะมีความพร้อมในการทำงานมากกว่าจากสถาบันการศึกษาอื่นที่เรียกว่า Ready to work จากการมีประสบการณ์การทำงานตลอดหลักสูตรจนเกิดความพร้อมอย่างที่สุด นอกจากนี้ Patcharinthanakun (2019) เสริมว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนเป็นการผสมผสานความรู้เชิงวิชาการกับการปฏิบัติ และแนวทางการเรียนรู้โดยการลงมือทำ (Learning by doing) ทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะที่จำเป็น 3 ด้าน คือ ทักษะอาชีพ (Professional skills) ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรู้ในห้องเรียนและนอกห้องเรียนในสาขาวิชาชีพของตนเองสำหรับประกอบอาชีพในอนาคต ทักษะทางสังคม (Social skills) ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรู้การทำงานเป็นทีมในสภาพการทำงานจริง การสื่อสาร การเห็นอกเห็นใจและการมีจิตสาธารณะ ทำให้ผู้เรียนได้ขัดเกลาตนเองตั้งแต่ในสถาบันการศึกษาจนเข้าสู่สังคมการทำงานเมื่อจบการศึกษา และทักษะชีวิต (Life skills) คือ การจัดการตนเอง การแก้ปัญหาทางการเงิน ปัญหาสุขภาพ ทำให้ผู้เรียนต้องเรียนรู้ที่จะ

ต้องดูแลตัวเอง การเรียนรู้จากห้องเรียนสามารถนำไปใช้ในสถานประกอบการหรือประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานสามารถถูกนำมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ร่วมกันในห้องเรียนได้อีกด้วย

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้รูปแบบ Work-based Education ส่งผลให้ผู้เรียนมีความพร้อมในการทำงานอย่างที่สุด และผู้เรียนได้พัฒนาทักษะอาชีพจากการประยุกต์ความรู้ในชั้นเรียนกับการฝึกปฏิบัติงานที่ตรงความต้องการของผู้เรียนมากที่สุด ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะทางสังคมจากการทำงานเป็นทีมผ่านกระบวนการช่วยกันคิด ไตร่ตรองและอภิปราย มีจิตสาธารณะ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาทักษะชีวิตให้แก่ผู้เรียน โดยเฉพาะในเรื่องการบริหารเวลา การแก้ปัญหา การวางแผนดูแลงานและตนเอง

ความสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา สถานประกอบการและสังคม

Suthamanon (2017) กล่าวถึง การใช้รูปแบบ Work-based Education นั้นต้องสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันของสถานศึกษาและสถานประกอบการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาโดยใช้เครือข่าย 3 กลุ่ม ได้แก่ เครือข่ายสถาบันการศึกษา (Higher Education Network) เครือข่ายภาคเอกชน (Private Sector Network) และเครือข่ายต่างประเทศ (International Network) ให้มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเรียนรู้และการทำงาน ตลอดทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านต่างๆ ให้กับผู้เรียนเพิ่มเติม ซึ่งระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เพื่อผลักดันการสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้เข้าสู่องค์กรหรือขึ้นเวทีการแข่งขันระดับนานาชาติ สามารถแก้โจทย์ธุรกิจหรือสร้างนวัตกรรมตอบสนองความต้องการของตลาดได้ และเครือข่ายภาคธุรกิจต้องการสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการ ผู้เรียนจะได้พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันกับองค์กรทั้งระดับชาติและนานาชาติมากขึ้น



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education และความสัมพันธ์ของรูปแบบกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

สรุปข้อพึงระวังของการจัดการเรียนรู้แบบ Work-based Education ได้ว่าต้องมีความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างสถานศึกษา สถานประกอบการ เอกชน และสถานศึกษา/สถานประกอบการในต่างประเทศ เพื่อให้มีการส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาองค์ความรู้และทักษะของผู้เรียน นอกจากนี้ ระบบเศรษฐกิจที่ดีของประเทศเป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือดังกล่าวและ ส่งผลให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสร้างนวัตกรรมและเข้าสู่เวที การแข่งขันระดับนานาชาติได้

บทสรุป

การจัดการเรียนรู้รูปแบบ Work-based Education ต่างจากการจัดการเรียนรู้คู่การทำงาน รูปแบบอื่นในประเทศไทย ด้านการวางแผนการเรียนและการทำงานของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ แต่มีความหลากหลายตามสาขาวิชาชีพของผู้เรียนที่ระยะเวลาหรือจำนวนครั้งแตกต่างตามลักษณะวิชาชีพในอนาคตของผู้เรียน ด้านผลการเรียนรู้ของผู้เรียนที่มี ทั้งความลึกในศาสตร์องค์ความรู้และความกว้างในการประยุกต์ใช้ความรู้กับการทำงานและชีวิต และด้าน

การดูแลเอาใจใส่จากผู้สอนในสถานศึกษากับพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ ซึ่งดูแลใกล้ชิดจากการทำโครงงาน ทำวิจัย การพัฒนาองค์ความรู้ที่นำไปปฏิบัติได้ในสถานประกอบการ และด้านการสร้างระบบที่ทำให้ผู้เรียนสร้างคุณค่าของตนเองเพื่อก้าวสู่อาชีพ จากความร่วมมือของสถานศึกษาและเอกชนภาคธุรกิจที่มีส่วนในการสร้างระบบเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ ในชีวิตของผู้เรียนได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้รูปแบบ Work-based Education ยังเหมาะสมในการนำไปใช้กับทุกหลักสูตร สาขาวิชา ซึ่งอาศัยการวางแผน การดำเนินงานที่ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับบริบท การเรียนการสอนและสาขาวิชาชีพของผู้เรียน โดยมีพื้นฐานการดำเนินงานเพื่อสร้างศักยภาพให้ผู้เรียน ได้ความรู้ภาคทฤษฎีจากห้องเรียน และการประยุกต์ใช้ความรู้จากประสบการณ์ในการทำงานจริงในการแก้ปัญหาการทำงาน การปรับตัวให้เข้ากับสังคม การทำงานเป็นทีม การมีความรับผิดชอบและมีความอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งการดำเนินชีวิตประจำวันให้เป็นคนที่สมบูรณ์ทั้งกาย ใจ และสติปัญญา ซึ่งถูกหล่อหลอมจากสังคมและความรอบรู้ศาสตร์ทั้งในและนอกห้องเรียน ตลอดจน

การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้สัมผัสกับประสบการณ์ชีวิตและการทำงานภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการมากกว่า 1 ครั้ง โดยที่ไม่สร้างผลกระทบในการใช้เวลาเรียนจากหลักสูตรปกติที่กำหนดไว้

นอกจาก Work-based Education จะมีประโยชน์ต่อผู้เรียนแล้ว ยังสร้างประโยชน์ให้ตัวผู้สอน เล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในแง่มุมต่างๆ สามารถศึกษาวิจัยเพื่อตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างดูแลผู้เรียนและการหาข้อดีด้านต่างๆ ของระบบการทำงาน และตัวผู้เรียน ร่วมกับสถานประกอบการ เกิดเป็นประโยชน์ที่แท้จริงต่อทั้งสถาบันการศึกษา ผู้เรียน และสถานประกอบการอย่างน่านับการ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาผลจากการจัดการเรียนรู้รูปแบบ Work-based Education ของผู้เรียนสาขาวิชาต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินในเชิงประจักษ์ ซึ่งอาจนำไปสู่การสร้าง Work-based Education ได้ตามหลักการแนวคิดที่เหมาะสมที่สุดต่อผู้เรียนของแต่ละหลักสูตร

2. หลักสูตรในสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนรู้และการทำงานในรูปแบบอื่นๆ ควรศึกษาเพื่อเติมเกี่ยวกับรูปแบบ Work-based Education เพื่อปรับปรุงหรือประยุกต์ใช้กระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เหมาะสมในการสนับสนุน และเสริมสร้างผู้เรียนให้มีศักยภาพสูงสุดและสามารถปฏิบัติงานได้จริงในสังคม

References

- Chinintorn, P. (2010). *Integrated Learning and Working (Work-integrated Learning: WIL) in Education Institute in Thailand*. Retrieved June 28, 2020, from http://www.southeast.ac.th/2017/wp-content/uploads/F_sat/research/003.pdf [In Thai]
- Kasemsuk, J. (2016). *Work-based Education: 3S Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management*. Retrieved July 25, 2020, from https://ca.pim.ac.th/uploads/content/2016/05/o_1ak09g9sjtuv1err1f891l8d3spa.pdf
- Khemmani, T. (2012). *Science of Teaching, Knowledge for Learning Management Proficiency*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Kramer, M. & Usher, A. (2011). *Work-integrated Learning and Career-ready Students: Examining the Evidence*. Retrieved July 30, 2020, from <https://higherstrategy.com/wp-content/uploads/2011/11/InsightBrief5-FINAL-1.pdf>
- Manarungsan, S. (2015). *Education in Style of PIM Work-based Education*. Retrieved July 19, 2020, from <https://www.pim.ac.th/th/news/446/pim-work-based-education.html>
- Office of the Education Council. (2017). *National Education Plan B.E. 2560-2579*. Bangkok: Prigwhan Graphics. [in Thai]
- Office of the National Education Commission. (2010). *National Education Act B.E.2542 as amended (No.2) B.E. 2545 and (No.3) B.E. 2553*. Retrieved July 20, 2020, from <https://person.mwit.ac.th/01-Statutes/NationalEducation.pdf>
- Patcharinthanakun, P. (2019). *University is Not Just for Teaching, but also Improving Human*. *Baw Bann CPE-News*, 11(September-October), 8-9. [in Thai]

- Stirling, A., Kerr, G., Banwell, J. MacPherson, E., & Heron, A. (2014). *A Practical Guide for Work-Integrated Learning: Effective Practices to Enhance the Educational Quality of Structured Work Experiences Offered Through Colleges and Universities*. Retrieved July 30, 2020, from <https://www.vu.edu.au/sites/default/files/CCLT/pdfs/heqco-practical-guide-wil.pdf>
- Suthamanon, L. (2017). *Panyapiwat Institute of Manage and Model of Work-based Education*. Office of the Higher Education Commission. Retrieved July 19, 2020, from <http://www.mua.go.th/users/he-commission/t-visit%20project/t-visit%20book%202/22--g2--15-1.pdf>



Name and Surname: Chittra Chantragatravi

Highest Education: Ph.D. (Educational Administration),
College of Management (Bangkok), University of Phayao

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management Field of

Expertise: Educational Administration, Business English



Name and Surname: Pornpimon Prasongporn

Highest Education: Ph.D. (Curriculum and Instruction),
Chulalongkorn University

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Curriculum and Instruction

หลักการเดาความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษจากบริบท

PRINCIPLES OF DETERMINING THE MEANING OF UNFAMILIAR WORDS FROM CONTEXT

ไกรคุง อนัคฆกุล¹ และศิริินยา พิพัฒน์ศรีสวัสดิ์²

Kraikung Anukakul¹ and Sirinya Pipatsrisawat²

^{1,2}คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management

Received: November 7, 2020 / Revised: March 29, 2021 / Accepted: April 1, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอหลักการของการเดาความหมายของคำศัพท์จากบริบท ประเภทของตัวชี้แนะทั้งตัวชี้แนะภายในคำ และตัวชี้แนะภายนอกคำ ประโยชน์ของการใช้หลักการเดาความหมายของคำศัพท์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านของผู้เรียน การเดาความหมายของคำศัพท์เป็นหลักการที่ทำให้ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจในบทอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการอ่านเนื่องจากไม่รู้ความหมายของคำศัพท์ ดังนั้นหากผู้เรียนมีความรู้ในหลักการเดาความหมายของคำศัพท์ ประเภทของตัวชี้แนะ ประเภทของการสร้างคำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความหมายของคำศัพท์ ก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในการเดาและการตีความความหมายของคำศัพท์ ด้วยเหตุผลนี้การเรียนรู้และทำความเข้าใจในหลักการเดาความหมายของคำศัพท์ จึงเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้อ่านทำความเข้าใจเนื้อหาและบทอ่านตลอดจนช่วยเพิ่มความเข้าใจในความหมายของคำโดยอาศัยโครงสร้างภายในคำศัพท์ ตัวชี้แนะภายนอกคำ และตัวชี้แนะภายในคำ

คำสำคัญ: บริบทในการเดาความหมายของคำศัพท์ ตัวชี้แนะภายนอกคำ ตัวชี้แนะภายในคำ

Abstract

The aim of this article is to present the principle of guessing the meaning of unfamiliar words from the context, types of context clues including external context clues and internal context clues, and the advantages of using the principle of guessing the meaning of unfamiliar words to enhance the reading ability of learners. Guessing the meaning of words is a principle that allows learners to understand the reading text effectively. Most learners have difficulties in reading because they do not know the meaning of the words. Therefore, if learners have enough knowledge of the principle of guessing the meaning of words, type of context clues and types of word formation which affect the meaning of words, they will gain more understanding in guessing and interpreting the meaning of words. For this reason, the learning and understanding

of the word guessing principle is a way to help readers understand the contents and reading texts as well as increase their understanding on word meaning through the structure within the vocabulary, external context clues and internal context clues.

Keywords: Context for Guessing the Unfamiliar Words, External Context Clue, Internal Context Clue

บทนำ

การอ่านถือว่าเป็นกระบวนการสื่อความหมาย ในรูปของตัวอักษร การที่ผู้อ่านจะสามารถตีความหมาย ได้นั้นต้องอาศัยความสามารถด้านภาษา โครงสร้างของภาษาและความหมาย การทำความเข้าใจในเรื่องที่อ่านจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจความหมายโครงสร้างของคำศัพท์สอดคล้องกับสิ่งที่ Bachman และคณะ ได้ระบุไว้ว่า คำศัพท์จะแสดงถึงความหมายที่แต่ละคน เก็บไว้ในสมอง ความสามารถทางคำศัพท์เป็นดัชนีชี้ให้เห็นถึงความสามารถที่จะเข้าใจบทอ่านได้ และคำศัพท์เป็นตัวแสดงโครงสร้างความรู้ที่ใช้ในการตอบสนอง บทอ่าน (Bachman et al., 1995) องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในการอ่านคือ ความหมายของคำศัพท์ผู้อ่านอาจจะเข้าใจถึงความหมายของคำศัพท์ที่มีอยู่ในสมองอยู่แล้วซึ่งถือเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเข้าใจบทอ่าน หากผู้อ่านไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์อาจจะใช้ความสามารถในการวิเคราะห์หน่วยคำศัพท์ ความสามารถในการวิเคราะห์รากของคำ (Roots) และ วิภัติปัจจัย (Affixes) ได้จากการศึกษางานวิจัยด้านการอ่าน ส่วนใหญ่พบว่าการที่ผู้เรียนไม่เข้าใจในบทอ่านเกิดได้ในหลายกรณีด้วยกัน ดังตัวอย่างที่ จิกามาต สุขเกษม ได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลที่ผู้เรียนไม่เข้าใจ เกิดจากบทอ่านที่มีความยาวเกินทำให้ผู้เรียนไม่สามารถจับประเด็นใจความสำคัญของบทอ่านได้ (Sukkasem, 2016) นอกจากปัจจัยด้านความยาวของบทอ่านปัจจัยด้านความหมายของคำศัพท์ก็ส่งผลต่อความเข้าใจในการอ่านของผู้เรียนได้ดังจะเห็นจากงานวิจัยของวราภรณ์ พรหมอินทร์

ที่ทำการศึกษาปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนตฤพิทยาคมพบว่า ปัญหาที่สำคัญอีกข้อหนึ่งก็คือ ปัญหาด้านความเข้าใจในคำศัพท์ การไม่เข้าใจในความหมายของคำศัพท์ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถรวบรวมความคิดจากสิ่งที่อ่านได้ ไม่เข้าใจเรื่องที่อ่านทำให้ไม่สามารถทำแบบทดสอบได้ (Prom-In, 2018) ดังนั้นการสอนให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายของคำศัพท์จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ดังที่ Wilkins ได้กล่าวไว้ว่า หากผู้เรียนมีความรู้ด้านไวยากรณ์เพียงน้อยนิดก็ยังสามารถสื่อความหมายได้ แต่หากผู้เรียนไม่รู้ความหมายด้านคำศัพท์เลยก็ไม่สามารถสื่อความหมายออกมาได้ การที่ผู้เรียนไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์จึงทำให้ผู้เรียนไม่เข้าใจบทอ่าน (Wilkins, 1972) จะเห็นได้ว่าอุปสรรคที่สำคัญสำหรับการทำความเข้าใจในบทอ่านคือการไม่รู้ความหมายของศัพท์ทำให้ไม่สามารถเข้าใจข้อความที่อ่าน ไม่สามารถตีความหมาย ผลลัพธ์ก็คือไม่สามารถทำแบบทดสอบในการอ่านเพื่อความเข้าใจได้ ทำคะแนนได้ไม่ดี วิธีการที่จะช่วยแก้ไขให้ผู้เรียนทำความเข้าใจในบทอ่านได้ก็คือ การทำความเข้าใจในความหมายของคำศัพท์และสามารถนำไปใช้ได้ ทั้งนี้เพราะการรู้ศัพท์ย่อมสามารถช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเรื่องราวที่อ่านได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ในเวลาที่จะต้องเข้าสอบไม่ว่าจะเป็นการสอบประเภทใด สอบ ณ ที่ใดก็ตาม ผู้เข้าสอบย่อมไม่สามารถนำพจนานุกรมเข้าไปในห้องสอบเพื่อค้นหาความหมายของศัพท์ได้ ฉะนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้วิธีการเดาศัพท์ และวิธีหาความหมายของคำที่พบในการอ่านโดยไม่ต้องใช้พจนานุกรม

ความสำคัญของการเรียนรู้คำศัพท์นั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถตั้งคำถามได้ กลวิธีที่มีประโยชน์ในการเรียนรู้คำศัพท์คือการเรียนรู้ผ่านบริบท Prince ได้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ในการใช้กลวิธีในการเรียนรู้ผ่านบริบทดังต่อไปนี้ 1) การเรียนรู้ความหมายจากบริบททำให้ผู้เรียนพัฒนากลวิธีต่างๆ อาทิเช่น กลวิธีการคาดเดา (Anticipating Strategies) และกลวิธีการอนุมาน (Inferencing Strategies) ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้เรียน หากได้รับการฝึกฝนจนเชี่ยวชาญเพราะจะทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง 2) การเข้าใจความหมายของคำศัพท์ใหม่อย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจจุดประสงค์ของการใช้วาทกรรม (Discourse) ในการสื่อสาร 3) บริบทเป็นการแสดงถึงการใช้คำในความหมายที่เหมาะสม (Prince, 1996)

การนำเสนอคำศัพท์ตามบริบทจะช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาความเข้าใจในความหมายของคำศัพท์มากกว่าการท่องจำ การท่องจำอาจจะเป็นข้อดีและมีประโยชน์เพียงชั่วคราวสำหรับการทดสอบแต่ไม่ใช่เทคนิคที่เหมาะสมในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ การที่ผู้เรียนใช้วิธีการจำความหมายของคำศัพท์มักประสบกับปัญหาด้านการจำกัดความในการนำความหมายในคำไปใช้และเกิดข้อผิดพลาดทางด้านความหมาย

จากความจำเป็นที่จะต้องรู้ความหมายของศัพท์ที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้น ปัจจุบันนักภาษาศาสตร์ได้พยายามค้นคว้าและแนะนำวิธีต่างๆ ในการเดาศัพท์โดยไม่ต้องอาศัยพจนานุกรม ทั้งนี้ด้วยเหตุผลสำคัญคือหากผู้เรียนหาความหมายของคำศัพท์จากพจนานุกรมอาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายท้อถอยต่อการที่จะอ่านภาษาอังกฤษให้เกิดเข้าใจทั้งนี้เพราะ

1. คำศัพท์ในภาษาอังกฤษนั้นมีจำนวนมากหากไม่เข้าใจในบริบทที่สื่อในบทอ่านก็จะเกิดข้อผิดพลาดทางความหมายได้
2. เวลาที่กำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษาอาจมีอยู่อย่างจำกัด
3. ผู้เรียนมีภาระในรายวิชาอื่นจึงทำให้ไม่มีเวลาในการศึกษาหาความหมายของคำศัพท์

ดังนั้นการพัฒนาประสิทธิภาพการอ่านโดยการเดาความหมายจากบริบทนั้นจึงมีประโยชน์ต่อผู้เรียนเป็นอย่างยิ่ง ความสามารถในการเดาความหมายของคำศัพท์โดยไม่ต้องอ้างอิงพจนานุกรมช่วยประหยัดเวลาและช่วยให้ผู้อ่านสามารถทำการอ่านต่อได้โดยไม่หยุดชะงัก ด้วยวิธีนี้จึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการอ่านได้มากขึ้น

การทำความเข้าใจกับความหมายของศัพท์จึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการฝึกการเดาความหมายของคำศัพท์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นอย่างยิ่ง

หลักการเดาความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษ

การเดาความหมายของคำศัพท์จากบริบทเป็นกลวิธีที่สื่อความหมายของคำศัพท์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย การใช้บริบทในการเดาความหมายของคำศัพท์เป็นการช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจคำศัพท์ที่ยากหรือไม่คุ้นเคย สิ่งสำคัญที่สุดคือ ผู้เรียนไม่เพียงแต่เข้าใจความหมายของคำศัพท์ แต่ยังเข้าใจการใช้คำตามบริบทความหมายอีกด้วย บริบทความหมายจะให้ข้อมูลด้านความหมายที่สามารถใช้ในประโยคที่เหมาะสม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการค้นหาความหมายของคำโดยการดูคำหรือวลีที่อยู่ใกล้เคียง (Hartmann & Blass, 2007)

บริบทนั้นคืออะไร มาจากไหน บริบทมาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Context” หมายถึง ข้อความหรือคำพูดที่มาอยู่ก่อนและหลังวลีหรือข้อความบางส่วนที่สามารถช่วยอธิบายความหมายของคำศัพท์ที่ผู้เรียนไม่ทราบความหมาย (Macmillan Education Ltd., 2002) ทำให้เราเดาความหมายของศัพท์ที่ไม่รู้นั้นได้ บริบทช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจและใช้ภาษาเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การที่คำหนึ่งคำให้ความหมายได้หลายความหมายและนำมาใช้ในบริบทเฉพาะที่เหมาะสม หากเราให้บริบทแวดล้อมมากพอก็จะทำให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายได้ชัดเจนมากขึ้น (Innaci & Sam, 2017) จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าบริบท

(Context) เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเข้าใจความหมายของคำศัพท์ การเรียนรู้คำศัพท์จากบริบทในระหว่างการอ่านข้อความช่วยให้ผู้เรียนทำความเข้าใจความหมายได้เป็นอย่างดี หากผู้เรียนไม่สามารถตีความหมายของคำศัพท์ได้อย่างถูกต้องอาจทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด คำศัพท์บางคำหากใช้ตามความหมายตามพจนานุกรมก็อาจให้ความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายตามบริบท ทั้งนี้เพราะความหมายของคำใดคำหนึ่งนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับบริบทอื่นๆ ซึ่งอยู่ข้างเคียงด้วย ดังเช่นคำว่า roll หากค้นหาความหมายจากพจนานุกรม ผู้เรียนจะพบว่า คำนี้ในความหมายทั่วไปหมายถึง “ม้วน กลิ้ง หรือ หมุน” ซึ่งเป็นความหมายที่ผู้อ่านเข้าใจได้ตามความหมายทั่วไป ดังในประโยคตัวอย่างดังต่อไปนี้

1) He **rolled** the boulder aside. ในประโยคนี้คำว่า roll หมายถึงกลิ้ง ซึ่งความหมายในประโยคนี้ก็คือ เขากลิ้งก้อนหินไปข้างๆ หรือในประโยค

2) He **was rolling** a pencil between his fingers. ในประโยคนี้คำว่า roll ทำหน้าที่เป็นคำกริยาซึ่งหมายความว่าหมุน ดังนั้นในประโยคนี้จึงหมายถึงเขาหมุนดินสอระหว่างนิ้วของเขา (Autores et al., 2011)

หากผู้เรียนพบคำว่า breakfast roll ในประโยค ดังต่อไปนี้

3) The **breakfast roll** is a bread roll filled with elements of a traditional fried breakfast. (Wikipedia) คำว่า breakfast roll ในประโยคนี้ไม่ได้หมายถึง อาหารเช้าที่มีม้วน ตามความหมายของ roll ที่พบในพจนานุกรม หากถ้าสังเกตจากบริบทแวดล้อมจะเห็นว่า ในประโยคนี้ได้อธิบายถึง breakfast roll ว่าเป็นขนมปังม้วนที่มีองค์ประกอบของอาหารเช้าที่ผัดแบบดั้งเดิม

นอกจากนี้พบคำว่า roll call ในประโยคต่อไปนี้

4) We have asked for the **roll call** in order to see who is assuming responsibility

for, for example, more cases of cancer and allergies. (McIntosh, 2013) ในประโยคนี้ หากสังเกตจากบริบทแวดล้อมจะเห็นได้ว่า คำว่า roll ไม่ได้หมายถึง ม้วน กลิ้ง หรือหมุนแต่อย่างใด เมื่อนำมารวมกับ call เป็น roll call ในที่นี้หมายถึง การเรียกขานชื่อ ในประโยคนี้หมายถึง พวกเราขอร้องให้มีการเรียกขานชื่อเพื่อดูว่าใครจะเป็นผู้รับผิดชอบ เช่นในกรณีของโรคมะเร็งและภูมิแพ้

จะเห็นได้ว่าคำว่า roll ในประโยคตัวอย่างทั้ง 4 ประโยค ต่างก็มีความหมายที่แตกต่างกันออกไป คำว่า roll ในประโยคที่ 1 และ 2 มีความหมายโดยตรงตามพจนานุกรม สำหรับคำว่า breakfast roll ในประโยคที่ 2 หมายถึง ขนมปังม้วน ที่สอดไส้ด้วยองค์ประกอบของอาหารเช้าแบบดั้งเดิม คำว่า roll call ในประโยคที่ 3 หมายถึง การเรียกขานชื่อ จากการตีความความหมายของคำว่า roll ทั้ง 4 ประโยค พบว่าความหมายในแต่ละประโยคแตกต่างกันออกไป ฉะนั้นการที่ผู้อ่านเข้าใจถึงหลักการและวิธีการตีความความหมายของคำศัพท์จากบริบท จะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในความหมายของคำศัพท์เหล่านั้นอย่างแท้จริง

