วารสาร ปัญญาภิวัฒน์

PANYAPIWAT JOURNAL

Volume 13 No. 3 September - December 2021

ISSN 2651-1088 (Online)

วารสารปัญญาภิวัฒน์ (PANYAPIWAT JOURNAL)

ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย

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

และฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI)

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2564

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 13 No. 3

September – December 2021

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 3
กันยายน – ธันวาคม 2564
PANYAPIWAT JOURNAL Volume 13 No. 3
September – December 2021

จัดทำโดย
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ
ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 0 2855 1102, 0 2855 0908
โทรสาร 0 2855 0392

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ

วารสารปัญญาภิวัฒน์
PANYAPIWAT JOURNAL

ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2564 Vol.13 No.3 September - December 2021
ISSN 2651-1088 (Online)

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ได้ดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง 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 ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด รวมทั้งผู้เขียนบทความต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานผู้อื่น

3. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แต่อย่างใด

4. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินการตีพิมพ์บทความในวารสาร

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

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2564
PANYAPIWAT JOURNAL Vol.13 No.3 September – December 2021
ISSN 2651–1088 (Online)

ที่ปรึกษา
อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี และคณบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

บรรณาธิการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รองบรรณาธิการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวัตถ์ มณีโชติ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ดร.นฤมล เพ็ชรสุวรรณ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

กองบรรณาธิการ
ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ชุติมา สัจจานันท์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.วรเวศม์ สุวรรณระดา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดา ปั้นเหน่งเพ็ชร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา ม่วงแก้ว มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตินันธุ์ ชาญโกศล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกูล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพิไล บัวสุวรรณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูลทรัพย์ นาคนาคา อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เพชรสว่าง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณตา ทับทิมจรูญ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาลิดา ศรีศรกำพล สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีริสา โชติยะปุตตะ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาคร สมเสริฐ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิกรณ์ คำรอด สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
อาจารย์นภเกตน์ สายสมบัติ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นางสาวนันทภา สงวนดิลกรัตน์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
นางสาวหทัยชนก เสาร์สูง	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.เนาวนิตย์ สงคราม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.จุลนี เทียนไทย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐวีณ์ สิทธิ์ศิรอรรถ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต จีนอนันต์	สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร ศูนย์บางกะดี
รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชาติ พ่วงสมจิตร์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ฐาปนีย์ ธรรมเมธา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตินันธุ์ ชาญโกศล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา น้อยจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรมล ศตวุฒิ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.นาตยา ปิลันธนานนท์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิบุณโยภาส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพิไล บัวสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ชยากรโศภิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสวงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
รองศาสตราจารย์ ดร.สูติเทพ ศิริพิพัฒนกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุณหพันธรักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์นงนุช อังยุรีกุล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์สมชาย หิรัญกิตติ	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์อรพิณ สันติธีรากุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เพชรสว่าง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มิ่งขวัญ คงเจริญ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสวัตรี ณ ถลาง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัควรรณ์ แสงวิภาค	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ชาญชัยชูจิต	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

บทบรรณาธิการ
Hybrid Working เทรนด์การทำงานสำหรับ Next Normal

ปี 2564 มีเรื่องราวต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะการระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ผลักดันให้สิ่งต่างๆ เกิดความเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะรูปแบบการทำงานซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่ในออฟฟิศ อีกต่อไปองค์กรที่เคยทำงานในออฟฟิศก็จะปรับตัวไปสู่องค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานทำงานนอกออฟฟิศได้หรือบางแห่งก็เปลี่ยนเป็นให้ทำงานจากที่บ้านอย่างถาวร

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ก่อให้เกิดการทำงานในรูปแบบใหม่ที่สามารถทำงานได้จากหลากหลายแห่งและมีความหยืดหยุ่นมากขึ้น มีการทำงานแบบผสมผสาน (Hybrid Working) คือ รูปแบบการทำงานที่พนักงานสามารถเลือกทำงานได้ทั้งจากออฟฟิศ บ้าน หรือจากที่ไหนก็ได้ (Work from Anywhere) ซึ่งในต่างประเทศหลายบริษัทชั้นนำ อย่าง Google ให้พนักงานเข้าออฟฟิศสัปดาห์ละ 3 วัน หรือจะเลือกทำงานจากที่ไหนก็ได้ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยไม่เข้าออฟฟิศเลย Uber ให้พนักงานเข้าออฟฟิศ 3 วันต่อสัปดาห์ และจากการสอบถามพนักงาน 2 ใน 3 ต่างก็ชื่นชอบการทำงานแบบ Hybrid Twitter ให้พนักงานสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ ขณะเดียวกันหลายบริษัทในประเทศไทย ได้นำรูปแบบการทำงานแบบ Hybrid มาปรับใช้เพื่อตอบโจทย์วิถีการทำงานยุคใหม่เช่นเดียวกัน อาทิ บริษัท THiNKNET บริษัท BUILK ONE GROUP และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่ให้พนักงานทำงานจากที่ไหนก็ได้ ซึ่งการทำงานในรูปแบบนี้กำลังจะกลายเป็นมาตรฐานของการทำงานรูปแบบใหม่ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คนทั่วโลกได้พิสูจน์แล้วว่าการทำงานไม่จำเป็นต้องยึดอยู่กับสถานที่เพียงแห่งเดียว ดังนั้น เวลาเข้า-ออกงานไม่ใช่ปัจจัยสำคัญของการทำงานอีกต่อไปเพราะปัจจัยของการทำงานอยู่ที่เป้าหมายและผลลัพธ์ของงานเป็นสำคัญ จากผลการสำรวจตลาดแรงงานพบว่า พนักงานในสหรัฐอเมริกา 55 เปอร์เซ็นต์ ต้องการทำงานแบบ Hybrid ที่สหราชอาณาจักร หลังการระบาดของ COVID-19 กลุ่มนายจ้างคาดการณ์ว่าสัดส่วนของพนักงานที่ทำงานที่บ้านจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจาก 18 เปอร์เซ็นต์ เป็น 37 เปอร์เซ็นต์ ส่วนในประเทศจีน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดหางานได้คาดการณ์ไว้ว่า ในอีก 10 ปีข้างหน้า จะมีการแบ่งงานที่ทำในออฟฟิศกับงานที่ทำที่ไหนก็ได้ ในอัตราส่วน 60 ต่อ 40 และผลสำรวจจาก Envoy ได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับการทำงานในยุคหลังสถานการณ์ COVID-19 พบว่า มนุษย์เงินเดือนชาวสหรัฐอเมริกา จำนวน 1,000 คน กว่า 66 เปอร์เซ็นต์ กังวลที่จะกลับเข้าไปทำงานในออฟฟิศตามเดิม ส่วนพนักงานผิวดำมีความกังวลสูงถึง 86 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ยังมีผู้บริหารองค์กรหลายแห่งสนับสนุนการทำงานแบบ Hybrid โดยมองว่า การทำงานที่บ้านสามารถสร้าง Productivity ให้กับบริษัทได้มหาศาลเช่นกัน คาดว่าสถานการณ์ COVID-19 อาจจะยังคงยืดเยื้อต่อไป ดังนั้น องค์กรหรือฝ่ายทรัพยกรบุคคลต้องปรับแผนกลยุทธ์ปรับรูปแบบการทำงานเป็นแบบ Hybrid หรือรูปแบบที่เหมาะสมกับการทำงานยุคใหม่ เพื่อตอบโจทย์การทำงานสำหรับ Next Normal คือ ชีวิตวิถีถัดไปหลังโควิดที่จะต้องเตรียมพร้อมและมีการปรับตัวโดยเฉพาะการพัฒนาทักษะและการยกระดับศักยภาพพร้อมเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในทุกระดับ

ในวาระดิถีขึ้นปีใหม่ ปีพุทธศักราช 2565 นี้ กองบรรณาธิการวารสารปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ สนับสนุนการก้าวสู่วิถีชีวิตใหม่ และขออำนาจคุณพระศรีรัตนตรัย โปรดดลบันดาลให้ท่านและครอบครัว ประสบแต่ความสุข ความเจริญ ปราศจากทุกข์โศก โรคภัยทั้งหลายทั้งปวง

บรรณาธิการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล
tippapornmah@pim.ac.th

สารบัญ

บทความวิจัย

การเปรียบเทียบศักยภาพทางธุรกิจการค้าชายแดนในจังหวัดหนองคาย-แขวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว โดยประยุกต์ตัวแบบโครงข่ายทางสังคม 1

พัชรี ผาสุข, รณกร กิติพชรเดชาธร

รูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว (Micro Business) ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 13

ธัชกร ภัทรพันปี

กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก 30

กุลรดา พุทธผล, ระพีพร ศรีจำปา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย 44

จีรพัทธ์ ภัทรจริยา, ธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย, สิทธิกรณ์ คำรอด

EMPIRICAL EVIDENCE ON RELATIONSHIP BETWEEN DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY OF HUA HIN, THAILAND 59

Revita Saisud, Chawalee Na Thalang, Seri Wongmontha

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ 75

ฐิตารีย์ ศิริมงคล

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย 88

ทรัพย์ อมรภิญโญ

OPTIMIZE PERFORMANCE DIMENSION FOR BERTHING ARRANGEMENT IN THAILAND MAIN PORT MODEL 102

Ronnakrit Settadalee, Tanan Kuntasa, Nitsakarn Piyanit, Kittisak Makkawan

การวินิจฉัยองค์การด้วย 13 หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์ 118
เลิศชัย สุธรรมานนท์

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN MANAGEMENT OVERCONFIDENCE, CORPORATE GOVERNANCE, AND M & A PREMIUM - AN EMPIRICAL TEST FROM CHINA'S A-SHARE LISTED COMPANIES 135
Zhanyong Lu

การพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียดบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) 149
ศราวุฒิ โนเลี่ยม, ภาวิน ชินะโชติ, ปุริมปรัชญ์ คณิณพศุตย์

ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 163
ฐิติพร เผือกพิบูลย์, พจนีย์ มั่งคั่ง, สายฝน เสกขุนทด

สมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ตามการรับรู้ของครูในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี 178
อนุสรา สุวรรณวงศ์

การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 191
ธนดล ภูสีฤทธิ์

การพัฒนา e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ 203
ไพโรจน์ ภู่ทอง

การพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ 213
ลภณ จิรโศภิน

การศึกษาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย 226
อุไรวรรณ รุ่งไหรัญ

น้ำในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี 240
สำราญ จูช่วย

กระบวนการพัฒนาข้าวอัตลักษณ์ลำปางโดยการสร้างเสริมพลังการเรียนรู้เกษตรกร (ชาวนาอัจฉริยะ) ผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 255
นันทินา ดำรงวัฒนกูล, พรชนก ทองลาด, ศิรญา จนาศักดิ์, จำเนียร มีสำลี, ปิยะรัตน์ ทองธานี, จักรชัยวัฒน์ กาวีวงศ์, กรรณิการ์ สายเทพ, กาญจนา รัตนธีรวิเชียร

บทความวิชาการ

A REVIEW AND COMPARISON OF LEADING LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT SOFTWARE PACKAGES 270
Roumporn Thongrassamee Aarnes

ศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 283
อภิไทย แก้วจรัส

บทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร 297
ศิระ ศรีโยธิน

A CHANGE IN EDUCATIONAL ADMINISTRATION THROUGH A BUSINESS APPROACH: AN EFFECTIVE LEADERSHIP PERSPECTIVE 307
Siriwan Khamyon, Wasalee Chatsuthipan

การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน 320
วรชัย วิภูอุปรโคตร

แนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 333
จรูญ เฉลิมทอง, สิทธิพร เอี่ยมเสน

PIM
PANYAPIWAT
INSTITUTE OF MANAGEMENT
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

การเปรียบเทียบศักยภาพทางธุรกิจการค้าชายแดนในจังหวัดหนองคาย-แขวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว โดยประยุกต์ตัวแบบโครงข่ายทางสังคม

A COMPARISON OF BUSINESS POTENTIAL IN BORDER TRADE AREA AT NONG KHAI PROVINCE AND VIENTIANE, LAOS PDR BY APPLYING SOCIAL NETWORK ANALYSIS MODEL

พัชรี ผาสุข[1] และรณกร กิติพชรเดชาธร[2]

Padcharee Phasuk[1] and Ronnakron Kitipacharadechatron[2]

[1]สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

[2]คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

[1]School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University

[2]Faculty of Economics, Khon Kaen University

Received: May 26, 2020 / Revised: October 14, 2020 / Accepted: October 26, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพการทำธุรกิจการค้าชายแดนด้วยการประยุกต์ตัวแบบโครงข่ายทางสังคมมาใช้ในการชี้วัดปัจจัยสำคัญ ผู้วิจัยได้เลือกตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย และตลาดขลัวดิน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นพื้นที่ทำการศึกษา โดยเก็บข้อมูลเชิงสำรวจจากผู้ประกอบการในตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย และตลาดขลัวดินกำแพงนครเวียงจันทน์ สปป.ลาว จำนวน 28 ราย ในแต่ละพื้นที่ด้วยการสุ่มแบบตามสะดวก โดยได้รับการตอบกลับร้อยละ 96.43 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพตลาดจากปัจจัยภายในทั้งสองพื้นที่การศึกษามีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดอยู่หนึ่งประการคือ ผู้ประกอบการในตลาดท่าเสด็จสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบได้หลากหลายกว่า ทว่าผู้ประกอบการในตลาดขลัวดินกลับมีต้นทุนวัตถุดิบที่ถูกกว่าจากการเปรียบเทียบเชิงพื้นที่ ขณะที่ไม่พบความแตกต่างกันในปัจจัยด้านอื่นอย่างเด่นชัด ส่วนปัจจัยภายนอกพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจการค้าชายแดนได้รับอิทธิพลจากอัตราภาษีศุลกากร ซึ่งมีน้ำหนักสูงที่สุดและมีความเป็นไปได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยภายใน

คำสำคัญ: ศักยภาพการทำธุรกิจ การค้าชายแดน ตัวแบบโครงข่ายทางสังคม หนองคาย ลาว

Abstract

This research aims to study business potential in the border trade area by employing a Social Network Analysis Model (SNA) to measure subjective responses. The survey was conducted using Tha Sa-det Market in Nong-khai province and Klua-din Market in Laos PDR as a research area. A survey data was collected among entrepreneur including 28 observations

Corresponding Author

E-mail: padcharee@gmail.com

in both areas. The feedback rate of the questionnaires is 96.43%. The results show that there is a pronounced difference from internal factors. Despite the ease of entrepreneur in Nong-khai to access a variety of suppliers, the entrepreneur in Laos can achieve a cheaper material cost than the entrepreneur in Nong-khai while there were no significant differences in other factors. Moreover, the examination of external factors revealed that tariff has profound impact on entrepreneurs in the border trade area due to maximized weight and probability compared to internal factors.

Keywords: Business Potential, Border Trade, SNA Model, Nong-khai, Laos PDR

บทนำ

การค้าชายแดน (Border Trade) เป็น หน่วยย่อยจากภาคการค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ที่ให้สิทธิเสรีแก่หน่วยธุรกิจในการจัดการบริหารทรัพยากร โดยไม่มีการแทรกแซงจากภาครัฐบาล ด้วยความอิสระของหน่วยธุรกิจนี้เอง จึงทำให้ในแต่ละประเทศมีการผลิตสินค้าตามความชำนาญของตนเองเพื่อการส่งออก และนำเข้าสินค้าอื่นที่มีความชำนาญน้อยกว่าเพื่อลดค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้น (Saraphat, 2016: 12-22) โดยในปัจจุบันการขยายตัวของการค้าชายแดนไทยกับลาวมีเพิ่มมากขึ้นในบริเวณจุดผ่านแดนต่างๆ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางธุรกรรมทางการค้า การพัฒนาสินค้าเพื่อการส่งออก เกิดการจ้างงาน การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เพิ่มพูนรายได้ในระดับฐานราก และการเป็นศูนย์กลางทางการคมนาคม (Department of International Economic Affairs, 2007) มากไปกว่านั้นการวิวัฒน์นี้เองยังส่งผลต่อสภาพการแข่งขันทางการตลาดในเขตการค้าชายแดนให้ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น (Daniel, Radebaugh, & Sullivan, 2015: 174) ทั้งในด้านแหล่งวัตถุดิบ ต้นทุนสินค้า และการขนส่ง ที่เป็นหัวใจหลักในการดำเนินกิจการ ด้วยเหตุนี้ทำให้โครงสร้างพื้นฐานของตลาดและความพร้อมทางการสนับสนุนอื่นๆ จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้แรงกดดันข้างต้น

แม้การศึกษาในอดีตที่ผ่านมาจะไม่ได้มีการกล่าวถึงบริบทว่าความพร้อมหรือศักยภาพตลาดที่ดีนั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอย่างไร แต่สิ่งที่ปรากฏในวรรณกรรมย้ำให้เห็นว่า การแข่งขันในตลาดที่มีสภาพพื้นฐานแตกต่างกัน ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านอุปสงค์ของสินค้าและการกำหนดราคา (Choi, 1991: 271-296; Barney, 1986: 791-800; Burt, 2000: 345-423) ซึ่งการชี้วัดถึงความสามารถในการดำเนินกิจการภายใต้ภาวะกดดัน จำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคตลอดจนคู่แข่งทางการค้าเพื่อหาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปแล้วการประกอบธุรกิจทุกประเภทมักได้รับผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่แตกต่างกันไป (Daniel, Radebaugh, & Sullivan, 2015: 174) ขึ้นอยู่กับสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจนั้นตั้งอยู่โดยแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ปัจจัยภายใน (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่หน่วยธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจสามารถควบคุมได้เพื่อให้ธุรกิจได้ดำเนินไปอย่างมั่นคง (Noophorn, 2012; Business Key Success Factors, 2016) อันประกอบไปด้วย บุคลากร ต้นทุน วัตถุดิบ การจัดการ และปัจจัยภายนอก (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่หน่วยธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในทั้งระยะสั้นและ

ระยะยาว (Noophorn, 2012; Business Key Success Factors, 2016) อันประกอบไปด้วย สภาวะเศรษฐกิจ สภาพสังคมและวัฒนธรรม กฎหมาย และภาวะการเมือง โดยปัจจัยเหล่านี้จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละท้องที่ในแง่ของความเข้มงวดและการให้การสนับสนุน อันส่งผลโดยตรงต่อการประกอบการของกิจการ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาและเปรียบเทียบศักยภาพทางการตลาดในเขตการค้าชายแดน เพื่อช่วยในการแสวงหาแนวทางการพัฒนากิจการในตลาดการค้าชายแดนให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

ในการชี้วัดศักยภาพตลาดผู้วิจัยได้เลือกตัวแบบโครงข่ายทางสังคม ซึ่งเป็นตัวแบบวิเคราะห์ที่บูรณาการวิธีทางคณิตศาสตร์เข้ากับโครงสร้างและทฤษฎีกราฟเพื่อใช้ในการระบุบทบาทของหน่วยที่ทำการศึกษา (Node) ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือสิ่งต่างๆ ที่แสดงบทบาทในโครงข่ายนั้น ตลอดจนแสดงความสัมพันธ์ (Relationship) ของโครงข่ายและปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างหน่วยที่ทำการศึกษา (Otte & Rousseau, 2002: 442-453) ใช้หลักความสัมพันธ์ของระบบเมทริกซ์ (Matrix Relationship) ในการวิเคราะห์ผลให้อยู่ในรูปแบบของค่าสัมประสิทธิ์ (Riquelme & González-Cantergiani, 2016: 949-975) โดยปัจจุบันตัวแบบโครงข่ายทางสังคมถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในทางสังคมศาสตร์และสังคมวิทยา ไม่ว่าจะเป็นชีววิทยา ประชากรศาสตร์ การสื่อสาร เศรษฐศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และวิทยาการคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (Ivaldi et al., 2011: 53) มากไปกว่านั้นตัวแบบดังกล่าวยังสามารถใช้ในการวิเคราะห์สภาพปัญหาเชิงซ้อนที่ตัวแบบทางสถิติอื่นไม่สามารถจัดการได้ ภายใต้ข้อจำกัดของขนาดข้อมูลและอาจนำผลที่ได้เข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติอีกครั้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพทางธุรกิจในเขตการค้าชายแดน จังหวัดหนองคาย-แขวงเวียงจันทร์ สปป.ลาว

ทบทวนวรรณกรรม

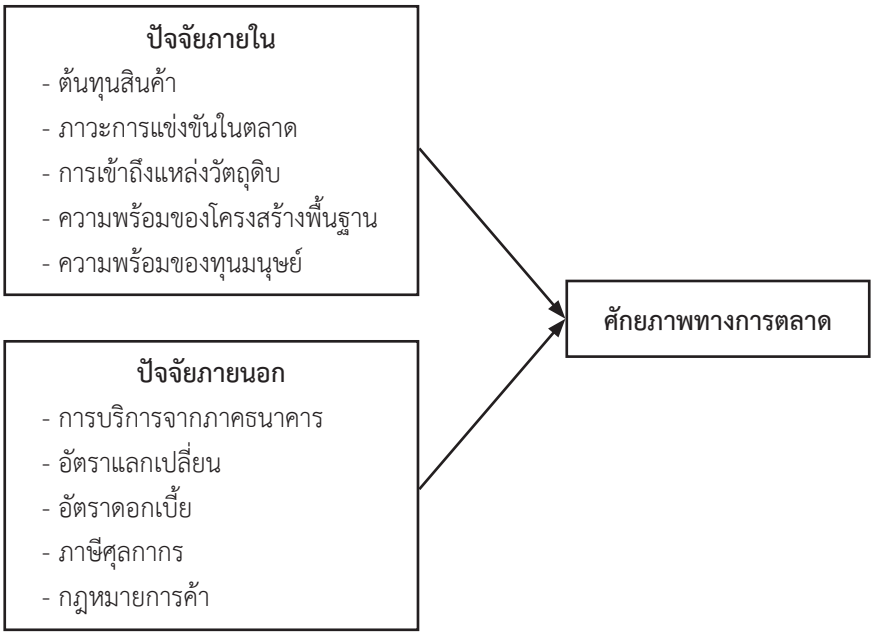
ความพยายามในการวัดศักยภาพของผู้ประกอบการอาจพิจารณาได้จาก Bain (1951: 293-324) ในเรื่องการหาความสัมพันธ์ของความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการกับความเข้มข้นในการแข่งขันในตลาดสำหรับกรณีอุตสาหกรรมการผลิตของอเมริกาในช่วงปลายทศวรรษที่ 1930 และจากงานวิจัยของ Bain (1956: 329) และ Weiss (1974: 188-193) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการกับความเข้มข้นในการแข่งขันในตลาด การศึกษาในยุคเริ่มแรกของการหาตัวชี้วัดถึงศักยภาพของตลาดนี้จึงได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความสามารถในการทำกำไรกับโครงสร้างการแข่งขันของตลาด

อย่างไรก็ดีลักษณะตลาดแต่ละตลาดย่อมมีความแตกต่างกันและปัจจัยที่กระทบย่อมแตกต่างกัน การศึกษาในระยะต่อมาเริ่มมีความพยายามในการศึกษาผลของตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อศักยภาพของตลาด การศึกษาของ Hansen & Wernerfelt (1989: 399-411) ได้พยายามศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในสหรัฐอเมริกา โดยวิเคราะห์ข้อมูลจาก 60 บริษัทที่มีผลประกอบการสูงสุด 1,000 อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจ 300 ประเภท โดยการแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ปัจจัยด้านธุรกิจ (Economic Factor) ซึ่งประกอบด้วย ผลกำไรของประเภทอุตสาหกรรม ส่วนแบ่งตลาด รวมถึงขนาดขององค์กรและปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงบรรยากาศและวัฒนธรรมในการดำเนินการขององค์กร ซึ่งในการศึกษาของ Hansen & Wernerfelt (1989: 399-411) ได้ใช้ตัวแปร 2 ตัว คือ ระดับการให้ความสำคัญด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร และระดับที่บุคลากรในองค์กรนั้นได้ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายขององค์กร ในส่วนของอุตสาหกรรมนั้นปัจจัยสำคัญที่มีการศึกษากันอย่างกว้างขวาง ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งทรัพยากรไม่ว่าจะ

เป็นเงินทุน วัตถุดิบ หรือสิ่งสนับสนุนความได้เปรียบต่างๆ (Wernerfelt, 1984: 171-180; Peteraf, 1993: 179-191) ทรัพยากรมนุษย์ (Youndt et al., 1996: 836-866; Huselid, Jackson, & Schuler, 1997: 171-188) สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกทางเศรษฐกิจ เช่น กฎหมาย ภาษี และนโยบายทางการเงิน ได้แก่ การศึกษาของ Mehran (1995: 169-184), Li et al. (2008: 283-299) และ Campbell & Mínguez-Vera (2008: 435-451)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้รับความสนใจทั้งตลาดในหลายๆ ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน (Luo & Chen, 1997: 1-16) ญี่ปุ่น (Kang & Shivdasani, 1995: 29-58; Narasimhan & Kim, 2002: 303-323) เกาหลี (Narasimhan & Kim, 2002: 303-323) ยุโรป (Bauer, Guenster, & Otten, 2004: 91-104) ออสเตรเลีย (Atuahene-Gima, 1996: 35-52) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเปรียบเทียบเชิงพื้นที่ในแต่ละประเทศ เช่น Calantone et al. (2006: 176-185) ได้ทำการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันในด้านการส่งออกของบริษัทใน 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา เกาหลี และญี่ปุ่น นอกจากความสนใจในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กรขนาดใหญ่ดังการศึกษาส่วนใหญ่ที่ได้ทบทวนมาแล้ว ก็มีความสนใจในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อยเช่นกัน ได้แก่ Kamunge, Njeru, & Tirimba (2014: 1-20) ศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมในตลาดในเมือง Limuru ประเทศเคนยา โดยเน้นถึงบทบาทสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมที่ส่งผลต่อ GDP และการจ้างงานของประเทศเคนยา งานวิจัยดังกล่าวศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมซึ่งได้แก่ ความรู้และประสบการณ์ของผู้ประกอบการ การเข้าถึงเงินทุน และปัจจัยพื้นฐาน เช่น ถนนและสาธารณูปโภค รวมทั้งการสนับสนุนของภาครัฐ เช่น การอำนวยความสะดวกและมาตรการจูงใจด้านภาษี เป็นต้น เช่นเดียวกันสำหรับประเทศไทย Chittithaworn et al. (2011: 180-190) ได้ศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางซึ่งพบว่า มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยด้านลูกค้าและตลาด ปัจจัยด้านวัตถุดิบและเงินทุน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เช่น เครือข่ายสังคม กฎหมาย การสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งแบบแผนในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการในตลาดการค้าชายแดน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการในตลาดท่าเสด็จ จังหวัดหนองคาย และตลาดขลัวดิน กำแพงนครเวียงจันทน์ ประเทศลาว ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป G*Power ซึ่งอาศัยหลักการทดสอบสหสัมพันธ์เป็นเกณฑ์ ชี้วัดด้วยค่าสถิติทีแบบสองทาง ณ ขนาดอิทธิพลระดับสูง (Effect size = 0.5) และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 10 ผลปรากฏขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 28 ตัวอย่างต่อพื้นที่ (Faul et al., 2007: 175-191) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องศักยภาพตลาดในมุมมองผู้ประกอบการครั้งนี้แบ่งข้อมูลที่ทำการเก็บออกเป็น 2 ส่วน โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 จะถามถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Close-ended question) และข้อคำถามปลายเปิด (Open-ended question) อันประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาตลอดการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 จะถามถึงข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพตลาดพื้นฐาน โดยมีลักษณะข้อคำถาม อันประกอบไปด้วยข้อมูลศักยภาพตลาดภายใน ได้แก่ ต้นทุนสินค้า การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของทุนมนุษย์ ภาวะการแข่งขันในตลาด และข้อมูลศักยภาพตลาดภายนอก ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย ภาษีศุลกากร กฎหมายการค้า การบริการจากภาคธนาคาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บสำรวจ เพื่อใช้ในการศึกษาศักยภาพตลาดในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