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การใช้บริบทในการแปลความหมายของคำศัพท์เป็นสิ่งสำคัญในการอ่าน ในขณะที่ผู้อ่านอ่านบทความ อ่านเนื้อเรื่องอ่านนวนิยาย หรือบทความเชิงวิชาการต่างๆ อาจจะมีพบกับคำศัพท์ที่ไม่คุ้นเคย ผู้อ่านไม่เข้าใจความหมายทำให้เป็นอุปสรรคต่อการตีความหมายของบทความส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้อ่าน ทำให้ความเข้าใจในการอ่านลดน้อยลง (Soria, 2001: 77) เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในบทความ การตีความหรือการเดาความหมายจากบริบทจึงเป็นกลวิธีที่นำมาใช้ในการกรณีที่ไม่มีพจนานุกรม

ในการเดาความหมายของคำศัพท์นั้น Nation และ Coady ได้ให้คำแนะนำในการเดาความหมายของคำศัพท์ไว้ดังต่อไปนี้ 1) ให้ศึกษาหน้าที่คำศัพท์คำนั้น 2) ศึกษาบริบทที่แวดล้อมคำศัพท์นั้นและพยายาม

ใช้ความหมายที่ง่ายที่สุดในการตีความและเดาความหมาย 3) ศึกษาบริบทที่แวดล้อมแบบกว้างๆ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของประโยคที่อยู่แวดล้อมโดยรอบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านความหมาย 4) เดาคความหมายจากบริบท 5) ตรวจสอบความถูกต้องของการเดาคความหมาย (Nation & Coady, 1988) นอกจากนี้ Thornbury ได้ย้ำถึงความสำคัญของการเดาคความหมายของคำศัพท์จากบริบทว่า ทักษะการเดาคความหมายจากบริบท เป็นทักษะอีกทักษะที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้เรียน ผู้เรียนสามารถนำทักษะการเดาคความหมายของคำศัพท์ไปประยุกต์ใช้ทั้งในและนอกห้องเรียน (Thornbury 2002) อ้างถึงใน Mart (2012) อีกทั้งในงานวิจัยของ Prince ยังได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญอีกข้อคือ องค์ประกอบด้านทฤษฎีบริบทซึ่งเป็นช่องว่างทางความหมายคำศัพท์ที่ปรากฏจากบริบทที่อยู่แวดล้อมนั่นเอง (Prince, 1996) จากที่กล่าวมาในข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเดาคความหมายของคำศัพท์ที่พบจากบทอ่านประเภทต่างๆ นั้น มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะนั่นก็คือ 1) องค์ประกอบภายในของคำศัพท์ ซึ่งรวมถึงองค์ประกอบของโครงสร้างทางหลักไวยากรณ์ เช่น หน้าที่ของคำศัพท์ (Part of Speech) และ 2) องค์ประกอบทางโครงสร้างทางความหมาย ในส่วนนี้ผู้อ่านต้องอาศัยบริบทด้านความหมายที่อยู่แวดล้อมคำศัพท์ในการเดาคความหมายที่แท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัย Phopayak (2013) ที่ได้อธิบายถึงความสามารถในการระบุความหมายของคำศัพท์โดยวิธีการวิเคราะห์บริบทแวดล้อมนั้น ต้องอาศัยตัวชี้แนะในการสื่อความหมายของคำศัพท์ ตัวชี้แนะอาจเป็นคำ วลี ประโยค หรือเครื่องหมายวรรคตอนซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นตัวชี้แนะในบริบทหรือตัวชี้แนะทางไวยากรณ์ นอกจากนี้ตัวชี้แนะภายนอกคำซึ่งหมายถึงบริบทแวดล้อมที่อยู่ในประโยคหรือระหว่างประโยคของคำศัพท์ที่ไม่ทราบความหมาย ก็เป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญในการช่วยให้ผู้อ่าน

เดาคความหมายของคำศัพท์ได้

ดังนั้นบริบท (Context) จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเดาคความหมายของคำศัพท์ได้โดยไม่ต้องอาศัยพจนานุกรม การช่วยให้ผู้เรียนสามารถเดาคความหมายของคำศัพท์ได้อย่างถูกต้อง จำเป็นต้องอาศัยตัวชี้แนะในบริบท (Context Clues) ในการเดาคความหมายของคำในระดับข้อความหรือประโยคโดยการพิจารณาข้อความแวดล้อมเพื่อที่จะตีความหมายของคำศัพท์จากตัวชี้แนะเหล่านี้ สำหรับตัวชี้แนะในบริบท (Context Clues) อาจจะแบ่งเป็นประเภทต่างๆ กัน ดังนี้

1. ตัวชี้แนะภายนอกคำ (External Context Clues) หมายถึง ตัวชี้แนะบริบทที่เป็นคำอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียงกับคำที่เราไม่ทราบความหมาย อาจอยู่ในประโยคหรือระหว่างประโยค ตัวชี้แนะประเภทนี้แบ่งเป็นตัวชี้แนะทางไวยากรณ์ (Syntactic Clues) และตัวชี้แนะด้านความหมาย (Semantic Clues)

2. ตัวชี้แนะภายในคำ (Internal Context Clues) หมายถึง ตัวชี้แนะบริบทที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหน่วยคำ (Morphological Structures) ผู้อ่านจะต้องสังเกตการเปลี่ยนแปลงภายในคำ เพื่อใช้ในการเดาคความหมายของคำศัพท์จากตัวชี้แนะ (Clues) ซึ่งได้แก่ อุปสรรค (Prefix) ปัจจัย (Suffix) และรากคำ (Root) เป็นต้น

ประเภทของตัวชี้แนะในบริบท (Context Clues)

1. ตัวชี้แนะภายนอกคำ (External Context Clues)

1.1 ตัวชี้แนะบริบทประเภทให้คำจำกัดความ (Direct Definition Clues) เป็นการให้คำจำกัดความโดยตรง ซึ่งหมายถึงการให้ความหมายโดยการบอกความหมายของศัพท์ออกมาโดยตรง สามารถทราบได้โดยดูจากบริบทที่แสดงในการให้คำจำกัดความนี้ ซึ่งมักจะมี Comma หรือ dash มาคั่นอยู่ในประโยค สามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะดังต่อไปนี้

1.1.1 to be ได้แก่ is, are, was,

were

1.1.2 สังเกตการใช้คำเชื่อมต่างๆ เช่น that is, in other words หรือ...or....หมายความว่า คำหรือประโยคที่กล่าวมาแล้ว มีความหมายเหมือนกับ คำหรือประโยคที่ตามหลัง is, are, was, were

1.1.3 คำว่า mean, means แปลว่า หมายความว่า

1.1.4 to refer to แปลว่า พาดพิง หรืออ้างอิงถึง

1.1.5 to be defined แปลว่า ได้ถูก นิยามว่าเป็น

1.1.6 to be regard as แปลว่า เกี่ยวข้องเป็น

1.1.7 to look like แปลว่า ดูเหมือน

1.1.8 to be called แปลว่า ถูกเรียกว่า ดังตัวอย่างเช่น

- **Geometry** is one branch of mathematics about lines, angles, and surfaces.

ถ้าเราไม่ทราบว่า Geometry คือ อะไร แต่พอเห็นคำว่า is ก็ทำให้เราเดาได้ เพราะ is แปลว่า คือ ฉะนั้นข้อความที่ตามมาจะอธิบายความ ให้เราเข้าใจได้ว่า Geometry คือ สาขาหนึ่งของ คณิตศาสตร์เกี่ยวกับ เส้น มุม และพื้นผิว ซึ่งก็ย่อม หมายถึง เรขาคณิต

- **Closed punctuation** means the use of commas and periods at the end of lines the letter heading and addresses.

คำว่า means บ่งบอกให้ทราบว่า Closed punctuation นั้น หมายถึงอะไร

- **Messrs.**, the plural of Mr., is seldom used as a title.

ในที่นี้เครื่องหมาย comma (,) จะช่วยอธิบายให้ทราบถึงความหมายของ Messrs. ว่าเป็นรูปพหูพจน์ของ Mr.

- Isn't that what you've

always wanted - to keep your morning freshness all day long?

จะเห็นว่าเครื่องหมายหลังคำ wanted คือ dash (-) จะช่วยอธิบายให้เราทราบว่า wanted ที่ต้องการนั้น คืออะไร

- The audience appreciated the speaker's **straight** answers to their questions. *In other words*, the speakers answered truthfully.

วลี In other words ช่วยให้เราเดาความหมายของคำ straight ได้ว่ามีความหมาย เหมือนกับ “truthful” นั่นคือ หมายความว่า ตรงไปตรงมาหรือเป็นความจริง

1.2 การให้ตัวชี้แนะโดยสังเกตจากตัวอย่าง (Example Clues) เป็นการให้ตัวชี้แนะโดยสังเกต จากการยกตัวอย่าง ซึ่งเป็นการอธิบายเพิ่มเติมโดยใช้ ตัวชี้แนะที่ผู้อ่านใช้เดาความหมายของศัพท์ที่ตนไม่ ทราบ สามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะดังต่อไปนี้ for example, for instance, e.g., such as, As เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

- We get an **alloy** by melting two or more metals together, *for example*, brass is an alloy of bronze and zinc.

หากได้อ่านในตอนแรกอาจจะ ไม่ทราบว่า alloy คืออะไร เมื่อได้สังเกตคำว่า for example ซึ่งเป็น clue ในประโยคนี้ก็พอที่ทำให้ ทราบได้ว่า alloy หมายถึง โลหะผสมเพราะเป็นการ ยกตัวอย่างของ brass ซึ่งเกิดจาก แร่ทองสัมฤทธิ์ (bronze) และ สังกะสี (zinc)

- **Half-baked**, *for instance*, may refer to a foolish idea or stupid person.

ในที่นี้คำว่า Half-baked คือ คำที่เราไม่ทราบความหมาย เมื่อสังเกตคำว่า for instance ซึ่งเป็น clue ที่บ่งบอกการยกตัวอย่าง จะ ทำให้เราทราบได้ว่า คำนี้อาจจะหมายถึงความคิดที่ โง่งง หรือคนโง่ เป็นต้น

1.3 การให้ตัวชี้แนะจากการบรรยาย (Description Clues) การให้ตัวชี้แนะจากการบรรยายข้อนี้ช่วยให้เราทราบความหมายได้โดยการบรรยายลักษณะหรือคุณสมบัติ การให้ตัวชี้แนะประเภทนี้สามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะที่แสดงการให้คำอธิบายเพิ่มเติม การเดาความหมายจากตัวชี้แนะการบรรยายแตกต่างจากการให้ความหมายโดยตรง เนื่องจากการให้ตัวชี้แนะจากการบรรยายเป็นการขยายใจความเพื่อเป็นการให้ข้อมูลเพิ่มเติมแล้วนำไปใช้ตีความหมายของคำศัพท์ ตัวชี้แนะประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการอธิบายความหมายของคำศัพท์เชิงนามธรรมซึ่งไม่สามารถให้คำจำกัดความได้โดยตรง ตัวอย่างเช่น

- My little brother annihilated my snow fort. He took a shovel and smashed it to pieces. (Context as clues meaning, 2011)

จากในประโยคนี้คำว่า annihilate เป็นคำที่เราไม่ทราบความหมาย และในประโยคนี้ไม่มี clue ที่จะทำให้เราทราบความหมาย แต่เมื่อศึกษาประโยคถัดไปเราจะพบว่า ในประโยคที่อยู่รอบข้างเป็นบริบทนำมาอธิบายคำศัพท์ ความหมายของคำว่า annihilate จึงหมายถึง “ทำลาย” เพราะในบริบทบ่งบอกว่า เขาใช้พลั่วมาทุบป้อมหิมะที่น้องชายสร้างขึ้นให้แหลกเป็นชิ้นเล็กๆ ดังนั้นคำว่า annihilate จึงน่าจะหมายถึงทำลาย

1.4 การให้ตัวชี้แนะจากการเปรียบเทียบ (Comparison Clues) การให้ตัวชี้แนะจากการเปรียบเทียบนั้น เป็นการให้ตัวชี้แนะที่ผู้อ่านใช้ในการเดาความหมายของศัพท์จากการเปรียบเทียบกับคำหรือความคิดที่ตนทราบอยู่แล้ว ในอีกกรณีหนึ่งก็คือผู้อ่านอาจเดาความหมายของคำได้จากความขัดแย้งของคำที่อยู่ใกล้ๆ ตัวชี้แนะประเภทนี้ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท โดยสามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะดังต่อไปนี้

1.4.1 ตัวชี้แนะที่แสดงการเปรียบเทียบโดยใช้ความหมายในทิศทางเดียวกันสามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะดังต่อไปนี้ as, as.....as,

like, similar to, likewise, as if, as though, comparing to, comparing with ดังตัวอย่างเช่น

- He looked absolutely **flummoxed**, *like* a toddler staring down at his feet on the floor who just isn't sure about this whole “walking” thing. (Norquist, 2020)

จากข้อความนี้ คำว่า flummoxed เป็นคำศัพท์ที่ไม่ทราบความหมาย เมื่อผู้อ่านจนถึงคำว่า like ซึ่งเป็น clue ที่บ่งบอกความเปรียบเทียบความเหมือน ในที่นี้ผู้อ่านจะตีความคำว่า flummoxed จากบริบทแวดล้อมที่อยู่ถัดมา จากประโยคตัวอย่างที่ให้มา คำว่า flummoxed จึงมีความหมายว่าสับสน เพราะผู้เขียนเปรียบเทียบคำว่า **flummoxed** ว่าเป็นอาการของเด็กที่จ้องลงไปที่เท้าของเขาบนพื้นซึ่งไม่แน่ใจเกี่ยวกับสิ่งที่ “เดิน” ทั้งหมดนี้

1.4.2 ตัวชี้แนะที่แสดงความขัดแย้งได้แก่ คำที่บ่งบอกความขัดแย้งหรือความหมายในทางตรงกันข้าม เช่น กลุ่มคำเชื่อมในประโยคความรวม (compound sentence) ที่แสดงความหมายตรงกันข้าม ซึ่งสามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะดังต่อไปนี้ but, although, nevertheless, on the other hand, on the contrary, in contrast ดังตัวอย่างเช่น

- The **feral** cat would not let us pet him, *unlike* our friendly cat.

จากข้อความนี้เราไม่ทราบความหมายของคำว่า feral แต่เมื่อสังเกตจาก unlike ซึ่งเป็น clue ที่แสดงการให้ความหมายในทางตรงข้าม และเมื่อตีความจากบริบทจากข้อความด้านหลังที่กล่าวถึงแมวที่เชื่อง ดังนั้นคำว่า feral จึงหมายถึงไม่เชื่อง หรือดุร้าย

1.5 การเดาความหมายโดยใช้ตัวชี้แนะที่เป็นคำเหมือนและคำตรงข้าม (Synonym and Antonym Clues) การเดาความหมายโดยใช้ตัวชี้แนะที่เป็นคำเหมือนและคำตรงข้ามนั้น ตัวชี้แนะทั้ง 2 ลักษณะนี้ เป็นการนำความหมายจากคำ ข้อความ

หรือวลีต่างๆ ที่มีความหมายเหมือนกัน กล่าวถึงสิ่งเดียวกัน หรือคำที่มีความหมายตรงกันข้าม กล่าวในลักษณะตรงกันข้าม โดยการใช้คำหรือวลีที่ง่ายที่ผู้อ่านคุ้นเคยเป็นตัวชี้แนะ (clue) เพื่อให้ผู้อ่านเดาความหมายของอีกคำหนึ่งได้ สามารถสังเกตได้จากตัวชี้แนะดังต่อไปนี้ like, likewise, similarly, in the same way, as, correspondingly, equally, in contrast, as if, however, instead ดังตัวอย่างเช่น

- A tiger and a **panther** are nearly *alike*. A panther has yellow skin with dark spots, but a tiger is bigger and it has yellow skin with black stripes.

จากข้อความนี้สามารถเดาความหมายของคำว่า panther โดยใช้ตัวชี้แนะ alike และผู้เขียนต้องการจะให้ความหมายของคำว่า panther โดยใช้การอธิบายให้เห็นความแตกต่างจากการเปรียบเทียบกับ tiger จะเห็นได้ว่าผู้เขียนอธิบายว่า tiger และ panther นั้นเกือบจะเหมือนกัน ดังนั้นเมื่อเราอ่านข้อความต่อไปจนจบ ก็จะสามารถทราบความหมายของ panther ว่ามีความแตกต่างจาก tiger อย่างไร ซึ่งความหมายของ panther ก็คือ เสือดำ

- There are **conflicts** between the leaders of different political parties, so there are **disagreements** between their members.

จะเห็นว่าคำที่ไม่ทราบความหมายคือ *conflicts* ในประโยคนี้เมื่ออ่านจนจบในประโยคแรก ผู้เขียนพยายามอธิบายความหมายของคำว่า *conflicts* โดยยกเหตุการณ์ความแตกต่างระหว่างหัวหน้านักการเมืองต่างๆ ดังนั้นเมื่อมีความแตกต่างจึงมีการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ตรงกัน ซึ่งก็มาจากความหมายของคำว่า *disagreements* ดังนั้น คำว่า *conflicts* จึงหมายถึงความขัดแย้งระหว่างสมาชิกพรรคการเมืองด้วย ผู้อ่านสามารถสังเกตการใช้ so ในการเชื่อมประโยคทั้งสองประโยค so เป็นการเชื่อมประโยคที่มีความเป็นเหตุเป็นผลกัน จะเห็นว่าเป็นการอธิบายในทิศทางเดียวกัน เราจึงตีความ

ความหมายของคำว่า *conflicts* ได้น่าจะหมายถึงความขัดแย้งหรือการไม่เห็นด้วย

1.6 การใช้ตัวชี้แนะที่สังเกตได้จากการใช้ข้อความหรือคำขยาย (Appositive Clues) Appositive คือคำนามหรือนามวลีที่นำมาต่อท้ายคำนามอีกตัวหนึ่งที่อยู่ข้างหน้าเพื่อขยายความ การใช้ตัวชี้แนะประเภทนี้สังเกตได้จากการใช้ข้อความหรือคำขยาย (Autores et al., 2011) การให้คำอธิบายโดยใช้คำขยายเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้เดาความหมายได้ ตัวชี้แนะในข้อความประเภทนี้สามารถสังเกตได้จาก comma (,) ตามหลัง noun ซึ่งจะช่วยในการเดาได้เช่นกัน ดังตัวอย่างเช่น

- The **minutes**, a written record of the meeting, were kept by the secretary.

จากประโยคตัวอย่าง จะเห็นว่าข้อความที่อยู่ระหว่างเครื่องหมาย comma นั้น มาขยาย minutes ทำให้เรารับว่า (เดาได้ว่า) minutes ในที่นี้คือบันทึกการประชุมไม่ใช่แปลว่านาที

1.7 การเดาความหมายจากตัวชี้แนะที่บ่งบอกที่มาของคำ (Origin Clues) เป็นการเดาความหมายโดยอาศัยจากตัวชี้แนะที่เป็นการอธิบายถึงที่มาของคำกล่าวคือ การทราบความเป็นมาของคำจะช่วยทำให้เดาความหมายของศัพท์ได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างเช่น

- **Sports** probably began as part of training for battle.

Sports บางที่เริ่มต้นมาจากส่วนหนึ่งของการฝึกการต่อสู้ ผู้อ่านสามารถตีความจากคำว่า การฝึกการต่อสู้ได้ว่าเป็นการแข่งขัน ฉะนั้นผู้อ่านจะเดาความหมายของ Sports ได้ว่าเป็น กีฬา

1.8 การเดาความหมายจากการใช้การเปรียบเทียบ (Simile Clues) การเดาความหมายในลักษณะนี้ เป็นการเดาความหมายจากการใช้การเปรียบเทียบ (Simile) ในการเปรียบเทียบลักษณะนี้เป็นการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งเพื่อให้การอธิบายมีความชัดเจนมากขึ้น การใช้ตัวชี้แนะประเภทนี้

มักจะพบคำว่า as และ like (Autores et al., 2011) เป็นตัวชี้แนะ ดังตัวอย่างเช่น

- The cat's eyes **glowed** in the dark *as if* they were little lights.

จากข้อความนี้เราจะเดาความหมายของ **glowed** ได้จากตัวชี้แนะ *as if* ซึ่งในประโยคได้เปรียบเทียบดวงตาของแมวที่ส่องแสง ในความมืดเหมือนกับดวงไฟดวงเล็กๆ ฉะนั้นเราย่อมเดาได้ว่า **glow** หมายถึง เรืองแสง

1.9 การเดาความหมายจากการใช้ตัวชี้แนะแบบสรุปความ (Summary Clues) เป็นการเดาความหมายได้โดยอาศัยตัวชี้แนะที่เป็นคำใหม่หรือคำที่ไม่ทราบความหมาย นำมาเขียนในลักษณะการสรุปความคิดในข้อความที่ยกมา ในลักษณะนี้ ผู้อ่านต้องใช้การคิดวิเคราะห์สรุปเหตุการณ์ของข้อมูลเพื่อตีความหมายดังตัวอย่างเช่น

- Down the street they came. First there were the girls twirling batons, then the marching band, and then the men in uniform, it was a **parade**.

ในข้อความที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้เขียนอธิบายความหมายของคำว่า **parade** โดยการใช้การอธิบายในภาพรวมถึงกลุ่มคนที่มาตามถนน กลุ่มแรกที่เดินมาเป็นผู้หญิงที่กำลังควงคทา และติดตามมาด้วยแถว ท้ายสุดเป็นผู้ชายอยู่ในชุดเครื่องแบบ สิ่งทีกล่าวมาทั้งหมดเป็นการบรรยายถึงขบวนแห่ ดังนั้นจึงเป็นที่มาของคำว่า **parade** ผู้อ่านสามารถเดาความหมายได้จากสภาพการณ์ที่บรรยาย ดังนั้นความหมายของคำว่า **parade** คือ ขบวนแห่

1.10 การเดาความหมายจากตัวชี้แนะแสดงความเป็นเหตุและผล (Cause and Effect Clues) การเดาความหมายในประเภตินี้เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สาเหตุ และผลลัพธ์ที่เกิดจากสาเหตุต่างๆ โดยอาศัยตัวชี้แนะที่แสดงความเป็นเหตุ (cause) และเป็นผล (effect) หน้าที่ของตัวชี้แนะเป็นเพียงการแสดงความสัมพันธ์ซึ่งผู้อ่านต้องตีความหมาย

จากความสัมพันธ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถเดาความหมายได้จากตัวชี้แนะที่แสดงสาเหตุดังต่อไปนี้ *because, since, as, now that, for, because of, owing to, due to, on account of* เป็นต้น ตัวชี้แนะที่แสดงผลดังต่อไปนี้ *so, therefore, thus, accordingly, as a result, as a result, with the result that, the final result that so that, result in, is why, mean cause* ดังตัวอย่างเช่น

- Nina got **drenched** during the rainstorm *because* she left her umbrella at her office. (Tiewrattanasakul, 2006)

ในข้อความนี้เราไม่ทราบความหมายของคำว่า **drenched** เมื่ออ่านข้อความจนจบ ผู้อ่านจะสามารถเดาความหมายของคำว่า **drenched** จากตัวชี้แนะ **because** ซึ่งแสดงให้เห็นความเป็นเหตุเป็นผล นี่น่าเปียกโชกระหว่างพายุฝนเพราะเธอทิ้งร่มไว้ที่สำนักงาน จากประโยคตัวอย่างการที่นี้น่าลืมนุ่ม (cause) ผลที่เกิดตามมาก็คือ นี่น่าเปียกโชก (Effect)

1.11 การเดาความหมายจากการบอกความหมายของคำศัพท์ผ่านน้ำเสียงของประโยค (Tone or Mood Clues) เป็นการเดาความหมายที่เกิดจากการคิดวิเคราะห์ความรู้สึก น้ำเสียง เจตคติที่อยู่แวดล้อมหรือจากข้อความข้างเคียงของคำศัพท์ มาช่วยตีความหมายของคำศัพท์ การเดาความหมายประเภทนี้จะไม่ปรากฏตัวชี้แนะที่ชัดเจน ผู้อ่านต้องอาศัยการตีความจากบริบทที่อยู่รอบข้างของคำศัพท์ดังตัวอย่างเช่น

- The **tormented** animal screeched with horror and writhed in pain as it tried desperately to escape from the hunter's trap. (Sinatra & Dowd, 1991)

ในประโยคนี้อ่านอธิบายสัตว์ที่กรีดร้องด้วยความหวาดกลัว สัตว์ที่ตื่นด้วยความเจ็บปวด สัตว์ที่พยายามหนีจากกับดักเหยื่อของนายพราน เมื่อผู้อ่านได้อ่านจนจบประโยคก็จะอนุมานได้ว่าพฤติกรรมและอารมณ์ที่เกิดจากการกรีดร้อง

ด้วยความหวาดกลัว การพยายามหนีนั้นเป็นอารมณ์ของการทรมานจากการถูกจับกุม ดังนั้นก็อาจเดาความหมายของคำว่า tormented หมายถึง ทรมาน

2. ตัวชี้แนะภายในคำ (Internal Context Clues)

Neer ได้ให้คำจำกัดความของ Internal Context Clues ไว้ดังนี้ ตัวชี้แนะภายในคำขึ้นอยู่กับโครงสร้างภายในของคำซึ่งก็คือ ส่วนที่เล็กที่สุดหรือหน่วยคำ นอกจากนี้ตัวชี้แนะภายในยังได้มาจากการสร้างคำจากรากของคำศัพท์และอุปสรรค (Affixes) (Neer, 2016) ดังนั้นตัวชี้แนะภายในจึงหมายถึงตัวชี้แนะที่อยู่ภายในบริบทสอดคล้องกับสิ่งที่ Hasani ได้อธิบายถึงกลวิธีในการสร้างคำในงานวิจัยของเขาไว้ว่า กลวิธีที่สำคัญสำหรับการเรียนรู้คำศัพท์ คือ การใช้การถอดรหัสของคำ (กลวิธีการสร้างคำ: Word Formation Strategy) กล่าวคือ เป็นวิธีการแยกคำออกเป็นส่วนเพื่อให้เข้าใจถึง รากคำของคำศัพท์ (Root Words) อุปสรรคต่อท้ายคำ (Suffixes) และอุปสรรคนำหน้าคำ (Prefixes) ซึ่งมักจะมีส่วนของคำซึ่งช่วยให้เดาความหมายของคำได้ (Hasani et al., 2014) เมื่อกล่าวโดยรวมจึงอาจสรุปได้ว่าตัวชี้แนะภายในคำ (Internal Context Clues) มาจากการศึกษาทำความเข้าใจเรื่อง prefixes, suffixes, roots, keywords และ word inflection เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าคำต่างๆ ในภาษาอังกฤษจะมีโครงสร้างภายในคำ ซึ่งประกอบด้วยคำที่เป็นรากศัพท์ (root word) เช่นในคำ “happy” เราอาจใช้คำว่า “un” ซึ่งใช้เป็นอุปสรรค (prefix) คือ ส่วนที่เติมด้านหน้าคำ เมื่อรวมกันจะเป็นคำว่า unhappy หรือใช้ “ness” เป็นปัจจัย (suffix) ส่วนที่เติมด้านหลังของคำ เมื่อรวมกันจะเป็นคำว่า happiness หรือถ้านำเอา prefix และ suffix เติมด้านหน้าและด้านหลังของ root word ก็จะได้คำใหม่ คือ unhappiness ซึ่งความหมายของคำใหม่ที่เกิดขึ้นจากการเติม prefix และ suffix ก็จะมีมีความหมายรวมทั้งหน้าที่ของคำที่เปลี่ยนไปจากความหมายเดิม

happy มีความสุข ทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์
un ไม่

ness เปลี่ยนหน้าที่คำให้เป็นคำนาม

ความหมายใหม่ในคำว่า unhappiness คือ การไม่มีความสุข ซึ่งเปลี่ยนจากคำคุณศัพท์เป็นคำนาม ฉะนั้นการรู้ความหมายเดิมของรากศัพท์และการรู้ความหมายของ prefix และ suffix จะช่วยให้เราเดาความหมายของคำต่างๆ ได้เพิ่มมากขึ้น การเดาความหมายคำศัพท์ในลักษณะนี้เรียกว่า การเดาความหมายจากโครงสร้างของคำ หรือ Word formations

Word Formation

Word Formation หมายถึง การสร้างคำที่เกิดจากกระบวนการสร้างคำใหม่บนพื้นฐานของคำที่มีอยู่นอกเหนือจากการยืมคำจากภาษาอื่นมาใช้ คลังคำศัพท์ของภาษายังเกิดขึ้นจากกฎการสร้างคำโดยอาศัยกลไกการสร้างคำจากโครงสร้างภายในคำศัพท์ ดังตัวอย่างเช่น รากของคำศัพท์ คำประสม การตัดคำ การผสมแปลงคำและอักษรย่อ เป็นต้น (Adams, 1973; Bauer, 1983) ในพจนานุกรมของ Cambridge ได้ให้คำจำกัดความของว่า Word Formation ว่าหมายถึงการสร้างคำขึ้นมาใหม่ โดยอาศัยองค์ประกอบของคำศัพท์ (Root Word) อุปสรรคต่อท้ายคำ (Suffixe) และอุปสรรคนำหน้าคำ (Prefixes) การแปลงคำ และการประสมคำ (McIntosh, 2013) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของ Word Formation นั้นประกอบด้วย รากศัพท์ (root word) เป็นหลักแล้วเติม prefix หรือ suffix หรือเติมทั้ง prefix และ suffix เข้าที่รากศัพท์นั้น

ฉะนั้นในการอ่านหากผู้อ่านไม่ทราบความหมายของศัพท์ก็สามารถใช้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับรากศัพท์ (root word) อุปสรรค (prefix) และปัจจัย (suffix) ในการทำความเข้าใจความหมายของคำศัพท์ได้เพิ่มขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยพจนานุกรม ดังตัวอย่างเช่น

ในคำว่า export คำที่เป็นรากของคำหรือ root word คือคำว่า port มีความหมายว่า carry หรือ

ส่ง เมื่อนำคำว่า ex ซึ่งทำหน้าที่เป็น prefix โดยมีความหมายว่า out หมายถึง ออก เติมเข้าข้างหน้าจะได้ศัพท์ใหม่คือ export โดยมีความหมายใหม่ว่าการส่งสินค้าออก ในอีกกรณีหนึ่ง ถ้าเติม prefix คำว่า im ซึ่งหมายถึง into นำมาเติมเข้าข้างหน้าคำว่า port จะได้ศัพท์ใหม่คือ import มีความหมายว่า การส่งสินค้าเข้า หรือถ้าเติมคำว่า trans ซึ่งมีความหมายว่า ข้าม หรือเปลี่ยนรูปก็จะได้คำใหม่ transport หมายถึง การขนส่ง (trans + port) (Autores et al., 2011)

ในคำว่า white มีความหมายว่า สีขาว คำนี้มีหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ (adjective) เมื่อนำ en ซึ่งเป็นปัจจัย (suffix) ที่ใช้ตามหลังคำคุณศัพท์เพื่อเปลี่ยนหน้าที่ให้เป็นคำกริยาก็จะได้คำใหม่ว่า whiten หมายถึง ทำให้เป็นสีขาว เปลี่ยนหน้าที่คำจากคำคุณศัพท์ ให้เป็นคำกริยา

จากตัวอย่างจะเห็นได้คำอุปสรรค (prefix) มีหลากหลายความหมาย ถ้าผู้อ่านรู้จักรากของคำศัพท์ และรู้ความหมายของ prefix และ suffix แล้วจะช่วยให้รู้จักคำศัพท์เพิ่มมากขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก และช่วยประหยัดเวลาในการค้นหาคำศัพท์จากพจนานุกรมได้ และยังช่วยให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการอ่านอีกด้วย เพราะไม่ต้องหาศัพท์บ่อยๆ

โครงสร้างของคำที่ช่วยให้ผู้อ่านสามารถเดาความหมายของคำศัพท์ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ อุปสรรค (prefix) ปัจจัย (Suffix) รากศัพท์ (Root or Stem)

1. อุปสรรค (Prefix)

อุปสรรค (Prefix) คือ กลุ่มของตัวอักษร (หรือส่วนเสริม) ที่เพิ่มไว้ที่จุดเริ่มต้นของคำ อุปสรรคขยายความหมายของคำอุปสรรคสามารถให้ความหมายเชิงปฏิเสธ การกล่าวซ้ำถึงความหมายหรือแสดงความคิดเห็น (The Most Common Prefixes And Suffixes And How To Use Them, 2020) คำอุปสรรค คือ ตัวอักษรหรือกลุ่มตัวอักษรที่วางไว้

ที่ด้านหน้าของคำเพื่อเปลี่ยนแปลงความหมาย เช่น ในคำว่า unhappy มีรากคำศัพท์ คือ happy แต่เมื่อเพิ่มอุปสรรค un ซึ่งแปลว่าไม่ unhappy จึงหมายถึงไม่มีความสุข (Autores et al., 2011) ดังนั้นอุปสรรค (Prefix) จึงหมายถึง หน่วยที่เล็กที่สุดของความหมายในภาษา ไม่สามารถอยู่ลำพังได้เป็นส่วนที่นำเติมหน้ารากศัพท์ (root or stem) เพื่อเพิ่มหรือเปลี่ยนความหมายของรากศัพท์นั้น โดยจะไม่เปลี่ยนหน้าที่ของรากศัพท์ ดังนั้นคำที่เกิดขึ้นใหม่ส่วนใหญ่จะมีหน้าที่เหมือนเดิมแต่มีความหมายเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนไป

อุปสรรค (Prefix) แบ่งออกได้ตามประเภทของการให้ความหมายได้ 8 กลุ่มใหญ่ ดังต่อไปนี้ (Tiewratanasakul, 2006)

1.1 คำอุปสรรคเชิงปฏิเสธ Negative prefixes หมายถึง อุปสรรคเชิงปฏิเสธ ที่บ่งบอกลบหายไป ในคำ ดังต่อไปนี้ un, non, in, dis เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
unread	un	read	ไม่อ่าน
non smoker	Non	smoker	คนไม่สูบบุหรี่
Illegal	in	legal	ผิดกฎหมาย
disagree	dis	agree	ไม่เห็นด้วย

1.2 คำอุปสรรคเชิงความหมายกลับ Reversative prefixes หมายถึง prefixes ที่ให้ความหมายตรงข้ามกลับความหมายเดิม อุปสรรคเชิงความหมายกลับที่พบบ่อย เช่น un, de, dis ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
unwrap	un	wrap	แกะห่อออก
decode	de	code	ถอดรหัส
disagree	dis	agree	ไม่เห็นด้วย

1.3 คำอุปสรรคเชิงความหมายในแง่ลบ Pejorative prefixes หมายถึง prefixes ที่ให้ความหมายในด้าน “ไม่ดี, เลว, ผิด” เช่น mal, mis, pseudo เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
misspell	mis	spell	สะกดผิด
malfunction	mal	function	ปฏิบัติหน้าที่ไม่ดี
pseudonym	pseudo	nym	นามแฝง

1.4 คำอุปสรรคที่บอกความหมายเกี่ยวกับขนาด หรือระดับ Prefixes of degree or size หมายถึง prefixes ที่บ่งบอกระดับหรือขนาด เช่น hyper, over, mini เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
hyperactive	hyper	active	กระทำมากเกินไป
overmix	Over	mix	ผสมมากเกินไป
minibike	Mini	bike	จักรยานคันเล็ก

1.5 คำอุปสรรคที่บ่งบอกทัศนคติหรือความรู้สึก Prefixes of attitude หมายถึง prefixes ที่บ่งบอกความหมายในเชิงความรู้สึกเช่น co, anti, pro เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
coexist	co	exist	การอยู่ร่วมกัน
antisocial	anti	social	ต่อต้านสังคม
Pro-Japanese	Pro	Japanese	ฝ่ายญี่ปุ่น

1.6 คำอุปสรรคที่บ่งบอกตำแหน่ง Locative prefixes หมายถึง prefixes ที่บ่งบอกตำแหน่งที่ตั้ง เช่น sub, inter, trans เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
subway	sub	way	รถไฟใต้ดิน
Internet	Inter	Net	เครือข่าย
transship	trans	ship	การถ่ายเท

1.7 คำอุปสรรคที่บ่งบอกเวลาและลำดับที่ Prefixes of time and order หมายถึง prefixes ที่บ่งบอกเวลาและลำดับก่อนหลังเช่น pre, post, mid เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
pretest	pre	test	ข้อสอบก่อนเรียน
posttest	post	test	ข้อสอบหลังเรียน
midterm	mid	term	กลางภาค

1.8 คำอุปสรรคที่บ่งบอกจำนวน number prefixes หมายถึง prefixes ที่บ่งบอกจำนวนเช่น uni, bi, di เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

Words	Prefix	Root	ความหมาย
unisexual	uni	sexual	เพศเดียว
bicycle	bi	nycle	จักรยาน
dimeter	di	meter	เครื่องวัดที่มี 2 ด้าน

2. ปัจจัย (Suffix)

กานดา ตามมงคล ได้ให้คำจำกัดความของ Suffix (ปัจจัย) ไว้ว่าปัจจัยคือ ส่วนที่เพิ่มไว้ด้านหลังของคำ เพื่อเปลี่ยนแปลงความหมายและโครงสร้างทางไวยากรณ์ (Tammongkol, 1998) ในพจนานุกรมของ Oxford ได้ให้คำจำกัดความของ suffix หรือปัจจัยไว้ว่า ปัจจัยหมายถึง คำหรือกลุ่มตัวอักษรที่เติมไว้ด้านหลังของคำเพื่อสร้างคำที่มีความหมายหรือโครงสร้างทางไวยากรณ์ใหม่ (Autores et al., 2011) เช่น ในคำว่า sadness ที่มีรากของคำศัพท์เดิมคือ sad หมายถึง เศร้าทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ เมื่อเติมปัจจัย ness ท้ายคำก็เปลี่ยนเป็นคำใหม่ sadness ซึ่งหมายถึง ความเศร้าและเปลี่ยนโครงสร้างทางความหมายเป็นคำนามดังนั้น suffix (ปัจจัย) จึงหมายถึง คำที่เติมท้ายคำอื่นแล้วให้คำนั้นเปลี่ยนหน้าที่ของคำไป ในที่นี้ขอยกตัวอย่างคำว่า educate คำนี้ทำหน้าที่เป็น verb (คำกริยา) มีความหมายว่า ศึกษา เมื่อเราเติม suffix “- ion” จะเปลี่ยนเป็นคำใหม่ว่า education หมายถึง การศึกษา อาจกล่าวได้ว่า เปลี่ยนจากคำกริยาให้เป็นคำนามนั่นเอง แต่ความหมายของคำนั้นยังเหมือนเดิม

หรือในคำว่า employ ซึ่งหมายถึง ว่าจ้าง ซึ่งทำหน้าที่เป็น verb (คำกริยา) หากเราเติม suffix “-er” เป็น employer หมายถึง นายจ้าง ความหมายยังคงคล้ายของเดิม แต่จะเปลี่ยนหน้าที่เป็น noun (คำนาม) คำปัจจัยสามารถแบ่งได้เป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 6 กลุ่มดังนี้ (Tiewrattanasakul, 2006)

2.1 การสร้างคำจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นคำนาม ให้เป็นคำนามโดยใช้ Noun suffixes หมายถึง การเปลี่ยนหน้าที่ของคำหลักซึ่งเป็นคำนาม เมื่อเติมปัจจัย (suffixes) ในกลุ่มนี้เข้าไป ก็จะได้คำนามคำใหม่ที่ความหมายไม่เปลี่ยนไปจากเดิมมากนัก เช่น ant / -ent / -ar / -ard / -eer / -ess / -ier / -yer / -ian / -ist / -or / -ster / -monger / -hood / -ship / -dom / -ist เป็นต้น ดังตัวอย่าง เช่น

Words	Suffix	Root	ความหมาย
gangster	ster	gang	นักเลง
engineer	eer	engine	วิศวกร
kingdom	dom	king	อาณาจักร

2.2 การสร้างคำจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นกริยา ให้เป็นคำนามโดยใช้ Noun suffixes หมายถึง การเปลี่ยนหน้าที่ของคำหลักซึ่งเป็นคำกริยา เมื่อเติมปัจจัย (suffixes) ในกลุ่มนี้เข้าไปก็จะได้คำนามคำใหม่ เช่น -er / ant / ee / ation เป็นต้น

Words	Suffix	Root	ความหมาย
reader	er	read	ผู้อ่าน
trainee	ee	trainee	ผู้รับการอบรม
explanation	ation	explain	อธิบาย

2.3 การสร้างคำจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นคำนามหรือคำคุณศัพท์ให้เป็นคำนามหรือคำคุณศัพท์โดยใช้ Adjective suffix การเปลี่ยนหน้าที่ของคำหลักซึ่งเป็นคำนามหรือคำคุณศัพท์เมื่อเติมปัจจัย (suffixes) ในกลุ่มนี้เข้าไปก็จะได้คำนามหรือคำคุณศัพท์ เช่น ment / al / ing / age เป็นต้น

Words	suffix	Root	ความหมาย
arrangement	ment	arrange	การจัดการ
revival	al	revive	การฟื้นฟู, การคืนชีพ
coverage	age	cover	การห่อหุ้ม

2.4 การสร้างคำจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ให้เป็นคำนาม โดยใช้ Adjective suffix การเปลี่ยนหน้าที่ของคำหลักซึ่งเป็นคำคุณศัพท์เมื่อเติมปัจจัย (suffixes) ในกลุ่มนี้เข้าไปก็จะได้คำนาม เช่น ness / ity เป็นต้น

Words	Suffix	Root	ความหมาย
happiness	ness	happy	ความสุข
purity	ity	pure	ความบริสุทธิ์

2.5 การสร้างคำจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นคำนามหรือคำคุณศัพท์ให้เป็นคำกริยา โดยใช้ Verb suffixes การเปลี่ยนหน้าที่ของคำหลักซึ่งเป็นคำนามหรือคำคุณศัพท์เมื่อเติม ปัจจัย (suffixes) ในกลุ่มนี้เข้าไปก็จะได้คำกริยา เช่น ify / ize / en เป็นต้น

Words	Suffix	Root	ความหมาย
simplify	ify	wimple	ทำให้ง่ายขึ้น
finalize	ize	final	ทำให้เสร็จสมบูรณ์
whiten	en	white	ทำให้ขาว

2.6 การสร้างคำจากเดิมที่ทำหน้าที่เป็นคำนามให้เป็นคำคุณศัพท์โดยใช้ Adjective suffixes การเปลี่ยนหน้าที่ของคำหลักซึ่งเป็นคำนามเมื่อเติมปัจจัย (suffixes) ในกลุ่มนี้เข้าไปก็จะได้คำคุณศัพท์ เช่น ful / less / like / ish / some / ous / ic เป็นต้น

Words	Suffix	Root	ความหมาย
careful	ful	care	ระมัดระวัง
useless	less	use	ไร้ประโยชน์
dangerous	ous	danger	อันตราย

3. Root words

ในภาษาอังกฤษ มีคำศัพท์จำนวนมากมายที่มาจากคำกริยาในภาษาละตินและภาษากรีกซึ่งรากคำศัพท์เหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของคำในภาษาละตินและภาษากรีก นักวิชาการบางท่านได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นต้นกำเนิดคำมากกว่ารากของคำศัพท์ สำหรับในหลายๆ คำ ความหมายที่มาจากภาษาละตินยังคงมีใช้ให้เห็นอยู่ จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมต้องทำความเข้าใจในรากคำภาษาละตินและภาษากรีกเนื่องจากจะช่วยให้ผู้อ่านทำความเข้าใจในความหมายของคำศัพท์ได้ (Thammongkol, 1998) รากศัพท์ (Root) เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดสามารถนำมารวมกับอุปสรรค (prefixes) และปัจจัย (suffixes) เพื่อนำมาสร้างเป็นคำใหม่ได้ รากศัพท์เป็นคำที่มาจากรากศัพท์ภาษากรีก (Greek) หรือภาษาละติน (Latin) ซึ่งจะมีความหมายอยู่ในตัวของมันเอง หากทราบความหมายและจำรากศัพท์ดังกล่าวได้ ก็สามารถช่วยในการเดาความหมายของคำศัพท์ได้ ซึ่งคำศัพท์จำนวนไม่น้อยทีเดียวที่ประกอบด้วยรากศัพท์ที่มาจากภาษากรีก เช่น pedometer (เครื่องนับก้าว) คำนี้ประกอบด้วย รากศัพท์ pedal (เกี่ยวกับเท้า) ประกอบกับคำว่า meter หมายถึง นับ ดังนั้น pedometer จึงหมายถึง เครื่องนับ ก้าว หรือในคำว่า predict ซึ่งประกอบด้วยคำว่าซึ่งเป็นอุปสรรค (prefix) หมายถึงลำดับเวลา (ก่อน) ประกอบกับคำว่า dict ซึ่งเป็นรากศัพท์จากภาษากรีก ดังนั้นคำว่า predict จึงมีความหมายว่า การทำนายตัวอย่างเช่น

- คำว่า audible ประกอบด้วย รากศัพท์ audi หมายถึง ได้ยิน ประกอบกับ ble ซึ่งเป็นปัจจัย (suffix) ที่เปลี่ยนหน้าที่คำเป็นคำคุณศัพท์ ดังนั้น audible จึงหมายถึง ที่ได้ยินได้

- คำว่า aquatic ประกอบด้วย รากศัพท์ aqua หมายถึงน้ำ ประกอบกับปัจจัย tic (suffix) ซึ่งเปลี่ยนหน้าที่คำเป็นคำคุณศัพท์ ดังนั้น aquatic จึงหมายถึง ที่เกี่ยวกับน้ำ

- คำว่า biology ประกอบด้วย รากศัพท์ bio หมายถึงชีวิต ประกอบกับปัจจัย logy (suffix)

ในคำนี้หมายถึงการศึกษา ดังนั้น biology จึงหมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับชีวิต หรือชีววิทยา

- คำว่า cardiology ประกอบด้วย รากศัพท์ cardio หมายถึงหัวใจ ประกอบกับปัจจัย logy (suffix) ในคำนี้หมายถึงการศึกษา ดังนั้น cardiology จึงหมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับหัวใจ

ประโยชน์ของหลักการเดาความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านของผู้เรียน

ทักษะการอ่านเป็นทักษะที่จำเป็นและสำคัญยิ่งในชีวิตประจำวันเพราะเป็นทักษะที่ผู้เรียนนำมาใช้แสวงหาความรู้ การใช้หลักการเดาความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นวิธีที่ส่งเสริมความสามารถด้านการอ่าน สอดคล้องกับในงานวิจัยของ Herinovita และคณะได้กล่าวไว้ว่าผู้สอนสามารถใช้หลักการเดาความหมายคำศัพท์จากบริบท ในการเรียนการสอนเพื่อช่วยให้ผู้เรียนเพิ่มพูนความรู้ด้านความหมายในคำศัพท์ (Herinovita et al., n.d.) ในการใช้หลักการเดาความหมายของคำศัพท์ต้องอาศัยการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญและความเข้าใจอย่างถ่องแท้จากการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการใช้บริบทในการเดาความหมายพบว่า บริบททำให้ระบุความหมายของคำใหม่ได้ ซึ่งไม่เพียงแต่ได้ความหมายของคำศัพท์ใหม่ หากแต่ยังเพิ่มความคงทนในการจดจำความหมายของคำศัพท์ได้อีกด้วย (Innaci & Sam, 2017) จากงานวิจัยของ Çetinavci ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านบริบทในการเดาความหมายของคำจากบริบทในภาษาต่างประเทศพบว่า ในบทอ่านที่มีคำศัพท์ที่ผู้อ่านไม่ทราบความหมาย หากมีบริบทที่มากพอที่จะช่วยให้ผู้อ่านเดาความหมายของคำศัพท์ได้ ย่อมดีกว่าบทอ่านที่มีบริบทไม่เพียงพอต่อการเดาความหมาย (Çetinavci, 2014) นอกจากนี้การเรียนรู้คำศัพท์มีความจำเป็นต่อการพัฒนาทักษะทางภาษา การช่วยให้ผู้เรียนทำความเข้าใจความหมายของคำศัพท์ การฝึกให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้คำศัพท์ที่มีประสิทธิภาพ

มากขึ้น ดังนั้นการสอดแทรกกิจกรรมที่ส่งให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนกลวิธีในการเดาความหมายของคำศัพท์ จึงเป็นวิธีที่ช่วยพัฒนาทักษะการอ่านและยังเพิ่มความรู้ทางคำศัพท์ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการพัฒนาแบบฝึกเสริมความเข้าใจความหมายของคำศัพท์โดยใช้กลวิธีการเดาความหมายจากบริบทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี แสดงให้เห็นว่าผลของการใช้แบบฝึกเสริมความเข้าใจความหมายของคำศัพท์โดยใช้กลวิธีการเดาความหมายจากบริบทส่งผลให้นักศึกษามีความเข้าใจในการตีความหมายของคำศัพท์สูงขึ้น (Phopayak, 2013) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษากลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนจำหน่ายเรือที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ของนักเรียนจำหน่ายเรือ และเปรียบเทียบความแตกต่างด้านความสามารถในการใช้วิธีการเรียนรู้คำศัพท์ จากการศึกษพบว่า นักเรียนกลุ่มอ่อนจะใช้กลวิธีทางสังคมในการเรียนรู้คำศัพท์ ซึ่งก็คือการซักถามจากผู้รู้ สำหรับนักเรียนในกลุ่มเก่งจะใช้กลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์แบบอภิธานปัญญจึงได้ให้ข้อเสนอแนะในงานวิจัยชิ้นนี้ว่าควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีกลวิธีที่หลากหลายเพื่อส่งผลในการพัฒนาความสามารถด้านการอ่านให้กับผู้เรียน (Kutrasang, 2017)

จากบทความของณัฐพล คุปต์ธนโรจน์ และคณะได้อธิบายถึงความสำคัญการสอนคำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้กลวิธีการเดาคำศัพท์จากบริบทไว้ว่าการเดาคำศัพท์จากบริบทเป็นอีกหนึ่งกลวิธีที่มีประสิทธิภาพในการช่วยผู้เรียนให้เข้าใจเนื้อหาที่อ่านและยังช่วยเพิ่มปริมาณคำศัพท์ได้ นอกจากนี้กลวิธีการเดาคำศัพท์จากบริบทยังช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์ได้มากขึ้นและเพิ่มความคงทนในการจำได้อีกด้วย (Kupthanarot et al., 2016) การอ่านไม่ใช่การสื่อความหมายจากตัวอักษรที่ปรากฏ แต่เป็นกระบวนการที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน หากผู้อ่านมีความรู้หรือประสบการณ์

เดิมในเรื่องที่อ่าน จะช่วยในการแปลความหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น หากเรื่องที่อ่านเป็นเรื่องที่ผู้อ่านไม่เคยพบเห็นมาก่อน ผู้อ่านก็จะต้องใช้ความพยายามในการหาความหมายจากสิ่งที่อ่านมากขึ้นเท่านั้นโดยอาจจะใช้วิธีการเดาจากบริบทหรือสิ่งชี้แนะที่ปรากฏในข้อความซึ่งถ้าผู้อ่านรู้จักกลวิธีต่างๆ มาใช้ในการอ่านได้อย่างถูกวิธีผู้อ่านก็จะเข้าใจข้อความได้ดียิ่งขึ้นและทำให้บรรลุจุดประสงค์ในการอ่าน (Wankong, 2016)

บทสรุป

การเดาคำศัพท์จากบริบทเป็นวิธีที่สำคัญในการอ่านบทความหรือบทอ่านที่เป็นภาษาอังกฤษ การที่ผู้เรียนไม่เข้าใจในบทอ่านเกิดจากการที่ไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์ การค้นหาความหมายของคำศัพท์จากพจนานุกรมไม่สามารถทำได้ตลอดเวลาทุกสถานการณ์ การทำความเข้าใจในเรื่องที่อ่านจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจความหมายโครงสร้างของคำศัพท์ ซึ่งประกอบไปด้วยโครงสร้าง ความหมายภายในคำศัพท์ และโครงสร้างความหมายภายนอกคำ ผู้อ่านจะตีความ ความหมายของคำศัพท์เหล่านี้โดยอาศัยตัวชี้แนะบริบท (Context Clues) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวชี้แนะภายในคำ (Internal Context Clues) และ 2) ตัวชี้แนะภายนอกคำ (External Context Clues) เมื่อผู้อ่านเข้าใจถึงหลักการและโครงสร้างความหมายคำศัพท์ในแต่ละประเภทแล้ว จะสามารถเลือกใช้ตัวชี้แนะในการตีความหมายของคำศัพท์นั้นได้

การเดาความหมายคำศัพท์จากโครงสร้างความหมายภายในคำคือ การอาศัยหลักการทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ หน้าที่ของคำ ในการสร้างความหมายของคำใหม่ขึ้นมาซึ่งเรียกว่า การสร้างคำ Word Formation ตัวชี้แนะประเภทนี้จึงเกิดจากการใช้คำอุปสรรค (prefix) และปัจจัย (suffix) ที่ประกอบอยู่ในรากของคำศัพท์ (root word)

นอกจากการฝึกให้ผู้เรียนสามารถเดาความหมาย

ของคำศัพท์จากโครงสร้างความหมายภายในคำแล้ว การตีความหมายของคำศัพท์จากโครงสร้างความหมายภายนอก หรือบริบทในการเดาความหมายของคำศัพท์ ซึ่งเป็นการอาศัย ตัวชี้แนะภายนอก คำประเภทต่างๆ ผู้เรียนต้องเข้าใจความหมายของ ตัวชี้แนะที่ให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้ในการตีความหมายของคำศัพท์ การตีความหมายของคำศัพท์จากโครงสร้างความหมายภายนอกคำ จะช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาความเข้าใจในความหมายของ

คำศัพท์ได้อย่างลึกซึ้ง การที่ผู้เรียนจะมีความชำนาญในการใช้กลวิธีการเดาความหมายของคำศัพท์ ทั้งจากบริบทภายนอก และภายในคำศัพท์ จนทำให้ผู้เรียนพัฒนาความเข้าใจในการอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้เรียนควรมุ่งเน้นศึกษาและทำความเข้าใจในรูปแบบของหลักการในการเดาความหมายในประเภทต่างๆ ตลอดจนทำความเข้าใจตัวชี้แนะในบริบทประเภทต่างๆ รวมถึงการทำงานของตัวชี้แนะแต่ละประเภท เพื่อนำมาใช้ในการตีความความหมายได้อย่างถูกต้อง

References

- Adams, V. (1973). *An Introduction to Modern English Word-Formation*. London: Longman.
- Anakakul, K. (1994). *Reading Techniques for Top Scores*. Bangkok: Bhumbhandit. [in Thai]
- Autores, P., Francis, B., Lea, D., Turnbull, J., Ashby, M., Phillips, P., & et al. (2011). *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (8th ed.). USA: Oxford University Press.
- Bachman, L. F., Davidson, F., Ryan, K., & Choi, J. C. (1995). *Studies in Language Testing an Investigation into the Comparability of two tests of English as a Foreign Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauer, L. (1983). *English Word-Formation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bensly, J. P. (1980). *Reading in Practice*. Hong Kong: Heinemann Educational Books Ltd.
- Çetinavcı, B. M. (2014). Contextual Factors in Guessing Word Meaning from Context in a Foreign Language. *5th World Conference on Educational Sciences-WCES 2013 in Social and Behavioral Sciences 116* (pp. 2670-2674). Bursa: Uludag University School of Foreign Languages
- Context as clues meaning. (2011). *CCSS Project Practice Book, American Literature*. New York: McGraw-Hill Education
- Harris, A. & Sipay, E. (1990). *How to Increase Reading Ability: A Guide to Development & Remedial Methods*. New York: Longman House.
- Hartmann, P. & Blass, L. (2007). *Quest: Reading and Writing*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Hasani, M. T., Mousavi, S., & Zarei, A. A. (2014). The Effect of the Number of Affixes on Vocabulary Learning of Iranian Intermediate EFL Students. *International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World (IJLLALW)*, 5(3), 84-96.
- Herinovita, D., Delfi, S., & Aruan, R. (n.d.). *The Effectiveness of Using Context Clues Strategy on Reading Comprehension of the First Year Students at Sma Muhammadiyah 1 Pekanbaru*. Thesis in English Study Program, Riau University.