แบบสอบถาม โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา อาทิ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการสรุปข้อมูลในภาพรวมจากการสำรวจ และทำการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพตลาดจากจะถูกชี้วัดจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก โดยการประยุกต์ตัวแบบการวิเคราะห์โครงข่ายทางสังคม (Social Network Analysis Model) เพื่อใช้ในการหาศูนย์กลางประกอบกับขนาดอิทธิพล (Degree of Centrality) ของปัจจัยที่ได้จากการสำรวจและทำการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง

ผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้รับการตอบรับจากกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 96.43 ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยหลักสถิติเชิงพรรณนาเพื่อสรุปข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า พื้นที่จังหวัดหนองคายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 46 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ดำเนินกิจการมาแล้ว 10 ปี โดยทำการค้าปลีกเป็นหลัก เช่นเดียวกันกับที่พื้นที่เวียงจันทน์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทว่ามีอายุเฉลี่ยเพียง 35 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ดำเนินกิจการมาแล้ว 5 ปี โดยทำการค้าส่งผสมกับค้าปลีกเป็นหลัก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	หนองคาย			เวียงจันทน์		
	%	$\bar{X}$	S.D.	%	$\bar{X}$	S.D.
เพศ						
ชาย	25			46.7		
หญิง	75			53.3		
อายุ (ปี)		46.21	11.31		34.50	6.55
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	37.5			3.3		
มัธยมศึกษา	33.3			20		
อนุปริญญา	12.5			50		
ปริญญาตรี	12.5			26.7		
สูงกว่าปริญญาตรี	4.2			-		
ระยะเวลาดำเนินกิจการ (ปี)		10.17	2.12		5.47	1.814
รูปแบบกิจการ						
ค้าปลีกอย่างเดียว	58.3			20.7		
ค้าส่งอย่างเดียว	4.2			3.4		
ค้าส่งผสมค้าปลีก	37.5			75.9		

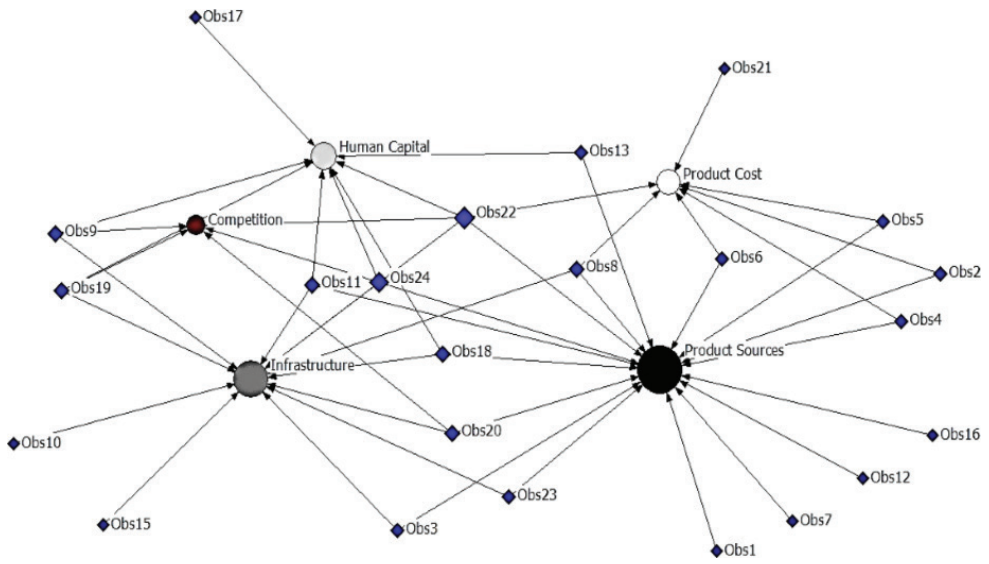
สำหรับการเปรียบเทียบศักยภาพทางธุรกิจด้วยตัวแบบโครงข่ายทางสังคมพบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factor) ในทั้งสองพื้นที่แสดงโครงสร้างความสัมพันธ์แบบดาวเด่น (Star Net) (ภาพที่ 1 และ 2) ที่มีค่าศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว ทำให้ผู้ประกอบการทุกคนสามารถเข้าถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลหลักได้และมีการกระจายข้อมูลที่ชัดเจนไม่สับสน (Chutithamwong, 2011: 39) ซึ่งปัจจัย “การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ” และ “ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน” แสดงอิทธิผลสูงสุดบนโครงข่ายศึกษาจังหวัดหนองคาย อนึ่งปัจจัย “ต้นทุนสินค้า” และ “ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน” แสดงอิทธิพลสูงสุดบนโครงข่ายศึกษาประเทศลาว โดยโครงข่ายที่ถูกสร้างขึ้นนี้มีค่าความหนาแน่น (Density) ที่

สะท้อนถึงความเป็นไปได้ที่เหตุการณ์จะเกิดขึ้นเท่ากับร้อยละ 40.8 และ 39.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factor) ในทั้งสองพื้นที่แสดงโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทุกช่องทาง (All-Channel Net) (ภาพที่ 3 และ 4) ที่มีการกระจายของข้อมูลที่รวดเร็ว อีกทั้งอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโครงข่ายลักษณะนี้จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกคน (Chutithamwong, 2011: 39) ซึ่งปัจจัย “ภาษีศุลกากร” และ “อัตราแลกเปลี่ยน” แสดงอิทธิพลสูงสุดบนโครงข่ายศึกษาทั้งในจังหวัดหนองคายและประเทศลาว โดยโครงข่ายที่ถูกสร้างขึ้นนี้มีค่าความหนาแน่น (Density) ที่สะท้อนถึงความเป็นไปได้ที่เหตุการณ์จะเกิดขึ้นเท่ากับร้อยละ 58.3 และ 67.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

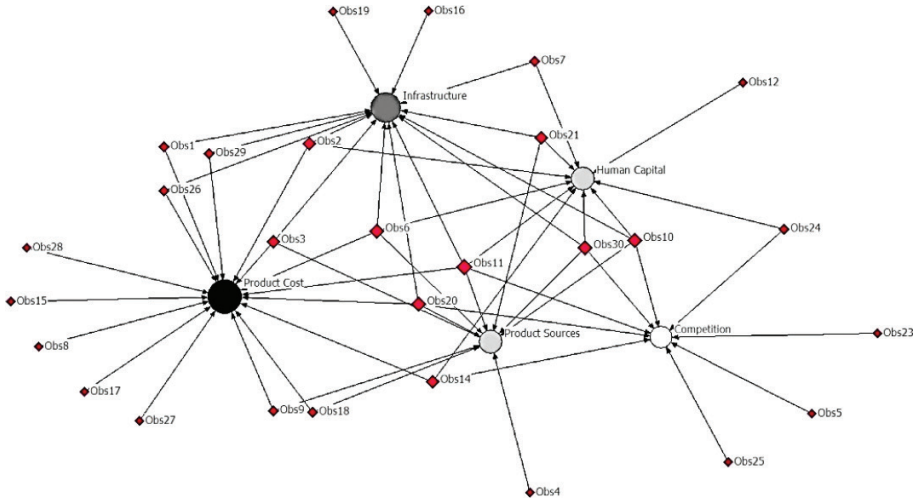
ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบโครงข่ายทางสังคม

ศักยภาพตลาด		หนองคาย			เวียงจันทน์		
		ω_i	θ_i	ρ_i	δ_i	Υ_i	α_i
ปัจจัยภายใน	ต้นทุนสินค้า	0.292	0.254	0.408	0.533	0.521	0.393
	ภาวะการแข่งขันในตลาด	0.208	0.261		0.300	0.297	
	การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ	0.708	0.670		0.333	0.422	
	ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน	0.500	0.534		0.467	0.552	
	ความพร้อมของทุนมนุษย์	0.333	0.365		0.333	0.396	
ปัจจัยภายนอก	การบริการจากภาคธนาคาร	0.542	0.445	0.583	0.400	0.271	0.673
	อัตราแลกเปลี่ยน	0.625	0.466		0.800	0.501	
	อัตราดอกเบี้ย	0.458	0.352		0.500	0.336	
	ภาษีศุลกากร	0.708	0.506		0.900	0.561	
	กฎหมายการค้า	0.583	0.453		0.767	0.498	

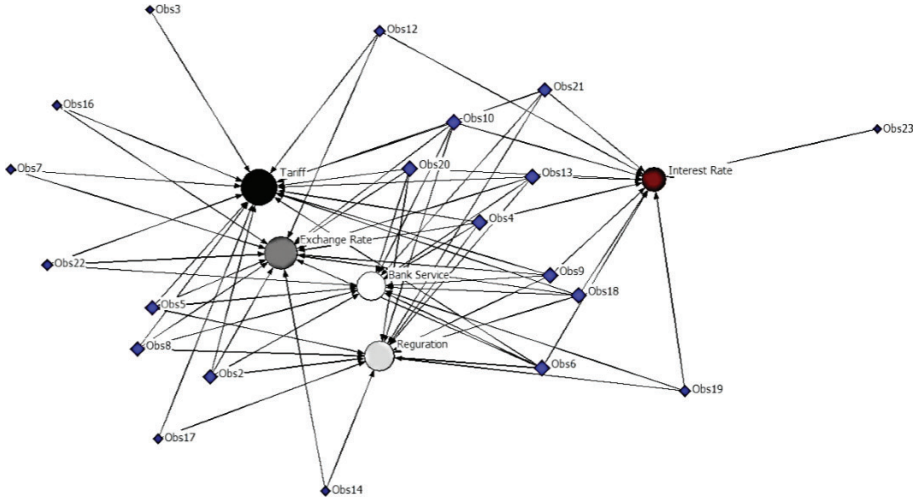
หมายเหตุ: ω_i, δ_i = Degree คือ ค่าวัดระดับความสำคัญของปัจจัย
θ_i, Υ_i = Eigenvector คือ ค่าวัดความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาภายใต้โครงข่ายที่สร้างขึ้น
ρ_i, α_i = Density คือ ค่าที่สะท้อนถึงโอกาสหรือความเป็นไปได้จากโครงข่ายที่สร้างขึ้น



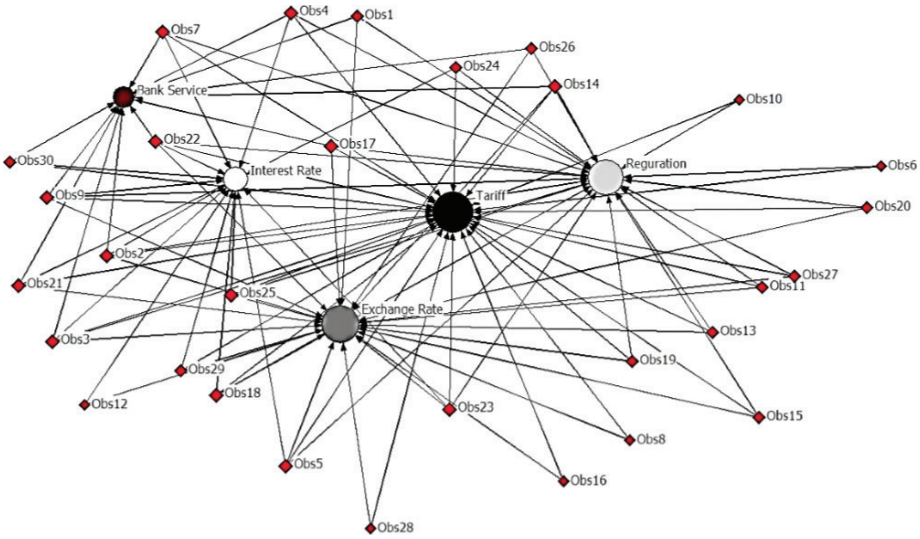
ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โครงข่ายปัจจัยภายในกรณีจังหวัดหนองคาย



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โครงข่ายปัจจัยภายในกรณีประเทศลาว



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์โครงข่ายปัจจัยภายนอกกรณีจังหวัดหนองคาย



ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์โครงข่ายปัจจัยภายนอกกรณีประเทศลาว

อภิปรายผล

จากผลของตัวแบบโครงข่ายทางสังคมในข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพทางธุรกิจในทั้งสองกรณีมีความได้เปรียบและเสียเปรียบแตกต่างกัน ซึ่งกรณีของผู้ประกอบการไทยมีความได้เปรียบทางด้านการเข้าถึงวัตถุดิบ ซึ่งจะทำให้สามารถช่วยลดค่าเสียโอกาสทางธุรกิจลงได้ จากการเลือกแหล่งวัตถุดิบที่เหมาะสมทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ และระยะเวลา รวมไปถึงต้นทุนการขนส่งที่อยู่ในระดับที่ผู้ประกอบการสามารถยอมรับได้

ขณะที่ผู้ประกอบการในประเทศลาวมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสินค้า อันเนื่องมาจากอิทธิพลการขยายฐานการตลาดของประเทศจีนทำให้ประเทศลาวที่เป็นหนึ่งในแหล่งการกระจายสินค้าหลักของจีนมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่สูงกว่าไทย

สำหรับปัจจัยภายนอกพบว่า อัตราภาษีศุลกากรเป็นปัจจัยที่แสดงอิทธิพลสูงสุด เนื่องด้วยในประเทศไทยและประเทศลาวเป็นกลุ่มประเทศที่ได้ทำการลงนามตกลงในสนธิสัญญาการค้าเสรีจีน-อาเซียน (ASEAN-CHINA FTA) ส่งผลให้การนำเข้าวัตถุดิบในทั้งสองประเทศถูกงดเว้นการเก็บภาษีศุลกากร ผลการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับ Phasuk, Kitipacharadechatron, & Tantawiroon, (2019: 56-60) ที่พบว่า ผู้ประกอบการในลาวมีการใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงในสนธิสัญญา (ACFTA) เพื่อลดอัตราภาษีศุลกากรและใช้ประโยชน์ในการควบคุมต้นทุนสินค้าได้ดีกว่าประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงกำไรของผู้ประกอบการไทยในเขตการค้าชายแดนมาจากการเข้าถึงวัตถุดิบที่หลากหลายมากกว่าประเทศลาว เนื่องจากกลยุทธ์ทางการค้าของจีนเกี่ยวกับการส่งตัวแทนจำหน่ายมาติดต่อและนำเสนอสินค้าประเภทต่างๆ กับผู้ประกอบการและการขายสินค้าผ่านออนไลน์ ทำให้มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบที่หลากหลายกว่า ณ ระดับราคาต่างๆ ที่ผู้ซื้อวัตถุดิบต้องการ

สรุปผล

ศักยภาพทางธุรกิจที่ถูกศึกษาจากปัจจัยในทั้งสองพื้นที่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดอยู่หนึ่งประการคือ ผู้ประกอบการในตลาดท่าเสด็จสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบได้หลากหลายกว่า ทว่าผู้ประกอบการในตลาดขลัวดินกลับมีต้นทุนวัตถุดิบที่ถูกกว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบเชิงพื้นที่ ขณะที่ไม่พบความแตกต่างอย่างเด่นชัดในปัจจัยด้านอื่น

มากไปกว่านั้นผู้ประกอบการในทั้งสองประเทศยังคงได้รับอิทธิพลภายนอกที่เหมือนกันและมีความรุนแรงเช่นเดียวกันคือ อัตราภาษีศุลกากร ซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาการดำเนินกิจการให้ยั่งยืนในอนาคตผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความเปราะบางและความเสี่ยงในอนาคตหากเกิดการเปลี่ยนแปลงของทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาให้ความช่วยเหลือดังนี้

1. ภาครัฐควรสนับสนุนให้สถาบันทางการเงินที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในการให้คำแนะนำในการลดต้นทุนสินค้าของผู้ผลิตในแง่ของการทำสนธิสัญญาการค้าเพื่อลดอิทธิพลของความผันผวนของราคาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ รวมไปจนถึงการพิจารณาปรับปรุงอัตราดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อช่วยในการขยายกิจการและเสริมสภาพคล่องของธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการเป็นสื่อกลางระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบกับผู้ประกอบกิจการที่ดำเนินการในตลาดชายแดนให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายยิ่งขึ้น อาทิ การประกาศรายชื่อประเภทวัตถุดิบ ผู้จำหน่าย หรือช่องทางการติดต่อให้กับหน่วยธุรกิจได้ติดต่อเพื่อสิทธิประโยชน์และเสริมประสิทธิภาพทางการค้าที่ดียิ่งขึ้น

พร้อมกันนี้ทางผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับการพัฒนาการศึกษาในครั้งต่อไปให้มีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นการศึกษาประสิทธิภาพของหน่วยธุรกิจในการดำเนินกิจการเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการในด้านการผลิต การตลาด และเพิ่มองค์ความรู้ต่างๆ ที่ขาดอยู่ เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางการศึกษาในการวิจัยนี้

References

Atuahene-Gima, K. (1996). Differential Potency of Factors Affecting Innovation Performance in Manufacturing and Services Firms in Australia. *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of the Product Development & Management Association, 13*(1), 35-52.

Bain, J. S. (1951). Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936-1940. *The Quarterly Journal of Economics, 65*(3), 293-324.

Bain, J. S. (1956). *Barriers to New Competition, their Character and Consequences in Manufacturing Industries.* Cambridge: Harvard University Press.

Barney, J. (1986). Types of Competition and Theory of Strategy: Toward an Integrative Framework. *Academic of Management Review, 11*(4), 791-800.

Bauer, R., Guenster, N., & Otten, R. (2004). Empirical Evidence on Corporate Governance in Europe: The Effect on Stock Returns, Firm Value and Performance. *Journal of Asset Management, 5*(2), 91-104.

Burt, R. S. (2000). The Network Structure of Social Capital. *Research in Organizational Behavior*, *22*, 345-423.

Business Key Success Factors. (2016). *SWOT Analysis.* Retrieved September 20, 2019, from http://www.thaiembassy.org/helsinki/th/thai-people/5899/65202การวิเคราะห์-SWOT-(SWOT-Analysis).html [in Thai]

Calantone, R. J., Kim, D., Schmidt, J. B., & Cavusgil, S. T. (2006). The Influence of Internal and External Firm Factors on International Product Adaptation Strategy and Export Performance: A Three-country Comparison. *Journal of Business Research, 59*(2), 176-185.

Campbell, K. & Mínguez-Vera, A. (2008). Gender Diversity in the Boardroom and Firm Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, *83*(3), 435-451.

Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science, 7*(5), 180-190.

Choi, C. (1991). Price Competition in a Channel Structure with a Common Retailer. *Marketing Science, 10*(4), 271-296.

Chutithamwong, C. (2011). *A Social Network Analysis of Stakeholder in Student Caring System: Mixed-method Research.* Master of Education, Chulalongkorn University. [in Thai]

Daniel, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2015). *International Business Environments and Operations* (5th ed.). England: Pearson Education Limited.

Department of International Economic Affairs. (2007). *An International Alliances and Partners Framework.* Retrieved September 21, 2019, from http://www.mfa.go.th/business /1746.php [in Thai]

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A Flexible Statistical Power Analysis Program for the Social, Behavioral, and Biomedical Sciences. *Behavior Research Methods, 39*, 175-191.

Hansen, G. S. & Wernerfelt, B. (1989). Determinants of Firm Performance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors. *Strategic Management Journal*, *10*(5), 399-411.

Huselid, M. A., Jackson, S. E., & Schuler, R. S. (1997). Technical and Strategic Human Resources Management Effectiveness as Determinants of Firm Performance. *Academy of Management Journal, 40*(1), 171-188.

Ivaldi, M., Ferreri, L., Daolio, F., Giacobini, M., Tomassini, M., & Rainoldi, A. (2011). We-Sport: from Academy Spin-off to Data-base for Complex Network Analysis. *Journal of Sports Med and Physical Fitness, 51*(3), 53.

Kamunge, M. S., Njeru, A., & Tirimba, O. I. (2014). Factors Affecting the Performance of Small and Micro Enterprises in Limuru Town Market of Kiambu County, Kenya. *International Journal of Scientific and Research Publications, 4*(12), 1-20.

Kang, J. K. & Shivdasani, A. (1995). Firm Performance, Corporate Governance, and Top Executive Turnover in Japan. *Journal of Financial Economics, 38*(1), 29-58.

Li, H., Meng, L., Wang, Q., & Zhou, L. A. (2008). Political Connections, Financing and Firm Performance: Evidence from Chinese Private Firms. *Journal of Development Economics, 87*(2), 283-299.

Luo, Y. & Chen, M. (1997). Does Guanxi Influence Firm Performance? *Asia Pacific Journal of Management, 14*(1), 1-16.

Mehran, H. (1995). Executive Compensation Structure, Ownership, and Firm Performance. *Journal of Financial Economics, 38*(2), 163-184.

Narasimhan, R. & Kim, S. W. (2002). Effect of Supply Chain Integration on the Relationship between Diversification and Performance: Evidence from Japanese and Korean Firms. *Journal of Operations Management, 20*(3), 303-323.

Noophorn, N. (2012). *Business Environment.* Retrieved September 5, 2019, from http://52010918377. blogspot.com/2012/06/blog-post_6996.html [in Thai]

Otte, E. & Rousseau, R. (2002). Social Network Analysis: A Powerful Strategy, Also for the Information Science. *Journal of Information Science, 28*(6), 442-453.

Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View. *Strategic Management Journal, 14*(3), 179-191.

Phasuk, P., Kitipacharadechatron, R., & Tantawiroon, N. (2019). Utilization of Tariff Advantage from ASEAN-CHINA Free Trade Agreement: Thai-Lao Border Trade. In *ISERD 154th International Conference* (pp. 56-60). Israel: ISERD.

Riquelme, F. & González-Cantergiani, P. (2016). Measuring User Influence on Twitter: A Survey. *Information Processing & Management Journal*, *52*, 949-975.

Saraphat, C. (2016). Influence of Border Trade Cultural Assimilation and Public Policy (Border Trade and Cultural Encouragement) Affecting the Pattern of Life on People in the Border Community. *Journal of Development Administration Research*, *6*(2), 12-22. [in Thai]

Weiss, L. W. (1974). The Concentration-Profits Relationship and Antitrust. In H. J. Goldschmid, H. M. Mann, & F. Weston (Eds), *Industrial Concentration: The New Learning* (pp. 188-193). Boston, MA: Little Brown.

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal, 5*(2), 171-180.

Youndt, M. A., Snell, S. A., Dean Jr., J. W., & Lepak, D. P. (1996). Human Resource Management, Manufacturing Strategy, and Firm Performance. *Academy of Management Journal, 39*(4), 836-866.

Name and Surname: Padcharee Phasuk
Highest Education: Ph.D. (Applied Economics), National Chung Hsing University
Affiliation: School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University
Field of Expertise: International Trade, Efficiency Measurement, Applied Economics, Logistic, and Supply Chain

Name and Surname: Ronnakron Kitipacharadechatron
Highest Education: M.Econ (Business Economics), Khon Kaen University
Affiliation: Faculty of Economics, Khon Kaen University
Field of Expertise: Applied Econometric, Business Analysis, Human Perception and Adaptation, and Climate Change

รูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว (Micro Business) ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

THE MICRO BUSINESS MODEL OF RETIREES INDUSTRY IN BANG PHLI DISTRICT SAMUTPRAKARN PROVINCE

ธัชกร ภัทรพันปี
Thatchakorn Phataraphanpee
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

Received: April 10, 2020 / Revised: October 22, 2020 / Accepted: October 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม 3) ศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสม และ 4) เสนอรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณคือผู้เกษียณอายุที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบโรงงานในแต่ละตำบลในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 327 คน และผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 35 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ผลข้อมูลสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษามัธยมศึกษา สถานะสัญญาจ้างการทำงานในปัจจุบันสิ้นสุดงานตามสัญญาจ้าง ระยะเวลาการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม 16-20 ปี มีประสบการณ์ในกลุ่มงานโรงงานอุตสาหกรรมเป็นช่างฝีมือ ประสบการณ์ทำงานในกลุ่มประเภทโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ สถานะมีงานทำหลังเกษียณอายุเป็นแรงงานนอกระบบ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนหลังเกษียณอายุ 3,001-9,000 บาท แหล่งที่มาของรายได้จากการทำงานเป็นหลักของครอบครัว มีความต้องการมีงาน เหตุผลสำคัญในการมีรายได้หลังเกษียณอายุมีรายได้แบ่งเบาภาระครอบครัว ประเภทธุรกิจที่มีความต้องการประกอบธุรกิจค้าขายทั้ง online และ offline และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.48) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยเป็นรายด้านพบว่า ในระดับมากคือ ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ($\bar{x}$ = 3.83) ด้านความรู้แห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ($\bar{x}$ = 3.63) ด้านความรู้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ($\bar{x}$ = 3.58) และในระดับน้อยคือ ด้านแรงจูงใจและแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ($\bar{x}$ = 2.88) ตามลำดับ สำหรับผลการศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่ส่งผลสัมฤทธิ์ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ การมีพฤติกรรมที่มุ่งมั่นในการศึกษา ค้นคว้า สร้างชุดความรู้ที่ตนถนัดเพื่อการประกอบธุรกิจ และการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเพื่อความคล่องตัว รวมถึงการมีเครือข่ายส่งเสริมและสนับสนุนให้การประกอบธุรกิจมีความเข้มแข็ง

Corresponding Author
E-mail: tom.lift@gmail.com

คำสำคัญ: รูปการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรปราการ

Abstract

The purposes of this study were (1) to study the general condition of retirees from industry sector in Bang Phli District, Samut Prakan Province; (2) to study opinions of retirees from industry sector on running the micro business; (3) to study the appropriate micro business model; and (4) to propose the micro business model for retirees from industry sector. The research sample for the quantitative study consisted of 327 retirees living around industrial factories in each sub-district of Bang Phli District, Samut Prakan Province; while the key informants for qualitative research were 35 persons. The employed research instruments were a questionnaire and an in-depth interview form. The quantitative data were statistically analyzed using the frequency, percentage, mean, and standard deviation. The qualitative data were analyzed with content analysis leading to the synthesis of main research results. The research results indicated that the majority of retirees from industrial sector were females, with secondary education level, with the end of employment contract status, with the work duration as the industrial employee of 16-20 years, with the experience in the industry as a skill worker, and with the work experience in the metal products industry. The status of employment after retirement was that of informal workers, with the average monthly income after retirement of 3,001-9,000 baht. The source of income after retirement was from working. They were the main income earner of their family and they would like to have a job. The main reason for having the post-retirement income was to alleviate the financial burden of the family. The type of business that they wanted to do was the commerce business, both online and offline. Their overall opinion toward the micro business was at the high level ($\bar{x}$ = 3.48). When their opinions toward specific aspects of micro business were ranked from top to bottom based on their rating means, it was found that the aspects that their opinions were at the high level were that of promotion and supports of micro business ($\bar{x}$ = 3.83), that of the knowledge on success factors of micro business ($\bar{x}$ = 3.63), and that of technological knowledge for doing micro business ($\bar{x}$ = 3.58); while the aspect that their opinions were at the low level was that of the motivation and inspiration for doing micro business ($\bar{x}$ = 2.88), respectively. The results of the study of suitable micro business model affecting the achievement of retirees from industrial sector were the following: the having behaviors with the intention to study, seek and create the body of knowledge that they have aptitude for doing business; the use of technological instruments for creating smoothness in doing business; and the having networks to promote and support the strength of doing business.