- Innaci, D. L. & Sam, D. P. (2017). Using Context Clues As A Vocabulary Learning Strategy: An Experimental Study. *Veda's Journal of English Language and Literature- JOELL*, 4(3), 39-43.
- Kupthanarot, N., Wichulata, B., & Chomaithong, K. (2016). Contextual Guessing Strategies for Teaching English Vocabulary. *Journal of Humanities and social Sciences, Rangsit University*, 12(Special), 25-42. [in Thai]
- Kutrasang, T. (2017). *A study of English Vocabulary Learning Strategy Employed by Naval Rating Students of Royal Thai Navy*. Thesis in Master of Education Program in English Language teaching, Rajabhat Rajanagarindra University. [in Thai]
- Levine, A. (1988.) *Clues to Meaning*. New York: Macmillan Publishing.
- McIntosh, C. (2013). *Cambridge Advanced Learner's Dictionary* (4th ed). Cambridge: Cambridge University Press.
- Macmillan Education Ltd. (2002). *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners*. Oxford: Macmillan Education.
- Markstein, L. & Hirasawa, L. (1981). *Developing Reading Skills*. United States: Newbury house publisher.
- Mart, C. T. (2012). Guessing the Meanings of Words from Context: Why and How. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 1(6), 177-181.
- Mikulecky, B. S. (2005). *Reading Power* (3rd ed.). London: Pearson Education ESL.
- Motai, L. & Boone, E. (1981). *Strategies in Reading*. Hong Kong: Lingual.
- Nation, I. S. P. & Coady, J. (1988). Vocabulary and Reading. In R. Carter & M. McCarthy (Eds.), *Vocabulary and language teaching* (pp. 97-110). London: Longman.
- Neer, M. (2016). *Expanding Vocabulary*. Retrieved January 21, 2021, from <https://dataworks-ed.com/blog/2016/01/literacy-part-2-vocabulary>
- Nordquist R. (2020). *Definition and Examples of Context Clues How We Infer Meaning*. Retrieved January 21, 2021, from <https://www.thoughtco.com/context-clue-vocabulary-1689919>
- Phopayak, S. (2013). *The Development of Supplementary Exercises Focusing on Understanding the Meaning of English Vocabulary Using Context Clues Strategies for First Year Student of Rajmangala University of Technology Suvanabhumi, Suvanabhumi Campus*. Thesis in Master of Education Program in Teaching English as a Foreign Language, Silapakorn University. [in Thai]
- Prince, P. (1996). Second Language Vocabulary Learning. *The Modern Language Journal*, 80(4), 478-493.
- Prom-In, W. (2018). *The Development of English Reading Comprehension Ability Using Collaborative Strategic Reading of Matthayomsuksa 5 Students*. Thesis in Master of Education Program in Curriculum and Construction, Burapa University. [in Thai]

- Sinatra, R. C. & Dowd, C. (1991). Using Syntactic and Semantic Cues to Learn Vocabulary. *Journal of Reading*, 35(3), 224-229.
- Soria, J. (2001). A Study of Ilokano Learners' Lexical Inferencing Procedures through Think-Aloud. *Second Language Studies*, 19(2), 77-110.
- Sukkasame, J. (2016). *Development of English Reading Skill by Using Problem-Based Learning for the First-Year Student, Faculty of Engineering and Industrial Technology, Silpakorn University*. Thesis in Master of Education Program in Teaching English as a Foreign Language, Silpakorn University. [in Thai]
- Thammongkol, K. (1998). *Learning to Read and Reading to Learn*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing. [in Thai]
- The Most Common Prefixes and Suffixes and How to Use Them*. (2020). Retrieved January 21, 2021, from <https://www.thesaurus.com/e/grammar/what-are-prefixes-and-suffixes>
- Tiewrattanasakul, T. (2006). *Reading Attack Techniques*. Bangkok: P.S Pattana publishing. [in Thai]
- _____. (2006). *The Guideline to Admissions: A-net, O-net, High School level M. 4-6*. Bangkok: P.S Pattana publishing. [in Thai]
- Wankong, A. (2016). English Teaching in the 21st Century. *Journal of Yanasangvorn Research Institute*, 7(2), 303-314.
- Wilkins, D. A. (1972). *Linguistics in Language Teaching*. Australia: Edward Arnold.



Name and Surname: Kraikung Anukakul

Highest Education: M.Ed (Secondary Education, Srinakarinwirot Prasarnmit

Affiliation: School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: English Language Teaching



Name and Surname: Sirinya Pipatsrisawat

Highest Education: M.Ed. (Teaching English as a foreign language), Silapakorn University

Affiliation: School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: English Language Teaching

พัฒนาการจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย

VOLUNTEER SPIRIT DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THAILAND

วารภรณ์ เหลืองวิลัย¹ ศิริจันทร์รัตน์ กาญจนกฤษ² และปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร³Waraporn Lueangvilai¹ Sirinrat Kanchanakunara,² and Pinkanok Wongpinpech³^{1,2}คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์³คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ^{1,2}Faculty of Social Administration, Thammasat University³Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Received: March 12, 2020 / Revised: May 29, 2020 / Accepted: July 8, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอพัฒนาการจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย ในช่วงพัฒนาการของจิตอาสาสมัยใหม่ที่เข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2436 - ปัจจุบัน เพื่อทำความเข้าใจและสะท้อนให้เห็นถึงฐานคิดการกำเนิดจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย และนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนา จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า จิตอาสาและฐานคิดการกำเนิดตามบริบทของประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับ 1) แนวคิดทุนทางสังคม สอดคล้องกับองค์ประกอบด้านทุนมนุษย์ ทุนทางสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันพระมหากษัตริย์และสถาบันศาสนา 2) การแบ่งช่วงยุค (Generation) ส่งผลให้พฤติกรรมการแสดงออกถึงจิตอาสามีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงยุค 3) ภาวะการณ์ต่างๆ ทำให้ผู้มีจิตอาสาปรับเปลี่ยนทัศนคติด้วยตนเองอย่างอิสระ อาสาช่วยเหลือตนเองมาเป็นผู้กระทำการ (Agency) โดยใช้ความสามารถตนเองในการช่วยเหลือ พัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Movement) เป็นพลังแนวราบนำไปสู่การเกิดเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นและสังคม เช่น อาสาช่วยเหลือในสถานการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฯลฯ ส่วนข้อเสนอเชิงนโยบาย ภาครัฐควรมีการส่งเสริมในมิติการสร้างเสริมความเข้มแข็งด้านทุนมนุษย์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมการเสริมทักษะ (Skill) ในด้านการปฏิบัติการ (Operation) และการบริหารจัดการ (Management) ทั้งในรูปแบบ “ก่อน-ขณะ-หลัง” เกิดเหตุ

คำสำคัญ: พัฒนาการ จิตอาสา บริบทของประเทศไทย ทุนทางสังคม

Abstract

This article aims to present the volunteer spirit development in the context of Thailand during the development of modern volunteerism that has played a role in social change from 1893 - present in order to understand and reflect the foundation of volunteering in the context of Thailand and lead to policy recommendations for development. From this study, it was found that the volunteer spirit and the origin of the context in Thailand were connected

with (1) the concept of social capital which was in accordance with the components of human capital, institutional capital, especially the monarchy institution and the religious institution; (2) the division of generation periods resulting in the expression behaviors of volunteer spirit being different in each period; and (3) various situations causing the volunteer spirit persons to adjust their decisions independently. Volunteers bring oneself to be an agency by using their own ability to help, develop or change to social movement as a horizontal force leading to the benefits of others and society such as volunteering to help in disaster situations, such as natural disasters, etc. As for policy recommendations, the government should support the dimension of strengthening human capital in order to prepare the readiness by enhancement of operational skills and management skills in the form of “before - while - after” the incident.

Keywords: Development, Volunteer Spirit, Context of Thailand, Social Capital

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงของการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) และกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ที่มีการเปลี่ยนทิศทางโครงสร้างของประเทศไทยก้าวเป็นประเทศไทย 4.0 ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งมีสาระสำคัญในการพัฒนาประเทศ ทั้งมิติเศรษฐกิจ มิติการเมือง และมิติสังคม โดยให้ความสำคัญต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ซึ่งเป็นปฐมบทในด้านการพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพมนุษย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของทุนมนุษย์ให้ “เติบโตอย่างมีคุณภาพ มีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม เป็นคนดี มีสุขภาวะที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย และมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมส่วนรวม” ตามทักษะที่พึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills) ด้านการใช้ชีวิตและทักษะด้านการปฏิบัติงาน และให้ความสำคัญกับจิตอาสา คุณธรรม ความซื่อสัตย์ สุจริต การมีระเบียบวินัย สร้างคนเก่งและคนดีสู่สังคม (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017)

จิตอาสาเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ในเรื่องอาสาสมัคร โดยนำคำนี้มาใช้คู่กับคำว่าจิตอาสา แต่จะเป็นในลักษณะของงานที่เกิดจากผู้มีจิตอาสา ซึ่งอาสาที่จะทำสาธารณประโยชน์ตามความสามารถของตนเอง ด้วยความเต็มใจและความอิสระ โดยไม่หวังสิ่งใดตอบแทน (Yodpetch, 1991; Volunteer Spirit Network, 2016) ซึ่งสะท้อนได้จากคำกล่าวของบัน คีมูน เลขาธิการสหประชาชาติ (UN Secretary - General Ban Ki Moon) ได้กล่าวไว้ในงาน International Volunteer Day (5 December 2015) “การเป็นอาสาสมัครส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ดึงพลังจากความสนใจของเรา และเชื่อมโยงเรากับผู้ที่ต้องการเรามากที่สุด อาสาสมัครเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่อยู่เหนือขอบเขตศาสนา และการแบ่งแยกทางวัฒนธรรม อาสาสมัครรวบรวมค่านิยมพื้นฐานของความมุ่งมั่น การพสานกัน การมีส่วนร่วมของพลเมือง และความสมานฉันท์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นอีกโอกาสหนึ่ง สำหรับบุคคลทั่วไปแสดงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันผ่านการเป็นอาสาสมัคร เราทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการตระหนักถึงวิสัยทัศน์ของวาระปี ค.ศ. 2030 ในการยุติความยากจน” (UN VOLUNTEERS, 2018)

คำกล่าวนี้นี้มีความสอดคล้องกับพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช “อาสาสมัครจะต้องระลึกอยู่เสมอว่า ศรัทธาในการอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นนั้น เกิดขึ้นด้วยตัวเองมีความรู้สึกเห็นชอบในงานอาสาสมัครมีศรัทธาที่จะทำงานมีเวลาที่จะปฏิบัติงานและพร้อมที่จะเป็นอาสาสมัคร” (Volunteer for Dad, 2016) จากทั้งสองคำกล่าวนี้นี้สะท้อนถึงการในความสัมพันธ์กับจิตอาสาในบทบาทการเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนา ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างความเป็นเจ้าของและสื่อกลางในการให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงการทำงานเชิงพื้นที่กับผู้ที่ต้องการสนับสนุนส่วนบริบทของประเทศไทย ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐขาดรับให้ความสำคัญของจิตอาสาทั้งในบริบทสากล และการพัฒนาในระดับประเทศ ดังเช่นพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทาน “จิตอาสาพระราชทาน 904 วปร.” เพื่อให้พสกนิกรชาวไทยผู้มีจิตอาสาได้ร่วมกันทำความดี เสียสละตนเอง เพื่อสร้างสาธารณประโยชน์ (Royal Office, 2019) ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานภาครัฐขยายผลและผลักดันให้การสนับสนุนในการสานต่อ นำไปสู่การจัดทำเป็นนโยบายของแต่ละกระทรวงต่อไป

ดังนั้นเพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการของจิตอาสาสมัยใหม่ที่เข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2436 - ปัจจุบัน รวมถึงการสะท้อนให้เห็นถึงฐานการก่อกำเนิดจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทยที่พบว่า โดยมากนั้นจะมีฐานมาจากความจำเป็นเร่งด่วนในการเข้ามีส่วนร่วมในการบรรเทาหรือช่วยเหลือผู้ที่ประสบเหตุหรืออุบัติเหตุ เช่น อุบัติภัยครั้งใหญ่หลวง ได้แก่ ภัยพิบัติสึนามิก่อให้การหลังไถ่และรวมตัวของจิตอาสาเข้าช่วยเหลือผู้ประสบภัยในพื้นที่อย่างเป็นวงกว้าง จากนั้นจึงนำเข้าสู่การทำความเข้าใจกับความหมายของจิตอาสา และการฉายภาพของพัฒนาการของจิตอาสาตามบริบท

ของประเทศไทยที่เชื่อมโยงกับแนวคิดทุนทางสังคม ดังนี้

ความหมายของจิตอาสา

จากการค้นข้อมูลความหมายของคำว่า “จิตอาสา (Volunteer Spirit)” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 พบว่า ไม่มีการระบุหรือแสดงความหมายไว้ และเพื่อให้ได้ความหมายของจิตอาสา จึงทำการค้นข้อมูลแบบแยกคำ พบว่า “จิต” หมายถึง “ใจ สิ่งที่มีหน้าที่รู้ คิด และนึก” “อาสา” หมายถึง “เสนอตัวเข้ารับทำ ความหวัง ความต้องการ ความอยาก มีลูกคำ คือ อาสาสมัคร หมายถึง 1) ว. ที่เสนอตัวเข้าทำงานด้วยความสมัครใจ เช่น ทหารอาสาสมัคร 2) น. บุคคลที่เสนอตัวเข้าทำงานด้วยความสมัครใจ เช่น เขาเป็นอาสาสมัคร” (The Royal Institute Dictionary, 2011)

สอดคล้องกับการให้ความหมายของนักวิชาการจิตอาสา หมายถึง จิตที่เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ เมตตา กรุณา ไม่นิ่งเฉย เมื่อประสบพบปัญหาหรือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ พร้อมอาสา เสียสละทั้งเวลา กำลังกาย กำลังสติปัญญา ช่วยเหลือบรรเทาให้ลดทอนความทุกข์ลง เกิดประโยชน์สุขทั้งต่อเพื่อนมนุษย์และสังคม (Wisalo, 1970; Wasi, 2002; Champathes-Rodsutti, 2007) ดังนั้นจึงเรียบเรียงความหมายของ “จิตอาสา หมายถึง การมีจิตรู้คิด เมตตา กรุณา สำนึกยึดมั่นในคุณธรรม และจริยธรรม มีความต้องการเสนอตนเองหรืออาสาเข้าช่วยในส่วนที่ตนสามารถทำหรือช่วยเหลือได้ ด้วยความสมัครใจและเต็มใจ เพื่อให้ความช่วยเหลือและเกิดประโยชน์ต่อบุคคลอื่นหรือสังคม”

พัฒนาการของจิตอาสาของประเทศไทย

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมพัฒนาการของจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย พบความเชื่อมโยงกับแนวคิดทุนทางสังคม และการเริ่มต้นกระแส “จิตอาสา” ดังนี้

จิตอาสากับความเชื่อมโยงแนวคิดทุนทางสังคม

จิตอาสาเกิดขึ้นมาติดตัวกับวิถีความเป็นไทย

ความเชื่อและหลักธรรมคำสั่งสอนตามหลักของพระพุทธศาสนา ซึ่งมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีของประชาชนชาวไทย เช่น พรหมวิหาร 4 การช่วยเหลือเกื้อกูล ความมีน้ำใจ การแบ่งปัน การทำบุญ ปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมอันดีงาม ซึ่งการนำคุณค่าเหล่านี้ไปพิจารณากับความหมายของจิตอาสา หรืองานที่เกิดจากผู้มีจิตอาสา มีฐานคติที่มาจากความเชื่อเรื่องจิตสำนึกการช่วยเหลือให้ผู้อื่นพ้นหรือหลุดจากความทุกข์ที่เผชิญ ตามกำลังหรือความสามารถที่ตนมีอยู่โดยไม่หวังผลตอบแทน (Yodpetch, 1991)

การเชื่อมโยงกับแนวคิดทุนทางสังคมจะสอดคล้องกับทั้งในมิติขององค์ประกอบ และมิติปฏิสัมพันธ์ โดยมีองค์ประกอบทุนทางสังคมตามเอกสารเผยแพร่ “ทุนทางสังคม ฉบับประชาชน” ประกอบไปด้วยทุน 3 รูปแบบ คือ ทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน และทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม (Office of Social Development and Quality of Life, 2005) ดังตัวอย่างของทุนมนุษย์ และทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม สะท้อนได้จากสายสัมพันธ์ฉันญาติของคนในชุมชน ความผูกพัน ความช่วยเหลือเอื้อเฟื้อ มีน้ำใจของชาวบ้านนำองค์ความรู้ที่มีมาช่วยกันลงแขกทำนา สืบสานเป็นวัฒนธรรมที่ดีในพื้นที่รวมถึงทุนทางสถาบัน เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชนหรือชุมชน คือ สถาบันพระมหากษัตริย์ หรือวัดเป็นศูนย์รวมใจของชาวบ้าน ซึ่งจิตอาสา นับว่าเป็นทุนทางสังคมเดิมที่มีการฝังรากอยู่ในวิถีความเป็นไทย จะแตกต่างกันตรงการขนานนาม จึงเป็น “วาทกรรม” การขนานนามตามจุดประสงค์ในเชิงพัฒนา เช่น อาสาสมัคร จิตสำนึกต่อส่วนรวม จิตสาธารณะ ฯลฯ (Rattanamuk, 2011)

ส่วนมิติปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ ได้แก่ ในแนวดิ่ง (vertical) เป็นความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลหรือชุมชนต่อระดับสถาบัน เช่น หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา ฯลฯ ซึ่งการพัฒนาทุนทางสังคมในระดับนี้นำไปสู่การสร้าง

สัมพันธ์กันผ่านการมีส่วนร่วมระหว่างกัน และเป็นในลักษณะที่เป็นทางการ (Linking) ได้แก่ เครือข่ายจิตอาสา ส่วนแนวนราบ (Horizontal) เป็นความสัมพันธ์กันในระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชน พัฒนนำไปสู่การสร้างทุนทางสังคมผ่านเครือข่ายอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Bonding & Bridging) ได้แก่ การรวมตัวกันของจิตอาสาในชุมชนของตนและแผ่ขยายกิจกรรมไปสู่ชุมชนรอบข้าง (Putnam, 2000)

กระแสเริ่มต้นของคำว่า “จิตอาสา (Volunteer Spirit)” ในบริบทของประเทศไทย

ปรากฏการณ์ที่มีผลสืบเนื่องและเป็นจุดเริ่มต้นกระแสการใช้คำว่า “จิตอาสา” ที่แพร่หลายคือภัยพิบัติสึนามิเกิดขึ้นในวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2547 ที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวระดับรุนแรง โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่บริเวณตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะสุมาตรา ในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งส่งผลกระทบกับภาคใต้ของประเทศไทย มีจังหวัดที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต พังงา ระนอง กระบี่ ตรัง และสตูล ส่งผลกระทบทั้งต่อประชาชน แรงงานในพื้นที่ หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ซึ่งภายหลังเหตุการณ์ทำให้มีบุคคล กลุ่มคน องค์กร ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมมากมายจากทั้งในประเทศและต่างประเทศหลั่งไหลกันเข้าไปในพื้นที่ประสบภัย เพื่อช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ แก้ไขฟื้นฟู เยียวยาให้กับผู้ประสบภัย โดยทำงานร่วมกันอย่างสามัคคี ไม่มีกำแพงของความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ เข้ามาเป็นอุปสรรคหรืออคติขวางกั้นการดำเนินการ ทุกภาคส่วนพร้อมร่วมใจกันช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ หยิบยื่นน้ำใจให้แก่กันอย่างไม่เลือกปฏิบัติบนพื้นฐานของความเท่าเทียมจนเกิดเป็นคุณค่าความงามร่วมกันในสังคม การบริจาค การแบ่งปันกัน ทำให้เกิดการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ ตามธรรมชาติ นำไปสู่การเกิดการสังคมสงเคราะห์ งานบริการทางสังคมและสวัสดิการทางสังคมที่มาจากภาคประชาชนในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อาสาสมัครซ่อม สร้าง ปรับปรุง อาคารบ้านเรือน และพื้นที่เสียหาย

การบริการทางการแพทย์ ล่ามแปลภาษา หน่วยกู้ภัย ฯลฯ จากเหตุการณ์นี้ถือเป็นจุดกำเนิดการสร้างและพัฒนาเป็นเครือข่ายจิตอาสาที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในหลายรูปแบบ และภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการแก้ไขช่วยเหลือ บรรเทา ฟื้นฟู เยียวยา และแผนป้องกัน รวมถึงการรับมือกับภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นในอนาคต พิจารณาถึงองค์การสาธารณประโยชน์หรืองานด้านอาสาสมัคร เป็นงานที่สร้างให้เกิดผลประโยชน์และการพัฒนาให้กับสังคมไทยมาอย่างยาวนานถึงปัจจุบัน (U-sha & Lertsatienchai, 2018; Volunteer Spirit Network, 2016; Busapathumrong, 2012; Country Report to IAVE – Kingdom of Thailand, 2018; Rattanamuk, 2011)

ฉะนั้นในการศึกษาพัฒนาการของจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทยในครั้งนี้ จึงนำเสนอผ่านวิธีการเล่าเรื่องพัฒนาการจากการนำเหตุการณ์หลายหลายมิติในประวัติศาสตร์ ปรากฏการณ์ เรื่องราวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย จากมูลเหตุที่หลากหลายมาเชื่อมโยงและสอดผสานสู่การก่อเกิดจิตอาสา การรวบรวมข้อมูลไม่ยึดติดแบบแผนที่ตายตัว แต่จะศึกษาถึงองค์ประกอบที่มารวมกัน หรือนำไปสู่เส้นทางการก่อเกิดและพัฒนาการของจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย (Vinijakul, 2016) โดยได้ทำการแบ่งช่วงเวลาการศึกษาเป็น 5 ช่วง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2436 - 2488 “ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลง”

ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2489 - 2519 “ช่วงเวลาแห่งการพัฒนาประเทศ”

ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2520 - 2539 “ช่วงเวลาแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจ”

ช่วงที่ 4 พ.ศ. 2540 - 2559 “ช่วงเวลาแห่งการเผชิญหน้ากับวิกฤต”

ช่วงที่ 5 พ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน “ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคต”

ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2436-2488 “ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลง”

เหตุการณ์สำคัญหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้มี 3 ประเด็นใหญ่ คือ การเปลี่ยนแปลงรัชสมัย การปฏิรูปประเทศ และสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงทำให้อาสาสมัครจากผู้มีจิตอาสาที่เกิดขึ้นในช่วงที่ 1 นี้เป็นงานด้านอาสาสมัครที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลมาจากวิกฤตการณ์ภายนอกในระดับสากลและภายในประเทศ ได้แก่ ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2436 บทบาทของกลุ่มสตรีอาสาสมัครที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ที่มีบทบาทหน้าในการเป็นอาสาสมัครปฏิบัติการช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ผู้ที่ได้รับบาดเจ็บจากการสู้รบในช่วงเวลาที่ประเทศมีความขัดแย้งกับฝรั่งเศส ในนาม “ข้อพิพาทไทย-ฝรั่งเศส” โดยในขณะนั้นประเทศไทยยังมิได้มีการจัดการด้านการแพทย์ เป็นผลพวงให้มิได้มีการจัดการด้านการรักษาพยาบาลให้กับกลุ่มของทหารผู้ที่ได้รับบาดเจ็บจากการสู้รบ จึงเกิดกลุ่มสตรีอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือทหารไทย โดยรัชกาลที่ 5 ทรงมีกระแสครั้งนั้นว่า “เป็นความคิดอันดีตามแบบอย่างประเทศที่เจริญแล้ว” นอกจากนี้ท่านยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้จัดตั้ง “สภาอนุโลมแดง” ขึ้น และได้ทรงบริจาคทรัพย์ส่วนพระองค์สนับสนุน ปัจจุบันสภาอนุโลมแดง คือ สภากาชาดไทย (Yodpetch, 1991; U-sha & Lertsatienchai, 2018; Country Report to IAVE – Kingdom of Thailand, 2018)

ในช่วงเวลาการเกิดสภาอนุโลมแดงที่มาจากบทบาทของสตรี หากพิจารณาถึงความสอดคล้องกับการจัดช่วงยุค (Generation) ช่วงที่ 1 จัดอยู่ในช่วง Silent Generation เป็นยุคที่สตรีเริ่มมีบทบาทในการออกมาทำงานนอกบ้าน (Thai Health Project, 2016) รวมถึงความเชื่อมโยงในมิติเศรษฐกิจที่เป็นแบบทุนนิยมของปากฝั่งของโลกตะวันออก เป็นช่วงเวลายุคหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม จึงทำให้เห็นภาพของสตรีที่เริ่มออกมามีบทบาทและตัวตนในสังคมมากขึ้น จากการเริ่มออกมาทำงานภายนอกแทนการดูแลเรื่องครัวเรือนอยู่กับบ้านดังเช่นที่ผ่านมาในอดีต

(Robkamdee, 2016)

จากบทบาทของสตรีที่เปลี่ยนแปลงไปยังมีประวัติศาสตร์เรื่องอาสามัครในช่วงยุคการค้าอาณานิคมที่อยู่ในรูปของสถาบันทางศาสนา เช่น อาสามัครมิชชันนารี (missionary) ของสถาบันคริสตจักร เพื่อเผยแพร่คำประกาศของศาสนาคริสต์และการแพทย์ ซึ่งหนึ่งในอาสามัครผู้ที่มีคุณูปการต่อการแพทย์ การสาธารณสุข และด้านการพิมพ์ของประเทศไทยอย่างมากคือ ดร.แดน บีช แบรดลีย์ หรือคุณหมอบรัดเลย์ โดยท่านได้อุทิศแรงกายแรงใจทุ่มเททำงานด้านการแพทย์แก่ประเทศไทยมาแต่ครั้งรัชสมัยรัชกาลที่ 3 จนถึงรัชสมัยรัชกาลที่ 5 (Pongudom, 2010; Country Report to IAVE – Kingdom of Thailand, 2018)

นอกจากนี้ยังมีความน่าสนใจของงานอาสามัครที่เกิดจากความหลากหลายของชาติพันธุ์ในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2439 เริ่มมีชาวจีนอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาพำนักในประเทศไทยเป็นการถาวร เพราะไทยมีภูมิประเทศติดกับทะเลจีนใต้ (South China Sea) โดยจังหวัดที่อยู่ในพิกัดเป้าหมายที่สามารถเดินทางได้โดยเรือสำเภา ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ อุตรดิตถ์ กรุงเทพมหานคร สุพรรณบุรี ภูเก็ต เป็นต้น และเมื่อเข้ามาพำนักอยู่ในประเทศแล้ว ด้วยความสามัคคี การรวมกลุ่ม และความเลื่อมใสศรัทธาในศาสนาพุทธนิกายมหายานของชาวจีน จึงเกิดการรวมกลุ่มสกุล (แซ่) เดียวกัน และในปี พ.ศ. 2542 จัดตั้งเป็นสมาคมและมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีเป้าประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ประสบทุกข์ ผู้ยากไร้ โดยไม่แบ่งเชื้อชาติ (Country Report to IAVE – Kingdom of Thailand, 2018)

เหตุการณ์ที่สำคัญอีกประการคือ การเปลี่ยนแปลงรัชสมัยจากรัชกาลที่ 5 มาเป็นรัชกาลที่ 6 ซึ่งในรัชสมัยของรัชกาลที่ 6 นี้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องจิตอาสา 2 เรื่อง คือ 1) การเกิดขึ้นของกิจกรรมลูกเสือ จากพระราชดำริของรัชกาลที่ 6 ซึ่งบทบาทของกลุ่มกิจกรรมลูกเสือมีส่วนในการช่วย

เหลือปกป้องบ้านเมือง บริการชุมชน และการพัฒนาให้กับชุมชน 2) ช่วงปี พ.ศ. 2482 ได้เกิดกลุ่มจิตอาสาปัญญาชนในนาม “เสรีไทย” ทำหน้าที่ในการเป็นอาสามัครรับใช้ประเทศชาติต่อต้านญี่ปุ่น และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการปกป้องประเทศในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งสมาชิกของกลุ่มที่มีชื่อเสียงและจัดตั้งมูลนิธิบูรณะชนบท ในกาลต่อมาก็คือ ศาสตราจารย์ พันตรี ดร.ป๋วย อึ๊งภากรณ์ ในขณะนั้นมีฐานะเป็นกลุ่มเยาวชนไทยที่ไปศึกษาต่อในต่างประเทศ และท่านเป็นผู้ซึ่งอุทิศตนในการเป็นอาสามัครเยาวชนและพัฒนาเป็นผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยในเหตุการณ์ที่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ แผนปฏิบัติการลับในการช่วยเหลือประเทศไทย มีการกำหนดจุดยุทธศาสตร์ เพื่อทำการกระโดดร่มลงตามจุดที่กำหนด แต่สถานการณ์พลิกผันเกิดการพลาดเป้าหมาย จึงทำให้ท่านถูกจับกุมเป็นเชลย และในขณะที่ท่านเป็นเชลย ได้มีกลุ่มชาวบ้านมอบความเมตตา กรณา เกื้อกูลต่อท่าน และหลังเหตุการณ์ท่านจึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบแทนคุณชาวบ้าน ด้วยการจัดตั้งมูลนิธิบูรณะชนบท เพื่อมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ที่อยู่ในชนบท ถิ่นทุรกันดารของประเทศไทย (U-sha & Lertsatienchai, 2018; Country Report to IAVE – Kingdom of Thailand, 2018) สรุปช่วงที่ 1 สะท้อนถึงจุดร่วมของคุณลักษณะ ความคิด การแสดงออก ปฏิบัติการที่แสดงให้เห็นถึงการที่ผู้มีจิตอาสาใช้ทุนมนุษย์ที่มีอยู่ ประกอบกับการมีแรงจูงใจในการบริการสาธารณะที่อยู่ในจิตสำนึก โดยแปลงไปสู่การพัฒนาเป็นผู้นำทางการเปลี่ยนแปลง จุดที่สังเกตได้ชัดคือ แม้ว่าผู้กระทำการที่มีจิตอาสาอยู่ในจิตสำนึกจะตกอยู่ภายใต้ภาวะการณ์ใด มีเงื่อนไขของสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ตกอยู่ภายใต้โครงสร้างทางสังคมที่ไม่เอื้ออำนวย แต่ผู้กระทำการนั้นสามารถลุกขึ้นมาทำการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ด้วยเจตจำนงค์ที่อยากช่วยเหลือให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ ตามความสามารถที่ตนมี จนเกิดเป็นผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้ประสบปัญหาหรือสาธารณประโยชน์ต่อเพื่อนมนุษย์หรือสังคม

ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2489 - 2519 “ช่วงเวลาแห่งการพัฒนาประเทศ”

ช่วงเวลาแห่งการพัฒนาประเทศ การเปลี่ยนแปลงรัชสมัย และการมีเข้ามามีตัวตนหรือบทบาทของปัญญาชน การก่อกำเนิดงานอาสาสมัครของผู้มีจิตอาสาช่วงเวลานี้ ได้แก่ งานที่เกิดจากภัยพิบัติ งานด้านสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์ ด้านสาธารณสุข อาสาสมัครรูปแบบใหม่ที่เกิดจากภาคประชาสังคมรวมถึงปัญญาชน เกิดจากองค์กรระดับโลกให้ความช่วยเหลือผู้ลี้ภัย

เหตุการณ์ที่สำคัญอย่างยิ่งของช่วงที่ 2 ได้แก่ ปี พ.ศ. 2489 เกิดการเปลี่ยนแปลงรัชสมัยจากรัชกาลที่ 8 สู่รัชสมัยของรัชกาลที่ 9 และท่านทรงประกาศพระปฐมบรมราชโองการว่า “เราจะครองแผ่นดินโดยธรรมเพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนชาวสยาม” การกระทำที่เกิดประโยชน์สุขต่อผู้อื่นสะท้อนให้เห็นถึงการมีจิตอาสาของพระองค์ท่าน กระทำสิ่งใดอย่างมีคุณธรรมเพื่อให้สามารถช่วยให้ผู้อื่นพ้นจากทุกข์ภัยที่ประสบอยู่ (Thammajitto, 2018) และสามารถสร้างให้เกิดความเข้มแข็งของประชาชน เพื่อลดการพึ่งพาผู้อื่น ซึ่งสะท้อนได้จากโครงการในพระราชดำริที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์และการสาธารณสุขของประเทศ เช่น โครงการในปี พ.ศ. 2510 โครงการแพทย์หลวงเคลื่อนที่พระราชทาน เพื่อช่วยเหลือให้การรักษแก่ประชาชนในพื้นที่ห่างไกล และ พ.ศ. 2512 โครงการหน่วยแพทย์พระราชทาน หน่วยทันตกรรมเคลื่อนที่พระราชทาน (Tnews, 2017)

จากนั้นในปี พ.ศ. 2505 ประเทศไทยได้พบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติครั้งยิ่งใหญ่จากพายุโซนร้อนแอเรียตเข้าที่แหลมตะลุมพุก จังหวัดนครศรีธรรมราช และส่งผลกระทบไปอีก 12 จังหวัดในภาคใต้ ทำให้เกิดความเสียหายทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงบ้านเรือนและสถานที่สาธารณะถูกพายุพัดเสียหาย เช่น โรงเรียนกว่า 12 แห่ง ทำให้นักเรียนไม่มีที่เรียน และด้วยพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช

บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ท่านทรงพระราชทานความช่วยเหลือด้านปัจจัย 4 ไปยังพื้นที่ และท่านยังทรงพระกรุณาทรงดนตรีผ่านสถานีวิทยุ อ.ส. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ พสกนิกรร่วมบริจาค

ในครานั้นได้รับเงินบริจาคประมาณ 11 ล้านบาท รวมถึงสิ่งของ และกำลังร่างกายของอาสาสมัครต่างๆ ในการเข้าช่วยเหลือผู้ประสบภัย และเงินบริจาคในคราวนี้เป็นผลให้เกิดงานด้านสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ และมูลนิธิราชประชานุเคราะห์ (Rajapranugron Foundation Under The Royal Patronage, 2019) รวมถึงงานด้านสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์ด้านสาธารณสุขที่สำคัญคือ หน่วยงานแพทย์เคลื่อนที่อาสาสมัครพระศรีนครินทร์ราชบรมราชชนนี (อาสาสมัคร พอ.สว.) ซึ่งถือกำเนิดในปี พ.ศ. 2512 จากพระราชกระแสรับสั่งของสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชบรมราชชนนี ให้ความช่วยเหลือต่อราษฎรด้านการแพทย์ในพื้นที่ห่างไกลถิ่นทุรกันดาร ที่ไม่สามารถเข้าถึงการรักษาทางการแพทย์ได้ (The Princess Mother's Medical Volunteer Foundation, 2019)

พิจารณาถึงความสอดคล้องกับบริบทของการจัดช่วงยุค (Generation) ช่วงที่ 2 นี้จะครอบคลุมถึง 2 ยุค ได้แก่ Baby Boomer (ผู้ที่เกิดปี พ.ศ. 2489 - 2503) และ Gen X (ผู้ที่เกิดปี พ.ศ. 2504 - 2524) ซึ่งเป็นยุคที่มีอัตราการเกิดอย่างรวดเร็ว เช่น Gen X คือ “ประชากรรุ่นเกิดล้าน” (Million birth cohort) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์เป็นดัง “คลื่นสึนามิทางประชากร” (Population Tsunami) ส่งผลเป็นปรากฏการณ์สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ที่ประชากรในยุคนั้นเติบโตเป็นผู้สูงอายุในปัจจุบัน และมีอัตราเร่งสูง (Institute for Population and Social Research, Mahidol University, 2015) และลักษณะเด่นทางพฤติกรรมศาสตร์ของประชากรช่วงยุค Baby Boomer คือ ด้านการเป็นพลเมืองที่ดี ักดีต่อองค์กร ต้องการร่วมงานกับบริษัทที่มั่นคง มีความอดทน (Kittisuksathit, 2014) ส่วน Gen X

คือ ใช้ชีวิตอย่างสมดุล มีจิตอาสา ให้ความสำคัญกับการเป็นอาสาสมัครมากกว่าความเป็นพลเมือง ชอบท้าทาย เรียนรู้สิ่งใหม่เสมอ (Thai Health Project, 2016) ซึ่งสะท้อนและเชื่อมโยงได้จากการเกิดองค์กรประชาสังคมในลักษณะที่ต่างไปจากเดิม โดยใช้บัณฑิตเป็นฐาน (graduate based) ด้านการพัฒนา ได้แก่ โครงการบัณฑิตอาสา และการก่อตั้งหลักสูตรบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยศาสตราจารย์ ดร. ปวย อึ้งภากรณ์ มีเป้าประสงค์ในการศึกษาเรียนรู้พัฒนาจากพื้นที่จริง เพื่อร่วมแก้ปัญหาให้กับประชาชนในถิ่นทุรกันดาร (U-sha & Lertsatienchai, 2018)

จุดหักเหในการพัฒนาด้านจิตอาสา จากผลพวงของการเกิดเหตุการณ์ต่อสู้เชิงอุดมการณ์ประชาธิปไตยของนักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชน ในวันมหาวิปโยค 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ส่งผลให้รัฐบาลในขณะนั้นเกิดความกังวลใจต่อการรวมตัวกันขององค์กรในการพัฒนาสังคม ทำให้ปี พ.ศ. 2519 องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ชบเซาหลง แต่ในปี พ.ศ. 2518 ได้เกิดองค์การพัฒนาเอกชนสากลคือ ข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ หรือ United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR) ในประเทศไทย จุดประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้ลี้ภัยจากอินโดจีน จึงทำให้องค์กรพัฒนาเอกชนในไทยผันตัวไปด้านนี้แทน (U-sha & Lertsatienchai, 2018)

สรุปจากมูลเหตุและปรากฏการณ์ที่กล่าวมาในเบื้องต้นของช่วงที่ 2 นี้ สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของจิตอาสา กับทุนทางสังคม ในมิติของทุนทางสถาบัน พระมหากษัตริย์กับประชาชนที่มีการผสมผสานและเชื่อมโยงระหว่างกันจนเกิดงานด้านสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์ รวมถึงการแสดงออกของปัจเจกชนในฐานะผู้กระทำการ (Agency) ใช้ทุนมนุษย์ของตนสร้างงานจิตอาสาในการพัฒนาประเทศตามศักยภาพ

ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2520 - 2539 “ช่วงเวลาแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจ”

ช่วงเวลาแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจ รัฐส่งเสริม

ประชาสังคม ในช่วงที่ 3 นี้ อยู่ในช่วงการพัฒนาเศรษฐกิจตามอุดมการณ์แนวคิดเสรีนิยมใหม่ ตรงกับการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 - 7 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 - 2539 เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เกิดเสถียรภาพและความสมดุล กระจายการพัฒนาสู่อาสาพัฒนาและสร้างงานพื้นที่ชนบท รวมถึงการแก้ปัญหาความยากจน (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017) มุ่งหวังเป็น “เสือตัวที่ 5 แห่งเอเชีย” แต่ในปี พ.ศ. 2523 ปลายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 มีการเปลี่ยนแปลงดังนี้ 1) การเร่งพัฒนาเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดด เริ่มส่อเค้าของการเกิดปัญหา เช่น การขาดดุลทางการค้า ด้านสังคมปัญหาด้านปากท้องของประชาชน ด้านสิ่งแวดล้อมที่สูญเสียไปจากการเร่งพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม 2) ภาครัฐให้การส่งเสริมภาคประชาสังคม เพื่อลดการต่อสู้กับคอมมิวนิสต์ช่วงท้ายของสงครามเย็น ทำให้นักศึกษากลับมามีบทบาทในรูปแบบขององค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ที่มุ่งเน้นไปในส่วนของการพัฒนากลุ่มเด็ก สตรี ผู้ขาดโอกาสในสังคม (U-sha & Lertsatienchai, 2018)

พิจารณาความสอดคล้องกับบริบทของการจัดช่วงยุค คือ Gen Y (ผู้เกิดปี พ.ศ. 2525 - 2548) เป็นกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากอุดมการณ์แนวคิดเสรีนิยมใหม่ ส่งผลต่อลักษณะทางพฤติกรรมที่โดดเด่น ด้านการใช้เทคโนโลยี มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบความท้าทาย มีความเชื่อมั่นในตนเอง ชอบความรวดเร็ว (Thai Health Project, 2016) และพลังขับเคลื่อน สร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในหลายด้าน ที่สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงสังคม เช่น โครงการก้าวคนละก้าว สร้างปรากฏการณ์ให้เกิดการปลุกกระแสต่อจิตอาสาในหลากหลายรูปแบบเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม

ช่วงที่ 4 พ.ศ. 2540 - 2559 “ช่วงเวลาแห่งการเผชิญหน้ากับวิกฤต” และ ช่วงที่ 5 พ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน “ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคต”

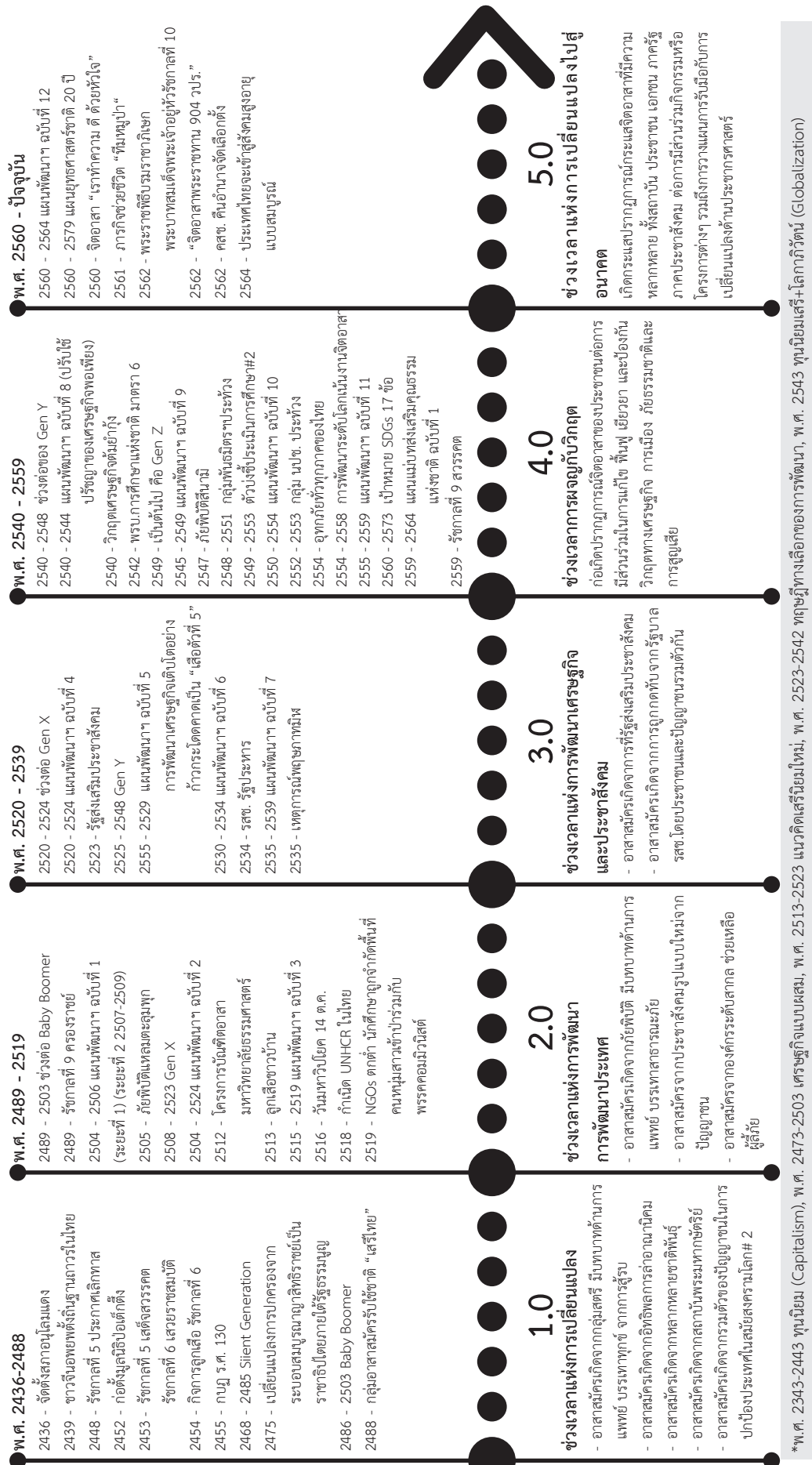
เหตุการณ์และปรากฏการณ์ใน 2 ช่วงนี้มีความต่อเนื่องส่งผลถึงปัจจุบันนำเสนอเป็นมิติดังนี้

มิติเศรษฐกิจ จากการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจนเดินทางมาถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) ซึ่งได้เกิดเหตุการณ์สำคัญวิกฤตเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมอย่างมาก ในปี พ.ศ. 2540 “วิกฤตต้มยำกุ้ง” ส่งผลให้เกิดการปรับแผนโดยให้ความสำคัญกับมิติในการให้คนเป็นศูนย์พัฒนา ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อฟื้นฟูให้ประเทศและประชาชนกลับมาเข้มแข็ง พึ่งตนเอง มีภูมิคุ้มกัน (Phantasen, 2007) และได้ยึดแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาจนถึง ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017) เน้นการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน ภาคประชาสังคม ใช้ทุนทางสังคม ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ ทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน และทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม เป็นฐานในการขับเคลื่อนและพัฒนา (Office of Social Development and Quality of Life, 2005)

มิติธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้มีเหตุการณ์และปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดงานด้านจิตอาสาที่แสดงถึงพลังอันยิ่งใหญ่ และความเกื้อกูลรวมเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของประชาชนไทย เช่น ในปี พ.ศ. 2547 ได้เกิดภัยพิบัติสึนามิ ที่สร้างความสูญเสียและความเสียหายอย่างใหญ่หลวงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ถือเป็นจุดกำเนิดของกระแสคำว่า “จิตอาสา” มีการนำมาใช้อย่างเป็นรูปธรรมและแพร่หลายมาถึงปัจจุบัน และภัยที่ยิ่งใหญ่ไม่ต่างจากสึนามิ เกิดขึ้นในปี พ.ศ.