Keywords: Micro Business Model, Retiree from Industry Sector, Samut Prakan Province

บทนำ

ประเด็นการขาดรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตหลังเกษียณอายุของกลุ่มผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรมเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ทุกรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในระดับต้นๆ เพราะในแต่ละปีจะมีจำนวนผู้เกษียณอายุหรือผู้สิ้นสุดการจ้างงานระหว่างอายุ 55-60 ปี ตามข้อตกลงระหว่างนายจ้างและลูกจ้างเพิ่มขึ้นทุกปี (Secretariat of the House of Representatives, 2016) ซึ่งหากคนกลุ่มนี้ไม่มีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตย่อมเป็นภาระให้กับครอบครัวกล่าวคือ หลังเกษียณอายุส่วนใหญ่จะกลับไปอาศัยอยู่ในภูมิลำเนาดั้งเดิมหรืออาจจะอาศัยอยู่ที่เดิมจำต้องอาศัยรายได้ส่วนใหญ่มาจากลูกหรือหลานเป็นภาระการพึ่งพิงและเป็นปัญหาทางสังคมที่ภาครัฐต้องรับมือกับปัญหาคุณภาพชีวิตทั้งด้านรายได้ในการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ของกลุ่มคนเหล่านี้ (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute (TGRI), 2017)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวทำให้ภาครัฐจำต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม และสนับสนุนผู้ใช้แรงงานให้มีความพร้อมสำหรับการใช้ชีวิตหลังเกษียณในด้านต่างๆ ดังปรากฏข้อมูลแนวทางสนับสนุนและช่วยเหลือผู้เกษียณอายุที่สำคัญ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กำหนดให้ผู้สูงอายุเป็นพลังการขับเคลื่อนประเทศโดยส่งเสริมให้มีการทำงานหลังเกษียณผ่านการเสริมทักษะการดำรงชีวิต ทักษะอาชีพเพื่อหารายได้มีงานทำที่เหมาะสมกับศักยภาพ มีการสร้างเสริมฟื้นฟูสุขภาพ และหลักประกันทางสังคมที่สอดคล้องกับความจำเป็นพื้นฐานต่อการดำรงชีวิตการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในสังคม (National Economic and Social Development Board, 2018) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกำหนดแนวทางการส่งเสริมและรองรับผู้เกษียณอายุหลังวัยเกษียณไว้ 3 แนวทาง ได้แก่ 1) จัดหลักสูตรฝึกอบรมอาชีพให้แก่ผู้ใช้แรงงานหลังเกษียณอายุในแต่ละชุมชนโดยดำเนินการผ่านโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) 2) สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้เกษียณอายุเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการวัยเกษียณโดยมีเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้เกษียณอายุ 55-60 ปี ในด้านการผลิตสินค้าและการบริการ 3) การส่งเสริมเงินทุนหมุนเวียนด้วยการเตรียมความพร้อมเงินทุนหมุนเวียนสำหรับผู้เกษียณอายุที่เป็นเจ้าของธุรกิจ (Department of Employment Ministry of Labor, 2018) และคณะทำงานการขับเคลื่อนนโยบายประชารัฐเพื่อสังคมตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 กำหนดประเด็นการสร้างหลักประกันรายได้ด้วยการส่งเสริมศักยภาพการสร้างงานสร้างรายได้และการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการประกอบอาชีพให้กับผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรมก่อนและหลังการเกษียณในการใช้ศักยภาพภูมิปัญญาความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของตนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม (Srisuchart, Tangtipongkul, &, Aroonruengsawat, 2018)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเป็นความตั้งใจของภาครัฐและภาคเอกชนที่มุ่งผลสำเร็จตามนโยบายและแนวทางในเรื่องการหลักประกันความมั่นคงทางรายได้ให้กับผู้เกษียณอายุดังที่ได้กล่าวข้างต้น แต่ที่ผ่านมาการขับเคลื่อนนโยบายโดยรวมส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการทำงานเชิงรับมากกว่าเชิงรุก ดังปรากฏผลการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการประกอบอาชีพและการฝึกอาชีพว่า ยังไม่มีความชัดเจนและไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับการส่งเสริมอาชีพโดยการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการกำหนดทิศทางการดำเนินการร่วมกันส่งผลให้การดำเนินงานยังมีความซ้ำซ้อนกันทำให้การดำเนินงานยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควร (National Economic and Social Development Board, 2018) สอดคล้องกับผลการศึกษาการดำเนินงานร่วมกันของกระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

และหน่วยงานภาคเอกชนต่อการดำเนินโครงการฝึกอาชีพในหลายๆ โครงการปี 2551 ที่มีผู้เข้าร่วมฝึกอาชีพจำนวน 52,226 คน ผลการนำไปประกอบอาชีพได้จริงเพียง 1,451 คน (Office of the Economy Labor, 2013) และสอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางขับเคลื่อนการสร้างงานให้กับผู้ใช้แรงงานหลังเกษียณควรเป็นลักษณะเชิงรุก (Active) ควรมีการกำหนดแผนงานหรือรูปแบบการส่งเสริมที่ชัดเจนสามารถปฏิบัติได้จริงตรงกับความต้องการและมีความเหมาะสม มีการฝึกอาชีพที่หลากหลายตามความต้องการและเหมาะสมกับช่วงวัยและควรจัดหลักสูตรการประกอบธุรกิจจากการใช้ศักยภาพความรู้ ประสบการณ์ และภูมิปัญญาเพื่อสร้างรายได้ (Soothorndhada, 2014) จากข้อมูลดังกล่าวนำไปสู่การให้ความสำคัญกับประเด็นการสร้างหลักประกันรายได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งนอกจากผู้ใช้แรงงานสิ้นสุดการจ้างงานตามระบบแล้วยังมีอีกจำนวนหนึ่งที่มีแนวโน้มจะถูกเลิกจ้างตามภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งคนกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบโดยตรงหากถูกเลิกจ้างเป็นการยากที่จะมีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีพและเป็นภาระให้กับครอบครัวและสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาสภาพปัญหาที่ต้องการแก้ไขอย่างเร่งด่วนในคุณภาพชีวิตของคนทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมโดยแรงงานภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ทำงานมานานกว่า 10-20 ปี และคนงานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและเมื่ออายุเข้าสู่วัยกลางคนหรือวัยใกล้สูงอายุถ้าต้องออกจากงานไม่ว่าด้วยการถูกเลิกจ้าง ยากแก่การจะไปเริ่มงานใหม่ในตลาดที่ต้องการแรงงานที่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาทดแทน (Wanrat, 2016) และสอดคล้องกับข้อมูลผลกระทบจากภาคอุตสาหกรรมลดกำลังการผลิตลง ลดการจ้างแรงงาน และใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Inelegance: AI) หุ่นยนต์ทำงานแทนแรงงานคน ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการถูกเลิกจ้างที่สุด (Sorat, 2019) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสำคัญของประธานสหภาพแรงงานภาคอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งเกี่ยวกับการใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมที่ส่วนใหญ่จะขอกลับมาให้ช่วยเหลือเพื่อให้มีงานทำอีกครั้ง เหตุผลเพราะหลังถูกเลิกจ้างจะมีเงินจำนวนหนึ่งที่ได้รับชดเชยกรณีถูกเลิกจ้างหรือกองทุนพนักงานจากโรงงานประมาณ 100,000-200,000 บาท ซึ่งเมื่อนำไปลงทุนทำธุรกิจแล้วไม่ประสบความสำเร็จเงินก้อนนั้นหมดไปและไม่สามารถหารายได้อื่นมาชดเชยได้อีก (Pinyoyong, 2019) ซึ่งสภาวการณ์ดังกล่าวข้างต้นนำไปสู่การศึกษาทางเลือกในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมภายใต้การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักคิดสำคัญสำหรับการทำธุรกิจเกี่ยวกับความพอประมาณ ความพอดี การใช้ความรู้ความสามารถให้มีความพอดีกับตนตามเงื่อนไขความรู้เพื่อดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจรายจิ๋วหรือธุรกิจเล็กๆ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้เกษียณอายุสามารถนำไปเป็นแนวทางการสร้างงานให้กับตนเองโดยไม่ต้องใช้ทุนหรือเงินทุนมากนักสำหรับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้วยการนำสามารถใช้ความรู้ ความถนัดของตนเองสร้างงาน สร้างรายได้ และเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้เกษียณอายุ (Phattaraphanpee, 2017)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นการศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว (Micro Business) ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม ภายใต้แผนบูรณาการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมต้นแบบเพื่อสร้างความมั่นคงต่อการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าในสังคมยุค 4.0 ในประเด็นการมีหลักประกันรายได้แน่นอน มีตัวชี้วัดการมีอาชีพที่เหมาะสมกับศักยภาพของตน โดยกำหนดพื้นที่การศึกษาในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากคือ จำนวน 2,084 แห่ง แรงงานจำนวน 116,197 คน โดยที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมกระจายไปตามรายตำบล ประกอบด้วย

ตำบลบางพลีใหญ่จำนวน 866 แห่ง แรงงานจำนวน 37,419 คน ตำบลบางแก้วจำนวน 94 แห่ง แรงงานจำนวน 3,519 คน ตำบลบางปลาจำนวน 594 แห่ง แรงงานจำนวน 20,962 คน ตำบลบางโฉลงจำนวน 240 แห่ง แรงงานจำนวน 24,694 คน ตำบลราชาเทวะจำนวน 279 แห่ง แรงงานจำนวน 23,257 คน และตำบลหนองปรือจำนวน 11 แห่ง แรงงานจำนวน 6,348 คน (Information Center, 2017) ซึ่งจำนวนกลุ่มผู้ใช้แรงงานของโรงงานอุตสาหกรรมเหล่านี้บางส่วนเกษียณอายุ และบางส่วนถูกเลิกจ้างงานตามภาวะเศรษฐกิจ ย่อมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตหลังวัยเกษียณของพวกเขาเหล่านั้น ทั้งนี้ผลการศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วจะเป็นส่วนหนึ่งเพื่อตอบโจทย์การมีหลักประกันรายได้ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสมสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
4. เพื่อเสนอรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ทบทวนวรรณกรรม

กำหนดกรอบการศึกษาวิจัย ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาตามกรอบการศึกษาวิจัยเพื่อนำไปสู่รูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว (Micro Business) ตามภาพที่ 1 โดยรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีหัวข้อดังนี้

ภาพที่ 1 กรอบการศึกษาวิจัย

1. แนวคิดการพัฒนาวัยเกษียณอายุเป็น “หลักนำ” โดยสรุปได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของบุคคลที่ส่งผลให้เกิดคุณค่าและความภาคภูมิใจในตนเองโดยมีความเชื่อว่า หากผู้เกษียณอายุได้นำทักษะองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานหรือชุดการเรียนรู้ที่ได้รับมาอย่างยาวนานมาสร้างงาน สร้างรายได้ที่เหมาะสมกับตัวเอง ย่อมเป็นตัวแบบที่ดีในการลดภาระความพึ่งพิงให้กับคนในครอบครัว สังคม ประเทศชาติ (Office of National labor Advisory Council, 2014) โดยมีหน่วยงานที่สำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผู้เกษียณอายุหรือผู้สูงอายุ ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ปี 2560 กำหนดแนวทางปฏิบัติที่ภาครัฐจะต้องพัฒนาประชากรของไทย โดยรัฐพึงส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามารถในการทำงานอย่างเหมาะสมกับศักยภาพและให้มีงานหลังเกษียณอายุ (Constitution of the Kingdom of Thailand (B.E. 2017) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต ประกอบด้วยมุ่งเน้นการเสริมสร้างและการพัฒนาศักยภาพคนไทยหรือทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่สามารถพัฒนาตนและเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมด้วยการพัฒนาคนเชิงคุณภาพในทุกช่วงวัยเพื่อสร้างศักยภาพ ทักษะความรู้ทุกช่วงวัย มีความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าและเป็นกำลังสำคัญต่อการพัฒนาประเทศรวมทั้งการขับเคลื่อนส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุหรือผู้เกษียณอายุให้มีงานทำให้พึ่งพาตนเอง และสร้างหลักประกันความมั่นคงในชีวิตหลังเกษียณ (Office of the Economy Labor, 2013) แผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) กำหนดยุทธศาสตร์ดำเนินการพัฒนาผู้สูงอายุประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพที่ครอบคลุมเรื่องหลักประกันรายได้เพื่อวัยสูงอายุการให้การศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตและยุทธศาสตร์การส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานและการหารายได้ของผู้สูงอายุที่มีศักยภาพต่อการสร้างหลักประกันรายได้ หลักประกันสุขภาพ (National Committee for the Elderly, 2010)

2. แนวคิดการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว (Micro Business) มติคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) มิถุนายน 2557 กำหนดแนวทางการเปิดช่องทางการเพื่อจัดสรรงบประมาณสนับสนุน ส่งเสริม และช่วยเหลือหน่วยธุรกิจขนาดจิ๋วที่ลงลึกในชุมชนท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการขนาดจิ๋วที่สามารถพัฒนาก้าวสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมและกลายเป็นขนาดกลางและขนาดใหญ่ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สถาบันการเงินสามารถใช้พิจารณาการให้บริการสินเชื่อไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเงินของรัฐหรือเอกชนเพื่อเข้าถึงแหล่งทุน (Thai Association of Small & Medium Enterprises, 2016) อีกทั้งผู้ประกอบธุรกิจรายจิ๋วมีความยึดมั่นในอุดมการณ์เพื่อการประกอบธุรกิจอย่างมุ่งมั่นและการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางเพื่อการประกอบธุรกิจควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมตามวาทกรรมว่า “ในความเก่งของผู้ประกอบการต้องเป็นคนดีที่มีความรู้คู่คุณธรรม” (Sungrugsa & Phungpho, 2018: 339)

3. แนวคิดโมเดลธุรกิจสากล (International Business Model Canvas: BMC) เป็นการอธิบายกิจกรรมการบริหารธุรกิจ จำนวน 9 ส่วน ที่เห็นภาพกิจกรรมทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมและชัดเจนในแบบที่เรียบง่ายบนหน้ากระดาษเพียงแผ่นเดียวทุกคนทั้งภายในและภายนอกองค์กรสามารถสื่อถึงสิ่งเดียวกันได้อย่างตรงประเด็น เข้าใจง่าย และนำไปใช้งานได้ทันที (Putkiroj, 2018)

องค์ประกอบทั้ง 9 ส่วนของ Business Model Canvas ได้แก่

1) ลูกค้า (Customer Segments-CS) ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ

2) คุณค่า (Value Propositions-VP) จุดขายของสินค้า หรือบริการนั้น

3) ช่องทาง (Channels-CH) วิธีการสื่อสาร

ไปถึงลูกค้า

4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships-CR) วิธีในการรักษาลูกค้าเดิม

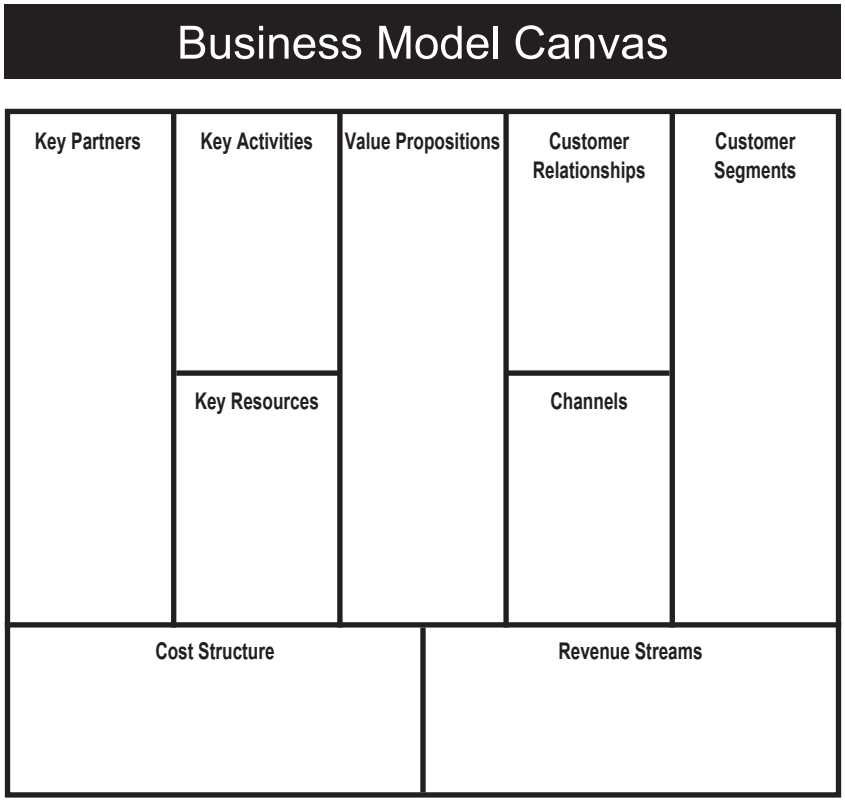
5) กระแสรายได้ (Revenue Streams-RS) รายได้ของธุรกิจนี้

6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources-KR) สิ่งที่ต้องมีสำหรับดำเนินธุรกิจ

7) กิจกรรมหลัก (Key Activities-KA) กิจกรรมที่ต้องทำเพื่อให้โมเดลธุรกิจอยู่ได้

8) พันธมิตรหลัก (Key Partners-KP) ส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งการช่วยป้อนวัตถุดิบและการช่วยขาย

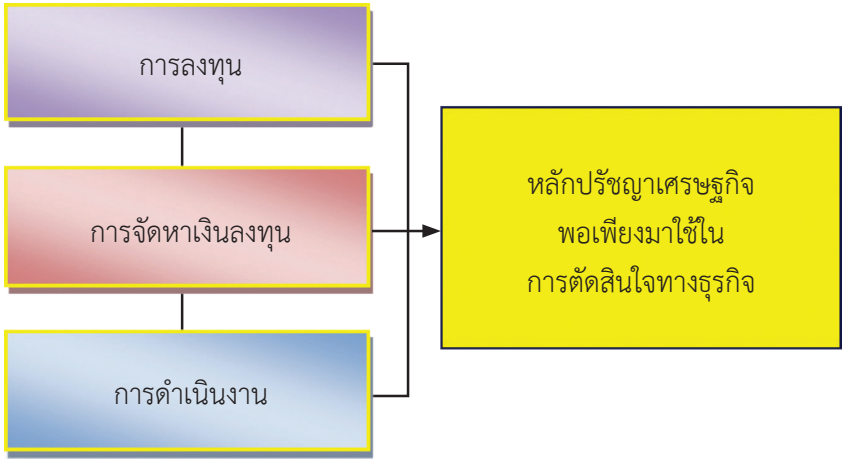
9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure-CS) ต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวอย่างช่องกิจกรรมทางธุรกิจรายข้อ Business Model Canvas

4. การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจเป็นกระบวนทัศน์ของหลักการหรือแนวทางการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับหลักคิดต่อการดำรงชีวิตอยู่บนพื้นฐานแห่งความพอประมาณ ยึดแนวทางสายกลางในการประกอบอาชีพหรือการประกอบธุรกิจมีความพอเพียง โดยนิยาม “3 ห่วง 2 เงื่อนไข” นั่นคือ พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานเงื่อนไข ความรู้ และคุณธรรม จากนิยามดังกล่าวมีสาระสำคัญดังนี้ ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิต และการบริโภค เป็นต้น ที่อยู่ในระดับพอประมาณ ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจดำเนินการอย่างมีเหตุผลตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักจริยธรรม คำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวความพร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นและการตัดสินใจอาศัยเงื่อนไขความรู้ ได้แก่ ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่าง

รอบด้าน และเงื่อนไขคุณธรรม ได้แก่ การมีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความอดทนมีความเพียรใช้สติปัญญา (Chaipattana Foundation, 2007) ซึ่งหลักเศรษฐกิจพอเพียงได้ถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจทางในกิจกรรมทางธุรกิจ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 หลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ตัดสินใจทางธุรกิจ

วิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) และการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การศึกษาด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมจากตำรา รายงานการวิจัย บทความวิจัยและข้อมูลเอกสารขององค์กรต่างๆ ที่กำหนดแนวคิด นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพด้านการใช้ชีวิตเกษียณอายุและการมีรายได้ที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ

2. การศึกษาในพื้นที่ เป็นการลงพื้นที่เพื่อศึกษาข้อมูลปฐมภูมิของผู้เกษียณอายุที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละตำบลในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปและความคิดเห็นที่มีต่อการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม รวมถึงข้อมูลสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม

3. กระบวนการศึกษา ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณคือ ข้อมูลทั่วไปและศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมโดยการใช้แบบสอบถาม และการศึกษาเชิงคุณภาพคือ ข้อมูลสำคัญจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก (Key Stakeholders) ด้วยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indebt-Interview) และการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Groups) นำไปสู่ข้อมูลสำคัญต่อรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม

4. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้มาซึ่งรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Groups) โดยดำเนินการในเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุมสำนักงานสภาองค์การลูกจ้างแรงงานแห่งประเทศไทย (NCTL) และดำเนินการในเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุมคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ และการประชุมระดมสมอง (Brainstorming) โดยดำเนินการ

ในเดือนตุลาคมพ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุมอาคารอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณคือ ผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละตำบลในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยเลือกวิธีเฉพาะเจาะจง (Criterion Based Selection) และเลือกใช้วิธีตามสะดวก (Connivance Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้เกณฑ์จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละตำบลในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการที่ผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมอาศัยอยู่โดยรอบในการกำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ใน 6 ตำบลในอำเภอบางพลี จำนวนทั้งหมด 2,084 แห่ง และเลือกเป็นขนาดตัวอย่างตามตารางของเครซี่และมอร์แกน (Robert, Krejcie, & Morgan, 1970) ได้ขนาดตัวอย่างโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้เป็นเกณฑ์กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้เกษียณอายุอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบจำนวน 327 แห่ง และแบ่งสัดส่วนร้อยละรายตำบลเพื่อนำไปเป็นเกณฑ์การศึกษาตามรูปแบบของการวิจัยดังกล่าวข้างต้น

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักและผู้ส่งเสริมและสนับสนุนหลักจำนวน 35 คน คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักจำนวน 12 คน และผู้ส่งเสริมและสนับสนุนหลักจำนวน 23 คน โดยผู้วิจัยกำหนดหลักเกณฑ์พิจารณาเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากหลักเกณฑ์ 4 ประการที่สำคัญ ได้แก่

1) เป็นบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ใช้แรงงานภาคเอกชนโดยเฉพาะผู้ใช้แรงงานในภาคอุตสาหกรรมและมีบทบาทสำคัญ กำกับ กำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือภาคผู้ใช้แรงงานและยังมีฐานะเป็นผู้สนับสนุนส่งเสริม และช่วยเหลือแรงงานในกรณีได้รับผลกระทบจากการจ้างแรงงานภาคอุตสาหกรรม

2) เป็นบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกจ้างและนายจ้าง การให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพลูกจ้างและแสดงตนเข้ามามีส่วนร่วมทุกครั้งจนเป็นที่รู้จักของคนในภาคแรงงานอุตสาหกรรมทั้งนายจ้างและลูกจ้าง

3) เป็นบุคคลที่มีลักษะเป็นผู้นำทางความคิดและกล้าแสดงออก ให้ความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมาตามประสบการณ์และความรู้ของตนเอง

4) เป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทุ่มเทให้กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเชิงประจักษ์เห็นได้ชัดโดยเฉพาะการสนับสนุนส่งเสริมผู้เกษียณอายุ ผู้ยากไร้ด้อยโอกาสทั้งแรงงานในระบบและนอกระบบ

ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย

เพื่อลดผลกระทบที่อาจส่งผลต่อการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม จึงใช้วิธีการเข้าถึงโดยวิธีการแบบเจาะจงและวิธีตามความสะดวกของผู้เกษียณอายุที่อาศัยบริเวณโดยรอบโรงงานอุตสาหกรรมตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วยแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบแสดงความคิดเห็น และแบบประเมินการนำเสนอรูปแบบการประกอบธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถาม โครงสร้างของแบบสอบถามได้แก่ ข้อมูลทั่วไป และความคิดเห็นต่อการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ประกอบด้วย ด้านแรงจูงใจ และแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ด้านความรู้แห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ด้านความรู้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว และด้านการส่งเสริมและสนับสนุน การประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท (Likert) และตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งได้รับการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (IOC) เท่ากับ .853 จากนั้นการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มอื่นได้แก่ กลุ่มชมรมผู้สูงอายุจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน

30 ราย ผลการวิเคราะห์เครื่องมือพบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .864

2. แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก มีโครงสร้างของคำถามแบบกว้างๆ ซึ่งเริ่มตั้งแต่การสร้างความคุ้นเคยด้วยการพูดคุยเรื่องทั่วๆ ไปแล้วสอดแทรกคำถามและประเด็นสำคัญตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความไว้วางใจและให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3. แบบแสดงความคิดเห็น (Opinion Form) สำหรับผู้ร่วมการประชุมระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อการกำหนดรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว

4. แบบประเมินสำหรับการนำเสนอรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วแต่ละรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการตามประสบการณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำแบบสอบถามจำนวน 327 ฉบับ ไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล แล้วรับคืนด้วยตนเองได้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 จากนั้นลงเลขรหัส จัดลำดับ และเรียงเป็นชุด เพื่อการแปลผลและวิเคราะห์ผล

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีการเข้าพบโดยตรงหรือนัดหมายล่วงหน้าด้วยตนเองด้วยการจดบันทึกข้อมูลสำคัญ การสังเกต บันทึกภาพ/บันทึกเสียง (ได้รับการอนุญาตจากผู้ส่งเสริมและสนับสนุน) และจัดเก็บเป็นไฟล์ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ผลต่อไป

3. การตรวจสอบเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลสำคัญ โดยจัดเก็บและแยกประเภทข้อมูลในแต่ละประเภทรวมถึงแยกประเภทข้อมูลการนำเสนอรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมเพื่อนำไปวิเคราะห์แปลผล และสรุปผลการศึกษาวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณทางสถิติสำหรับการวิจัย ประกอบด้วยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ระดับคะแนนความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยประชากร ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (S.D.) โดยกำหนดระดับคะแนนความต้องการ ได้แก่ ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย และระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด ส่วนการแปลความหมายระดับความคิดเห็นใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ของเบสท์ (Best, 1997)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) และแบ่งเป็นประเด็นย่อย (Sub-Themes) ตามแนวคำถามตามเนื้อหาที่ได้กำหนดไว้ จากนั้นใช้เทคนิคการสังเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเชื่อมโยงเป็นร้อยแก้วและแสดงผลของข้อมูลสำคัญของรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว

ผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาคือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 327 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 ชายจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ระดับการศึกษามัธยมศึกษามากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 สถานะสัญญาจ้างการทำงานในปัจจุบันสิ้นสุดงานตามสัญญาจ้างมากที่สุดจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ระยะเวลาการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม 16-20 ปี มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 มีประสบการณ์ในกลุ่มงานโรงงานอุตสาหกรรมเป็นช่างฝีมือหญิงมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 ประสบการณ์

ทำงานในกลุ่มประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมากที่สุด (อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ) จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 สถานะมีงานทำหลังเกษียณอายุเป็นแรงงานนอกระบบมากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนหลังเกษียณอายุ 3,001-9,000 บาท มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 แหล่งที่มาของรายได้จากการทำงานมากที่สุด จำนวน 161 คิดเป็นร้อยละ 49.20

สรุปผลการศึกษาคือ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว รองลงมาด้านความรู้แห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว ด้านความรู้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว และน้อยที่สุดด้านแรงจูงใจ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจรายจิ๋วมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ การมีพี่เลี้ยงทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว รองลงมาคือ การได้รับสนับสนุนทางธุรกิจจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น สมาคม กองทุน สถาบันการเงิน เป็นต้น แต่เรื่องที่ให้ความคิดเห็นคือ การสร้างเครือข่ายแบ่งปันประสบการณ์การทำธุรกิจ เช่น Facebook Fanpage, Line Groups เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านความรู้แห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วอยู่ในระดับมาก เรื่องที่ได้ความสนใจจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ การเรียนรู้เทคนิค วิธีการเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจทำให้ตัดสินใจประกอบธุรกิจ รายจิ๋วได้ง่ายขึ้น เช่น แผนธุรกิจ โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) เป็นต้น รองลงมาคือ การนำความรู้ ประสบการณ์จากการทำงานมาประกอบธุรกิจรายจิ๋วได้ง่ายขึ้น รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านความรู้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจกำหนดรูปแบบธุรกิจรายจิ๋วให้มีความชัดเจนมากขึ้น เช่น การออกแบบธุรกิจ การค้นหาลูกค้าทางธุรกิจ เป็นต้น รองลงมาคือ การมีเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สร้างพันธมิตรในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วได้ง่ายขึ้นและเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การศึกษาและเรียนรู้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเป็นเรื่องง่ายและสะดวกของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านแรงจูงใจและแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การประกอบธุรกิจรายจิ๋วเกิดจากแรงกดดันจากความไม่มั่นคงของการทำงาน รองลงมาคือ ความมุ่งมั่น ตั้งใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การประกอบธุรกิจรายจิ๋วประสบผลสำเร็จและการเรียนรู้การทำธุรกิจรายจิ๋วเกิดจากแรงจูงใจ และเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ แรงบันดาลใจที่เกิดจากการเข้าฝึกอาชีพต่างๆ ตามที่หน่วยงานจัดให้

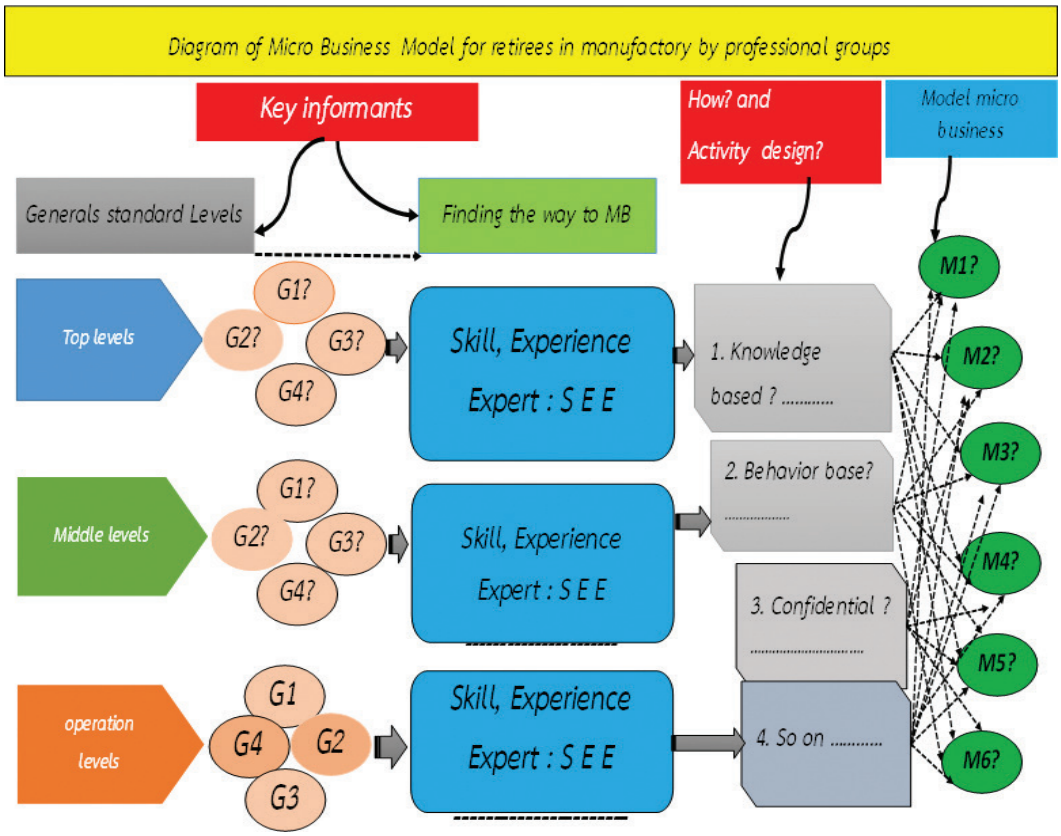
สรุปผลการศึกษาคือ รูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสมสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญต่อรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่พึงประสงค์ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การนำอาชีพเสริมไปทำธุรกิจหลังเกษียณอายุของผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรม แรงจูงใจ และแรงบันดาลใจ ในการประกอบธุรกิจหลังเกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมและสาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมไม่กล้าตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจหลังเกษียณอายุ รวมทั้งวิธีการทำให้กลุ่มผู้เกษียณอายุนั้นหันมาสนใจในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสมกับตัวเขา รูปแบบของธุรกิจที่เหมาะสมกับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม และปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ที่จะประกอบธุรกิจรายจิ๋ว

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญต่อรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่ส่งผลสัมฤทธิ์ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมประกอบด้วยการกำหนดความหมายของธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสมกับผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรมพฤติกรรมที่มุ่งมั่นตั้งใจที่จะศึกษาค้นคว้าประกอบธุรกิจและสร้างชุดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจที่ตนถนัด รวมถึงการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี สร้างและติดต่อเครือข่ายปัจจัยเกื้อหนุนสนับสนุนทำให้การประกอบธุรกิจรายจิ๋วมีความคล่องตัวและเข้มแข็ง ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 รูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่ส่งผลสัมฤทธิ์ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรม

การเสนอรูปแบบธุรกิจจิ๋วของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรมโดยการนำระดับความรับผิดชอบงานของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมมากำหนดรูปแบบของธุรกิจรายจิ๋วทำให้มีความเข้าใจและทำธุรกิจรายจิ๋วได้ประสบความสำเร็จ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ข้อมูลสำคัญต่อรูปแบบในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วอย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายและสรุปผล

การศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋ว (Micro Business) ของผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อภิปรายได้ตามวัตถุประสงค์คือ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

จากข้อค้นพบสอดคล้องกับแนวคิดการประกอบธุรกิจรายจิ๋วในประเด็นเกี่ยวกับผู้เกษียณยุคใหม่คิดค้นช่องทางหารายได้ของตนทั้งการขายของหรือการทำกิจกรรมอื่นๆ เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของคนในครอบครัวและการประกอบธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเองถือเป็นช่องทางหนึ่งที่จะเพิ่มรายได้ทั้งผู้สูงอายุที่เกษียณจากงานประจำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย Wongprom et al. (2015) เรื่อง กลไกการส่งเสริมการมีงานทำของผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบเป็นผู้สูงอายุที่ทำงานมาต่อเนื่องตั้งแต่วัยหนุ่มสาวและมีความตั้งใจที่จะทำงานจนกว่าจะทำไม่ไหว แม้ว่าจะมีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ทำงานโดยใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมเป็นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น มีส่วนน้อยที่เริ่มทำงานใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Srisuchart, Tangtipongkul, & Aroonruengsawat (2018) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการมีรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ ตามนโยบายประชารัฐเพื่อสังคม (E6) ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุยังคงมีการทำงานอยู่ในระดับที่สูงพบว่า ช่วงอายุ 60-64 ปี ผู้สูงอายุยังคงทำงานถึงร้อยละ 59 ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kulthanavit & Soonthornchawakan (2019) เรื่อง การตัดสินใจทำงานและจ้างงานต่อหลังเกษียณอายุ: บทสำรวจภาคสนาม ผลการศึกษาพบว่า แรงงานสูงอายุส่วนใหญ่

ต้องการทำงานต่อหลังเกษียณอายุและนายจ้าง ส่วนใหญ่ก็ต้องการจ้างแรงงานกลุ่มอายุนี้ให้ทำงานต่อหลังเกษียณอายุ โดยความต้องการทำงานต่อหลังเกษียณอายุมีทั้งที่ต้องการทำงานต่อกับสถานที่ทำงานปัจจุบันและต้องการไปประกอบธุรกิจส่วนตัว

สำหรับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วสำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจรายจิ๋วมากที่สุด จากข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการสำคัญของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมผู้เกษียณอายุให้มีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิตหลังสิ้นสุดการทำงานด้วยการส่งเสริมให้มีการทำงานหลังเกษียณผ่านทักษะด้านอาชีพในการหารายได้มีงานทำที่เหมาะสมกับศักยภาพของตน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ปี 2557 โดยกำหนดมาตรการที่สำคัญประกอบด้วยการประชาสัมพันธ์ รณรงค์ และส่งเสริมการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะการเสริมสร้างโอกาสการมีงานทำที่เหมาะสมการช่วยเหลือในการประกอบอาชีพอิสระสำหรับผู้เกษียณอายุ

การวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญต่อรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่พึงประสงค์สำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการนำอาชีพเสริมไปทำธุรกิจหลังเกษียณอายุของผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับสาระสำคัญภายใต้แนวคิดการพัฒนาวัยเกษียณอายุเป็น “หลักนำ” กล่าวคือ เป็นความเชื่อว่าหากผู้เกษียณอายุได้นำทักษะ องค์ความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานหรือชุดการเรียนรู้ที่ได้รับมาอย่างยาวนานมาต่อยอดหรือนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับตนเองและผู้อื่นและสอดคล้องกับข้อปฏิบัติทางธุรกิจสำหรับวัยเกษียณอายุของสถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ในด้านการเตรียมความพร้อมเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่วัยเกษียณควรจะต้องจัดทำแผน มีการอบรมให้ความรู้ในการเตรียมตัวก่อนเข้าสู่วัยเกษียณและด้านการคุ้มครอง สอดคล้องกับแนวคิดการประกอบธุรกิจหลังเกษียณอายุในประเด็นเกี่ยวกับแรงบันดาลใจ แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ กล่าวคือ ตัวกำหนดแรงบันดาลใจ แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้เกษียณอายุเกิดจากคุณลักษณะเฉพาะบุคคลที่มีความสำคัญคือ การรับรู้ความสามารถของตนและการเห็นประโยชน์รวมทั้งวิธีการทำให้กลุ่มผู้เกษียณอายุนั้นหันมาสนใจในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัยเกษียณเป็นหลักนำของสังคม เกี่ยวกับการส่งเสริมให้มีการทำงานหลังเกษียณผ่านทักษะด้านอาชีพในการหารายได้มีงานทำที่เหมาะสมกับศักยภาพของตน สอดคล้องกับการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักคิดในการดำรงชีวิตอยู่ในพื้นฐานแห่งความพอประมาณ ยึดแนวทางสายกลางสำหรับประกอบอาชีพหรือการประกอบธุรกิจถือเป็นแนวทางดำรงชีวิตตามหลักพุทธศาสนา ยึดหลักของทางสายกลาง มีความพอเพียง มีความสมดุลยั่งยืน และผู้ประกอบธุรกิจจำต้องเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนช่วยให้ธุรกิจทำงานได้ง่ายขึ้น รวดเร็ว และสามารถแข่งขันทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลมีความสำคัญต่อรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่ส่งผลสัมฤทธิ์สำหรับผู้เกษียณอายุภาคอุตสาหกรรมการกำหนดความหมายของธุรกิจรายจิ๋วที่เหมาะสมกับผู้ใช้แรงงานภาคอุตสาหกรรม พฤติกรรมที่มุ่งมั่นตั้งใจที่จะศึกษาค้นคว้าเพื่อประกอบธุรกิจ และสร้างชุดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจที่ตนถนัดรวมถึงการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี สร้างและติดต่อเครือข่าย ปัจจัยเกื้อหนุนสอดคล้องกับแนวคิดการประกอบธุรกิจรายจิ๋วในประเด็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วจะต้องมีประสบการณ์จริง มีความมุ่งมั่นและอุดมการณ์จัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมีขั้นตอนการจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับแนวคิดโมเดลธุรกิจสากลที่ผู้ประกอบ

ธุรกิจจำต้องอธิบายกิจกรรมการบริหารธุรกิจให้เห็นภาพทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมและชัดเจนที่ทุกคนทั้งภายในและภายนอกองค์กรสามารถสื่อถึงสิ่งเดียวกันได้อย่างตรงประเด็น เข้าใจง่ายและนำไปใช้งานได้ทันที (Putkiroj, 2018)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรนำรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่ใช้ทักษะ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญของตนไปใช้ประกอบธุรกิจรายจิ๋วหลังเกษียณอายุ เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้หลังเกษียณอายุ และยังเป็นการสร้างคุณค่าให้กับตนเองเป็นแบบที่ดีให้กับผู้เกษียณอายุรุ่นต่อไป

1.2 จัดตั้งเป็นศูนย์การให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจรายจิ๋วก่อนและหลังเกษียณอายุ สามารถแก้ปัญหา ให้คำปรึกษา และคำแนะนำให้กับผู้ต้องการประกอบธุรกิจ เช่น กลุ่มผู้ใช้แรงงานทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคส่วนอื่นๆ เป็นต้น

1.3 จัดทำเป็นแหล่งข้อมูลการประกอบธุรกิจรายจิ๋วที่นำประสบการณ์การทำงานเป็นหลักในการสร้างงานสร้างรายได้ โดยเชื่อมโยงหน่วยงานที่สนับสนุนในแต่ละหน่วยงานอย่างเป็นรูปธรรม

1.4 ทำเป็นหลักสูตรการประกอบธุรกิจรายจิ๋วเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้การประกอบธุรกิจสู่สากล

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาต้นแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วจากภาคส่วนอื่นๆ เพื่อให้มีรูปแบบการประกอบธุรกิจที่หลากหลายในการนำมาสังเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการประกอบธุรกิจรายจิ๋วได้อย่างสมบูรณ์อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อการกำหนดรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้เกษียณอายุ โดยเฉพาะผู้เกษียณอายุที่ได้รับการจ้างต่อต้องได้รับข้อมูลที่มีความชัดเจนและมีความสมบูรณ์ของข้อมูลตรงกับความต้องการและความเป็นจริงมากขึ้น

2.3 ควรจัดทำเป็นหลักสูตรนำร่องในการศึกษาการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของผู้ใช้แรงงานในภาคส่วนอื่นๆ เป็นการเชื่อมโยงข้อมูลสำคัญในแต่ละรูปแบบการประกอบธุรกิจรายจิ๋วของแต่ละภาคส่วน เพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานหลักสูตรธุรกิจรายจิ๋วเพื่อการบูรณาการร่วมกัน

References

Best, W. J. (1997). *Research in Education* (2nd ed.)*. Englewood Cliffs*. New Jersey: Prentice-Hell, Inc.

Chaipattana Foundation. (2007). *Sufficiency Economy and New Theory.* Bangkok: Aumarin Printing. [in Thai]

Constitution of the Kingdom of Thailand (B.E. 2017). (2017). *Government Gazette.* (134, 40), 6 April 2017, Pages 1-90. [in Thai]

Department of Employment Ministry of Labor. (2018). *Summary Report of Operations in Accordance with Government Policy (12 September 2016-31 July 2017).* Bangkok: Ministry of Labor. [in Thai]

Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute (TGRI). (2017). *Annual Report on the Situation of the Elderly in 2017.* Bangkok: Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute (TGRI). [in Thai]

Information Center. (2017). *Manufacturing List of Members.* Samut Prakarn: Samut Prakarn Provincial Industry office. [in Thai]

Robert, V. K. & Earyle W. M. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30(*3), 608.

Kulthanavit, P. & Soonthornchawakan, N. (2019). Evidence from the Survey of Post-retirement Employment. *BU Academic Review, 18*(1), 148. [in Thai]

National Committee for the Elderly. (2010). *The 2nd National Plan on the Elderly (NPE) (2002-2021) 1st Revised.* Bangkok: Amarin Printing. [in Thai]

National Economic and Social Development Board. (2018). *Guidelines Integrated for Driving Strategies of Elderly Development.* Bangkok: Office of National Economic and Social Development Board. [in Thai]

Office of the Economy Labor. (2013). *Promoting Desirable Elderly Employment Opportunities*. Bangkok: Office of the Economy Labor, Permanent Ministry of Labor. [in Thai]

Office of National Labor Advisory Council. (2014). *Employment Promotion for Thai and International Elderly.* Bangkok: Office of the Economy Labor, Permanent Ministry of Labor, Ministry of Labor. [in Thai]

Phattaraphanpee, T. (2017). *Business in Digital Era.* Bangkok: Protexprinting. [in Thai]

Pinyoyong, A. (2019, July 12). *Interview.* Committee of Nation Congress of Thai Labour, Nation Congress of Labour (NCTL). [in Thai]

Putkiroj, N. (2018). *Business Model for Entrepreneur.* Retrieved August 31, 2019, from https://bmcthailand.com/business-model-canvas [in Thai]

Secretariat of the House of Representatives. (2016). *The Extension of Retirement with the Thai Bureaucracy.* Academic Service Documentary Office, Secretariat of the House of Representatives. [in Thai]

Soothorndhada, K. (2014). *Operation Guidelines and Mechanism of Employment Policy for the Elderly* (Research Report). Bangkok: Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute (TGRI). [in Thai]

Sorat, T. (2019). *Open Province that Unemployment Risk*. Retrieved October 8, 2019, from https://www.thairath/co.th/news/business/market-business/1677700 [in Thai]

Srisuchart, S., Tangtipongkul, K., & Aroonruengsawat, A. (2018). *Promotion of Income and Employment for the Elderly as Civil State Policy for Society (E6).* Institute for Continuing Education and Human Resources, Thammasat University. [in Thai]

Sungrugsa, N. & Phungpho, W. (2018). Decode Startup Business Entrepreneurial Management in Thailand 4.0. *Dusit Thani College Journal, 12*(3), 339. [in Thai]

Thai Association of Small & Medium Enterprises. (2016). *Loan Opportunities for Micro Businesses.* Retrieved July 6, 2019, from https:/ /www. facebook.com//atsme/photos/122100743126 [in Thai]

Wanrat, T. (2016). *Middle-aged Labor and Career Change: Study of Labor Textile and Garment Industry.* Bangkok: Friedrich-Ebert. [in Thai]

Wongprom, J., Yenbamrung, T., Jongwutiwes, K., Chaowagul, M., & Maneerat, S. (2015). *Mechanisms for Promotion of Employment of Older Persons who are Informal Laborers* (Research Report). Khon Kaen University. [in Thai]

Name and Surname: Thatchakorn Phattaraphanpee
Highest Education: Master of Business management Programe, Dhonburi Rajabhat University
Affiliation: Dhonburi Rajabhat University
Field of Expertise: General Management

กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมาย ในตราสินค้าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

MODERN FRANCHISE MARKETING STRATEGY AFFECTING BRAND ENGAGEMENT OF LOCAL FRANCHISE IN EASTERN ECONOMIC CORRIDOR (EEC)

กุลรดา พุทธผล[1] และระพีพร ศรีจำปา[2]

Kulrada Puttaphol[1] and Rapeeporn Srijumpa[2]

[1,2] วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[1,2] Graduate School of Commerce, Burapha University

Received: September 30, 2020 / Revised: February 11, 2021 / Accepted: February 19, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยแบบผสมผสานครั้งนี้เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นที่ประกอบด้วย การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ และส่วนประสมทางการตลาดบริการตามการรับรู้ของลูกค้า และศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นทั้งในมุมมองของลูกค้าและผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอาหารและเครื่องดื่มของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทโดยส่วนใหญ่รับรู้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่น ใช้กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในระดับมากและพบว่า กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ทั้งมิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ มิติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์และมิติส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายต่อตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า ผู้ประกอบการแฟรนไชส์ท้องถิ่นจำนวน 10 ราย มีความเห็นว่ากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ทั้ง 3 มิติ ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายต่อตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นควรปรับกลยุทธ์การตลาดให้ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ เพื่อสร้างความผูกพันหมั้นหมายต่อตราสินค้า

คำสำคัญ: ธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่น เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า

Abstract

The objectives of this mixed method research are to study the modern franchise marketing strategies of local franchise businesses that consist of marketing on social media, customer relationship management on social media, and service marketing mix factors based

Corresponding Author

E-mail: rapeeporn@go.buu.ac.th, dr.rapeeporn@gmail.com

on customer perceptions, and to study modern franchise marketing strategies that affect local franchise brand engagement in both the customer and business perspectives.

The quantitative research results based on data from 400 customers who consumed food and drinks of local franchises in Chon Buri province reveal that the majority of samples are females, aged 20-29 years, with bachelor's degree educational level, with the average income of 10,001-20,000 baht per month, and with occupation as company employees. The majority of them perceive that local franchise businesses have implemented modern franchise marketing strategies at the high level. It is also found that modern franchise marketing strategies in terms of social media marketing dimension, social customer relationship management dimension, and service marketing mix factors dimension have effects on brand engagement of local franchises. This is consistent with the qualitative research results of in-depth interviews with 10 local franchise business entrepreneurs who agree that the three dimensions of modern franchise marketing strategies affect brand engagement of local franchises. Therefore, local franchise entrepreneurs should adapt their marketing strategies to cover all three dimensions to create a strong brand engagement.