2554 อุทกภัยครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นทั่วทุกภาคของไทย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเป็นจิตอาสาที่มีอย่างมากมายของคนไทย มีน้ำใจไมตรี ช่วยเหลือเกื้อกูล และในปี พ.ศ. 2561 ภารกิจช่วยชีวิต “ทีมหมูป่าติดถ้ำหลวง” ทำให้เกิดความช่วยเหลือจากระดับสากล ชาวต่างชาติที่ร่วมใจเข้ามาคลี่คลายสถานการณ์อย่างสามัคคี จนกลายเป็นปรากฏการณ์ความช่วยเหลือทางสังคมที่ยิ่งใหญ่

มิติสังคม ปี พ.ศ. 2559 เกิดการสูญเสียอันยิ่งใหญ่และเป็นเวลาอันโศกเศร้าของคนไทย จากการสวรรคตของรัชกาลที่ 9 และได้เกิดการรวมพลังจิตอาสาอันยิ่งใหญ่อาสาทำความดีในส่วนที่ตนพึงทำได้ อย่างสมัครใจและเต็มใจ โดยไม่ต้องร้องขอ เกิดเป็นปรากฏการณ์การทำความดีและเสียสละ สามัคคี มีน้ำใจต่อกัน เป็นผลให้เกิดเป็นโครงการอย่างเป็นรูปธรรม ในปี พ.ศ. 2560 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชทานจิตอาสา “เราทำความดีด้วยหัวใจ” อาสาสมัครในการจัดการอำนวยความสะดวกจัดการด้านกระบวนการให้กับประชาชนที่มาร่วมถวายความอาลัย และในปี พ.ศ. 2562 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชทาน “จิตอาสาพระราชทาน 904 วปร.” ให้พสกนิกรชาวไทยผู้มีจิตอาสาได้ร่วมกันทำความดีเสียสละตนเอง เพื่อสร้างสาธารณประโยชน์ และภาคประชาชนรับดำเนินนโยบายจิตอาสา เพื่อการสร้างจิตสำนึกสืบไป สรุปดังนี้



รูปที่ 1 พัฒนาการจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย

ที่มา: ประมวลผลการทบทวนวรรณกรรม ดัดแปลงมาจาก U-sha & Lertsatienchai (2018), Volunteer Spirit Network (2016), Thai Health Project (2016), Busapathumrong (2012), Pongudom (2010), Wongpinpech (2011), Office of the National Economic and Social Development Board (2017), Country Report to IAVE – Kingdom of Thailand (2018), Robkamdee, (2016), Rattanamak (2011)

ตารางที่ 1 สังเคราะห์รากฐานคติการกำเนิดงานจิตอาสา

งานจิตอาสาจาก ฐานคติ	สถา อนุโลมแดง	มิชชัน นารี	มูลนิธิ ป่อเต็กตึ๊ง	ลูกเสือ/ลูกเสือชาวบ้าน/พอ.สว./ จิตอาสาพระราชทาน 904 วปร.	เสรี ไทย	ภัย พิบัติ	บัณฑิต อาสา
สถาบันศาสนา		✓	✓				
สถาบันกษัตริย์	✓			✓		✓	
ประชาสังคม	✓		✓			✓	
ปรัชญา/อุดมการณ์		✓	✓				✓
วัฒนธรรม			✓				
ภาวะการณ์	✓	✓		✓	✓	✓	
ระดับปัจเจก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ที่มา: ประมวลจากทบทวนวรรณกรรม

สรุปผล

จากตารางสังเคราะห์รากฐานคติการกำเนิดงานจิตอาสาพบข้อสังเกตที่น่าสนใจต่อการเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทย ดังนี้

1. มิติองค์ประกอบของแนวคิดทุนทางสังคม ในการเชื่อมโยงกับแนวคิดจิตอาสาพบว่า มีจุดร่วมของคุณลักษณะ ความคิด การแสดงออกถึงการเป็นผู้มีจิตอาสาโดยใช้ทุนมนุษย์ที่มีอยู่ในระดับปัจเจก รวมถึงบริบทของประเทศไทยที่แสดงให้เห็นถึงความผูกพันกับทุนทางสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการศึกษา ซึ่งทุนที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นองค์ประกอบของแนวคิดทุนทางสังคม และยังสะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็งของจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทยที่ทุนทางสถาบันมีสัมพันธ์ต่อกันและฝังรากลึกอยู่ในวิถีความเป็นไทย

2. มิติด้านการปฏิสัมพันธ์ ในลักษณะแนวคิดและแนวราบ จากตารางพบว่า ฐานคติกำเนิดงานจิตอาสา เกิดจากทุนทางสถาบันศาสนาและสถาบันกษัตริย์ เป็นในลักษณะของปฏิสัมพันธ์ในแนวดิ่ง โดยหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทในการสนับสนุน ส่งเสริม ผลักดันงานด้านอาสาสมัคร ในลักษณะงานจิตอาสาอยู่รูปแบบของข้อกำหนด การทำงานเชิงกลยุทธ์ หรือนโยบายมีมติคุณธรรมจริยธรรม เช่น ด้านการศึกษา อยู่ในกรอบตัวบ่งชี้มาตรฐานการศึกษา เป็นต้น ซึ่ง

ในมิตินี้มีทั้งความเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนในตัวคือ หากเกิดจากปฏิสัมพันธ์ในแนวดิ่งนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องของการครอบงำที่อาจนำไปสู่ความเหลื่อมล้ำของ“ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์” ซึ่งนำสัญลักษณ์ด้านบวก เช่น การแสดงความมีน้ำใจ การเคารพรักษาศรัทธาของสมาชิกในชุมชนกับหน่วยงานราชการในท้องถิ่นอาจนำมาซึ่งการครอบงำในเชิงปฏิบัติการได้ (Bourdieu, 1977) ส่วนปฏิสัมพันธ์ในแนวราบ จากทุนมนุษย์ ได้แก่ ภาคประชาชนหรือภาคประชาสังคม มีการดำเนินงานด้านจิตอาสาที่มีความต่อเนื่องและชัดเจน เช่น เครือข่ายจิตอาสา มีสมาชิกทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 30 กลุ่ม ปฏิบัติงานร่วมกับภาคประชาชนโดยตรง เป็นต้น เหล่านี้สะท้อนถึงการสร้างคุณค่า (Value) ของกลุ่มให้เกิดขึ้นระหว่างกันซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง แต่จุดที่อาจกลายเป็นจุดอ่อนได้คือ เมื่อการขยายตัวของเครือข่ายจากระดับจุลภาคไปสู่มหภาคอาจเกิดการโน้มเอียงไปสู่การครอบงำด้านการบริหารจัดการเครือข่ายในลักษณะของการสร้างคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งอาจทำให้คุณค่า (Value) ของชุมชนเลือนหายไป โดยจุดอ่อนทั้ง 2 ประเด็นนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเข้มแข็งในมิติ“ทุนมนุษย์” ควรมีการเสริมสร้างความรู้ หรือทักษะที่จะเสริมสร้างให้ จิตอาสา รู้เท่าทันไม่ตกอยู่ใต้การครอบงำทางอำนาจ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากพัฒนาการจิตอาสาตามบริบทของประเทศไทยที่กล่าวมาสะท้อนถึงแนวโน้มหรือทิศทางการสร้างจิตอาสาจากพลังของประชาชนหรือทุนมนุษย์ เพราะจิตอาสา คือ พลังสำคัญทั้งการเป็น “พลังผลักดัน (impulsion power)” นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็น “พลังแนวราบ (horizontal power)” ในการอาสาเข้าทำงานโดยไม่ต้องรอขั้นตอนหรือกระบวนการในการสั่งการ ด้วยพลังนี้จะเป็นหัวใจสำคัญในการมีส่วนร่วมพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศจากภาคประชาชนอย่างแท้จริง

ดังนั้นภาครัฐควรส่งเสริมในมิติการสร้าง ความเข้มแข็งด้านทุนมนุษย์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมการเสริมทักษะ (Skill) ในด้านการปฏิบัติการ (Operation) และการบริหารจัดการ (Management) ในรูปแบบ “ก่อน-ขณะ-หลัง” เกิดเหตุ (Before – While – After: BWA) เนื่องจากการ

กำเนิดจิตอาสาหลายครั้งเกิดจากภาวะการณ์หรือสถานการณ์ที่มีความเฉพาะหน้าหรือฉุกเฉิน จึงเป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งในการเข้าช่วยเหลือของจิตอาสาในภาวะการณ์ต่างๆ มีความหลากหลายทั้งผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่มีจิตอาสาแต่อาจจะขาดทักษะหรือประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งสะท้อนได้จากเหตุการณ์ช่วยชีวิต “ทีมหมูป่าติดถ้ำหลวง” มีการหลั่งไหลทั้งผู้ที่มีความชำนาญการในด้านต่างๆ และผู้ที่มีจิตอาสด้านร่างกายเข้าในพื้นที่ ดังนั้นจึงต้องเกิดการบริหารจัดการการเข้าช่วยเหลือ การวางกำลังคนและงานให้เหมาะสมกับแต่ละคนหรือกลุ่ม โดยทำให้งานต่างๆ กระจายการทำงานได้อย่างเหมาะสม ฉะนั้นการอบรมหรือเพิ่มทักษะให้กับจิตอาสาจึงเปรียบเสมือนการเตรียมความพร้อมรับมือก่อนภัยต่างๆ จะเกิดขึ้น และสร้างความเข้มแข็งและรู้เท่าทันการเข้ามาครอบงำในการทำงานจากผู้มีอำนาจที่อาจเกิดขึ้นได้

References

- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Busapathumrong, P. (2012). Disaster Management: Philosophy, Benefits and Applications. *The Royal Institute Journal*, 37, 48-73. [in Thai]
- Champathes-Rodsutti, M. (2007, June 1). What is Volunteering? *Prachachat Business Newspaper*, p. 38. [in Thai]
- Country Report to IAVE–Kingdom of Thailand. (2018). *Volunteer work in Thailand. International Association for Volunteer Effort*. Bangkok: Country Report to IAVE. [in Thai]
- Institute for Population and Social Research, Mahidol University. (2015). *Million Birth Cohort*. Retrieved April 30, 2019, from <http://www.popterms.mahidol.ac.th/Popterms/showmeanTH.php?id=m00366&keyword=Million%20birth%20cohort> [in Thai]
- Kittisuksathit, S. (2014). *Project to Monitor the Situation of Working People in Thailand 2012-2014*. Bangkok: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]
- Office of Social Development and Quality of Life. (2005). *Public Social Capital: Office of the National Economic and Social Development Board*. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board. [in Thai]

- Office of Social Development and Quality of Life. (2005). *Social Capital Citizens Edition: Office of the National Economic and Social Development Board*. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2017). *National Economic and Social Development Plan No. 1-12. Office of the National Economic and Social Development Council*. Retrieved April 25, 2019, from https://www.nesdb.go.th/main.php?filename=develop_issue
- Phantasen, A. (2007). *Application of the Sufficiency Economy Initiative to Small and Medium Sized Industries*. Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF). [in Thai]
- Pongudom, P. (2010). *The Transmission of Western Learning into Thai Society: A Study of the Role of Protestant Missionaries*. Master of Arts, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Rajaprajanugron Foundation Under The Royal Patronage. (2019). *History of the Rajaprajanugron Foundation in the Royal Patronage*. Retrieved March 30, 2019, from <http://www.rajk.org/demo/index.php/page/detail/6> [in Thai]
- Rattanamuk, S. (2011). *Going Back to the Future, Volunteering in the Thai Society* (Seminar Report). Faculty of Liberal Arts, Thammasat University. Bangkok: Office of Graduate Studies Thammasat University. [in Thai]
- Robkamdee, V. (2016). *Handout Philosophy of Sufficiency Economy and Social and Community Development*. Retrieved August 25, 2019, from https://www.slideserve.com/Gabriel/presentation_170381 [in Thai]
- Royal Office. (2019). *Volunteering We Do Good with the Heart*. Retrieved August 25, 2019, from [https://www.royaloffice.th/Volunteer/Things to know](https://www.royaloffice.th/Volunteer/Things%20to%20know). [in Thai]
- Thai Health Project. (2016). *Get to Know People of Different Generations Generation*. Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]
- Thammajitto. (2018). *Volunteerism and Sustainable Development*. Retrieved March 30, 2019, from https://www.watprayoon.com/main.php?url=book_view&id=103&cat=E [in Thai]
- The Princess Mother's Medical Volunteer Foundation. (2019). *History of Foundation Arsa Somdet Phra Srinakharin Informed the Royal Doctor*. Retrieved March 30, 2019, from <http://www.pmmv.or.th/LinkContext/Annal.htm> [in Thai]
- The Royal Institute Dictionary. (2011). *The Meaning of Volunteer Spirit*. Retrieved August 25, 2019, from <http://www.royin.go.th/dictionary/index.php> [in Thai]
- Tnews. (2017). *8 Royal Project of the 9th King of Thailand in Medicine and Public Health from the Royal Wishes for the Thai People to be Healthy and Strong*. Retrieved August 25, 2019, from <http://www.tnews.co.th/royal/364952/8> [in Thai]

- UN VOLUNTEERS. (2018). *Brochure: Volunteering for the Sustainable Development Goals*. Retrieved July 25, 2019, from <https://www.unv.org/sites/default/files/Volunteering%20for%20the%20SDGs.pdf>
- U-sha, K. & Lertsatienchai, P. (2018). *ASEAN Volunteer Knowledge: Volunteerism in ASEAN, Terrestrial and Continental: Thailand (Kingdom of Thailand)*. Bangkok: Institute of Asian Studies Chulalongkorn University. [in Thai]
- Vinijakul, T. (2016). *Read Critique Michelle Fougou* (2nd ed.). Bangkok: Siam Publishing House. [in Thai]
- Volunteer for Dad. (2016). *Royal Speech of His Majesty King Bhumibol Adulyadej*. Retrieved October 20, 2019, from <https://www.facebook.com/volunteersfordad/photos>
- Volunteer Spirit Network. (2016). *The Meaning of Volunteering or the Public Mind*. Retrieved October 1, 2019, from <http://www.volunteerspirit.org.s>
- Wasi, P. (2002). *The Way of the Human in the 21st Century: Toward a New World of Development*. Bangkok: Sodsri-Saritwong Foundation. [in Thai]
- Wisalo, P. (1970). *When Flowers Bloom in the Whole Land. The Office of Health Promotion Fund (SSO)* (1st ed.). Bangkok: Thai Cartoon Institute, Children Foundation. [in Thai]
- Wongpinpech, P. (2011). Factors Related to Volunteer Spirit of Undergraduate Students at King Mongkut's University of Technology North Bangkok. *The 2nd Kasetsart University International Conference on Education (KUICED)*, 26-27 January 2011, Bangkok: Kasetsart University.
- Yodpetch, S. (1991). *Research Report on Volunteers and Social Work Practice*. (Research Report). Bangkok: Thammasat University. [in Thai]



Name and Surname: Waraporn Lueangvilai

Highest Education: Studying in Doctor of Philosophy (Social Policy), Thammasat University

Affiliation: Thammasat University

Field of Expertise: Social Policy



Name and Surname: Sirinrat Kanchanakunjara

Highest Education: Doctor of Philosophy (Social Administration), Thammasat University

Affiliation: Faculty of Social Administration, Thammasat University

Field of Expertise: Social Administration, Criminology, Juvenile Delinquency and Family violence



Name and Surname: Pinkanok Wongpinpech

Highest Education: Doctor of Science (Applied Behavioral Science Research), Srinakharinwirot University

Affiliation: Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Field of Expertise: Behavioral Science and Organizational Behavior

ความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย

OPERATIONS RISK OF CONDOMINIUM MANAGER

มนพัช กองประเวชนนท์

Monnapat Kongprawechnon

คณะวิทยาการจัดการ การจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

Received: May 26, 2020 / Revised: January 21, 2021 / Accepted: January 26, 2021

บทคัดย่อ

ปัจจุบันอัตราการขยายตัวของเมืองและประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้รูปแบบพักอาศัยของคนเมืองมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจและการเติบโตของเมืองจากบ้านเดี่ยวสู่การเป็นอาคารชุดพักอาศัย บทความเรื่อง ความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางให้ผู้จัดการชุดพักอาศัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบในแง่ลบต่อการทำงาน ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ ประเภทของความเสี่ยง ภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยและปัจจัยความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย โดยหวังว่าบทความนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อนิติบุคคลอาคารชุดพักอาศัย ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย เจ้าของร่วมอาคารชุดพักอาศัยที่จะนำองค์ความรู้ ประโยชน์ คุณค่าของบทความนี้ไปพัฒนาต่อยอดการบริหารและการจัดการอาคารชุดพักอาศัยให้มีประสิทธิภาพและได้รับประสิทธิผลยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย ความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน

Abstract

Nowadays, the increasing rates of urbanization and population growth are causing the urban housing model to adjust in order to comply with the economy and the growth of the city from a single house to a condominium. This article entitled “Work Performance Risks of Condominium Managers” has the objective to propose guidelines for condominium managers to realize the importance of work performance risks that could adversely affect work performance and how to avoid them. The article contains the contents about the meaning of risk, significance of risk, types of risk, obligations and responsibilities of the condominium manager, and the risk factors in work performance of the condominium manager. It is hoped that this article will benefit the condominium juristic persons, condominium managers, and condominium co-owners by enabling them to apply the body of knowledge, benefits and value of this article to improve the efficiency of condominium management to make it more effective.

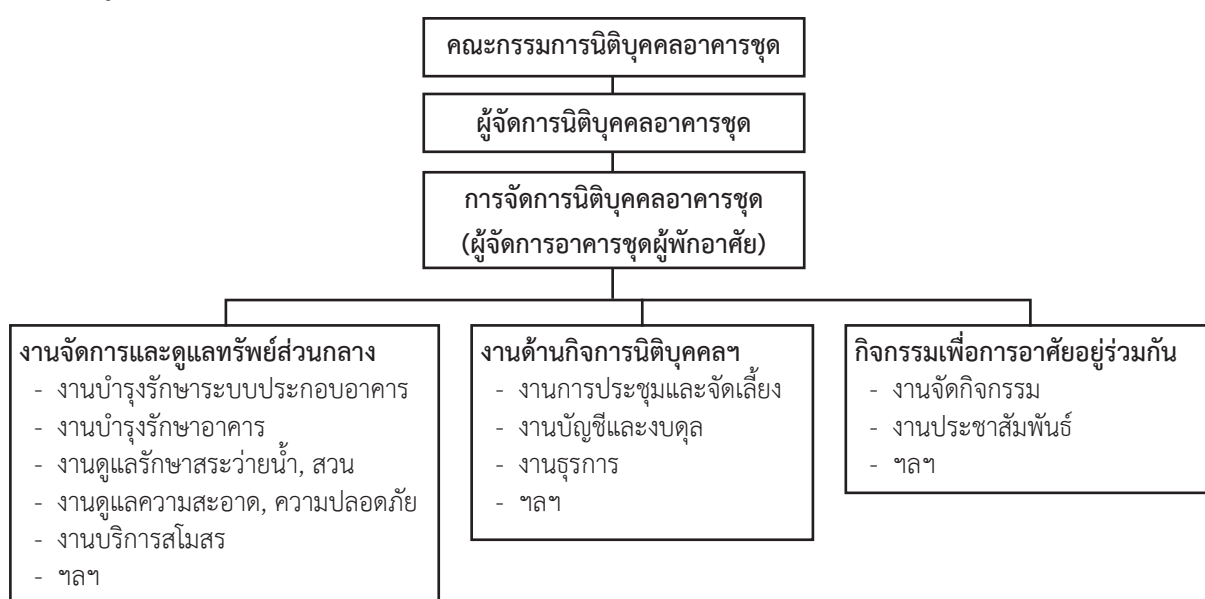
Keywords: Condominium Manager, Work Performance Risk

บทนำ

เนื่องจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของเมืองขนาดใหญ่ ประเทศไทยมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะที่อยู่อาศัยหรือบ้าน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีพของมนุษย์ (Thongkorn, 2018: 1) ส่งผลให้ลักษณะทางสังคมของการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้คนเปลี่ยนไป เกิดความนิยมเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัย (Condominium) มากกว่าที่พักอาศัยแบบอื่นเพราะอาคารชุดพักอาศัยมีระบบการจัดการบริหารอาคารในรูปแบบนิติบุคคลที่อำนวยความสะดวก ดูแลความเรียบร้อยต่างๆ ภายในอาคารชุดพักอาศัย ทำให้ผู้พักอาศัยมีความอุ่นใจเรื่องความปลอดภัย การพักอาศัยนี้นำมาซึ่งวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันแบบใหม่ที่ผู้พักอาศัยมีสิทธิความเป็นเจ้าของร่วมกันในทรัพย์สินส่วนกลาง และมีหน้าที่ร่วมกันรับผิดชอบต่อการดูแลให้ทรัพย์สินส่วนกลางนั้นอยู่ในสภาพดี (Chotipanich, 2006: 2)

ปัญหาที่พบจากการขาดการบริหารจัดการอาคารชุดพักอาศัยที่ดีคือ ขาดการดูแลจัดการระบบสาธารณูปโภคหรือระบบประกอบอาคาร และ

สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อประโยชน์ของผู้อยู่อาศัย รวมถึงปัญหาที่พบจากการอยู่อาศัยร่วมกัน เช่น การส่งเสียงดังสร้างความรำคาญให้กับผู้พักอาศัยห้องอื่นๆ ไม่ปฏิบัติตามกฎของการอยู่ร่วมกัน เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ (TERRABKK, 2017) จึงเป็นที่มาของการจัดการอาคารชุดพักอาศัยที่เรียกว่า นิติบุคคลอาคารชุด (Residential Juristic Person) ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนในบริษัทที่ได้รับการว่าจ้างมาเพื่อจัดการดูแลทรัพย์สินส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยที่ภาษากฎหมายเรียกว่า “อาคารชุด” ซึ่งเป็นอาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกเป็น 2 ส่วน คือ กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง นิติบุคคลอาคารชุดจะมีหน้าที่ดูแลจัดการในทรัพย์สินส่วนกลางและจะปฏิบัติงานร่วมกับคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด เพื่อออกแบบและปฏิบัติตามข้อบังคับของนิติบุคคลอาคารชุด ซึ่งแต่ละอาคารชุดพักอาศัยมีระเบียบภายในของแต่ละอาคารชุดที่ไม่เหมือนกัน (TREBS, 2019) โครงสร้างนิติบุคคลอาคารชุด (Chotipanich, 2016: 33-35) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โครงสร้างการทำงานจัดการนิติบุคคลอาคารชุด (Chotipanich, 2016: 32-33)

คณะกรรมการนิติบุคคลฯ เป็นผู้กำกับและดูแลภาพรวมของนิติบุคคลฯ ให้มีความยั่งยืนในระยะยาว ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทาง และวิธีการจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดพักอาศัยทำหน้าที่เป็นผู้กำกับควบคุมการดำเนินการต่างๆ

ฝ่ายจัดการนิติบุคคลอาคารชุดเป็นผู้ดำเนินการและทำงานต่างๆ ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในอาคารชุดพักอาศัย ปฏิบัติงานให้เกิดผลและดูแลสภาพแวดล้อมที่ต้องการตามที่กำหนดไว้

การจัดการนิติบุคคลอาคารชุดเป็นกระบวนการทำงานเพื่อทำให้กิจการต่างๆ ของนิติบุคคลอาคารชุดเป็นไปโดยเรียบร้อย มีผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดเป็นหัวหน้าคณะทำงาน ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด ซึ่งเป็นผู้ให้และกำกับนโยบาย ซึ่งผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดจะมีคณะทำงาน คือ ฝ่ายจัดการอาคาร (Management Team) ซึ่งประกอบด้วย ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย หัวหน้างานอาคาร เจ้าหน้าที่สำนักงานจัดการอาคาร และผู้ปฏิบัติงาน เช่น งานอาคารและงานบริการต่างๆ เป็นต้น ทำงานตามแผนและกระบวนการทำงานที่กำหนดไว้

ปัจจุบันพบว่า งานอาคารและงานบริหารจัดการอาคารสถานที่ถูกละเลย เห็นได้จากอาคารที่ใช้งานมาช่วงระยะเวลาหนึ่งจะพบปัญหาสภาพอาคารชำรุดทรุดโทรม ไม่ได้รับการซ่อมแซมหรือถูกปล่อยปะละเลย การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณที่จำเป็นสำหรับงานด้านนี้น้อย ไม่มีการกำหนดแนวทาง นโยบาย แผนการจัดการใช้งาน และดูแลบำรุงรักษาอาคารสถานที่อย่างชัดเจน ไม่เห็นความสำคัญของการดูแลบำรุงรักษาอย่างถูกวิธี และไม่ให้ความสำคัญในการจัดหาบุคลากรที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญมาปฏิบัติงาน (Chotipanich, 2010: 6)

ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย (Condominium Manager) คือ บุคลากรที่มีความสำคัญต่อการบริหาร

อาคารของนิติบุคคลอาคารชุดให้มีประสิทธิภาพการได้รับตำแหน่งโดยการคัดเลือกจากคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด โดยทำหน้าที่เป็นหัวหน้างานของฝ่ายบริหารอาคาร ทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของอาคารชุดพักอาศัย อำนวยความสะดวกให้ผู้พักอาศัย ก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผู้พักอาศัยต่องานบริการของนิติบุคคลอาคารชุด ส่งผลให้งานด้านการบริหารจัดการอาคารมีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้น (Chotipanich, 2016: 32-35; Pokpong, 2017: 50-52) การดูแลสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะนั้น ถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการทรัพย์สินส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัย ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้ “นิติบุคคลอาคารชุด” มีหน้าที่ดูแลทรัพย์สินส่วนกลาง โดยต้องดูแลจัดการระบบสาธารณูปโภคหรือระบบประกอบอาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย 3 คน พบว่า มีปัญหาเกิดขึ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ของนิติบุคคลอาคาร เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารอาคารชุดและการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการนิติบุคคลอาคารชุด เป็นต้น จึงนำมาสู่บทความในครั้งนี้ เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยขณะปฏิบัติงาน คำนึงถึงผลกระทบ โอกาสของความเสี่ยง และเพื่อให้เป็นแนวทางการบริหารความเสี่ยงเหล่านั้น

ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง เหตุการณ์ที่มีความไม่แน่นอน มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และมีผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ หากเป็นทางลบจะก่อให้เกิดความผิดพลาด เกิดความเสียหาย หรือเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ทำให้การดำเนินงานขององค์กรไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การทำงานจำเป็นต้องมีการบริหารความเสี่ยง เพื่อคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ พร้อมระบุแนวทางในการจัดการกับความเสี่ยงดังกล่าว (Pokpong, 2017: 36)

แนวทางการบริหารความเสี่ยงในการบริหาร

งานนิติบุคคลด้วยวิธีการลดหรือควบคุมความเสี่ยง โดยการปรับปรุงแนวทางการบริหารงาน กำหนดมาตรการป้องกันและบังคับใช้ การพัฒนาศักยภาพของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย จะช่วยให้ภาระงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ป้องกันโอกาสการเกิดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน เพราะความเสี่ยงมีผลกระทบต่อผู้พักอาศัย จึงเป็นเรื่องที่อยู่ในความรับผิดชอบโดยตรงของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งทำหน้าที่เป็นหัวหน้าฝ่ายจัดการอาคาร เพื่อเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น จึงต้องคำนึงถึงผลกระทบและความเสียหายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นตามมา (Chotipanich, 2010: 181-182)

ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุด สามารถแบ่งตามลักษณะการเกิดความเสี่ยง แบ่งออกเป็น 4 ด้าน (Pokpong, 2017: 36) คือ 1) ความเสี่ยงด้าน กลยุทธ์ (Strategic Risk) 2) ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) 3) ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน (Financial Risk) 4) ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk)

ความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ คือ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแผนกลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน และการนำแผนดังกล่าวไปปฏิบัติอย่างไม่เหมาะสม อันส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดกลยุทธ์ หรือการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หลัก เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานขององค์กร เกิดได้จาก

1.1 ไม่ทำงบประมาณการ (Budget) และรายจ่ายการลงทุน (Capital Expenditure-CAPEX) ซึ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับการบริหารอาคารชุด เพราะเป็นการวางแผนการลงทุนจะทำให้ทราบงบประมาณสำหรับบริหารอาคารให้มีความปลอดภัย

และรักษาภาพลักษณ์ที่สวยงามของอาคารให้คงอยู่ การประเมินค่าส่วนกลางที่ผิดพลาดทำให้ไม่มีเงินกองกลางเพียงพอที่จะบำรุงรักษาอาคารชุดพักอาศัยให้อยู่ในสภาพดี ปัญหาในการกำหนดงบประมาณอาคารที่พบโดยทั่วไป ได้แก่ การตั้งงบประมาณไม่เพียงพอ และการขาดงบเพื่อการดำเนินการฉุกเฉิน ทำให้ขาดการบำรุงรักษาเพราะไม่มีงบประมาณเพื่อการซ่อมบำรุง ผู้บริหารขาดการคาดการณ์หรือการคาดการณ์ไม่แม่นยำ ปัญหาเหล่านี้มีสาเหตุจากการขาดข้อมูล ความไม่เข้าใจ (Chotipanich, 2010: 177-178) สุดท้ายอาคารชุดพักอาศัยเสียหายได้ งบประมาณการและรายจ่ายการลงทุนคือ สิ่งสำคัญที่ฝ่ายบริหารอาคารต้องจัดเตรียมและทำแผนงานเสนอต่อคณะกรรมการนิติบุคคลเพื่อตรวจสอบและพิจารณาอนุมัติให้สอดคล้องกับรายรับ-รายจ่าย

1.2 ไม่จัดทำบัญชีรับ-จ่ายประจำเดือน และงบดุลรายปี (Balance Sheet) มีนิติบุคคลอาคารชุดหลายแห่งละเลยหรือไม่จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายแต่ละเดือน ไม่จัดทำงบดุลรายปี และไม่ปิดประกาศให้ผู้พักอาศัยรับทราบหรืออาจจัดทำแต่ขาดความต่อเนื่องเพราะไม่มีผู้ตรวจสอบจึงเป็นช่องโหว่ทำให้เกิดการทุจริตได้ การศึกษาสถานะการใช้จ่ายของนิติบุคคลอาคารชุดจะทำให้เข้าใจการบริหารงานของนิติบุคคลอาคารชุดได้ (Chuprasit, 2018) และสามารถควบคุมหรือลดค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ได้ เช่น การพิจารณาจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัย หรือแม่บ้าน การกำหนดอัตราจ้างต่อหัวอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมหรือไม่ เป็นต้น การพิจารณาค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่างๆ ของส่วนกลาง เช่น ค่าไฟฟ้า สามารถปรับลดหรือบริหารเวลาการเปิด-ปิดไฟเพื่อลดค่าไฟฟ้าได้หรือไม่

การแต่งตั้งผู้สอบบัญชี (ผู้สอบบัญชีอาคารชุด) ต้องดำเนินการตามในมาตรา 42/1 แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุดฉบับ พ.ศ. 2551 ได้ระบุว่าให้คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมใหญ่กับเจ้าของร่วมและต้องมีวาระการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีเป็นหนึ่งวาระที่จะต้องระบุไว้

ในการประชุมใหญ่สามัญประจำปีทุกครั้ง การแต่งตั้งผู้สอบบัญชีมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ผู้ตรวจสอบการสรุปรายงานงบการเงินตลอดปีของนิติบุคคลถูกต้องหรือไม่ ฝ่ายบริหารอาคารต้องติดประกาศให้เจ้าของร่วมได้รับทราบ ต้องขอความร่วมมือจากเจ้าของร่วมเพื่อสอดส่องดูแลผลประโยชน์ เพราะกรรมกรที่เป็นตัวแทนของเจ้าของร่วมอาจไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การจัดการการเงิน งบประมาณ และค่าใช้จ่าย เช่น การคำนวณต้นทุนค่าใช้จ่าย การจัดทำงบประมาณรายเดือนและรายปี การจัดทำแผนการเงิน และกำหนดค่าใช้จ่ายระยะยาว การบริหารบัญชีกองทุนเพื่อให้เกิดดอกผล การจัดเก็บค่าใช้จ่ายตามที่ได้รับมอบหมาย การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย และงบดุล เป็นต้น ทั้งนี้แผนงบประมาณควรมีการเตรียมการค่าใช้จ่ายดำเนินการ (Operating Costs) เตรียมแผนเพื่อประมาณการเงินลงทุนเพื่อการซ่อมแซมใหญ่ บำรุงรักษาใหญ่ ซึ่งเป็นงบประมาณระยะยาวในหมวดการลงทุน (Pokpong, 2017: 20)

1.3 การใช้เงินส่วนกลาง (Common Fee) จนหมดและนำเงินกองทุน (Sinking Fund) มาใช้

เงินส่วนกลาง คือ เงินที่จัดเก็บจากเจ้าของร่วมแต่ละรายตามขนาดพื้นที่ห้องชุด เพื่อเป็นเงินทุนสำหรับค่าใช้จ่ายประเภทดำเนินการที่เกิดขึ้นเป็นประจำและเพื่อจัดเตรียมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม และให้บริการส่วนกลางที่สนับสนุนให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้พักอาศัยทุกคน (Chotipanich, 2016: 101)

เงินกองทุนอาคาร คือ เงินทุนสำรองที่เจ้าของร่วมจ่ายให้นิติบุคคลอาคารชุดเก็บไว้ใช้กรณีฉุกเฉิน หรือใช้สำหรับเรื่องจำเป็นเร่งด่วนของแต่ละอาคารชุด วัตถุประสงค์หลักของเงินกองทุนที่ระบุในข้อบังคับมีไว้เพื่อซ่อมแซมทรัพย์สินส่วนกลาง โดยเฉพาะการบำรุงรักษาที่มีค่าใช้จ่ายสูงหรือเร่งด่วน เงินก้อนนี้ถ้าไม่มีความจำเป็นต้องใช้ นิติบุคคลอาคารชุดจะไปฝากธนาคาร (Anuwatudom, 2019)

บางครั้งอาจเกิดกรณีฉุกเฉิน เช่น ระบบ

ควบคุมเกี่ยวกับความปลอดภัยเสียหาย จำเป็นต้องซ่อมแซมเร่งด่วน เป็นต้น นิติบุคคลอาคารชุดหลายแห่งใช้เงินส่วนกลางจนหมดบัญชี จึงจำเป็นต้องนำเงินกองทุนมาใช้ ผู้จัดการอาคารชุดต้องวางแผนการดำเนินงานให้ชัดเจน ต้องทำงบประมาณการและรายจ่ายการลงทุนเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น ทำให้ทราบถึงสถานะการเงินและวางแผนบริหารเงินได้เหมาะสม ถ้าเงินกองทุนอาคารหมด เกิดเหตุฉุกเฉินที่จะต้องใช้จ่ายเงินในการซ่อมแซมอาคารจะไม่สามารถดำเนินการได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้พักอาศัย (Chuprasit, 2018)

2. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ คือ ความเสี่ยงเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการหรือกิจกรรมภายในองค์กร รวมทั้งความเสี่ยงเกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลด้านเทคโนโลยีและข้อมูลความรู้ต่างๆ อันส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน ได้แก่ การไม่ซื่อสัตย์สุจริตทำให้เกิดปัญหาการทุจริต ขาดความรับผิดชอบไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนเอง

หลักสุจริตเป็นคุณธรรม ศีลธรรมขั้นสูง เป็นเสาหลักของระบบกฎหมายที่สำคัญ “สุจริต” คำนี้แทรกตัวอยู่ในตัวบทกฎหมาย โดยเฉพาะในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นหลักกฎหมายที่สำคัญที่เรียกว่า “หลักสุจริต” Black’s Law Dictionary 18th Edition ได้อธิบายว่า หลักสุจริต หรือ Good Faith หมายถึง สภาวะทางจิตใจประกอบด้วย 1) ความซื่อสัตย์ในความเชื่อหรือวัตถุประสงค์ 2) ความซื่อตรงต่อหน้าที่หรือหน้าที่ของตน 3) ความสอดคล้องกับมาตรฐานทางการค้าหรือธุรกิจใดๆ อันชอบด้วยเหตุผลในการต่อรองกันอย่างเป็นธรรม 4) การไร้ซึ่งเจตนาหลอกลวงหรือแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ (Tonjinwattanakol, 2012: 81) ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยจะลดความเสี่ยงด้านปฏิบัติการได้โดยการเน้นหลักสุจริต เป็นเสาหลักของระบบกฎหมายที่สำคัญ ไม่ว่าจะก่อนนิติสัมพันธ์แบบใด ต้องคำนึงถึงหลักสุจริตเป็นที่ตั้งเสมอ ความสุจริตเป็นสิ่งที่

ความรู้ที่รู้ชัดในตัวของมนุษย์ ที่ใดพัฒนาหลักสุจริตที่ดีมาก จะเป็นสังคมที่เจริญเพิ่มมากขึ้น (Tonjinwattanakol, 2012: 88)

2.1 การทุจริตเชิงนโยบายกับการดำเนินกิจการของนิติบุคคลอาคารชุด เป็นการทุจริตภายใต้การสร้างนโยบายหรือกฎหมาย ซึ่งอ้างถึงผลประโยชน์สาธารณะที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามนโยบายที่ถูกกลุ่มบุคคลสร้างขึ้นผ่านการใช้กระบวนการสร้างความสมเหตุสมผลทางวิชาการ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มบุคคลเหล่านั้นสามารถนำนโยบายหรือกฎหมายไปใช้ประโยชน์และเป็นเครื่องมือในการดำเนินการทุจริตหรือแสวงหาผลประโยชน์ของตน และพวกพ้อง (Juangjan, 2018: 1) นิติบุคคลอาคารชุดที่มีการทุจริตเชิงนโยบาย เกิดจากเจ้าของร่วมไม่ใส่ใจ ไม่มีมาตรการระวังป้องกัน ไม่มีการวางระบบ หรือไม่ตรวจสอบการดำเนินงาน ปลอ่ยปละละเลย ลักษณะ “เอาหูไปนา เอาตาไปไร่” ปลอ่ยให้คณะบุคคลที่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการและดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางใช้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายเป็นเครื่องมือการแสวงหาประโยชน์ด้วยวิธีแยบยล เสมือนว่าได้ดำเนินกิจการนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อประโยชน์โดยรวมของเจ้าของร่วม แต่ข้อเท็จจริงนั้นแฝงผลประโยชน์เพื่อส่วนตนอยู่ด้วย ดังนั้นการทุจริตเชิงนโยบาย คือ การทุจริตภายใต้การสร้างนโยบายโดยอ้างถึงผลประโยชน์สาธารณะที่เกิดขึ้นผ่านการใช้กระบวนการสร้างความสมเหตุสมผล เพื่อเป็นเครื่องมือการดำเนินการทุจริตและแสวงหาผลประโยชน์ของตนเองและพวกพ้อง (Musikasopon, 2002: 8-9) การดำเนินกิจการของนิติบุคคลอาคารชุดที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของสังคมจะเป็นช่องว่างทำให้เกิดการแสวงหาประโยชน์จากการดำเนินกิจการต่างๆ การแสวงหาประโยชน์เป็นการทุจริตเชิงนโยบายผ่านการทำสัญญาบริการกับบริษัทต่างๆ เช่น บริษัทรักษาความปลอดภัย บริษัทดูแลสวน บริษัททำความสะอาดภายในอาคาร เป็นต้น รวมถึงการจ้างงานอื่นๆ โดยการเจรจาตกลงกันล่วงหน้า ได้รับผลประโยชน์จากการจัดซื้อจัดจ้าง

เกี่ยวกับการดำเนินกิจการของนิติบุคคลอาคารชุด โดยตกลงแบ่งเปอร์เซ็นต์จากกำไร เป็นการจัดซื้อจัดจ้างที่ไม่โปร่งใส การจัดซื้อจัดจ้างที่ดีควรคำนึงถึงประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า ความโปร่งใส การประมูล การแข่งขันที่เป็นธรรม สามารถตรวจสอบได้ การจัดซื้อจัดจ้างที่ไม่ซื่อสัตย์สุจริต ไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม จะนำไปสู่การทุจริตรูปแบบต่างๆ (Musikasopon, 2002: 12-13) ดังนั้นจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการชุดพักอาศัย 3 คน สิ่งสำคัญที่ป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันคือความโปร่งใส ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยควรทำการตรวจสอบ แกไขกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างให้ถูกต้อง และรายงานความผิดที่เกิดขึ้นให้คณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุดรับทราบเสมอ

หลักสุจริตกับการดำเนินกิจการนิติบุคคลอาคารชุด การดำเนินกิจการนิติบุคคลอาคารชุดจะมีผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของร่วมดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางอันเป็นผลประโยชน์ร่วมกันในอาคารชุด หากการดำเนินกิจการดังกล่าวโดยไม่สุจริตแล้วจะส่งผลกระทบโดยตรง การใช้เล่ห์เหลี่ยมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ส่งผลเสียหายนต่อชุมชนอาคารชุดพักอาศัยในระยะยาว รวมถึงผลกระทบต่อความไว้วางใจของเจ้าของร่วมในชุมชนอาคารชุดพักอาศัย เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง กรรมการนิติบุคคลที่เป็นตัวแทนเจ้าของร่วมต้องตระหนักเรื่องความสุจริตให้มาก เพราะการดำเนินกิจการนิติบุคคลอาคารชุดด้วยความสุจริตจะทำให้เกิดความไว้วางใจจากเจ้าของร่วมในฐานะเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง และความสุจริตเป็นพื้นฐานทำให้เกิดความสงบเรียบร้อยในอาคารชุดด้วย (Musikasopon, 2002: 4)

คณะกรรมการนิติบุคคล (Condominium Act, (No. 4), B.E. 2551, 2008: 66) ประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 3 คน แต่ไม่เกิน 9 คน ซึ่งแต่งตั้งโดยที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมและกรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปี และจะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้ เว้นแต่ไม่อาจหาบุคคลอื่น

มาดำรงตำแหน่งได้ ปัญหาการทุจริตของคณะกรรมการนิติบุคคล เช่น ปัญหาการส่งมอบทรัพย์สินส่วนกลางในอาคารชุดพักอาศัย เป็นต้น เจ้าของโครงการต้องส่งมอบทรัพย์สินส่วนกลางรวมถึงพื้นที่ส่วนกลางให้แก่นิติบุคคลอาคารชุด หากคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุดเป็น “ตัวแทน” (Nominee) กับเจ้าของโครงการจะทำให้บางโครงการอาจจะมีปัญหาเกี่ยวกับระบบโครงสร้างงานระบบต่างๆ ที่ไม่เรียบร้อย แต่ต้องการส่งมอบงานให้นิติบุคคลอาคารชุดรับไปบริหารจัดการต่อ คณะกรรมการนิติบุคคลจะใช้อำนาจกดดันให้ฝ่ายบริหารอาคารรับงานจากโครงการที่ไม่เรียบร้อยนั้น (Musikasopon, 2002: 4) การไม่เปิดเผยข้อมูลรายรับค่าส่วนกลาง เงินกองทุน และรายจ่ายการบริหารนิติบุคคลอาคารชุด หรือต้องการผูกขาดอำนาจการบริหารนิติบุคคลอาคารชุด เพราะมีผลประโยชน์แอบแฝง หรือไม่เปิดเผยข้อมูลบางเรื่องของโครงการให้เจ้าของร่วมรับทราบ

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย 3 คน พบว่า มีหลายประเด็น 1) การเข้าพื้นที่ส่วนกลางในราคาถูกเพื่อต่อเติมขยายพื้นที่ห้องชุดของตนเอง โดยอาศัยการเป็นกรรมการนิติบุคคล ทำให้คณะกรรมการนิติบุคคลเกิดความเกรงใจ สามารถขอเสียงเพื่อลงมติในที่ประชุมคณะกรรมการนิติบุคคลทำให้เข้าพื้นที่ส่วนกลางได้ในราคาถูก 2) การตั้งงบประมาณเพื่อปรับปรุงโครงการต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวมากกว่าการคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม เช่น ถ้าครอบครัวของคณะกรรมการมีเด็กเล็กจะเสนอของบประมาณที่มุ่งเน้นการปรับปรุงสนามเด็กเล่นบึงสูงเกินความจำเป็น เป็นต้น 3) กรรมการบางคนจะใช้อำนาจเพื่อขอลิสิทธิ์ เช่น ขอทำบัตรเข้าออกอาคารชุดฟรี บัตรที่จอดรถฟรี นำรถเข้ามาจอดเกินสิทธิ์ที่มีอยู่ หรือการขอใช้ห้องประชุมเกินสิทธิ์ที่มีอยู่ เป็นต้น

ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยต้องทำงานภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการนิติบุคคล ถ้าคณะกรรมการที่ได้รับเลือกจากมติของที่ประชุมใหญ่

เป็นคนไม่ซื่อสัตย์สุจริต ไม่มีความโปร่งใส จะทำให้ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยทำงานด้วยความลำบาก มีความเสี่ยงต้องทำงานด้วยความระมัดระวัง เพื่อป้องกันตนเองที่ไม่ให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ผิดข้อบังคับและผิดข้อกำหนดต่างๆ

2.2 ความรับผิดชอบของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดมีผลต่อความเป็นอยู่รวมทั้งคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย Sottipinyo (2015: 26) กล่าวว่าภาครัฐกำหนดอำนาจหน้าที่ของผู้จัดการนิติบุคคลไว้ในพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 ปรับปรุงอำนาจหน้าที่และเพิ่มเติมของส่วนกำหนดบทลงโทษในฉบับแก้ไขปี พ.ศ. 2551 เพื่อให้เหมาะสมมากกว่าเดิม ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดความรับผิดชอบต่อการบริหารงานของนิติบุคคลอาคารชุดยังปรากฏอยู่ดังจะเห็นได้จากสื่อของหน่วยงานต่างๆ ทั้งจากกรมที่ดิน สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นำเสนอการสอบถามปัญหาและร้องเรียนเกี่ยวกับการบริหารจัดการของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดเป็นจำนวนมาก จากสถิติข้อมูลเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคปี พ.ศ. 2551-2555 ของ Office of the Consumer Protection Board (2012) พบว่า การร้องเรียนเรื่องอาคารชุดเป็นหนึ่งในสิบอันดับแรกที่มีการร้องเรียนสูงสุดทุกปี และรายการร้องเรียนเรื่องความไม่โปร่งใสของอาคารชุดเป็นหนึ่งในหัวข้อร้องเรียนของกลุ่มนี้

Boonnak (2010) ศึกษาจริยธรรมที่พึงมีของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดสรุปว่า ต้นแบบจริยธรรมที่พึงมีของผู้จัดการนิติบุคคล ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ การปฏิบัติตามกฎหมาย การรับผิดชอบต่อหน้าที่ การมีภาวะผู้นำ การปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทที่ได้รับ และการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม โดยปัจจัยที่มีผลต่อการมีจริยธรรมดังกล่าว ได้แก่ การรู้กฎหมาย การมีประสบการณ์ การบริหารอาคารชุด ซึ่งต้นแบบจริยธรรมที่พึงมีของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับจริยธรรม โดยผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดมีอำนาจ

หน้าที่ในการปฏิบัติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เพื่อจัดการและดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง และกระทำการใดๆ ตามมติของเจ้าของร่วม เพื่อจัดการดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลางและการดำเนินการให้มีการดูแลรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อยภายในอาคารชุด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในปีงบประมาณช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560-กันยายน พ.ศ. 2561 รายงานว่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย (ประเภทย่อย 2,384 ราย) เรื่องที่มีการร้องทุกข์มากที่สุดคือ เรื่องอาคารชุดคอนโดมิเนียม เป็นจำนวน 1,141 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.86 เป็นผู้จัดการนิติบุคคลต้องเพิ่มความระมัดระวังขณะปฏิบัติหน้าที่เพราะถ้าผิดพลาดอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีได้ และจากงานวิจัยของ Sottipinyo (2015: 32) พบว่าจริยธรรม ได้แก่ ความซื่อสัตย์ การปฏิบัติตามกฎหมาย และความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การมีภาวะผู้นำปฏิบัติตามบทบาทที่ได้รับ การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมสามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบจริยธรรมที่พึงมีของผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด เพื่อใช้ฝึกอบรม คัดเลือกผู้มาทำหน้าที่ รวมถึงใช้สร้างมาตรฐานออกใบอนุญาตผู้ปฏิบัติหน้าที่ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดในอนาคต โดยเฉพาะ การมีภาวะผู้นำปฏิบัติตามบทบาทที่ได้รับเป็นด้านที่สำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

3. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายใน เช่น การบริหารจัดการสภาพคล่อง ด้านเครดิตหรือด้านเงินลงทุน ส่งผลต่อการดำรงอยู่และส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร ปัญหาการทุจริตของฝ่ายบริหารอาคาร เป็นต้น (Pokpong, 2017: 4) ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยทำหน้าที่เหมือนพ่อบ้าน แม่บ้านดูแลการบริหารงานอาคาร ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ การทำงานของฝ่ายบริหารอาคารเกี่ยวข้องกับการเงินส่งผลให้เกิดการทุจริตหลายรูปแบบ

3.1 ไม่ส่งเงินรายรับเข้าบัญชี: การรับเงิน

ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าเช่าที่จอดรถ เจ้าหน้าที่ไม่ส่งเงินที่เก็บได้เข้าบัญชีให้ตรงตามกำหนดหรือไม่นำเข้าบัญชีนิติบุคคล (Chuprasit, 2018) จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย 3 คน พบว่ามีหลายประเด็นที่เปิดโอกาสให้ทำการทุจริตได้ ได้แก่ 1) ผู้พักอาศัยที่ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้วยเงินสดและไม่รอรับใบเสร็จทันที เปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่การเงินไม่นำเข้าบัญชี ถ้าผู้พักอาศัยหลงลืมหรือไม่สนใจไม่ทวงถามจะเปิดช่องให้ทำการทุจริตนำเงินไปใช้ส่วนตัวได้ง่าย 2) การเก็บค่าปรับที่เรียกเก็บจากผู้รับเหมาที่เข้ามาทำงานในอาคารชุด เช่น ทำพื้นที่ส่วนกลางเสียหาย ส่งเสียงดัง สูบบุหรี่ในพื้นที่ห้ามสูบบุหรี่ ทำสัญญาถมดินไฟไหม้ดัง เป็นต้น ผู้รับเหมาจะชำระเบี้ยปรับด้วยเงินสด ซึ่งเจ้าหน้าที่อาจจะเก็บเงินโดยไม่ออกใบเสร็จรับเงินและไม่นำเงินเข้าบัญชี 3) อาคารชุดพักอาศัยบางแห่ง มีการเก็บเงินค่าที่จอดรถโดยใช้ระบบการจดบันทึกด้วยการเขียน ทำให้เกิดการทุจริตโดยฝ่ายรักษาความปลอดภัย ตั้งแต่การเก็บเงินค่าจอดรถ ค่าปรับบัตราหาย แต่ไม่ออกใบเสร็จและไม่นำเงินส่งให้ฝ่ายการเงิน เพื่อป้องกันการทุจริตทำได้โดยเจ้าของร่วมต้องขอรับใบเสร็จรับเงินทุกครั้งที่ชำระเงิน และตรวจสอบความถูกต้องของใบเสร็จทุกครั้ง หากพบการทุจริตหรือมีหลักฐานว่าเจ้าหน้าที่ปกปิดข้อมูล เจ้าของร่วมสามารถตรวจสอบข้อมูลได้ โดยอ่านข้อบังคับของนิติบุคคลอาคารชุด เพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนและป้องกันการทุจริตที่จะเกิดขึ้น

นิติบุคคลอาคารชุดควรวางระบบงานการเงินให้ชัดเจน กำหนดการปฏิบัติงานและกำหนดแนวทางการตรวจสอบ วางแผนเพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันเกี่ยวกับรายรับหรือรายได้ของนิติบุคคลอาคารชุด ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่นการจัดทำใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ผ่านระบบกับธนาคารหรือสถาบันการเงิน โดยให้เจ้าของร่วมสามารถชำระเงินค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามที่นิติบุคคลอาคารชุดเรียกเก็บผ่านธนาคาร หรือแอปพลิเคชันของธนาคารแทน

การชำระเงินสดที่สำนักงานของนิติบุคคลอาคารชุด (Chuprasit, 2018) คณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุดที่ได้รับการแต่งตั้งควรเป็นบุคคลที่มีความรู้ มีความสามารถด้านกฎหมาย และด้านบัญชี จะช่วยงานนิติบุคคลอาคารชุดได้มาก

3.2 ระบบเบิกเงินสดย่อย (Petty Cash) สำหรับอาคารชุดพักอาศัย ระบบเงินสดย่อยของอาคารชุดพักอาศัย จะมีวงเงินสดย่อยให้ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยรับผิดชอบถืออยู่ สามารถใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดได้ โดยทั่วไปการใช้ระบบเงินสดย่อยจะกำหนดไว้แน่นอน ระบบนี้จะกำหนดจำนวนเงินสดไว้จำนวนหนึ่ง เมื่อใช้เงินไปเท่าใด จะมีการเบิกเงินมาเพิ่มเติมตามจำนวนที่จ่ายไปนั้น เพื่อให้มีจำนวนเงินสดย่อยเท่ากับวงเงินที่กำหนดไว้ การตรวจสอบเงินสดย่อยที่ใช้ระบบนี้ทำได้อย่างรวดเร็ว โดยการรวมจำนวนเงินที่จ่ายไป และยังไม่ได้เบิกเงินมาชดเชย ซึ่งสามารถทราบได้จากใบเบิกเงินสดย่อยที่มีอยู่ และเอกสารประกอบการเบิก (ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี บิลเงินสด บัตรประชาชน ผู้ขาย กรณีไม่มีใบเสร็จรับเงิน) กับเงินสดที่เหลืออยู่จะต้องเท่ากับยอดหรือวงเงินสดย่อยนั้น หากไม่เท่ากัน แสดงว่าอาจมีข้อผิดพลาดต้องตรวจสอบ (Manorak, 2018: 3)

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย 3 คน พบว่า การบริหารอาคารชุดจำเป็นต้องมีระบบเบิกเงินสดย่อย เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉินเร่งด่วน เนื่องจากบริษัทหรือร้านค้าไม่รับเช็คค่าสินค้าและบริการมีราคาต่ำ บางกรณีในพื้นที่ส่วนกลางของอาคารชุดพักอาศัยจะมีงานซ่อมแซมที่เปิดโอกาสให้ช่างของอาคารชุดพักอาศัยทำการทุจริตได้ ได้แก่ 1) ช่างอาคารจัดทำเอกสารประกอบการเบิกว่าการว่าจ้างผู้รับเหมาเข้ามาทำการซ่อมแซมงานและช่างออกใบเสร็จรับเงินปลอมพร้อมแนบสำเนาบัตรประชาชนของคนอื่นแทน 2) การจ่ายเงินสดย่อยในการซื้อของ เช่น วัสดุสิ้นเปลืองจะใช้ใบเสร็จเงินสดหรือทำใบเสร็จปลอมเอง หรือตกลงราคาที่สูงเกินจริงเพื่อรับเงินค่าส่วนต่าง เป็นต้น ถ้าขาดการตรวจสอบ

รายละเอียดจะทำให้นิติบุคคลอาคารชุดได้รับความเสียหาย วิธีปฏิบัติการถือเงินสดย่อย เพื่อป้องกันการทุจริตในการเบิกเงินสดย่อยสำหรับงานซ่อมแซมต่างๆ ภายในอาคาร ควรกำหนดเอกสารประกอบเพื่อขออนุมัติทำค่านเงินสดย่อย คือ 1) การถ่ายภาพด้วยแอปพลิเคชันที่แสดงวันที่ในภาพพร้อมแนบรูปภาพประกอบเอกสารเบิกเงินทุกครั้ง 2) การว่าจ้างช่างจากภายนอกต้องถ่ายภาพช่วงขณะทำการซ่อมแซมงานด้วย 3) วัสดุอุปกรณ์ที่ช่างของอาคารซื้อและทำการซ่อมแซมเอง จะต้องแนบภาพถ่ายอุปกรณ์ใหม่ที่ซื้อกับอุปกรณ์เดิมและภาพขณะแสดงการซ่อมแซม 4) ใบเสร็จรับเงิน ในกรณีไม่ใช่ใบกำกับภาษี ใบเสร็จที่ออกโดยร้านค้าต้องมีชื่อที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ติดต่อของร้านค้าอย่างชัดเจน การปฏิบัติเช่นนี้จะช่วยป้องกันการทุจริตได้

4. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือกฎระเบียบที่มีอยู่ไม่เหมาะสม หรือเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน อันส่งผลต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม

4.1 ไม่ควบคุมและบังคับใช้กฎข้อบังคับอย่างจริงจัง การอยู่อาศัยในอาคารชุดเป็นการรวมผู้คนจำนวนมากมาอยู่ร่วมกันและมีสิทธิความเป็นเจ้าของทรัพย์สินส่วนกลางร่วมกัน การกำหนดระเบียบและข้อบังคับนิติบุคคลอาคารชุดไว้ใช้เป็นข้อปฏิบัติเพื่อให้ผู้พักอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ลดความขัดแย้ง มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และดูแลทรัพย์สินส่วนกลางตามที่กฎหมายกำหนด (Chotipanich, 2016: 42) การบังคับใช้กฎข้อบังคับถือเป็นเรื่องที่สำคัญ จะช่วยลดความขัดแย้งระหว่างเจ้าของร่วม คณะกรรมการนิติบุคคลและผู้จัดการนิติบุคคล ต้องตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหารอาคารให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ (TERRABKK, 2015) ยกตัวอย่างปัญหาที่พบ เช่น ไม่อนุญาตให้บุคคลภายนอกเข้าใช้ทรัพย์สินส่วนกลาง แต่พบเห็นบุคคลภายนอกใช้ทรัพย์สินส่วนกลางร่วมกับเจ้าของร่วมอื่นเป็นประจำ

ปัญหาการสูบบุหรี่ในห้องพัก และโยนกันบุหรี่จากชั้นบนลงมาตกในห้องพักของผู้อื่นจนเกิดเหตุไฟไหม้ผ้าที่ตากไว้ริมระเบียง เป็นต้น (TERRABKK, 2015)

4.2 การนำห้องชุดพักอาศัยมาปล่อยเช่ารายวัน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ชี้แจงว่า การนำห้องชุดพักอาศัยมาปล่อยเช่ารายวัน ผิดกฎหมาย เพราะ 1) พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2478 เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายเนื่องจากเข้าข่ายจดทะเบียนผิดประเภท เพราะวัตถุประสงค์ในการจดทะเบียนอาคารชุดพักอาศัยไม่ได้จดทะเบียนเป็นโรงแรม มีผลให้ห้องชุดหรืออาคารชุดจะไม่ได้คุ้มครองผู้บริโภคตามข้อบังคับของโรงแรม เช่น กรณีทรัพย์สินผู้เข้าพักสูญหายหรือเสียหายในพื้นที่ส่วนกลาง จะไม่มีผู้รับผิดชอบตามกฎหมาย เป็นต้น 2) พ.ร.บ. คนเช่าเมือง พ.ศ. 2522 ที่ต้องรายงานชื่อของชาวต่างชาติให้สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองรับทราบภายใน 24 ชั่วโมง ยังไม่รวมถึงกฎหมายภาษีอีกด้วย 3) พ.ร.บ. อาคารชุด พ.ศ. 2522 นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายมีหน้าที่ดูแลส่วนกลาง สามารถฟ้องหมิ่นประมาทกับเจ้าของห้องที่ปล่อยเช่ารายวันได้ในกรณีที่ทำให้อาคารชุดพักอาศัยเสียชื่อเสียง

ประชาชาติออนไลน์ (Prachachat, 2019) สัมภาษณ์คุณสมศรี เตชะไกรศรี กรรมการผู้จัดการบริษัทลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้มาเนจเม้นท์ จำกัด กล่าวว่า การปล่อยเช่าที่หละหลวมทำให้มีผู้เช่าที่ไม่พึงประสงค์เข้าไปพักในอาคารชุดพักอาศัยจำนวนหนึ่ง กลายเป็นความไม่ปลอดภัยของเจ้าของร่วม ส่งผลกระทบด้านความปลอดภัยต่อผู้พักอาศัยในอาคารชุด ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้พักอาศัยคนอื่นๆ เช่น นักท่องเที่ยวเข้ามาพักอาศัยรายวันไม่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของอาคารชุด ส่งผลถึงยามวิกาล ไม่ดูแลทรัพย์สินส่วนกลาง เป็นต้น ซึ่งการกระทำเหล่านี้สร้างความเดือดร้อนให้ผู้พักอาศัยและทำลายทรัพย์สินส่วนกลางภายในอาคารชุด ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยและฝ่ายบริหารอาคารต้องกำหนดระเบียบปฏิบัติและตรวจสอบ เพื่อ

การป้องกันการปล่อยเช่ารายวัน และไม่สนับสนุนการกระทำที่ผิดกฎหมาย

นอกจากความเสี่ยงทั้ง 4 ด้านข้างต้นแล้ว สิ่งสำคัญต่อการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุดที่ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยควรมีคือ คุณลักษณะ (Attribute) ที่ดีในการทำงาน ปัจจุบันผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยเป็นอาชีพที่มีโอกาสพัฒนาเพื่อให้ตนเองก้าวหน้าและเติบโต ตอบสนองความต้องการของตลาด จากการสืบค้นข้อมูลการประกาศรับสมัครงาน อาชีพผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยจากเว็บไซต์ประกาศรับสมัคร เช่น www.jobsdb.com เป็นต้น ประกาศรับสมัครงานอาชีพผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยจำนวน 23 ตำแหน่งงาน (สืบค้น 2 เมษายน 2563) ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพการทำงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยให้ประสบความสำเร็จและมีความก้าวหน้าจึงมีความจำเป็น เพราะงานบริหารการจัดการอาคารชุดเป็นสิ่งละเอียดอ่อน และส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้พักอาศัยจำนวนมาก ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยจำเป็นต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะ (ปรับจาก Matusri, 2011: 27; Sotipinyo, 2015: 27) ดังนี้

1. ขยันชวนหาความรู้ตลอดเวลา ศึกษาความรู้ที่เกี่ยวกับอาคารชุดทุกด้าน ตลาดมีความต้องการบุคลากรที่มีความรู้เรื่องกฎหมาย จิตวิทยา มวลชน วิศวกรรม การบริหารจัดการ เพราะมีปัญหาให้ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยต้องตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2551 ฉบับปรับปรุงล่าสุด มีเนื้อหาที่เข้มข้นและเข้มงวดมากขึ้น ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยต้องเพิ่มความระมัดระวังขณะการปฏิบัติหน้าที่ หากเกิดความผิดพลาด ผู้พักอาศัยสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีได้ ทำให้ผู้จัดการอาคารต้องศึกษาข้อบังคับ กฎหมายอาคาร พระราชบัญญัติอาคารชุดให้ถ่องแท้ จะช่วยให้จัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างเข้าใจเรื่องการบริหารงานบุคคล เพราะต้องบริหารและจัดการผู้ได้บังคับบัญชาทั้งพนักงานสายตรง พนักงานของผู้รับจ้างตามสัญญา

รายเดือนและรายปีต่างๆ เช่น แม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย และคนสวน เป็นต้น

Chotipanich (2006: 109) กล่าวว่าพื้นฐานการปฏิบัติงานของการบริหารทรัพยากรกายภาพ คือ การบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ รวมทั้งพื้นที่อาคารทั้งภายในและภายนอก ต้องมีการวางแผน รวมทั้งมีการกำหนดแนวทางและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเพื่อให้การดำเนินการจัดการ อันประกอบด้วย การกำกับ ควบคุม ดูแลการปฏิบัติงานและงานบริการอาคารต่างๆ เช่น การดูแลรักษาระบบประกอบอาคาร การรักษาความสะอาด การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น และการกำกับการใช้ประโยชน์ทรัพยากรกายภาพ สามารถเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยใช้เป้าหมายการดำเนินงานกิจการขององค์กรเป็นศูนย์กลางของการดำเนินการ

2. การอดทนต่อสภาวะกดดันได้ดี ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยจำเป็นต้องเรียนรู้ การบริหารคน จิตวิทยา พระราชบัญญัติอาคารชุดฯ กฎหมายอาคารชุด ระบบวิศวกรรมอาคารสูง ระบบการเงิน เรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง เอกสารเกี่ยวกับการประชุมใหญ่สามัญประจำปี การติดต่อกับราชการ ผู้รับเหมา ได้เรียนรู้และรู้จักคนที่มีความหลากหลาย รวมทั้งเจ้าของร่วม ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยจะต้องมีความอดทนต่อสภาวะกดดันได้ดี อดทนต่อปัญหาที่ต้องเผชิญ

3. มีประสบการณ์ โดยทั่วไปการเริ่มอาชีพในงานบริหารอาคาร ควรเริ่มจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายอาคาร ผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้จัดการอาคาร การที่เริ่มทำงานจากตำแหน่งเล็กๆ ก่อนเป็นการสะสมประสบการณ์การทำงาน สามารถนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ และช่วยแก้ไขปัญหามากมาย ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากประสบการณ์จะทำให้เห็นปัญหาและเห็นแนวทางการแก้ไข ทำให้ระมัดระวังและรู้วิธีป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นๆ เกิดขึ้นอีก ถ้าขาดประสบการณ์การบริหารอาจทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาดได้

4. มีความรับผิดชอบในงานและตรงต่อเวลา งานบริการจะต้องทำให้เสร็จในเวลาที่กำหนดและมี

ความรับผิดชอบ พร้อมทั้งจะเผชิญปัญหานั้นๆ และพยายามแก้ไขให้เรียบร้อย

5. เชี่ยวชาญภาษาอังกฤษ ปัจจุบันมีชาวต่างชาติเข้ามาอาศัยในอาคารชุดพักอาศัยในประเทศไทยจำนวนมาก ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยที่สามารถสื่อสารใช้ภาษาอังกฤษได้ดี จะช่วยให้ทำงานได้สะดวกและมีโอกาสในการทำงานมากขึ้น สามารถเลือกทำงานในอาคารชุดพรีเมียมที่มีราคาขายที่สูงขึ้น ทำให้อัตราเงินเดือนสูงขึ้นด้วย

6. มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) โปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ เช่น โปรแกรมดูแลควบคุมด้านบัญชีการเงิน การรักษาความปลอดภัยด้วยการสแกนจุดตรวจของการเดินตรวจอาคาร เป็นต้น จะช่วยให้การทำงานเป็นระบบสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา ปัจจุบันมีบริษัทเอกชนหลายบริษัทที่ออกแบบโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อสนับสนุนการทำงานของฝ่ายบริหารอาคาร ดังนั้นผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยควรศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อใช้พัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น

7. มีความซื่อสัตย์สุจริต หมายถึง ผู้ที่มีความประพฤติตรงต่อเวลา ต่อหน้าที่ และต่อวิชาชีพ มีความจริงใจ ไม่มีความลำเอียง ไม่ทุจริตคดโกง ทั้งทางตรงและทางอ้อม รู้หน้าที่การงานของตนเอง ปฏิบัติเต็มกำลังความสามารถด้วยความบริสุทธิ์ใจ ผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริตได้ต้องมีคุณธรรมประจำกาย วาจา ใจ (Junsuk, 2013) คือ 1) มีสัจจะ หมายถึง การคิด การพูด การทำแต่ความจริง 2) มีความเป็นธรรม หมายถึง มีใจเป็นกลาง 3) ไม่มีอคติ หมายถึง ไม่มีความลำเอียงเข้าข้างใดข้างหนึ่ง ซึ่งผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยที่ดีต้องปฏิบัติกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกคน

8. มีมนุษยสัมพันธ์ เพื่อให้การทำงานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น สร้างความเข้าใจอันดีและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะเป็นประโยชน์ต่อการติดต่อประสานสัมพันธ์ ถ่ายทอดความคิดทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน เป็นปัจจัยที่ช่วยแก้ปัญหาและขัดความขัดแย้ง

9. มีบุคลิกภาพดี เพราะบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่สามารถฝึกฝนหรือพัฒนาเสริมแต่งได้ และหากผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยรู้จักการปรับปรุงตัวเองเสมอจะทำให้เป็นบุคคลที่เหมาะสมกับการบริหารงานอาคารชุด

10. เป็นนักบริการ ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยต้องเป็นคนที่มีใจรักงานบริการ สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้พักอาศัยได้โดยใช้การพูดและเขียน ต้องให้บริการเกินกว่าที่ผู้พักอาศัยในอาคารชุดพักอาศัยคาดหวังหรือมุ่งหวังไว้

11. มีความคิดริเริ่ม เพราะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทำให้เกิดมีสิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ และนำมาประยุกต์บางส่วนจะทำให้งานนั้นดำเนินไปได้ด้วยดี สภาพสังคมในปัจจุบันทำให้สามารถนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาประยุกต์ให้เข้ากับการบริหารงาน สามารถทำให้การทำงานสะดวกขึ้น เช่น การจัดประชุมใหญ่สามัญประจำปี เป็นต้น ต้องจัดส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมส่งเอกสารประกอบให้กับเจ้าของร่วมทุกคนในอดีตเราจะต้องพิมพ์เอกสารและส่งไปรษณีย์ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูงเปล่าเป็นจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันเราสามารถนำ แอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) หรืออีเมล (E-mail) เพื่อส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมเอกสารประกอบการประชุมให้กับเจ้าของร่วม ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้

12. มีความมั่นคงทางอารมณ์ การมีสภาวะจิตใจและอารมณ์ที่เข้มแข็งหรือมั่นคง จะช่วยให้ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย สามารถปรับตัวได้ดีต่อปัญหา ความเครียด ความกดดันในสภาวะที่เร่งรีบ เช่น งานด่วน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ทำงาน

ท่ามกลางความขัดแย้งของเจ้าของร่วม อดทนต่อคำตำหนิ สบประมาทได้ เป็นต้น ในฐานะผู้จัดการอาคารจะต้องมีความมั่นคงทางอารมณ์ กล้าแสดงออก และสามารถเผชิญกับปัญหาใดๆ ที่ผ่านเข้ามาได้อย่างมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อ สามารถตัดสินใจได้ดี

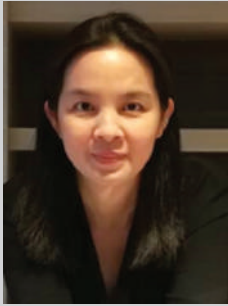
บทสรุป

ความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยต้องตระหนักถึงความสำคัญและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบในแง่ลบต่อการทำงาน ผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัยต้องเตรียมความพร้อมทั้งความรู้ ความสามารถ สุขภาพร่างกาย รวมถึงความรู้ด้านเทคโนโลยีต่างๆ และตระหนักถึงความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน โดยการปรับปรุงแนวทางการบริหารงาน การมีมาตรการป้องกันและบังคับใช้ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย ให้ภาระงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และป้องกันโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและปัญหาที่จะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน เพราะความเสี่ยงที่เกิดส่งผลกระทบต่อผู้พักอาศัย จึงเป็นเรื่องที่อยู่ในความรับผิดชอบโดยตรงของผู้จัดการอาคารชุดพักอาศัย ผู้มีหน้าที่บริหารและจัดการอาคารชุดพักอาศัย เลี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงการป้องกันผลกระทบและความเสียหายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นตามมา

References

- Anuwatudom, C. (2019). *Sinking Fund: Paid the Common Fee. Why Do We Still Have to Pay Sinking Fund?* Retrieved November 10, 2020, from <https://www.checkraka.com/condo/article/118379/>
- Boonnak, S. (2010). *Ethics should be of Condominium Juristic Person Manager*. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science Innovation Real Estate Development, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University.
- Chotipanich, S. (2016). *Condominium Management*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- _____. (2010). *Facility Management: Principle and Theories*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- _____. (2006). *Concept of Facility Management for Integrated Housing Project*. Retrieved April 1, 2020, from <http://www.arch.chula.ac.th/journal/files/article/PmYhDSLrtdSun102235.pdf>
- _____. (2006). *Course Documentation for Subject 2506665 Facility Management*. Bangkok: Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Chuprasit, P. (2018). *“Bill Payment”, The Way to Reduce Corruption*. Retrieved April 1, 2020, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/648049> [in Thai]
- _____. (2018). *10 Ways to Fraud Account in “Condominiums”*. Retrieved April 1, 2020, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/643732>
- Condomanager. (2009). *Condominium Manager: Career Without Open Courses in any Institution*. Retrieved April 1, 2020, from <http://recommun.blogspot.com/2009/05/blog-post.html>
- Condominium Act, (No. 4), B.E. 2551. (2008, 6 March). Government Gazette. Volume 125, Section 44 Kor. 58-76.
- Department of Land. (2008). *Manual for Property Management Follow Condominium Ace, B.E 1979 B.E. Amended by Condominium Act (No.4) 2008*. BKK. Retrieved April 1, 2020, From <https://www.dol.go.th/lawsection77/Documents/condo/condo%204.pdf>
- Fanprakon, S. (2020, April 2). *Interview*. Condominium Manager. Jones Lang LaSalle (Thailand) Limited. [in Thai]
- Juangjan, A. (2018). *Fraud Policy*. Retrieved November 5, 2020, from <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2558/hi2558-011.pdf>
- Junsuk, W. (2013). *Attribute of Self-Discipline*. Retrieved April 5, 2020, from <http://educazones.blogspot.com/2013/01/blog-post.html>
- Manorak, N. (2018). *Petty Cash System*. E-Research Siam University. Retrieved November 10, 2020, from <https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2020/03/business-accounting-2018-coop-Petty-Cash-System-compressed.pdf>
- Musikasopon, N. (2002). *The Beginning of the Problem on How “condominium” became “Sky Ghetto”*. Thailand: The Securities and Exchange Commission.

- Muthusri, N. (2011). *Qualifications of a Juristic Person Manager*. Retrieved April 1, 2020, from <http://www.siamturakij.com> [in Thai]
- Office of the Consumer Protection Board. (2012). *Statistics of Consumer Complaint*. Retrieved April 1, 2020, from https://www.ocpb.go.th/more_news.php?cid=310
- Pokpong, M. (2017). *An Examination of Risk Management Process of Juristic Person Condominium: Case Study of Middle-class Residential Condominium in Northern Baangkok*. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science Innovation Real Estate Development, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University.
- Poontajak, K. (2020, April 4). *Interview*. Condominium Manager. Lumpini Property Management. [in Thai]
- Prachachat, (2019). *Discuss “LPN-Juristic Person Association” Unsolvable problem “Daily Rental Condominium” is the Time to Have “Host” Government Agency*. Retrieved April 2, 2020, from <https://www.prachachat.net/property/news-291852>
- Saensira, W. (2008). *Condominium Act B.E. (No.4) 2008 “Another Attempt to Protect Residents in Condominium”*. *Junlaniti Journal*, 5(6), 107-114.
- Sottipinyo, S. (2015). The Relationship between Satisfaction of Condominium Management and Ethics of Juristic Person Managers. *Electronic Journal of Open Distance Innovative Learning*, 5(1), 24-34.
- Taruyanon, J. (2020, April 3). *Interview*. Condominium Manager. Jones Lang LaSalle (Thailand) Limited. [in Thai]
- TERRABKK. (2017). *“Building Management”, The Matter that Many People Overlook*. Retrieved April 2, 2020, from <https://www.terrabbkk.com/articles/83566> [in Thai]
- _____. (2017). *6 Warning for “Condominium Juristic Person”*. Retrieved April 2, 2020, from <https://www.terrabbkk.com/articles/139003> [in Thai]
- _____. (2015). *Problems of Juristic Person that the Residents must be Careful*. Retrieved April 2, 2020, from <https://www.terrabbkk.com/articles/97392> [in Thai]
- Thongkorn, P. (2018). *Legal Problems Regarding the Management of Juristic Person Committee*. Retrieved April 5, 2020, from <http://law.master.kbu.ac.th/StudentTheses/2561/05.pdf> [in Thai]
- Tonjinwattanakol, K. (2012). *Good Faith*. *Journal of Thai Justice System*, 5(2), 79-89.
- TREBS. (2019). *Juristic Person-Condominium and the Law of the New Condominium Act*. Retrieved April 1, 2020, from https://www.trebs.ac.th/th/news_detail.php?nid=97



Name and Surname: Monnapat Kongprawechnon

Highest Education: M.M. in Organization Management,
Assumption University

Affiliation: Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute
of Management

Field of Expertise: Property Management



คำแนะนำในการเตรียมบทความ

การจัดพิมพ์บทความ

- ความยาวของบทความ 10 -12 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์หน้าเดียว กำหนดระยะห่างจากขอบกระดาษ 1 นิ้ว (2.54 ซม.) เท่ากันทุกด้าน
- บทคัดย่อและบรรณานุกรม พิมพ์ 1 คอลัมน์ เนื้อหาบทความ พิมพ์ 2 คอลัมน์ ย่อหน้า 1 ซม.
- ตัวอักษรใช้รูปแบบ TH Sarabun PSK โดยใช้ขนาดและชนิดต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อความ	ขนาด	ชนิด
ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)	18 (CT)	ตัวหนา
ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ - ตัวพิมพ์ใหญ่)	18 (CT)	ตัวหนา
ชื่อผู้เขียน	14 (CT)	ตัวหนา
ชื่อสังกัดหน่วยงานหรือมหาวิทยาลัย	14 (CT)	ตัวธรรมดา
Corresponding Author E-mail	12 (LJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อของบทคัดย่อ/Abstract	16 (LJ)	ตัวหนา
เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract	16 (LRJ)	ตัวธรรมดา
คำสำคัญ/Keywords	16 (LJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อเรื่อง (ไม่ลำดับเลข)	16 (LJ)	ตัวหนา
หัวข้อย่อย	16 (LJ)	ตัวหนา
เนื้อเรื่อง	16 (LRJ)	ตัวธรรมดา
บรรณานุกรม	16 (LJ)	ตัวธรรมดา
ชื่อตาราง (ระบุไว้บนตาราง)	16 (LJ)	ตัวหนา
ชื่อรูป ชื่อแผนภูมิ (ระบุชื่อไว้ใต้รูป แผนภูมิ)	16 (CT)	ตัวหนา

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

ส่วนประกอบของบทความ

- 1) ชื่อเรื่องบทความ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
- 2) ชื่อผู้เขียนทุกคน พร้อมระบุ หน่วยงานที่สังกัด (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
- 3) บทคัดย่อ (Abstract) ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญ (Keywords) 3-5 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

4) เนื้อเรื่อง

4.1) บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา และบทสรุป

4.2) บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ ทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการวิจัย อภิปราย และสรุปผล

5) เอกสารอ้างอิง

6) ถ้ามีรูปภาพ แผนภูมิ ตารางประกอบ หรืออื่นๆ ต้องมีหมายเลขกำกับในบทความ อ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลให้ถูกต้อง ชัดเจน และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น ใช้รูปภาพสีหรือขาว-ดำ ที่มีความคมชัด และส่งภาพถ่ายต้นฉบับหรือไฟล์รูปภาพแยกต่างหาก แนบมาพร้อมกับบทความ

การอ้างอิงเอกสาร

1) การอ้างอิงในเนื้อหา เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้เขียน ปีพิมพ์ และเลขหน้าของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังของข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น Shaw (2017: 185) หรือ (Srikanchai & Watcharanun, 2017: 220) หรือ (Kraikunasai et al., 2017: 172)

2) การอ้างอิงท้ายบทความ ให้รวบรวมเอกสารที่ใช้อ้างอิงไว้ท้ายบทความ เรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้เขียน โดยใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามระบบ APA ดังนี้

วารสารและนิตยสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

ตัวอย่าง:

Kraikunasai, J., Chongcharoen, K., Ngudgratoke, S., & Pukchanka, P. (2017). A Causal Model of Administrative Factors Affecting Educational Quality in Vocational School. *Panyapiwat Journal*, 9(2), 171-184. [in Thai]

Rabbani, M., Aghabegloo, M., & Farrokhi-Asl, H. (2016). Solving a bi-objective mathematical programming model for bloodmobiles location routing problem. *International Journal of Industrial Engineering Computations*, 8(1), 19-32.

หนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

Ritcharoon, P. (2016). *Principles of measurement and evaluation*. Bangkok: House of Kermyst. [in Thai]

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

บทความ/เอกสารที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่องบทความ/เอกสาร. ใน ชื่อบรรณานุกรม (บรรณานุกรม). ชื่อการประชุม (หน้าแรก-หน้าสุดท้าย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

Biswas, M. (2008). Confirmatory Factor Analysis of Iso Ahola's Motivational Theory An Application of Structural Equation Modeling. *Conference on Tourism in India - Challenges Ahead* (pp. 177-188). Kozhikode: Indian Institute of Management Kozhikode.

Nasution, H. N. & Mavondo, F. T. (2005). The impact of service quality on customer value in the hotel industry. *ANZMAC Conference 2005*, 5-7 December 2005. Fremantle, Western Australia: ANZMAC.

บทความจากหนังสือพิมพ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, เดือน วันที่). ชื่อเรื่อง. ชื่อหนังสือพิมพ์, หน้าที่น่ามาอ้าง.

ตัวอย่าง:

Sriwattanachai, R. (2014, October 24). The Prefabricated Generation of Seasoning Sauce Market. *Posttoday Newspaper*, p. B3-B4. [in Thai]

วิทยานิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ชื่อปริญญา, สถาบันการศึกษา.

ตัวอย่าง:

Seangsri, W. (2009). *An Analysis and Development of School Network Administration Model in Northeastern Rural Area*. Doctoral Dissertation, Chulalongkorn University. [in Thai]

Koufteros, X. A. (1995). *Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development*. Doctoral Dissertation, University of Toledo, Toledo, OH.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียน. (ปีที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต). ชื่อเรื่อง. สืบค้นเมื่อ....., จาก URL Address

ตัวอย่าง:

Department of Land Transport. (2013). *Transport statistics report in 2013*. Retrieved May 20, 2015, from http://apps.dlt.go.th/statistics_web/brochure/statreport113.pdf

Shannon, C. E. & Weaver, W. (2010). *Communication Theory: Model of Communication*. Retrieved December 2, 2016, from <http://communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>

การสัมภาษณ์

รูปแบบ: ชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์. (วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์). สัมภาษณ์. ตำแหน่ง. หน่วยงานที่สังกัดหรือที่อยู่.

ตัวอย่าง

Chueathai, P. (2017, January 30). *Interview*. Vice President. Rajamangala University of Technology Lanna. [in Thai]

Saiwanich, S. (2017, January 31). *Interview*. Vice Governor. Tak province. [in Thai]

การส่งบทความ

ผู้สนใจเสนอบทความสามารถจัดส่งบทความถึงกองบรรณาธิการวารสารปัญญาภิวัฒน์ ผ่านระบบ ThaiJo ได้ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index>



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ
ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 0 2855 1102
0 2855 0908
โทรสาร 0 2855 0392

Panyapiwat Institute of Management (PIM)

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd.,
Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120
Tel. 0 2855 1102, 0 2855 0908
Fax. 0 2855 0392
<http://journal.pim.ac.th>
E-mail: Journal@pim.ac.th