Keywords: Local Franchise, Eastern Economic Corridor (EEC), Social Media Marketing, Marketing Mix Factors (7P's), Brand Engagement

บทนำ

นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ที่มุ่งพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทราให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน โดยส่งเสริมการลงทุนภาคธุรกิจและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ ระดับชาติและนานาชาติ เข้ามาดำเนินธุรกิจในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการลงทุนโดยตรงหรือร่วมทุนตลอดจนรูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (Department of Business Development, 2020a) ในขณะที่ข้อมูลจากเว็บไซต์ thaifranchisecenter.com ระบุว่าในรอบ 20 ปีที่ผ่านมาธุรกิจแฟรนไชส์มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อปี ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องบริหารและจัดการระบบให้มีมาตรฐานเดียวกับร้านค้าของบริษัทผู้ให้สิทธิ (Franchisor) โดยการลงทุนในสาขาต่างๆ ของธุรกิจแฟรนไชส์ส่วนใหญ่เป็นของผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ (Franchisee) (Kitiveshpokawat, 2010) จากการศึกษาข้อมูล ณ วันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 (www.thaifranchisecenter.com) พบว่า การขยายธุรกิจรูปแบบแฟรนไชส์เป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้รับความนิยมในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจแฟรนไชส์ไทยกลุ่มเครื่องดื่มและไอศกรีม อาหาร เบเกอรี่รวม 330 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.46 ของจำนวนแฟรนไชส์ในประเทศไทย ทั้งนี้มีธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในเขต EEC มีจำนวน 19 ราย ที่ได้รับการรับรองและเผยแพร่ข้อมูลในเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Department of Business Development, 2020b) แม้ว่ามีการชะลอตัวตามสภาวะวิกฤตโควิด 19 ธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นของไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11 รวมเป็น 595 กิจการ แต่ยังถือว่าเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำเมื่อเทียบกับ 10 ปี

ที่ผ่านมาที่เติบโตร้อยละ 29 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเข้าใจไม่เพียงพอต่อระบบและหน้าที่ของเจ้าของสิทธิและผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ (Ratanachueskul, 2018) ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจไม่ราบรื่นและประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ในขณะที่กลยุทธ์การบริหารแฟรนไชส์ด้านการกำหนดค่าสิทธิ มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของบริษัทผู้ให้สิทธิ ทั้งทางด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Lapsathaporn, Ungphakorn, & Wongkhae, 2019) อีกทั้งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและการสนับสนุนจากผู้ให้สิทธิมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความแข็งแกร่งและสมรรถนะของผู้รับสิทธิธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟสดในประเทศไทย (Sonmanee, Piriyakul, & Skulitsariyaporn, 2016) นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการและการสร้างคุณค่าต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อตราสินค้าของร้านกาแฟแฟรนไชส์ในภูมิภาค (Rugsapram, Phuwithayathorn, & Longprasert, 2018) อย่างไรก็ตามเมื่อลูกค้าของธุรกิจแฟรนไชส์ในตลาดยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นของประเทศไทยในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำเป็นต้องแสวงหากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่ทันสมัยและเหมาะสมเพื่อสร้างความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่ประกอบด้วย การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ และส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกตามการรับรู้ของลูกค้า

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นในมุมมองของลูกค้าและผู้ประกอบการ

ทบทวนวรรณกรรม

กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ (Modern Franchise Marketing Strategy)

แม้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์มีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดแต่ส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์การตลาดที่บริษัทผู้ให้สิทธิมุ่งเน้นสร้างการยอมรับและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ประกอบการที่รับสิทธิแฟรนไชส์ (Wu, 2015) แต่ในยุคดิจิทัลผู้บริโภคสินค้าของธุรกิจแฟรนไชส์มีสินค้าและบริการให้เลือกหลากหลาย กลยุทธ์การตลาดต้องมีการปรับให้ทันสมัยและครอบคลุมทุกมิติ ทั้งการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Local Fame, 2020) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ (O' Reilly & Paper, 2009) และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่เป็นกลยุทธ์การตลาดหลักที่สำคัญขาดไม่ได้แม้ในยุคดิจิทัล

การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing)

การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing: SMM) เป็นรูปแบบของการตลาดที่ใช้อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงเครือข่ายสังคม หรือหมายถึงกิจกรรมทางการตลาดเชิงพาณิชย์หรือกระบวนการที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อพยายามสร้างอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Dann, 2010) โดยที่เป้าหมายของ SMM คือ การเขียนข้อมูลสินค้าและบริการที่จะช่วยให้ผู้ที่ใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์สัมผัสตราสินค้าของบริษัทเพิ่มขึ้นและขยายการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ที่ผ่านมา Charlesworth (2015) ได้กล่าวว่า SMM เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของธุรกิจเพราะเน้นการดำเนินงานที่มีส่วนร่วมในเชิงรุก ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นกลยุทธ์การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์เท่านั้น แต่เป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ที่สามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในยุคดิจิทัล โดย SMM ประกอบด้วย 1) การอำนวยความสะดวกบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าทางชุมชนออนไลน์ได้รวดเร็วและกว้างขวางทั้งในเรื่องสินค้าและบริการ หรือแม้แต่การอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเรื่องตราสินค้าให้ลูกค้าจดจำได้ง่ายขึ้น 2) การจัดกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มุ่งเน้นการโฆษณากับกลุ่มผู้เข้าชมที่เป็นสมาชิกของชุมชนออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการบอกต่อถึงคุณภาพสินค้าและชื่อเสียงตราสินค้าที่ขยายเป็นวงกว้างอย่างรวดเร็ว และ 3) การเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้า เป็นสิ่งที่ธุรกิจเปิดโอกาสให้ลูกค้าในชุมชนสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในระบบออนไลน์ของธุรกิจ ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถรับรู้ความต้องการและติดตามลูกค้าได้รวดเร็วกว้างขวางตลอดเวลามากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามพบว่า กิจกรรมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจผ่านการระบุตัวตนทางสังคมและการรับรู้คุณค่า ในขณะที่การระบุตัวตนทางสังคมและการรับรู้คุณค่าส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ซึ่งในท้ายสุดจะส่งผลต่อไปถึงความตั้งใจในการมีส่วนร่วมและความตั้งใจในการซื้อ (Chen & Lin, 2019)

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ (Social Customer Relationship Management)

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ (Social Customer Relationship Management: SCRM) เป็นการบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์กับกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์คือ การพัฒนาพื้นฐานทางการตลาดที่ตระหนักถึงคุณค่าและการให้ข้อมูลของลูกค้า โดยเชื่อมต่อกับลูกค้าทางสังคมออนไลน์และเป็นการสนทนาปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่เปิดใช้งานผ่านแพลตฟอร์มเทคโนโลยี (Askool & Nakata, 2011)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยช่วยให้ลูกค้ามีโอกาสที่จะมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์กับบริษัทมากขึ้น นักการตลาดจึงนำสื่อสังคมออนไลน์มาพัฒนาจนเกิดเป็นการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์เพื่อให้องค์กรสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าทางสื่อสังคมออนไลน์และทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับบริษัท ดังจะเห็นได้จากการที่ Malthouse et al. (2013) สร้างโมเดลด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้ศึกษาเข้าใจในบริบทของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์มากขึ้น โดยศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ระดับความผูกพัน 2) กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ 3) การเข้าใจลูกค้าและสืบหาข้อมูลเชิงลึก 4) ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ 5) การจัดการบุคคล และ 6) ผลการตรวจวัด SCRM เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ โดยหลักสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์คือ เรื่องกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่จะเน้นการพัฒนาแนวทางให้บริษัทประสบความสำเร็จและมีข้อผิดพลาดอย่างน้อยที่สุด โดยกลยุทธ์ SCRM ประกอบด้วย 1) การรับฟังเสียงของลูกค้า 2) การใส่ใจในข้อมูลรายละเอียดของลูกค้า 3) การสนับสนุนที่ดี 4) การตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก 5) การสร้างและยึดถือมาตรฐานการบริการ 6) การมีส่วนร่วมสร้างสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ 7) การทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์และ 8) ความสม่ำเสมอในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (Lerdsuwankij & Siripornmongkol, 2011)

กล่าวโดยสรุปการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ คือ การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธุรกิจ โดยนำเสนอสิ่งที่กลุ่มลูกค้าคาดหวังต่อธุรกิจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงความต้องการของลูกค้าที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กรธุรกิจที่ดีในระยะยาว และอาจกล่าวได้ว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์มีความสำคัญต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่น

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7P's)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix

4P's) ได้ถูกออกแบบให้ได้รับความนิยมในยุคที่ธุรกิจส่วนใหญ่เน้นการขายสินค้า แต่ยังไม่คำนึงถึงการบริการมากนัก ต่อมามีนักวิชาการทางการตลาดได้เสนอส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยเพิ่มส่วนประสมทางการตลาดในด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จนมีองค์ประกอบส่วนประสมเป็น 7P'sหรือที่นิยมเรียกกันอย่างกว้างขวางว่า กลยุทธ์การตลาดบริการ หรือ Marketing Mix 7P's (Booms & Bitner, 1981) ปัจจุบันรูปแบบการขยายส่วนประสมการทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการได้มีการนำมาใช้ในการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันในลักษณะองค์รวมมากขึ้น Luenendunk (2019) ได้กล่าวว่า การตลาดด้านการบริการ คือ การออกแบบกลยุทธ์เพื่อรับมือกับการให้บริการของธุรกิจให้สอดคล้องกับบริบทของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมถึงองค์ประกอบในสภาพแวดล้อมที่มีการขายผลิตภัณฑ์ทางกายภาพแบบดั้งเดิมและการบริการเพิ่มในส่วนการให้บริการลูกค้าและการสนับสนุนด้านเทคนิค โดยมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการกำหนดสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพของผู้ประกอบการที่สามารถตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้าหรือการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค 2) ด้านราคา (Price) เป็นการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนและปริมาณของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างความสนใจหรือความต้องการตรงตามกำลังการซื้อของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มของผลิตภัณฑ์หรือบริการ 3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และการกระจายสินค้าที่สร้างความสะดวกในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการให้แก่กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นการกำหนดช่องทางในการติดต่อสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคเพื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการและการส่งเสริมการขาย 5) ด้านพนักงาน (People) เป็นการวางแผนหรือการกำหนดบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสินค้าหรือการให้บริการในทุกระดับให้เหมาะสมแก่การดำเนินงานด้านการจัดจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการแก่ผู้บริโภค 6) ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์อันดีทางด้านสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการ ทั้งในส่วนของสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นการกำหนดขั้นตอน ทิศทาง หรือกระบวนการจัดจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการที่สามารถสร้างความสะดวก

ความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า (Brand Engagement)

ความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า (Brand Engagement) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในประเทศไทยมีการใช้คำเรียกที่แตกต่างกัน เช่น คำว่า ความผูกพันในตราสินค้า ซึ่งอาจมีความสับสนกับคำว่า ความผูกพัน (Commitment) ในบทความนี้จึงใช้คำว่า ความผูกพันหมั้นหมายที่สะท้อนถึงความผูกพันอย่างใกล้ชิดระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าแฟรนไชส์ที่เปรียบเสมือนเป็นคู่หมั้น คู่หมายที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระยะยาวระหว่างลูกค้ากับตราสินค้า ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการจากร้านค้าของผู้ประกอบการในโอกาสต่อๆ ไปอย่างยาวนาน และรวมถึงการบอกต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้แก่บุคคลอื่นๆ สอดคล้องกับ Hollebeek (2011) ที่กล่าวว่า ความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแบ่งเป็นระดับการรับรู้ตราสินค้าในแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อการกระทำและจิตใจของลูกค้า โดยขึ้นอยู่กับอารมณ์พฤติกรรม ความรู้ความเข้าใจที่สะท้อนให้เห็นถึงระดับความสนใจของลูกค้ากับตราสินค้า แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นในตราสินค้า (Confidence) ในระดับนี้ความผูกพันหมั้นหมายจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าเริ่มเกิดความเชื่อมั่นและมีศรัทธาในตราสินค้า 2) ความซื่อสัตย์

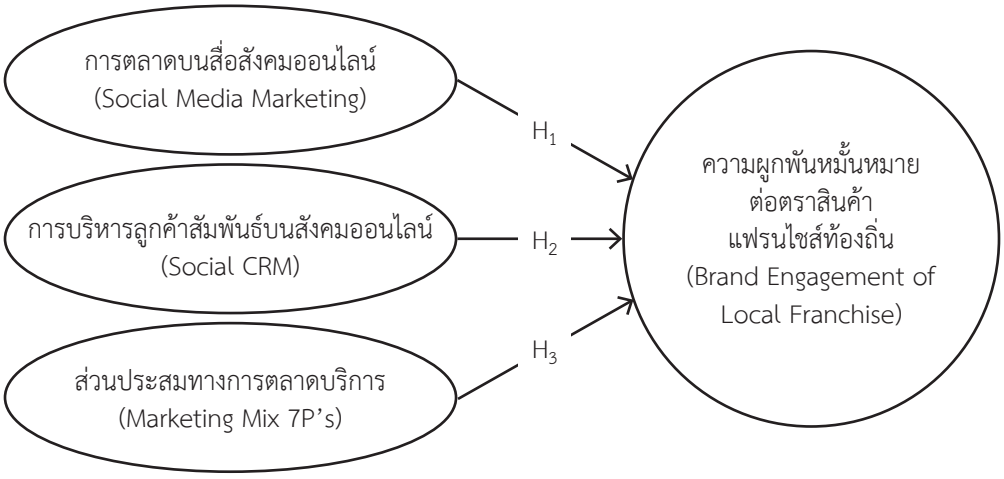
ในตราสินค้า (Integrity) การที่ลูกค้ามีความไว้ใจและเชื่อใจตราสินค้าในทุกสถานการณ์ ว่าสามารถส่งมอบคุณค่าที่ดีแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ 3) ความภูมิใจในตราสินค้า (Pride) โดยลูกค้าผู้ใช้ตราสินค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า เกิดความผูกพันหมั้นหมายและมีประสบการณ์เชิงอารมณ์ในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งในระดับของความภูมิใจนั้น อารมณ์ที่เกิดขึ้นอาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลตั้งแต่การที่ตราสินค้ามีส่วนสำคัญในการช่วยเหลือลูกค้า แก้ไขปัญหา และการเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม และ 4) ความหลงใหลในตราสินค้า (Passion) ในระดับนี้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการใช้ตราสินค้า และการที่ได้มีตราสินค้านั้นๆ เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต ซึ่งไม่สามารถทดแทนด้วยตราสินค้าอื่นได้ถึงแม้เป็นสินค้าหรือบริการแบบเดียวกันก็ตาม และพร้อมปกป้องตราสินค้า ต่อมา Hollebeek, Glynn, & Brodie (2014) ได้ให้ความสำคัญกับการคำนึงถึงความรู้ ความเข้าใจของลูกค้าในพฤติกรรมเชิงอารมณ์และการมีส่วนร่วมสร้างสรรค์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าของลูกค้าเพื่อการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์อันดีและชัดเจนอย่างต่อเนื่องกับธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการแฟรนไชส์ท้องถิ่นจึงให้ความสนใจในการปรับกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่เพื่อสร้างความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าเพราะสามารถสร้างความภักดีในตราสินค้าของแฟรนไชส์ได้เป็นอย่างดี (Fernandes & Moreira, 2019) จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่สมมติฐานในแต่ละมิติของกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ได้ดังนี้

H_1: การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

H_2: การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

H_3: ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

กรอบแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานหรือการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method) โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นในมุมมองของลูกค้าที่บริโภคอาหาร เครื่องดื่มของร้านค้า แฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี และเป็นผู้ติดตามร้านค้าแฟรนไชส์

บนสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกร้านค้าของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นที่มีมาตรฐานและจำนวนผู้กดถูกใจ 200 คนขึ้นไป ได้แก่ ร้านทาโกชิฟู้ด ร้านทูวาฟเฟิลฮ่องกง ร้าน Berryice และร้านชาไข่มุก i-cha จึงได้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ชุด ต่อ 1 ร้านค้าในจำนวนเท่าๆ กัน และดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีที่ประสบความสำเร็จ เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีในมุมมองของผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก โดยทำการวิจัยกับกลุ่มธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม เนื่องจากมีสัดส่วนจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นๆ และดำเนินการคัดเลือกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการขยายสาขาของผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ของธุรกิจแฟรนไชส์นั้นๆ รวมถึงมีการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์และใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการทำการตลาด จำนวน 10 ท่าน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีกระบวนการสร้างเครื่องมือทั้งแบบสอบถามและข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์อย่างเป็นระบบผ่านการทดสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งความเที่ยง (Reliability) และความตรง (Validity) จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยเครื่องมือผ่านการตรวจสอบจริยธรรมก่อนดำเนินการจัดเก็บข้อมูล

สำหรับข้อคำถามในงานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ในวัดกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ ทั้ง 3 มิติ ประกอบด้วยมิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ มีจำนวน 9 ข้อ แบ่งเป็นด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการจัดทำกิจกรรม ด้านการเข้าร่วม ด้านละ 3 ข้อ และมิติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ จำนวน 16 ข้อประกอบด้วย ด้านการรับฟังเสียงของลูกค้า ด้านการใส่ใจในข้อมูลรายละเอียดของลูกค้า ด้านการสนับสนุนที่ดี ด้านการตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก ด้านการสร้างและการยึดถือมาตรฐานการบริการ ด้านการมีส่วนร่วมบนสื่อออนไลน์ ด้านการทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ด้านความสม่ำเสมอในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านละ 2 ข้อ และมิติส่วนประสมทางการตลาดบริการมีจำนวน 28 ข้อ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านละ 4 ข้อ โดยแต่ละมิติของกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่มีค่าความเที่ยง 0.908, 0.954 และ 0.925 ตามลำดับ สำหรับคำถามที่ใช้วัดความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในตราสินค้า (Confidence) ความซื่อสัตย์ในตราสินค้า (Integrity) ความภูมิใจในตราสินค้า (Pride) และความหลงใหลในตราสินค้า (Passion) ข้อคำถามด้านละ 3 ข้อ มีค่าความเที่ยงของข้อคำถามจำนวน 12 ข้อ เท่ากับ 0.954

ผลการวิจัย

ผลวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่ประกอบด้วย การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ และส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ตามการรับรู้ของลูกค้าพบว่า ลูกค้าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.30 อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.50 สำเร็จการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.80 และส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 43.00 รับรู้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี

ใช้กลยุทธ์การตลาด แฟรนไชส์สมัยใหม่ทั้ง 3 มิติในระดับมาก ดังนี้มิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยพบว่า ลูกค้ารับรู้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี ใช้กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการจัดทำกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 4.01 และ 3.95 ตามลำดับ

ในขณะเดียวกันลูกค้ามีระดับการรับรู้มิติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยพบว่า ลูกค้ารับรู้ในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับดังนี้ ด้านการรับฟังเสียงของลูกค้า ด้านการมีส่วนร่วมบนสื่อออนไลน์ ด้านการตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก ด้านการทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ด้านการสนับสนุนที่ดีด้านความสม่ำเสมอในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการสร้างและการยึดถือมาตรฐานการบริการ และด้านการใส่ใจในข้อมูลรายละเอียดของลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.01, 3.99, 3.45, 3.95, 3.81, 3.64 และ 3.46 ตามลำดับ

ทั้งนี้ผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีมีการรับรู้กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่มิติส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 โดยมีค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดเท่ากับ 4.30 ส่วนด้านราคาและด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.23 ในขณะที่ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านกระบวนการและด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ 3.81 ตามลำดับ โดยผลการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นในมุมมองของลูกค้าและผู้ประกอบการมีดังนี้

ตารางที่ 1 การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์	*b*	*S.E*	β	*t*	*p*	Adjusted R Square	Tolerance	VIF
- ค่าคงที่	2.296	0.136		16.89	0.000			
- การเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้า	0.258	0.047	0.339	5.456	0.000	0.334	0.433	2.309
- การจัดทำกิจกรรม	0.220	0.048	0.281	4.534	0.000		0.433	2.309
ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า								

จากตารางที่ 1 ซึ่งแสดงผลการวิจัยเชิงปริมาณที่วิเคราะห์ข้อมูลในมุมมองของลูกค้าด้วยค่าสมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ลูกค้าของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นเห็นว่ากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้า (β = 0.339) และด้านการจัดทำกิจกรรม (β = 0.281) ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าตามลำดับ โดยสามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงของความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า ได้ร้อยละ 33.70 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.334

ตารางที่ 2 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์	*b*	*S.E*	β	*t*	*p*	Adjusted R Square	Tolerance	VIF
- ค่าคงที่	1.823	0.135		13.536				
- การตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก	0.125	0.042	0.168	2.955	0.003		0.429	2.330
- การรับฟังเสียงของลูกค้า	0.186	0.032	0.279	1.627	0.000		0.615	1.627
- การทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์	0.175	0.043	0.226	4.030	0.000	0.445	0.443	2.259
- การมีส่วนร่วมสร้างสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์	0.109	0.046	0.139	2.377	0.018		0.407	2.457
ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันในตราสินค้า								

และจากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้าเห็นว่า กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ (SCRM) ด้านการรับฟังเสียงของลูกค้า (β = 0.279) ด้านการทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ (β = 0.226) ด้านการตรวจสอบข้อมูลทั้งในและภายนอก (β = 0.168) และด้านการมีส่วนร่วมสร้างสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ (β = 0.139) ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นตามลำดับ

ในขณะที่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 10 คน แล้วนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ (Synthesis) พบว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Page Facebook และ Line ทั้งทางด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการจัดทำกิจกรรม และด้านการเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้า ในการสร้างความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นของผู้ประกอบการในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการแฟรนไชส์ท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด แฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ (SCRM) ทุกด้านในการสร้างความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นโดยเรียงลำดับดังนี้ 1) ด้านการรับฟังเสียงของลูกค้า 2) ด้านการใส่ใจในข้อมูลรายละเอียดของลูกค้า 3) ด้านการมีส่วนร่วมสร้างสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ 4) ด้านการทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ 5) ด้านการสร้างและยึดถือมาตรฐานบริการ 6) ด้านการสนับสนุนที่ดี 7) ด้านการตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก และ 8) ด้านความสม่ำเสมอในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

ตารางที่ 3 กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น

ส่วนประสมการตลาดบริการ	*b*	*S.E*	β	*t*	*p*	Adjusted R Square	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.878	0.140		6.290	0.000			
บุคคล	0.228	0.046	0.252	4.916	0.000		0.391	2.558
ราคา	0.197	0.046	0.229	4.286	0.000	0.590	0.360	2.778
การจัดจำหน่าย	0.150	0.045	0.168	3.293	0.001		0.396	2.524
ผลิตภัณฑ์	0.125	0.045	0.148	2.776	0.006		0.361	2.773
กระบวนการ	0.089	0.042	0.101	2.105	0.036		0.448	2.234

ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันในตราสินค้า

จากตารางที่ 3 แสดงว่าลูกค้ายังคงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยมีความเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล (β = 0.252) ด้านราคา (β = 0.229) ด้านการจัดจำหน่าย (β = 0.168) ด้านผลิตภัณฑ์ (β = 0.148) และด้านกระบวนการ (β = 0.101) ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า ตามลำดับ

ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า และราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ แต่หากพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญรายด้านแล้วพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านบุคคล 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 6) ด้านการจัดจำหน่าย และ7) ด้านกระบวนการ ตามลำดับ

อภิปรายและสรุปผล

กลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ในมิติการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้า และด้านการจัดทำกิจกรรม ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี เนื่องจากด้านการเข้ามามีส่วนร่วมของลูกค้าเป็นช่องทางสื่อสารที่ได้รับความสนใจและเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในยุคดิจิทัล เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเมื่อชื่นชอบในตราสินค้าใด มักจะเป็นสมาชิกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ของตราสินค้านั้น และคอยติดตามข่าวสารต่างๆ ของตราสินค้า รวมทั้งสอบถามหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ แม้แต่ในธุรกิจโรงแรมที่พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาดเป็นการสร้างโอกาสการสื่อสารระหว่างโรงแรมและลูกค้า ลดความซับซ้อนของกระบวนการสื่อสาร สร้างการรับรู้ที่รวดเร็ว และสร้างคุณค่าในสินค้าบริการของโรงแรมได้ดี (Sakukritteenun & Weerakit, 2018) ทำให้ในปัจจุบันธุรกิจต่างๆ ตลอดจนธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นให้ความสำคัญการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

อีกทั้งลูกค้ามีความเห็นว่ากลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่มิติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์ ด้านการรับฟังเสียงของลูกค้า ด้านการทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ด้านการตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก และด้านการมีส่วนร่วมสร้างสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้าของธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะด้านข้อมูลทั้งภายในและภายนอกที่สอดคล้องกับ Fauscette

(2016) ที่กล่าวว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสังคมออนไลน์คือ การนำเครื่องมือและกระบวนการที่อยู่โดยรอบมาใช้เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า

อย่างไรก็ตามลูกค้ายังคงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่มิติส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ตามลำดับในการสร้างความผูกพันหมั้นหมายในตราสินค้า ในขณะที่ผลการวิจัยของ Techanirattisai & Tunpow (2019) พบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการทั้ง 7 ด้านส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์เครื่องดื่มกาแฟ (พรีเมียม) นอกจากนี้ผลการวิจัยของ Shoosanuk, Rojchotikul, & Shoosanuk (2014) พบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ นักวิชาการนักวิจัยควรทำการศึกษาและต่อยอดจากกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความผูกผันหมั้นหมายในตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่นในยุค VUCA และยุค COVID-19

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงบริหารผู้ประกอบการแฟรนไชส์ควรปรับกลยุทธ์การตลาดแฟรนไชส์สมัยใหม่ดังนี้

1.2.1 พัฒนาการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์และต่อเนื่อง โดยสร้างช่องทางให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน และแลกเปลี่ยนความคิดกันได้ โดยมีผู้รับผิดชอบในการติดตามและตอบข้อซักถามทุกคำถามอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีการสอบถามข้อมูลและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ตลอดเวลา และควรจัดทำกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นสมาชิกของชุมชนออนไลน์ต่างๆ เพื่อเกิดการบอกต่อและขยายฐานลูกค้าอย่างรวดเร็ว เช่น กิจกรรมออนไลน์การนำเสนอข้อมูลสินค้า ประชาสัมพันธ์ข้อมูลแฟรนไชส์ การรับสมัครงาน การโฆษณาสินค้า การจัดทำโปรโมชั่นสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การให้สิทธิประโยชน์กับลูกค้าที่กดชื่นชอบ (Like) หรือกดแบ่งปัน (Share) และการแจกของรางวัลกับลูกค้าที่แสดงการเข้ารับบริการโดยระบุตำแหน่งของร้านค้า (Check-in) ให้กับตราสินค้าแฟรนไชส์ท้องถิ่น เป็นต้น

1.2.2 มุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ที่ดี โดยเฉพาะในด้านการรับฟังเสียงของลูกค้า เช่น การมีระบบรับฟังคำติชมและคำแนะนำของลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข และควรมีระบบการสื่อสารเชิงรุกที่สอบถามปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วทันที และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ อีกทั้งตรวจสอบข้อมูลทั้งภายในและภายนอก เช่น ข้อมูลประวัติ สถานที่ตั้ง เวลาทำการ และช่องทางการติดต่อของร้านค้าชัดเจนครบถ้วน รวมทั้งจำนวนผู้กดถูกใจ คำวิจารณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ และในด้านการมีส่วนร่วมสร้างสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การโพสต์ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และข้อมูลที่เป็นกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในขณะนั้น เพื่อให้ลูกค้าไม่พลาดการรับรู้ข่าวสารที่ทันสมัย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมกับธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นประเภทอื่นๆ เช่น ประเภทการศึกษา บริการ ความงาม ค้าปลีก งานพิมพ์ หนังสือ/วิดีโอ อสังหาริมทรัพย์ และในภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น และควรศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน อีกทั้งควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น การตลาดเพื่อความยั่งยืน การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

References

Askool, S. & Nakata, K. (2011). A Conceptual Model for Acceptance of Social CRM Systems Based on a Scoping Study. *Ai & Society, 26*(3), 205-220.

Booms, B. & Bitner, M. J. (1981). Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms. In J. H. Donnelly & W. R. Genrge (Eds.), *Marketing of Service* (pp. 47-51). Chicago: American Marketing Association.

Charlesworth, A. (2015). *An Introduction to Social Media Marketing.* New York: Routtledge.

Chen, S. & Lin, C. (2019). Understanding the Effect of Social Media Marketing Activities: The Mediation of Social Identification, Perceived Value, and Satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change, 140*(C), 22-32.

Dann, S. (2010). Redefining Social Marketing with Contemporary Commercial Marketing Definitions. *Journal of Business Research, 63*(2), 147-153.

Department of Business Development. (2020a). *Ministry of Commerce Accelerates the Franchise Standards to Become a Potential One*. Retrieved December 22, 2020, from https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469417048 [in Thai]

Department of Business Development. (2020b). *Search Franchise Business*. Retrieved December 20, 2020, from http://franchise.dbd.go.th/th [in Thai]

Fauscette, M. (2016). *Observations, Opinions and Analysis of Emerging Trends in Business Software.* Retrieved September 1, 2020, from http://www.mfauscette.com/

Fernandes, T. & Moreira, M. (2019). Consumer Brand Engagement, Satisfaction and Brand Loyalty: A Comparative Study between Functional and Emotional Brand Relationships. *Journal of Product & Brand Management, 28*(2), 274-286.

Hollebeek, L., Glynn, M., & Brodie, R. (2014). Consumer Brand Engagement in Social Media: Conceptualization, Scale Development and Validation. *Journal of Interactive Marketing, 28*(2), 149-165.

Hollebeek, L. (2011). Exploring Customer Brand Engagement: Definition and Themes. *Journal of Strategic Marketing, 19*(7), 555-573.

Kitiveshpokawat, P. (2010). *What is Franchise?* Retrieved September 1, 2020, from http://www.thaifranchisecenter.com/document/show.php?docuID=48 [in Thai]

Lapsathaporn, W., Ungphakorn, T., & Wongkhae, K. (2019). Effect of Franchise Management Strategies on Organizational Success of Franchise Businesses in Thailand. *Kasetsart Applied Business Journal, 13*(18), 41-52. [in Thai]

Lerdsuwankij, O. & Siripornmongkol, R. (2011). *Marketing 2.1: How to Apply Social Media to Match the Job?* Bangkok: Jupitus. [in Thai]

Local Fame. (2020). *Franchise Marketing Strategy for Your Small Business.* Retrieved December 22, 2020, from https://localfame.com/franchise-marketing-strategy-for-your-small-business/

Luenendunk, M. (2019). *Additional Elements of Marketing Mix.* Retrieved September 1, 2020, from https://www.cleverism.com/7ps-additional-aspects-marketing-mix/

Malthouse, E., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. (2013). Managing Customer Relationships in the Social Media Era: Introducing the Social CRM House. *Journal of Interactive Marketing, 27*(4), 270-280.

O'Reilly, K. & Paper, D. (2009). Stakeholder Perceptions Regarding e-CRM: A Franchise Case Study. *The International Journal of an Emerging Tran's Discipline, 12*, 191-215.

Ratanachueskul, S. (2018). Two Shadows Theory in Franchise Business. *Ramkhamhaeng Law Journal, 7*(2), 48-68. [in Thai]

Rugsapram, A., Phuwithayathorn, T., & Longprasert, S. (2018). The Relationship between the Serviced Quality and Value Creation with Brand Loyalty on Brand Equity of the Franchise Coffee Shops in Maung District, Suratthani Province. *Journal of Management Sciences, 5*(2), 155-174. [in Thai]

Sakukritteenun, K. & Weerakit, N. (2018). The Usage of Social Media for Marketing of 4-5 Star Independent Hotels in Changwat Phuket, Thailand. *Veridian E-Journal (Thai Version in the Fields of Humanities, Social Sciences and Arts), 11*(3), 345-362. [in Thai]

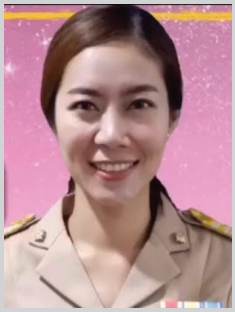
Shoosanuk, A., Rojchotikul, T., & Shoosanuk, C. (2014). Influence of Marketing Mix on Perceived Values, Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Tomchic's Store. *Panyapiwat Journal, 6*(1), 18-32. [in Thai]

Sonmanee, K., Piriyakul, R., & Skulitsariyaporn, C. (2016). The Influence of the Advantage of Franchisor Justice, Support and Franchisor Brand Image on the Success of the Fresh Roasted Coffee Franchise Business in Thailand. *Panyapiwat Journal, 8*(2), 11-24. [in Thai]

Techanirattisai, V. & Tunpow, K. (2019). Service Marketing Mix (7p'S) Strategic Affecting of Success the Premium Coffee Shop'S Franchise in Bangkok and Metropolitan Area. *Journal of MCU Peace Studies, 7*(6), 1741-1754. [in Thai]

Thai Franchise Center. (2020). *Comparison of the Number of Thai Franchise Businesses from 2008-2020.* Retrieved September 1, 2020, from http://www.thaifranchisecenter.com/stats/newfranchise_stats.php [in Thai]

Wu, Chih-Wen. (2015). Antecedents of Franchise Strategy and Performance. *Journal of Business Research*, *68*(7), 1581-1588.



Name and Surname: Kulrada Puttaphol
Highest Education: M.B.A. for Executive, Burapha University
Affiliation: Graduate School of Commerce, Burapha University
Field of Expertise: Service Marketing, and Franchise Marketing

Name and Surname: Rapeeporn Srijumpa
Highest Education: Ph.D. (International Business), Asian Institute of Technology (AIT)
Affiliation: Graduate School of Commerce, Burapha University
Field of Expertise: Service marketing, Innovation, Social CRM, Franchise Marketing, and Business Game Development

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย

FACTORS AFFECTING THE RETENTION OF RETAIL BUSINESS MANAGEMENT'S DUAL VOCATIONAL BILATERAL SYSTEM STUDENTS IN PRIVATE VOCATIONAL COLLEGE IN THAILAND

จีรพัทธ์ ภัทรจริยา[1], ธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย[2] และสิทธิกรณ์ คำรอด[3]

Jeraphat Pattarajariya[1], Tanya Supornpraditchai[2], and Sittikorn Khamrod[3]

[1,2,3]คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

[1,2,3]Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

Received: October 12, 2020 / Revised: November 20, 2020 / Accepted: November 24, 2020

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในงานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลจากนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทยจำนวน 384 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยที่ 18.52 ปี เกรดเฉลี่ย 3.133 รายได้ต่อเดือน 8,725 บาท สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย ได้แก่ ด้านการได้ความยอมรับนับถือ ($p\text{-}value = 0.000$) ด้านความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงาน ($p\text{-}value = 0.000$) ด้านสถานศึกษา ($p\text{-}value = 0.000$) และด้านความมั่นคงในงาน ($p\text{-}value = 0.002$) มีอิทธิพลต่อการคงอยู่กับระบบการศึกษาของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญ .01 และสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูน ได้แก่

$$\hat{y}_2 = -3839.500 + 302.160x_7 + 216.590x_{11} + 416.470x_{12} + 387.070x_{13} \; ; \; \hat{y}_2 = y^5 \; ; \; R^2 = 63.1$$

คำสำคัญ: การคงอยู่ นักศึกษาทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

Abstract

The objective of this research is to study factors influencing the retention of dual vocational bilateral system students in the Retail Business Management Program of private vocational colleges in Thailand. An online questionnaire was employed to collect data from

Corresponding Author

E-mail: Jeraphatpat@gmail.com

382 randomly selected dual vocational bilateral system students in the Retail Business Management Program of private vocational colleges in Thailand. Statistics employed for data analysis were the percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results show that the respondents have the average age of 18.52 years, the GPAX score of 3.13, and the monthly income of 8,725 baht. The factors influencing the retention of dual vocational bilateral system students in the Retail Business Management Program of private vocational colleges in Thailand were the following: the employee recognition factor $(p\text{-}value = 0.000)$, the advancement in education and work position factor $(p\text{-}value = 0.000)$, the educational institution factor $(p\text{-}value = 0.000)$, and the job security factor $(p\text{-}value = 0.002)$ all of which have influence on the retention of dual vocational bilateral system students in the Retail Business Management Program of private vocational colleges in Thailand at the .01 level of statistical significance. The multiple linear regression equation is as shown below:

$$\hat{y}_2 = -3839.500 + 302.160x_7 + 216.590x_{11} + 416.470x_{12} + 387.070x_{13} \; ; \; \hat{y}_2 = y^5 \; ; \; R^2 = 63.1$$

Keywords: Retention, Dual Vocational Bilateral System Student, Private Vocational College

บทนำ

มูลค่าตลาดของธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ มีรายได้รวมกันประมาณ 1 ล้านล้านบาทต่อปี มีลูกค้าใช้บริการมากกว่า 14.9 ล้านคนต่อวัน ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2558-2560 อุตสาหกรรมค้าปลีกมีการลงทุนรวมกันกว่า 130,200 ล้านบาท เฉลี่ยปีละ 43,400 ล้านบาท ทำให้มีการจ้างงานโดยตรงมากกว่า 600,000 คน และการจ้างงานทางอ้อมอีกกว่า 150,000 คน (Ninkitsaranont, 2018) จากที่กล่าวมานั้นแสดงให้เห็นว่าธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

ซึ่งตามนโยบายแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนรองรับโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 นายกรัฐมนตรีได้เห็นความสำคัญจึงมอบหมายให้กระทรวงศึกษาธิการเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนบูรณาการด้านการศึกษาร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศเพราะความสามารถด้านกำลังคนจะเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนประเทศไปข้างหน้า กระทรวงศึกษาธิการหน่วยงานที่รับผิดชอบแผนฯ จึงมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) จัดตั้งศูนย์ประสานงานการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาเพื่อขับเคลื่อนนโยบายฯ ให้บรรลุผล (National Economic and Social Development Council, 2018)

ในการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาด้วยการจัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี จุดแข็งและประโยชน์คือ การเรียนรู้ในระบบทวิภาคีมุ่งเน้นให้ผู้ศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์ภาคปฏิบัติในสถานประกอบการจริงควบคู่ไปกับการเรียนในห้องเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ศึกษาที่สำเร็จการศึกษาสามารถนำทักษะและประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานประกอบการไปประกอบอาชีพได้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน อย่างไรก็ดีปัญหาที่เกิดขึ้น

ในทุกยุคสมัยคือ ปัญหาที่นักศึกษาบางส่วนศึกษาเล่าเรียนไม่จบการศึกษาตามระบบและต้องลาออกกลางคัน (Soison, Suwannarat, & Thamakittipob, 2017) โดยปัญหาสำคัญของการลาออกกลางคันของนักศึกษานั้นส่งผลเสียต่อสถานศึกษา และสถานประกอบการหลายด้าน ทั้งด้านความสูญเสียงบประมาณด้านการศึกษาที่รัฐสนับสนุนให้กับสถานศึกษา การสูญเสียทรัพยากรบุคคลในการปฏิบัติงานซึ่งจะกลายเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าให้กับหน่วยธุรกิจ รัฐบาล และประเทศชาติ และหากรวมถึงการสูญเสียอนาคตของทรัพยากรบุคคลแล้วนั้นไม่อาจประมาณค่าได้ (Phimonratanakarn, 2015)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจค้าปลีกเป็นอุตสาหกรรมที่จะขับเคลื่อนประเทศให้พัฒนา หากสามารถรักษาการคงอยู่ของนักศึกษาจนสำเร็จการศึกษาได้ก็เปรียบเหมือนการปลูกต้นอ่อนที่จะเติบโตเป็นต้นไม้ใหญ่ที่แข็งแรง และเป็นการสร้างความยั่งยืนด้านกำลังคน (Roy, 2015: 346) นอกจากครอบครัวของนักศึกษาจะได้ประโยชน์แล้ว สังคม สภาพแวดล้อม รวมถึงประเทศชาติ และองค์กรก็ยังได้ประโยชน์ด้วย เพราะเมื่อคนที่เป็นรากฐานสำคัญมีความแข็งแรงก็จะเป็นแรงขับเคลื่อนประเทศไปข้างหน้าอย่างมั่นคง จึงเป็นเหตุผลให้งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาว่า ปัจจัยใดบ้างเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการคงอยู่กับระบบการศึกษา

การคงอยู่ในระบบการศึกษา หมายถึง การที่นักศึกษามีความตั้งใจที่จะศึกษาเล่าเรียนให้สำเร็จการศึกษาระดับต่างๆ โดยไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรคที่กำลังเจอและพร้อมฟันฝ่าอุปสรรคนั้นจนสำเร็จ ได้รับประกาศนียบัตรแสดงว่าเป็น ผู้จบการศึกษา (Burrus & Roberts, 2012) ได้มีการทำวิจัยเรื่องความต้องการพื้นฐานของนักศึกษาซึ่งเป็นสาเหตุให้นักศึกษาคงอยู่กับระบบจนสำเร็จการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาต้องการเข้าใจถึงเป้าหมายในการสอนของครู ต้องการมีส่วนร่วมกับการเรียนการสอน เนื้อหาวิชาสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ เนื้อหาที่สอนสอดคล้องกับความคาดหวังและความสนใจของนักศึกษา ต้องการประสบความสำเร็จในการเรียน ต้องการการได้รับความสนใจและเอาใจใส่จากอาจารย์ผู้สอน ระยะเวลาในการเรียนมีความเหมาะสม ต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่ออาจารย์และเพื่อน สุดท้ายต้องการคำชี้แนะที่สามารถยกระดับความสามารถของนักศึกษาได้ (Vernon & Louise, 1986)

สาเหตุหลักที่ส่งผลต่อการคงอยู่กับระบบการศึกษาหรือลาออกกลางคันของนักศึกษา ได้แก่

1. ปัจจัยด้านส่วนตัวของนักศึกษา เป็นความสามารถทางการคิด วิเคราะห์จากสติปัญญา ทัศนคติต่อการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การขาดเรียนเพราะความเบื่อหน่ายต่อการเรียน ด้านปัญหาสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อการเรียน และความประพฤติหรือการแสดงออกทางกายภาพของนักศึกษารวมถึงปัจจัยด้านปัญหาสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อการเรียน และความประพฤติหรือการแสดงออกทางกายภาพของนักศึกษา (Dissorn, 2014) ทั้งนี้พบว่า ปัญหาสำคัญที่สุดในการที่จะทำให้นักศึกษาคงอยู่กับระบบหรือออกกลางคันนั้นคือ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัย ปัญหาการตั้งครรภ์ การใช้สารเสพติด ติดเกม และการต้องทำงานช่วยครอบครัว หารายได้โดยการทำงานกลางคืนทำให้พักผ่อนไม่เพียงพอ (Soison, Suwannarat, & Thamakittipob, 2017) และการไม่รู้ความต้องการของตนเอง ตัดสินใจเรียนสิ่งที่ตนเองไม่ชอบและไม่ถนัด เพราะตามเพื่อน สุขภาพไม่อำนวยต่อการ เข้าเรียนทำให้ผลการเรียนออกมาไม่ดี ปรับตัวเข้ากับเพื่อนและ

อาจารย์ไม่ได้ (Kawkerd, 2012)

2. ปัจจัยด้านสภาพครอบครัว โดยพบว่า ครอบครัวมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาในเด็กและเยาวชน การที่พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ลูกจะทำให้ลูกรู้สึกห่างเหินจนกลายเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การไม่เข้าเรียนเพราะขาดวินัย ขาดความอดทน การทะเลาะวิวาทเพราะไม่รู้จักแยกแยะผิดชอบ ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Soison, Suwannarat, & Thamakittipob, 2017) ความเสี่ยงของการที่พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ลูกนั้น ส่งผลให้มีปัญหาด้านความรู้ ความสามารถของนักศึกษา เกเร ติดยาเสพติด รวมถึงปัญหาครอบครัวยากจนที่ส่งผลให้นักศึกษาต้องทำงานเพื่อหารายได้ ทำให้ไม่สามารถเข้าเรียนได้เพราะเวลาพักผ่อนไม่เพียงพอ การที่นักศึกษาขาดรายได้หรือผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนนั้นเป็นสาเหตุที่ทำให้นักศึกษาลาออกมากที่สุด (Saatthien, 2019)

3. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน/อาจารย์ที่ปรึกษา โดยพบว่า สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาเกิดจากการที่อาจารย์ไม่ให้ความสำคัญกับการมาเรียนของนักศึกษา ไม่มีจิตวิทยาในการสอน ไม่ติดตามผู้เรียนที่มีปัญหา อาจารย์ผู้สอนต้องสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจกับนักศึกษาด้วยภาพลักษณ์และบุคลิกภาพที่สามารถให้นักศึกษาเลือกเป็นแบบอย่างได้ นอกจากนี้ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการเรียนการสอนโดยตกลงร่วมกันกับนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาเกิดการยอมรับและปฏิบัติตาม ตลอดจนเฝ้าสังเกตพฤติกรรมการเข้าเรียนและให้เพื่อนนักศึกษาในห้องช่วยกันสังเกต มีการสร้างขวัญให้กำลังใจเวลาที่นักศึกษาพบเจอกับปัญหา ชมเชยยกย่องในที่สาธารณะเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในตัวเอง (Saatthien, 2019)

4. ปัจจัยด้านสถานศึกษา ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ อาคาร หลักสูตร ผู้สอน กระบวนการเรียนการสอน การบริหารงานที่สนับสนุนการเรียนการสอน อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานที่พักผ่อนเวลาที่ไม่มีการเรียนการสอน โรงอาหารที่สะอาด ห้องสมุด มีทุนการศึกษา มีกิจกรรมที่มีความเหมาะสมทั้งด้านสถานที่และปริมาณ รวมถึงการเอาใจใส่ดูแลจากทางอาจารย์ที่ปรึกษา (Dissorn, 2014) โดยพบว่า การลงทะเบียนที่ซับซ้อนยุ่งยากและค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนสูง ระบบการสนับสนุนการศึกษาไม่เพียงพอ ระบบการติดตามนักศึกษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาไม่เหมาะสม (Saatthien, 2019) สถานศึกษาจัดการเรียนการสอนที่ยากเกินไปโดยไม่ช่วยเหลือนักศึกษาในการทำความเข้าใจ และความเข้มงวดของกฎระเบียบข้อบังคับของสถานศึกษามีผลต่ออัตราการคงอยู่ในระบบของนักศึกษา (Sirivoraporn, 2014)

แนวคิดและทฤษฎีการรักษาบุคลากร

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพนั้นนอกจากจะทำให้วิสัยทัศน์พันธกิจขององค์กรเป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายไว้แล้ว ยังเป็นการพัฒนาสังคม สภาพแวดล้อมที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท หากบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมดึงดูดคนดีให้เข้ามาร่วมงานด้วย และถ้าหากพนักงานลาออกจากการองค์กรไปแล้วพนักงานก็ยังเป็นคนที่ใช้ชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพในสังคมต่อไป (Vongsarsri, 2009) ดังนั้นการรักษาบุคลากรจึงเป็นกระบวนการสำคัญประการหนึ่งในการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคล เนื่องจากเป็นการสร้างความพึงพอใจ ทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การสร้างขวัญกำลังใจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ลดค่าใช้จ่ายและภาระในการสรรหาพนักงานใหม่มาทดแทน ลดการย้ายงานของบุคลากรไปอยู่หน่วยงานหรือองค์กรอื่น รวมทั้งทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามสิ่งที่องค์กรอยากเป็นในอนาคต ความสำคัญของการรักษาบุคลากรว่าการธำรงรักษาพนักงานทำให้องค์กรไม่สูญเสียคนดีที่มีความสามารถในการทำงานไป ทั้งนี้เพราะทรัพยากรบุคคลเป็นส่วนสำคัญที่มีค่ายิ่งสำหรับองค์กร (Drucker, 1999)

การจะรักษาบุคลากรไว้ให้คงอยู่กับองค์กรประกอบด้วยปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่

ค่าจ้างและสิทธิประโยชน์อื่นๆ การได้การยอมรับนับถือ โอกาสและความก้าวหน้าในงาน ความสำเร็จของงาน เป็นต้น อีกทั้งยังรวมไปถึงการได้รับการประเมินที่เป็นธรรม การพัฒนาความสามารถของพนักงาน และเสริมสร้างความผูกพันกับองค์กรไปพร้อมกัน (Vongsarsri, 2009)

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) อธิบายว่าคนเราแยกความพอใจ (Satisfaction) กับความไม่พอใจ (Dissatisfaction) ออกจากกัน ทำให้เป็นไปได้ว่าพนักงานจะทั้งรักและเกลียดงานที่ทำในเวลาเดียวกัน แนวคิดนี้ประกอบด้วยปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้ปฏิบัติงาน (Motivation factors) และปัจจัยสุขอนามัยช่วยลดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Hygiene factors)

ทั้งนี้องค์ประกอบสุขอนามัย (Hygiene factors) ประกอบด้วย

1. เงินเดือน (Salary) โดยการจ่ายเงินเดือนและค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อการธำรงรักษาพนักงาน (Udomchok, 2018) ดังนั้นองค์กรควรบริหารจัดการผลตอบแทนอย่างยุติธรรม เพราะค่าตอบแทนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดึงดูดคนที่มีความสามารถมาทำงานร่วมกับองค์กร และจูงใจ รักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรต่อไปได้ (Phetcharat, 2013)

2. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา หัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal relationships at work) โดยพบว่า ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาหัวหน้า และเพื่อนร่วมงานนั้นมีผลต่อการรักษาพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ (Ednah, 2017) อีกทั้งยังพบว่า การที่หัวหน้างานสามารถแก้ปัญหาในการทำงานให้ได้ สามารถทำงานกับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี หัวหน้างานควบคุมการทำงานของพนักงานให้เป็นทีมได้นั้นมีสำคัญมากต่อการรักษาพนักงานด้วยเช่นกัน (Udomchok, 2018)

3. ความมั่นคงในงาน (Security) โดยพบว่าคุณสมบัติการจ้างงาน เช่น การจ้างงานตลอดชีวิตและระบบอาวุโสความมั่นคงในการงานนำไปสู่ความมุ่งมั่นที่สูงขึ้นความพึงพอใจในการทำงานเช่นเดียวกับการรักษาพนักงานในองค์กร (Abegglen, 1958) อีกทั้งยังพบว่า ความไม่พอใจที่เกิดขึ้นในงานเป็นผลมาจากความกังวลและความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยของพนักงาน (Davy, Kinicki, & Scheck, 1991)

สำหรับองค์ประกอบกระตุ้น (Motivation factors) หรือปัจจัยจูงใจนั้น Herzberg ได้บ่งชี้ไว้ว่ามีองค์ประกอบสัมพันธ์กับลักษณะของงาน และเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการทำงานโดยตรง เป็นสิ่งที่จูงใจที่มีอิทธิพลให้พนักงานตั้งใจในการปฏิบัติงานและมีความพึงพอใจในการทำงาน ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความรู้สึกรักในงานที่ทำ โดยองค์ประกอบกระตุ้น (Motivation factors) หรือปัจจัยจูงใจที่สร้างความพึงพอใจ (Herzberg, 1959) ทั้งนี้องค์ประกอบปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย

1. การได้การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการยอมรับนับถือหรือได้รับการยกย่องชมเชยในความสามาถ ไม่ว่าจากเพื่อนเพื่อนพนักงาน ผู้บังคับบัญชา หรือจากกลุ่มบุคคลอื่น รวมไปถึงการแสดงออกอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เช่น การกล่าวชื่นชม การให้กำลังใจ การได้รับการยอมรับจากองค์กร รู้สึกภูมิใจในอาชีพ (Kalyanamit, 2016) พบว่า การได้รับการยกย่องชมเชยเมื่อบุคลากรทำงานได้สำเร็จ ส่งผลต่อการรักษาบุคลากรไว้กับองค์กร การได้รับการเชิดชูเกียรติจากการทำงานได้สำเร็จและการได้มีส่วนร่วมในการสร้างความภูมิใจให้กับสถาบันที่ตนเองปฏิบัติงาน การได้รับการยกย่องในอาชีพ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับอัตราการคงอยู่ในงาน (Wanthayanan, 2013)

2. ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน (Advancement) โดยพบว่า การที่จะรักษาพนักงานได้นั้น องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาอาชีพ ตั้งการวางแผนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร มีการพัฒนาพนักงานตามเส้นทางความก้าวหน้าของพนักงาน

อย่างชัดเจนส่งผลต่อการรักษาพนักงาน (Chantou, 2017) อีกทั้งยังพบว่า การสนับสนุนให้มีตำแหน่ง การสนับสนุนให้ตีพิมพ์ผลงาน การสนับสนุนให้ศึกษาต่อในวุฒิสูงขึ้น (Srisamang, 2015) การส่งเข้าอบรมสัมมนาเพิ่มความสามารถและความก้าวหน้าในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรักษา (Ednah, 2017)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยประชากรที่ทำการศึกษาคือ นักศึกษาระดับ ปวช. 1 ถึง ปวส. 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 8,705 คน จากสถานศึกษา 62 แห่งทั่วประเทศไทย โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 383 คน จากสูตรของทาโร่ยามาเน่ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดเพิ่มเติมร้อยละ 10 โดยใช้วิธีทำการสุ่มตัวอย่างแบบใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากใบรายชื่อนักศึกษา จากนั้นใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สุ่มเลขจากจำนวนรายชื่อทั้งหมดจำนวน 422 ชุด โดยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 384 ชุด

เก็บแบบสอบถามในรูปแบบ QR Code โดยผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงาน ต้นสังกัดของสถานศึกษาในการส่งแบบสอบถามผ่านทางอาจารย์ที่ปรึกษาของแต่ละสถานศึกษา เพื่อส่งต่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามกลับมา

ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.5 ถึง 1 และหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.711 ถึง 0.929 ดังตารางที่ 1

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

สำหรับตัวแบบถดถอยเชิงเส้นพหุคูณผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย (y) กับตัวแปรอิสระ 13 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ (x_1) ผลการเรียน (x_2) รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา (x_3) ปัจจัยพื้นฐานประกอบด้วย สภาพครอบครัว (x_4) อาจารย์ผู้สอน (x_5) อาจารย์ที่ปรึกษา (x_6) สถานศึกษา (x_7) ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene factors) รายได้และสวัสดิการ (x_8) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและหัวหน้า (x_9) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (x_{10}) ความมั่นคงในงาน (x_{11}) และปัจจัยจูงใจ (Motivators factors) ได้แก่ การได้ความยอมรับนับถือ (x_{12}) ความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงาน (x_{13}) ด้วยวิธีการคัดเลือกสมการถดถอยเซตย่อยที่ดีที่สุด (Best Subsets) สำหรับการประมาณค่าระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทยที่ส่งผลให้นักศึกษาคงอยู่กับระบบมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณที่มีตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทั้งหมด 13 ตัว ได้แก่ (x_1), (x_2) , ... และ (x_{13}) จึงได้ตัวแบบการถดถอยดังนี้

$$y = \beta_0 + \sum_{i=1}^{13} \beta_i X_i + \varepsilon \qquad (1)$$

โดยที่ β_i แทนค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ $(i = 1,12,....,13)$ และ ε แทนค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลสำหรับการประมาณค่าพารามิเตอร์ของตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการประมาณค่ากำลังสองที่น้อยที่สุด (Least Square Estimation) ซึ่งมีข้อสมมติของความคลาดเคลื่อน (Error) ดังนี้ 1) ตรวจสอบค่าคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงปกติหรือไม่ โดย

พิจารณาจากค่าสถิติแอนเดอร์สันต์ดาร์ริ่ง (Anderson-daring) (Lewis, 1961) ของแผนภาพความน่าจะเป็นปกติ (Normality Probability Plot) และ 2) ตรวจสอบมีพหุสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยค่า VIF (Khamrod & Srikhaetai, 2018)

ผลการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า การวิเคราะห์ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.107 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.691 คะแนน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 18.52 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.35 ปี มีค่าเฉลี่ยของเกรดเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 คะแนน และด้านรายได้ต่อเดือนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8,725 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,963 บาท ปัจจัยด้านครอบครัวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.118 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.967 คะแนน ปัจจัยด้านอาจารย์ที่ปรึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.852 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.937 คะแนน ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.988 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.860 คะแนน ปัจจัยด้านสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.856 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.718 คะแนน ปัจจัยด้านเบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.604 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.873 คะแนน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.866 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.898 คะแนน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.051 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.776 คะแนน ปัจจัยด้านความมั่นคงในงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.161 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.712 คะแนน ปัจจัยด้านการได้ความยอมรับนับถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.013 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.688 คะแนน ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.096 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.693 คะแนน โดยทุกปัจจัยที่ทำการศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ และแสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่น ผลรวมของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับปัจจัยแต่ละด้าน

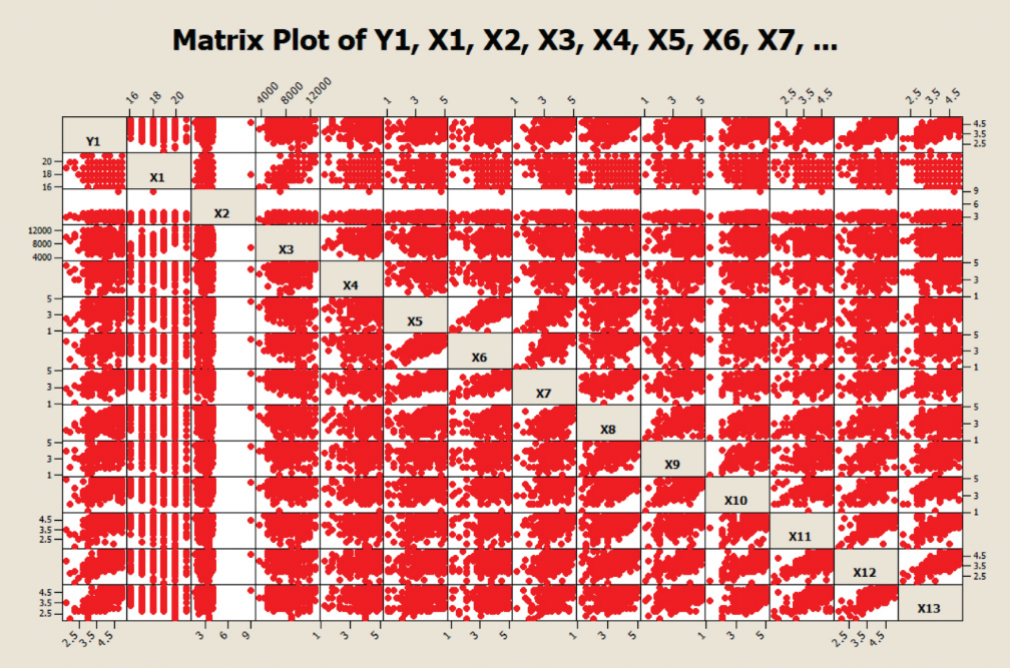
ปัจจัย/หัวข้อ	ค่าความเชื่อมั่น	$\overline{x}$	S.D.	แปลผล
1. การคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย	0.929	4.107	0.691	มาก
2. ด้านอายุ	-	18.523	1.352	-
3. ด้านเกรดเฉลี่ย	-	3.133	0.646	-
4. ด้านรายได้ต่อเดือน	-	8,725	1963	-
5. ด้านครอบครัว	0.711	4.118	0.967	มาก
6. ด้านอาจารย์ที่ปรึกษา	0.933	3.852	0.937	มาก
7. ด้านอาจารย์ผู้สอน	0.933	3.988	0.860	มาก
8. ด้านสถานศึกษา	0.952	3.856	0.718	มาก
9. เบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการ	0.911	3.604	0.873	มาก
10. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.962	3.866	0.898	มาก

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่น ผลรวมของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับปัจจัยแต่ละด้าน (ต่อ)

ปัจจัย/หัวข้อ	ค่าความเชื่อมั่น	$\overline{x}$	S.D.	แปลผล
11. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.939	4.051	0.776	มาก
12. ความมั่นคงในงาน	0.948	4.161	0.712	มาก
13. การได้ความยอมรับนับถือ	0.925	4.013	0.688	มาก
14. ความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงาน	0.939	4.096	0.693	มาก

สถิติเชิงอนุมาน

ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่าง ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระจากแผนภาพการกระจาย (Scatter plot) เมื่อนำตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทั้งหมดมาสร้างแผนภาพการกระจาย พบว่า y_1 และ x_7 , x_{11} , x_{12} และ x_{13} มีลักษณะการกระจายของจุดมีแนวโน้มเป็นเส้นตรง (Linear) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงลักษณะการกระจายระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ

สำหรับการเลือกสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกแบบเซตย่อยที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งการคัดเลือกสมการถดถอยด้วยเซตย่อยที่ดีที่สุด (Best subsets regression) จะพิจารณาค่า MallowC-P ที่น้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.50 สำหรับกรณีสมการที่มีตัวแปรอิสระ 5 ตัว (ตัวแปร 5*) คือ x_3, x_7, x_{11}, x_{12} และ x_{13} เพื่อนำไปสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระ x_3 (p-value = 0.156) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงพิจารณากรณีสมการที่มีตัวแปรอิสระ 4 ตัว (ตัวแปร 4*) ให้ค่า MallowC-P เท่ากัน พบว่า ตัวแปรอิสระ x_7, x_{11}, x_{12} และ x_{13} มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าความคาดเคลื่อน (S) เท่ากับ 0.397 มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว (R^2_{adj}) เท่ากับ 67.00 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 67.40 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สมการถดถอยจากเซตย่อยที่ดีที่สุด (Best subsets regression)

ตัวแปร	R^2	R^2_{adj}	$MallowsC-p$	s	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}
1	58.60	58.50	97.50	0.446													X
1	56.50	56.40	122.00	0.457												X	
2	63.40	63.20	44.40	0.420							X						X
2	62.90	62.70	50.10	0.423												X	X
3	66.30	66.00	13.20	0.403							X					X	X
3	65.30	65.00	24.10	0.409							X				X		X
4*	67.40	67.00	2.50	0.397							X				X	X	X
4	66.50	66.10	12.80	0.403			X				X					X	X
5*	67.50	67.10	2.50	0.397			X				X				X	X	X
5	67.40	67.00	3.70	0.397							X			X	X	X	X
6	67.60	67.10	3.20	0.397	X		X				X				X	X	X
6	67.60	67.10	3.70	0.397			X				X			X	X	X	X
7	67.70	67.10	4.40	0.397	X		X				X	X			X	X	X
7	67.70	67.10	4.60	0.397	X		X				X			X	X	X	X
8	67.80	67.10	5.40	0.397	X		X				X	X		X	X	X	X
8	67.80	67.10	5.80	0.397	X	X	X				X	X			X	X	X
9	67.80	67.10	6.90	0.397	X	X	X				X	X		X	X	X	X
9	67.80	67.00	7.10	0.397	X		X	X			X	X		X	X	X	X
10	67.90	67.00	8.60	0.397	X	X	X	X			X	X		X	X	X	X
10	67.90	67.00	8.70	0.397	X	X	X				X	X	X	X	X	X	X
11	67.90	66.90	10.30	0.398	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X
11	67.90	66.90	10.40	0.398	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X	X
12	67.90	66.90	12.20	0.398	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
12	67.90	66.90	12.20	0.398	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
13	67.90	66.80	14.00	0.399	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

เมื่อนำ y_1 และตัวแปรอิสระ x_7, x_{11}, x_{12} และ x_{13} พบว่า ค่าคลาดเคลื่อนไม่มีการแจกแจงปกติ โดยผู้วิจัยจึงได้ทำการแปลงค่า y_1 เป็น $y_2 = y_1^5$ โดยใช้วิธีการแปลงบอกซ์คอกซ์ (Sakia, 1992) จะได้สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณสำหรับการประมาณการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย ดังสมการที่ 2

$$\hat{y}_2 = -3839.500 + 302.160x_7 + 216.590x_{11} + 416.470x_{12} + 387.070x_{13} \quad (2)$$

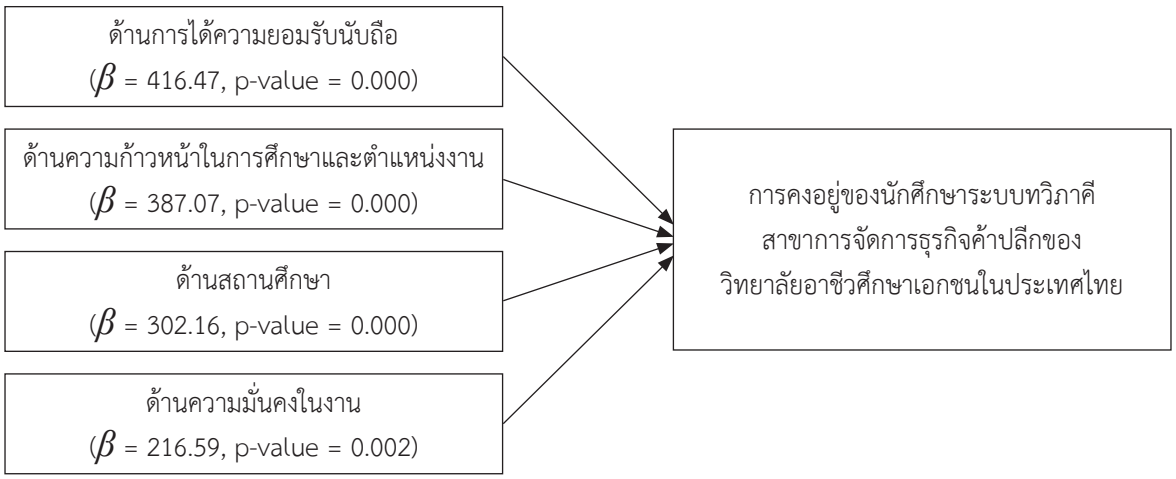
โดยมีค่าความคาดเคลื่อน (S_1) เท่ากับ 3.617 มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว (R^2_{adj}) เท่ากับ 62.7 มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 63.1 และนำสมการที่ 2 ตรวจสอบค่าคลาดเคลื่อนของสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณมีการแจกแจงปกติหรือไม่พบว่า มีค่าสถิติทดสอบ AD เท่ากับ 0.629 (p-value = 0.100) ดังนั้นค่าคลาดเคลื่อนจึงมีการแจกแจงปกติ และพิจารณาค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 ในทุกตัวแปรอิสระจึงไม่เกิดปัญหาพหุสัมพันธ์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่า Variance inflation factor (VIF)

Predictor	Coef	SE Coef	T	p-value	VIF
Constant	-3838.50	213.60	-17.97	0.000	
x_7	302.16	55.01	5.49	0.000	1.6
x_{11}	216.59	69.51	3.12	0.002	2.5
x_{12}	416.47	86.23	4.83	0.000	3.5
x_{13}	387.07	90.52	4.28	0.000	3.9

*พบว่า ค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 จึงไม่เกิดปัญหาพหุสัมพันธ์

จากนั้นนำไปทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามทั้งหมดอีกครั้งพบว่า ด้านการได้ความยอมรับนับถือ (β = 416.47, p-value = 0.000) ด้านความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงาน (β = 387.07, p-value = 0.000) ด้านสถานศึกษา (β = 302.16, p-value = 0.000) และด้านความมั่นคงในงาน (β = 216.59, p-value=0.002) มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังรูปที่ 2 พบว่า ด้านการได้ความยอมรับนับถือมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงาน ด้านสถานศึกษา ด้านความมั่นคงในงานตามลำดับ โดยสามารถอภิปรายได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านการได้ความยอมรับนับถือเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยจะเห็นได้ว่า การมีเพื่อนร่วมงานที่ปฏิบัติต่อกันด้วยความสุภาพ ให้เกียรติ และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การได้รับคำชื่นชมจากหัวหน้างานและจากลูกค้าในช่วงที่ลงฝึกประสบการณ์ภาคปฏิบัติ

ในสถานประกอบการจริงของนักศึกษาระบบทวิภาคี มีผลต่อการคงอยู่ของนักศึกษา ซึ่งผลจากงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่พบว่า สาเหตุของการคงอยู่ คือ การได้รับการสนับสนุน ให้กำลัง และคำชื่นชมจากหัวหน้างาน (Jeawkok, 2013; Kalyanamit, 2016) การมีเพื่อนร่วมงานที่ปฏิบัติต่อกันด้วยความสุภาพให้เกียรติ และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน (Srisamang, 2015)

งานวิจัยนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ทั้งนี้พบว่าการที่สถานประกอบการส่งเสริมให้นักศึกษาระบบทวิภาคีเข้าฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง การได้เลื่อนตำแหน่งจากการฝึกงานเป็นพนักงานผู้ช่วย ผู้จัดการร้านลำดับ 2 และลำดับที่ 1 และการได้รับเงินทุนในการศึกษา รวมถึงการที่ผู้จัดการร้านให้โอกาสในการปฏิบัติงานแทนมีผลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย โดยผลจากงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่พบว่าสาเหตุของการคงอยู่คือ โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในงาน (Treeprasitchai, 2015; Ednah, 2017) การส่งเสริมให้เข้าฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง (Chantou, 2017) การให้เงินทุนในการศึกษา (Srisamang, 2015)

นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านสถานศึกษาเป็นอีกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จะเห็นได้ว่า นักศึกษาจะมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เรียนอยู่ในสถานศึกษาที่สามารถถ่ายทอดสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพในอนาคตและสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมไปถึงการที่สถานศึกษามีกฎระเบียบต่างๆ ที่มีความเหมาะสม ที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาได้อย่างสะดวก และรวมทั้งการที่สถานศึกษาจัดสภาพแวดล้อมกายภาพได้อย่างเหมาะสมนั้น มีผลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย ซึ่งผลจากงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่พบว่า สาเหตุของการคงอยู่คือ การที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษา และการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษาที่ดีจะส่งผลให้การตัดสินใจออกกลางคันของนักเรียนจะน้อยลง (Meesuk, 2016) การที่ผู้เรียนมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เรียนอยู่ในสถานศึกษาที่สามารถถ่ายทอดสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพในอนาคตและสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จะส่งผลต่อการคงอยู่ของนักเรียน (Saatthien, 2019) การที่สถานศึกษามีกฎระเบียบต่างๆ ที่มีความเหมาะสม ที่ตั้งของสถานศึกษาอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาได้อย่างสะดวก และรวมทั้งการที่สถานศึกษาจัดสภาพแวดล้อมกายภาพได้อย่างเหมาะสมส่งผลต่อการคงอยู่ของนักเรียน (Sirivoraporn, 2014)

ท้ายที่สุดปัจจัยด้านความมั่นคงในงานเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยจะเห็นได้ว่า การที่สถานประกอบการรับนักศึกษาเข้าทำงานทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา รวมทั้งการที่สถานประกอบการที่ลงฝึกปฏิบัติงานนั้นมีภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย ซึ่งผลจากงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่พบว่า สาเหตุของการคงอยู่คือ ความพึงพอใจด้านความมั่นคงของบริษัทมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน (Poompuenpol, 2016; Abegglen, 1958) การที่องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน (Davy, Kinicki, & Scheck, 1991) การที่องค์กรที่ทำงานสามารถดำเนินธุรกิจให้

เกิดความมั่นคงและยั่งยืนส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน (Ashford, Lee, & Bobko, 1989)

สรุปผล

ปัจจัยด้านสถานศึกษา (x_7) ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (x_{11}) ปัจจัยด้านการได้ความยอมรับนับถือ (x_{12}) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการศึกษาและตำแหน่งงาน (x_{12}) มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย (y) จากตัวแบบดังกล่าว ทำให้ได้สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณสำหรับการประมาณค่าระดับการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย ได้ดังสมการที่ 2

$$\hat{y}_2 = -3839.500 + 302.160x_7 \\ 216.590x_{11} + 416.470x_{12} + 387.070x_{12} \quad (2)$$

มีค่าความคาดเคลื่อน (S) เท่ากับ 3.617 มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว (R^2_{adj}) เท่ากับ 62.7 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 63.1

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลซึ่งเป็นปัจจัยที่นอกเหนือจากการวิจัย เช่น ปัจจัยด้านส่วนตัวของนักศึกษา ได้แก่ สภาพร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ ทัศนคติ ที่อาจจะส่งต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย

2. ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างและประชากรในสถานศึกษาที่แตกต่างกัน ได้แก่ อาชีวของเอกชนและอาชีวของรัฐบาล เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบกัน เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนา ปรับปรุงและกำหนดแนวทางการดูแลนักศึกษาให้คงอยู่กับระบบมากขึ้น

3. อาจมีการเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้น

References

Abegglen, C. J. (1958). *The Japanese Factory: Aspects of its Social Organization.* Glencoe Illinois: The Free Press.

Ashford, S., Lee, C., & Bobko, P. (1989). Content, Causes, and Consequences of Job Insecurity: A Theory-based Measure and Substantive Test. *Academy of Management Journal, 32*, 803-829.

Burrus, J. & Roberts, R. D. (2012). *Dropping Out of High School: Prevalence, Risk Factors, and Remediation Strategies*. Retrieved October 10, 2020, form https://www.ets.org/Media/Research/pdf/RD_Connections18.pdf

Chantou, W. (2017). *Guidelines for the Maintenance of High-caliber Employees Generation Y Group in Integrated Food Industry Business in Bangkok.* Master of Business Administration Thesis, Panyapiwat Institute of Management. [in Thai]

Davy, J., Kinicki, A., & Scheck, C. (1991). Developing and Testing a Model of Survivor Responses to Layoffs. *Journal of Vocational Behavior, 38*, 302-317.

Dissorn, N. (2014). *A Study of Factors and Causes Affecting Leaving Schools of Students According to Administrators' Opinions under the Office of Chanthaburi Primary Educational Service Areas*. Master's Thesis of Educational Administration, Rambhai Barni Rajabhat University. [in Thai]

Drucker, F. P. (1999). *The Management Challenge for the 21st Century.* Burlington: Harper Collins.

Ednah J. R. (2017). Factors Affecting Employee Retention at the University of Eldoret, Kenya. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 19, 3*(1), 109-115.

Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. New York: Wiley.

Jeawkok, J. (2013). *Retention and Intention of Resignation to the Job of Registered Nurses in the University Hospital Songkhla Province.* Master of Art Program, Prince of Songkla University. [in Thai]

Kalyanamit. K. (2016). Motivation 2 Factors Power for Success. *Journal of Valaya Alongkorn Pritat (Humanities and Social Sciences), 6*(3), 175-183. [in Thai]

Kawkerd. N. (2012) *Development of a Student Care System to Reduce the Number of Dropout of Undergraduate Students, the Employment Commission Training Program.* Doctoral Dissertation, College of Graduate Studies, Rangsit University. [in Thai]

Khamrod, S. & Srikhaetai, K. (2018). The Multiple Regression Model for Learning Achievement in Science and Mathematics of Undergraduate Y Students. *Apheit Journal, 7*(1), 92-103. [in Thai]

Lewis, P. A. W. (1961). Distribution of the Anderson-Darling Statistic. *The Annals of Mathematical Statistics, 32*(4), 1118-1124.

Meesook, U., Suwannarat, S., & Thamakittipob, V. (2017). Development of a Bilateral Vocational Education Management Model. Industrial Technician Branch in Educational Institutions Under the Central Institute of Vocational Education. *Dusit Thani College Journal, 11*(3), 221-235. [in Thai]

Meesuk, P. (2016). Factors Affecting to Vocational Students' Dropout Decision in Central Vocational Education. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University, 10*(3), 72-83. [in Thai]

National Economic and Social Development Council. (2018). *Policy, Strategies for Driving Production and Manpower Development to Support Thailand Development Model 4.0.* Retrieved December 28, 2019, from https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=develop_issue

Ninkitsaranont. P. (2018). *Thailand Modern Trade in 2018-2020.* Retrieved September 2018, from https://www.krungsri.com/bank/getmedia/ece23010-e01f-42ee-a944-264c479bbd46/IO_Modern_Trade_180905_TH_EX.aspx

Phetcharat, W. (2013). *The Maintenance and Persistence of Talented People in an Industrial Estate. Chonburi Province.* Master of Business Administration Thesis, Faculty of Management, Burapha University. [in Thai]

Phimonratanakarn, S. (2015). *Life and Social Skills.* Bangkok: SE-Education.

Poompuenpol, N. (2016). *Factors Influencing Employee's Retentions: A Case Study of Delmax Machinery Company Limited.* Masters Programs in Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [In Thai]

Roy, B. (2015). A Study on Employee Retention Factors in the Indian Banking Industry-An Empirical Study. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies, 3*(3), 346-352.

Saatthien, S. (2019). Causes of Drop-off of Students in the Social Field (Community Development) Institute of Graduate Studies and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University. *Journal of Social Development, 4*(1), 64-85. [in Thai]

Sakia, R. M. (1992). The Box-Cox Transformation Technique: A Review. *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician), 41*(2), 169-178.

Sirivoraporn, P. (2014). *Causes of the Drop-off and Solutions Dropout of First-year Students Enrolled in Undergraduate Studies of Institute of Physical Education Northeast.* Master of Research and Evaluation, Mahasarakham University. [in Thai]

Soison, P., Kaemchinda, C., & Soison, P. (2017). A Study of Problems and Ways to Reduce the Dropout Problem for Vocational Diploma Students in Nongkhai College of Boatbuilding Industrial and Technology. In *Proceedings of 55th Kasetsart University Annual Conference: Education, Economics and Business Administration, Humanities and Social Sciences* (pp. 169-174). Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]

Srisamang, E. (2015). *Retaining Teachers in Thai Higher Education Institutions.* Doctoral Dissertation, Ramkhamhaeng University. [in Thai]

Treeprasitchai, T. (2015). *Factors Affecting Employee Retention of Five-star Hotels in Bangkok.* Master's Thesis, Bangkok University. [in Thai]

Udomchok. S. (2018). *The Employees Retention of Villa Market JP Co., Ltd.* Master's Thesis of Business Administration, Kasem Bundit University. [in Thai]

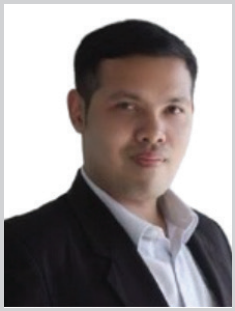
Vernon, F. J. & Louise, S. J. (1986). *Comprehensive Classroom Management: Creating Positive Learning Environments.* Boston: Allyn and Bacon.

Vongsarsri, P. (2009). *Human Management* (5th ed.). Bangkok: Suan Dusit University. [in Thai]

Wanthayanan, N. (2013). *Adults Related to Persistence in the Job of Nursing, Housewife, Hospital Employee in Sakon Nakhon Province.* Master's Thesis of Nursing Science, Nursing Administration, Burapha University. [in Thai]

Name and Surname: Jeraphat Pattarajariya
Highest Education: B.B.A., Panyapiwat Institute of Management
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Modern Trade Business Management

Name and Surname: Tanya Supornpraditchai
Highest Education: Ph.D. in Marketing, University of Technology, Sydney (UTS)
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Marketing Management, Research Methodology, Research for Business, and Retail Business Management



Name and Surname: Sittikorn Khamrod
Highest Education: M.S. (Statistics), Burapha University
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Statistics

EMPIRICAL EVIDENCE ON RELATIONSHIP BETWEEN DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY OF HUA HIN, THAILAND

Revita Saisud[1], Chawalee Na Thalang[2], and Seri Wongmontha[3]
[1,2,3]College of Management, University of Phayao

Received: June 4, 2020 / Revised: October 5, 2020 / Accepted: October 9, 2020

Abstract

The customer-based brand equity model is an assessment for reflecting the marketing performance of the destination management organization, the perceptions, the learning attitudes, and the data memory of tourists. Also, it is not just the brand image evaluation, but it also considers various factors. The purposes of this research were to study the demographic characteristics of Thai tourists and to examine the relationships between the demographic characteristics and customer-based brand equity of Thai tourists in Hua Hin, Thailand. A questionnaire was used as the research tool to collect data from the research sample consisting of 400 Thai tourists in Hua Hin, Thailand, who were obtained by the convenience sampling method. Statistics applied for data analysis were the descriptive statistics and inferential statistics of multiple regression analysis. The overall distribution of the respondents was 244 females (61.00 %) and 156 males (39.00 %). The majority of the respondents were between 21-30 years old (45.25%, n = 181), with marital status as single (63.00 %, n = 252), with having completed bachelor's degree (59.25%, n = 237), with the Central Region of Thailand as residential region (28.25 %, n = 113), with the occupation as employees (41.50 %, n = 166), and with average income per month between 10,001-20,000 baht (31.50 %, n = 126). The findings suggest that educational level, residential region, and monthly income affect the perceived on customer-based brand equity. Therefore, the analysis results confirm that the demographic characteristics of the tourists can be the marketing data for creating the marketing strategy and brand strategy to enhance the image and reputation for the accurate segmentation, target, and position.

Keywords: Demographic Characteristics, Customer-based Brand Equity, Destination Branding Strategy, Hua Hin, Thailand

Introduction

In today's global dynamic competition, Thailand has been among the "transition" chapter which has experienced the economic

Corresponding Author
E-mail: revita.saisud@stamford.edu

and political crisis. Moreover, the global structure has changed in the 21st century and the future is likely to be more severe and competitive. This will cause inevitable changes in terms of economy, business, society, culture, technology, and the environment, both macro and micro levels. All factors affect lifestyle, business operation, and management model. The tourism industry under the globalization process needs to be able to adjust itself from an added value economy in industrial society to a created-value economy in a knowledge-based society. Additionally, the lifestyle and working styles have changed under the era of "digital society". Accordingly, technology and innovation are vital and be the basic needs of tourists (Maesincee, 2013).

Currently, the high competition in the tourism industry has affected the brand equity to create a competitive advantage for the destinations. The product-oriented concept of the brand, which is created by the destination management organization (DMO), will be replaced by the tourist-oriented concept and the brand value for creating strategic marketing activities more effective and competitive (Pike & Bianchi, 2016).

In the past, the overview of the tourism industry showed that operational performance was successful in terms of the number of tourists and revenue increasing. In contrast, the tourism has still been encountering many important issues such as the number of tourists and revenue are concentrated mainly in the famous destinations, the negative tourism image needs to be improved to build the tourist confidence, including the resource degradation and the lack of new destination development. Moreover, the lack of in-depth marketing data for tourism development and planning as well as the lack of integration of the entire tourism management mechanism have continuously required development (National Tourism Policy Committee, 2017). Therefore, the study of Customer-based Brand Equity (CBBE) toward destination will be the solution to understanding how to create an effective brand strategy for the destination.

Currently, the rapid growth in the tourism industry also has the negative impacts on Hua Hin in terms of natural resources and environmental issues, social issues, population issues, traffic accident issues, and the various forms of deceiving tourists. As the development plan of Hua Hin Municipality (2017-2019) which is part of the economic and social development plan of the local government organization is consistent with the development strategy and shows the summarizing of the past situation and the weaknesses analyze of Hua Hin destination into 6 main points as follows: 1) traffic congestion and accidents in the urban areas 2) insufficient raw water sources and water supply pipe deterioration 3) insufficient walkway to the beach 4) insufficient parking space 5) financial limitations of the municipality and the two different forms of society between truly urban and semi-rural communities and 6) non-registered population in the inner city,

which leads to the usages of local resources, the issue of professional competition, illegal labor and criminal issue (Hua Hin Municipality, 2017).

Above all, it has shown that Hua Hin tourism has been successful in increasing the number of tourists and tourism revenue. At the same time, the situation and the impact of changes, both locally and internationally, including changes in tourist behavior has caused the awareness of Hua Hin tourism brand equity and the tourist decision. Therefore it is a challenge to upgrade the Hua Hin brand to enhance the brand image and reputation by the study of the customer-based brand equity model.

Research Objectives

1. To study the demographic characteristics of Thai tourists and the top of mind awareness on tourist attractions in Hua Hin, Thailand

2. To examine the relationships between the demographic characteristics and customer-based brand equity of Thai tourists in Hua Hin, Thailand

Research Framework

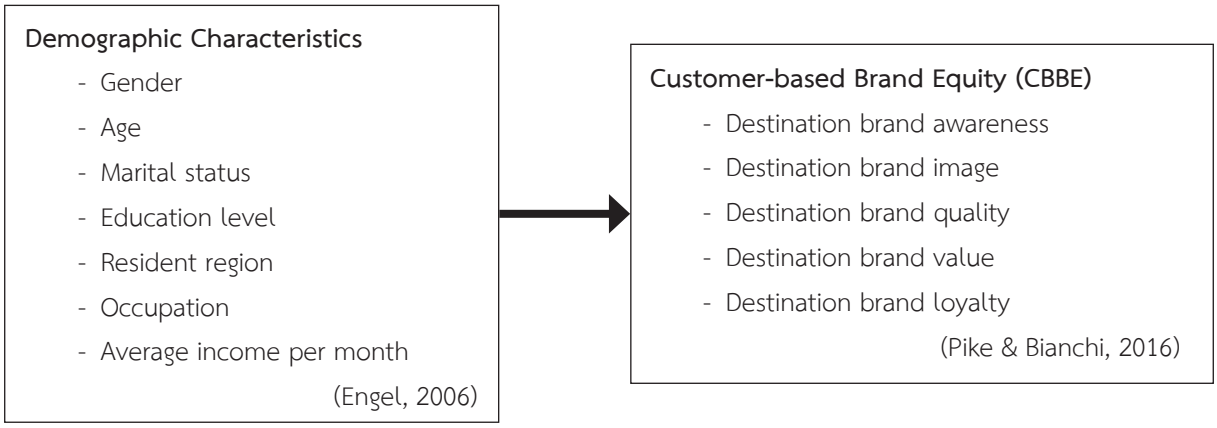


Figure 1 Research Framework (Saisud, 2019)

Literature Review

Demographic Approach

The term “demography” derived from the Greek words “demos” means “people” and “graphia” means “description of” so the term “demography” means a description of people, more specifically a description of their ages and sexes and this description must move beyond the level of individual people (Konigsberg & Frankenberg, 2013). The demographic approach is the analysis of the population, including structure, size, and distribution concerning the socioeconomic and cultural factors. The previous study of Muslims towards the marketing factors affecting tourism decisions showed the differences of age group and education level had different opinion levels on promotion and the different marital status had different opinion levels on product and place (Khamsamran & Vanichkul, 2016). Therefore, the tourists’ decision behavior depends on

demographic factors because the individual differences based on demographic characteristics are considered as the basis of tourists' decisions.

The demographic segmentation can be divided into the consumer groups by age, income, nationality, gender, occupation, marital status, type and size of household, and geographical location. These variables have an empirical purpose which can be easily examined or observed and helps the marketers to classify each type of consumer, such as age or income, and the social class (Schiffman & Wisenblit, 2015). The demographic study will shape and change the demand and supply in the tourism destination, which will further change the economic pattern. Therefore, the key factor of demographic characteristics; gender, age, marital status, education level, resident region, occupation, and income are needed to study for targeting individual destinations.

Brand Equity Element Approach

In this study, the researcher focused on the brand equity element. However, it is significant to distinguish between various concepts of "place marketing", "place brands" and "place branding". Firstly, "place marketing" refers to the application of marketing instruments to geographical locations, such as cities, towns, regions, and communities so the place marketing as the coordinated use of marketing tools are supported by a shared customer-oriented philosophy for creating, communicating, delivering and exchanging the value for the city's customers and the city's community at large (Braun, 2008). Secondly, "place brands" are symbolic constructs adding the meaning or value to places, identifying places and "place branding" refers to the development of brands for geographical locations such as regions, cities or communities, usually intending to trigger positive associations and distinguish the place from others so place branding is an element within place marketing that involves influencing people's ideas by forging particular emotional and psychological associations with a place as a marketing tool for place management (Eshuis, Klijn, & Braun, 2014).

Aaker (1991) described the brand equity element is the group or the sum of assets or liabilities, including the positive or negative memories that are associated or linked to the brand and symbol so it is possible to increase or decrease the brand value of products and services from the customer viewpoint, consisting of brand awareness, perceived quality, brand associations, brand loyalty, and other proprietary brand assets. Keller (2013) defined the brand value as "the group of assets, commitments, and values associated with the brand by the unique identity of products or services and the identification of the unique logo and symbol, which are different from other competitors in the market". The vital key is the understanding stage of consumers in the brand differences because brand awareness is different, attractive, and difficult for replacing by other brands. Moreover, brand affiliation makes the superior to its competitors and helps customers for

positively evaluating a brand.

The brand knowledge in terms of the network model in consumer memories can measure the brand value, which consists of two components 1) brand awareness is the strength of various brand databases in consumer memories so the consumers can distinguish or identify the brand under different circumstances and 2) brand image is the consumer's brand perception from various connections in consumer memories so the connection will pass on the brand meaning to consumers and it can be both rational and emotional perception of the brand (Keller, 2013). Moreover, the places and destination are also the forms of products and the marketing operations have been rapidly changing in the global tourism situation. Therefore, this research studied the destination through the Customer-based Brand Equity model (CBBE).

The Customer-based Brand Equity model is an assessment that reflects the marketing performance of organizations, which take the responsibilities for destinations on how the tourist have shown the perceptions, attitudes, learning, and memories and consider the brand value based on many factors, not just the brand image. The product-oriented concept of the brand, which is created by the Destination Management Organization (DMO), will be replaced by the tourist-oriented concept and the brand value for creating strategic marketing activities more effective and competitive (Pike & Bianchi, 2016).

According to the model of CBBE: Customer-based Brand Equity of Pike & Bianchi (2016), the customer-based brand equity elements are the following:

1. Destination Brand Awareness - the recognizing of destination brand and the ability to come in the tourist minds as the first choice has shown stability in terms of good quality and reliability. Therefore, the tourist often selects more than other destination brands.

2. Destination Brand Image - the image of a destination in the tourist perception.

3. Destination Brand Quality - the quality perception of destination and the tourist feelings on perceiving the overall quality or the superior quality to other destinations.

4. Destination Brand Value - the value of the destination brand from the tourist perspective linking to the main brands of the destination.

5. Destination Brand Loyalty - the brand loyalty of destination and tourist adherence reflects the changing of tourist behavior.

As the above, this research conducted the hypothesis testing using the model of CBBE: Customer-based Brand Equity (Pike & Bianchi, 2016), which are all five key factors, creating as a questionnaire for Thai tourists and will be used as a guideline for creating the marketing strategy and brand strategy to enhance image and reputation for the accurate segmentation, target, and position.

Methodology

Research Design

This research employed the quantitative

research approach to collect the data of the Thai tourists on their top of mind awareness towards the famous attractions in Hua Hin and examine the demographic characteristics on the customer-based brand equity of Hua Hin.

Population and Sampling

Due to this research focused on Thai tourist characteristics, 400 Thai tourists were considered as representative of the population by using convenience sampling (Cochran, 1977). The survey data were collected by using the 50% online and the 50% face-to-face survey method of the Thai tourists who visited Hua Hin. Then 400 questionnaires were coded for analysis.

Variables

The independent variable was the demographic characteristics of Thai tourists who visited Hua Hin in the past period. The dependent variable was their perceived on customer-based brand equity toward Hua Hin tourism which are brand awareness, brand image, brand quality, brand value, and brand loyalty.

Research Instrument

The questionnaire was developing used the quantitative method study with four parts in this survey. Part 1 was the nominal and ordinal questions, collecting gender, age, marital status, educational level, resident region, occupation, and personal income per month. Part 2 was the multiple responses question, collecting the top of mind awareness towards Hua Hin attractions. Part 3 was twenty Likert-scale questions, probing about respondents' brand equity, having five key constructs, brand awareness, brand image, brand quality, brand value, and brand loyalty. Finally, Part 4 was the open questions, collecting the comment.

Data Collection

The data collection was conducted from April to September 2019, by using convenience sampling both the on-line and the face-to-face survey method at the popular sightseeing spots in Hua Hin District area which were Hua Hin beach, Hua Hin Railway Station, Hua Hin Night Market, Wat Huay Mongkol, Cicada Market, Bluport Huahin Resort Mall, and Market Village.

Data Analysis

Multiple Regression was analyzed to test hypotheses H1, H2, H3, H4, H5, H6, and H7.

Results

Summary of Descriptive Findings

The overall distribution of the respondents in table 1 shows that majority of the respondents of 400 people were female (61.00 %, n = 244), aged 21-30 years old (45.25%, n = 181), marital status as single (63.00%, n = 252), completed bachelor's degree (59.25%, n = 237), from the central region of Thailand as resident region (28.25%, n = 113), had the occupation as employees (41.50%, n = 166), and average income per month between 10,001-20,000 Baht (31.50%, n = 126).

Table 1 Demographic Characteristics of Thai tourists

Tourist Characteristics		Frequency	Percentage
Gender	Male	156	39.00
	Female	244	61.00
Age	≤ 20 years old	37	9.25
	21-30 years old	181	45.25
	31-40 years old	138	34.50
	41-50 years old	36	9.00
	51-60 years old	5	1.25
	≥ 61 years old	3	0.75
Marital Status	Single	252	63.00
	Married	129	32.25
	Divorced	19	4.75
Educational Level	Below Bachelor's degree	99	24.75
	Bachelor's degree	237	59.25
	Higher than a Bachelor's degree	64	16.00
Resident Region	Bangkok	93	23.25
	Northern region	21	5.25
	Eastern region	23	5.75
	Southern region	51	12.75
	Central region	113	28.25
	Northeastern region	66	16.5
	Western region	33	8.25
Occupation	Government officials	27	6.75
	Employees	166	41.50
	College students	92	23.00
	Housewife/husband	14	3.50
	Self-employed business	75	18.75
	Freelance	22	5.50
	Farmers	2	0.50
	Retirement	2	0.50
Average income per month	≤10,000 ฿	99	24.75
	10,001-20,000 ฿	126	31.50
	20,001-30,000 ฿	55	13.75
	30,001-40,000 ฿	29	7.25
	40,001-50,000 ฿	22	5.50
	≥50,001 ฿	69	17.25

Source: Created by the author using SPSS software

As shown in table 2, it shows that the top of mind awareness on tourist attractions of Thai tourists in Hua Hin, Thailand. There are top 10 tourist attractions, which are very quickly coming to mind as the first choice for Thai tourists as following Hua Hin Beach (9.80%), Hua Hin Railway Station (7.50%), Klai Kangwon Palace (7.50%), Hua Hin Night Market (7.40%), Wat Huay Mongkol (6.70%), Cicada Market (6.40%), Rajabhakti Park (6.20%), Plearn Wan Hua Hin (6.00%), Vana Nava Water Jungle (5.20%) and Wat Khao Takiap (4.40%), respectively.

Table 2 Top of mind awareness of tourist attractions in Hua Hin, Thailand

Tourist Attractions	Frequency	Percentage
Hua Hin Beach	353	9.80
Hua Hin Railway Station	271	7.50
Klai Kangwon Palace	272	7.50
Rajabhakti Park	224	6.20
Wat Huay Mongkol	240	6.70
Wat Khao Takiap	160	4.40
Suan Soan Pradipat	151	4.20
Khao Hin Lek Fai	102	2.80
Hua Hin Night Market	266	7.40
Chatsila Night Market	95	2.60
Cicada Market	229	6.40
Sam Phan Nam Floating Market	95	2.60
Venezia Hua Hin	66	1.80
Fisherman Village	28	0.80
Vana Nava Water Jungle	188	5.20
Black Mountain Water Park	59	1.60
Plearn Wan Hua Hin	215	6.00
Khao Tao Beach	100	2.80
Queens Park 19 Rai	64	1.80
Monsoon Valley Vineyard	52	1.40
Seenspace Hua Hin	99	2.70
Baan Sillapin Hua Hin Art Gallery	21	0.60
Racing Market	7	0.20
Bluport Huahin Resort Mall	86	2.40
Air Space Hua Hin	20	0.60
For Art's Sake	11	0.30
Market Village	129	3.60
Total	**3,603**	**100.00**

Source: Created by the author using SPSS software

Summary of Inferential Findings

This research applied the triangulation concept for comparing the factors from a variety of perspectives and confirming the result validity (Bechara & Van de Ven, 2011) by conducting multiple regression analyses. Multicollinearity testing was used to analyze the reliability and validity of the instrument. Table 2 shows that all variables showed no multi-collinearity because the correlation was less than 0.75 (Davis, 1971). Moreover, the quantitative data of the independent variables in this research is only the nominal and ordinal data, so the analysis of the correlation status of research variables based on Spearman's test.

Table 3 Analysis of correlation status of research variables based on Spearman's test

Variables	Gender	Age	Status	Education	Region	Occupation	Income
Gender	1.000	-0.113*	-0.051	-.005	-0.038	-0.018	-0.120*
Age		1.000	0.538*	0.227*	-0.028	-0.208*	0.567*
Status			1.000	0.061	-0.053	-0.089	0.257*
Education				1.000	-0.052	-0.165*	0.369*
Region					1.000	0.034	-0.094
Occupation						1.000	-0.194*
Income							1.000

Source: Created by the author using SPSS software

As shown in table 3, it shows that the correlation coefficient is between 0.005 and 0.0538 which less than 0.75 (Davis, 1971). It explains that there is no multicollinearity and can proceed to the next step.

The dummy variable of independent variables was created instead of the quality variables. It must change the quality variables to a dummy variable before taking into the multiple regression equation. This research analyzed the multiple regression equation with 2 methods which are the Enter method and Stepwise method.

Method 1: Selecting variables by importing all variables (Enter)

This method selects the variables by adding all independent variables (Enter). It selects the variables that have the correlation coefficient with all the independent variables into the equation. The selection will be made from the seven variables that are gender, age, status, education level, resident region, occupations and income per month, which are the factor that needs to be tested into the equation at once. The results show as follows.

Table 4 Multiple regression analysis of demographic characteristics of Thai tourists and Customer-based Brand Equity by Enter method

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.449	0.204		16.930	0.000		
Male	-0.041	0.064	-0.032	-0.636	0.525	0.950	1.052
Single	0.022	0.152	0.016	0.141	0.888	0.172	5.798
Married	0.112	0.155	0.083	0.721	0.472	0.177	5.636
Below Bachelor's degree	-0.191	0.113	-0.131	-1.696	0.091	0.394	2.535
Bachelor's degree	0.092	0.096	0.071	0.954	0.341	0.417	2.395
Bangkok and metropolitan area	0.203	0.129	0.136	1.571	0.117	0.313	3.190
Northern region	0.203	0.175	0.072	1.161	0.246	0.615	1.627
Eastern region	0.153	0.172	0.057	0.892	0.373	0.583	1.717
Southern region	0.389	0.141	0.206	2.760	**0.006***	0.422	2.369
Central region	0.233	0.125	0.166	1.868	0.063	0.296	3.384
Northeastern region	0.165	0.138	0.097	1.199	0.231	0.358	2.795
Housewife/husband	-0.070	0.176	-0.020	-0.398	0.691	0.892	1.121
Farmers	-0.504	0.450	-0.056	-1.120	0.263	0.928	1.077
51-60 years old	0.145	0.289	0.026	0.504	0.615	0.908	1.102
≤10,000 ฿	0.041	0.114	0.028	0.362	0.718	0.388	2.577
10,001-20,000 ฿	0.297	0.109	0.218	2.724	**0.007***	0.365	2.738
20,001-30,000 ฿	0.138	0.119	0.075	1.157	0.248	0.554	1.806
30,001-40,000 ฿	0.060	0.137	0.025	0.438	0.662	0.738	1.355
40,001-50,000 ฿	-0.005	0.154	-0.002	-0.031	0.975	0.758	1.320

R^2 = 0.110, SEE = 0.61117, F = 2.464, Sig. of F = 0.001[b], Durbin-Watson = 1.777, *Sig.<0.05

Source: Created by author using SPSS software

As shown in table 4, the multiple regression analysis of demographic characteristics of Thai tourists and customer-based brand equity by Enter method shows a significant relationship towards the perceived on customer-based brand equity, which explained 11% (R^2 = 0.110, p<0.05) of the variation and significant score at 0.00. The study found that southern region (Beta = 0.206, p<0.05) and income between 10,001-20,000 baht (Beta = 0.218, p<0.05) are significant to the perceived on customer-based brand equity, p-value are 0.006 and 0.007, respectively. The coefficient model suggested that income per month between 10,001-20,000 baht is accountable for 21.8% of customer-based brand equity and the southern region is accountable for 20.6% of customer-based brand equity, respectively.

Moreover, the result indicates that there is no autocorrelation detected in the sample which is the fundamental terms of the multiple regression analysis (Durbin-Watson = 1.777). Values from 0 to less than 2 indicate positive autocorrelation and values from 2 to 4 indicate negative autocorrelation (Lind, Marchal, & Wathen, 2018).

The finding confirmed that demographic characteristics in terms of the resident region of the southern region and income per month between 10,001-20,000 baht are related to customer-based brand equity. The model regression equation can determine as follows:

Customer-based Brand Equity = 3.449 + 0.389 (southern region) + 0.297 (10,001-20,000 baht)

Furthermore, the collinearity statistics show the measurement of the relationship between independent variables, which are tolerance and variance inflation factor-VIF. This research used the criteria of tolerance > 0.100 and the VIF < 10 (Roni, Merga, & Morris, 2019), which means the independent variables have no autocorrelation detected in the sample. The result shows the tolerance and VIF values of the independent variables between 0.172-0.950 and 1.052-5.798 respectively. The finding indicates the independent variables have no multicollinearity and consistent with the spearman rank correlation statistics as above. Then, the Stepwise test will be analyzed in the next step to confirm the result.

Method 2: Selecting variables by importing the independent variables by step (Stepwise)

The stepwise regression is the method of fitting the regression model in which the independent variables with the highest correlation coefficient with the dependent variables are carried out to the equation by an automatic procedure. The independent variables will be fitting from seven variables, which are gender, age, status, education level, resident regions, occupations, and income per month. All independent variables entered the equation at one time. The results can be shown as follows.

Table 5 Multiple regression analysis of demographic characteristics of Thai tourists and Customer-based Brand Equity by Stepwise method

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.779	0.041		93.105	0.000*		
Income 10,001-20,000 Baht	0.266	0.066	0.196	4.006	**0.000***	0.969	1.032
Below Bachelor's degree	-0.278	0.071	-0.190	-3.937	**0.000***	0.991	1.009
Southern region	0.222	0.092	0.117	2.412	**0.016***	0.972	1.029

R^2 = 0.087, SEE = 0.60642, F = 12.506, Sig. of F = 0.000[b], Durbin-Watson = 1.766, *Sig<0.05

Source: Created by author using SPSS software

As shown in table 5, the multiple regression analysis of demographic characteristics of Thai tourists and customer-based brand equity by Enter method shows a significant relationship towards the perceived on customer-based brand equity, which explained 8.70% (R^2 = 0.087, p<0.05) of the variation and significant score at 0.00. The study found that income between 10,001-20,000 baht (Beta = 0.196, p<0.05), educational level of below Bachelor's degree (Beta = -0.190, p<0.05) and southern region (Beta = 0.117, p<0.05) are significant to the perceived on customer-based brand equity, p-value are 0.000, 0.000 and 0.016, respectively. The coefficient model suggested that income per month between 10,001-20,000 baht is accountable for 19.6% of customer-based brand equity, educational level of below Bachelor's degree is accountable for 19.0% of customer-based brand equity and southern region is accountable for 11.7% of customer-based brand equity, respectively.

Moreover, the result indicates that there is no autocorrelation detected in the sample which is the fundamental terms of the multiple regression analysis (Durbin-Watson = 1.766). Values from 0 to less than 2 indicate positive autocorrelation and values from 2 to 4 indicate negative autocorrelation (Lind, Marchal, & Wathen, 2018).

The finding confirmed that demographic characteristics in terms of income per month between 10,001-20,000 baht, educational level of below Bachelor's degree, and the resident region of the southern region are related to customer-based brand equity. The model regression equation can determine as follows:

Customer-based Brand Equity = 3.779 + 0.266 (10,001-20,000 baht) - 0.278 (below Bachelor's degree) + 0.297 (southern region)

Furthermore, the collinearity statistics show the measurement of the relationship between independent variables, which are tolerance and variance inflation factor-VIF. This research used the criteria of tolerance > 0.100 and the VIF < 10 (Roni, Merga, & Morris, 2019), which means the independent variables have no autocorrelation detected in the sample. The result shows the tolerance and VIF values of the independent variables between 0.969-0.991 and 1.009-1.032 respectively. The finding indicates the independent variables have no multicollinearity and consistent with the spearman rank correlation statistics as above. Therefore, the Stepwise test has confirmed the results.

Summary of verifying of research hypotheses

All of the above, this research used the stepwise analysis to summarize the hypothesis testing because the stepwise method can select most of the variables. As shown in Table 5, the income between 10,001-20,000 baht, the education level of lower than a bachelor's degree, and the resident region of the southern region are related to Customer-based Brand Equity significantly at the level of 0.05. Thus, as shown in Table 6 H_1, H_2, H_3, and H_6 were rejected while H_4, H_5, and H_7 were supported. Therefore, educational level, resident region, and income affect the perceived on customer-

based brand equity and the relationships between these demographic characteristics and customer-based brand equity should not be ignored.

Table 6 Verifying of research hypotheses

Hypotheses	Results
H_1: Gender affects the perceived on Customer-based Brand Equity	Not supported
H_2: Age affects the perceived on Customer-based Brand Equity	Not supported
H_3: Marital status affects the perceived on Customer-based Brand Equity	Not supported
H_4: Educational level affects the perceived on Customer-based Brand Equity	Supported
H_5: Resident region affects the perceived on Customer-based Brand Equity	Supported
H_6: Occupations affect the perceived on Customer-based Brand Equity	Not supported
H_7: Income affects the perceived on Customer-based Brand Equity	Supported

Source: Created by the author

Discussion and Conclusion

In this research, the relationship between demographic characteristics and Customer-based Brand Equity (CBBE) which consists of destination brand awareness, destination brand image, destination brand value, destination brand quality, and destination brand loyalty were examined. Due to the current global economic environment, competition between destinations has been increasing forcing policymakers and all stakeholders to better understand the significance of customer-based brand equity as the key of tourist's satisfaction, moreover, overseeing the factors linked with destination brand equity and addressing destination brand equity in endorsement campaigns (Yousaf & Amin, 2017).

Hua Hin as a leisure beach destination has been well-known for domestic and international tourists with a long history for the past hundred years. Besides, the tourism situation has been changed in both positive and negative impacts based on the global changing phenomena and tourist behavior. However, Customer-based Brand Equity (CBBE) has not been applied to measure the Hua Hin tourism brand from the tourist perspective of visiting the destination. According to the research results, this research conducted with empirical evidence supporting the findings and it can be concluded that gender, age, marital status, and occupation differences have no significant positive relationship with customer-based brand equity as the market segmentation in this competitive market cannot be divided by these characteristics but educational level, resident region, and average income are significant relationship toward customer-based brand equity. Therefore, the destination management organization of Hua Hin needs to focus on the niche target market by considering the educational level, resident region, and average income as the quality tourist for the destination.

On the demographic studies, according to the previous research stated that the relationship between the demographic characteristics as dependent variables gender, age, marital status, education level, employment status, and incomes, involving the destination image formation using several statistical tests indicated some socio-demographic characteristics influence the perception of destination image in the virtual environment. Hence, the destination marketing organization has to pay attention to market segmentation in its marketing strategies (Rafael & Almeida, 2017). Moreover, the previous study of consumer-based brand equity (CBBE) has been considered from services marketing researchers as an alternative to the traditional "net-present-value of future earnings" method of destination brand performance measurement (Pike & Bianchi, 2016).

However, it is argued that the residents are an important target group in place marketing, as the material shows, has not been acknowledged so clearly in the existing literature. It means that place marketing is not only applied to satisfy visitors and outside investors but also residents. Place marketing aims to address the needs and wants of residents, even when decisions about the content of place marketing are mainly taken in coalitions of political executives and companies (Eshuis, Klijn, & Braun, 2014).

Finally, strategic applications for understanding tourist behavior on how the examination and application of tourist behavior are central to the planning, development, and implementation of successful marketing strategies for the destination with the right target and the right capacity and this will reserve the tourism resources with the valuable brand for the next generation.

Limitations and Recommendations

Although this research presents significant theoretical and practical implications, some limitations must be addressed. First, this research was conducted only in Hua Hin municipality areas. Second, this research was only carried out for Thai tourists. Third, the tourist perspective is just the demand side of the tourism industry. Fourth, this research was conducted before the outbreak of coronavirus which did remarkably affect the tourism industry, not just in Hua Hin or in Thailand but all around the world.

This research type can be implemented in other viewpoints of destination modules on tourism such as destination marketing, destination capacity, destination strategy. The demographic characteristics in more detail will accurate the finding of tourist segmentation, targeting, and positioning for the competitive marketing mix in this changing marketing element. The implication of results may be useful for the Hua Hin municipality development plan. Future research should examine the supply side of the tourism supply chain such as the government sector, business sector, and community by in-depth interviewing. The viewpoints of supply will receive the data of their capacity and the way to match their development plan of tourism products and services in their areas.

References

Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of Brand Name.* New York: Free Press.

Bechara , J. & Van de Ven, A. H. (2011). Triangulating Philosophies of Science to Understand Complex Organizational and Managerial Problems. In A. H. Van de Ven, T. Haridimos, & C. Robert (Eds.), *Philosophy and Organization Theory* (pp. 343-364). Emerald Group Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/S0733-558X(2011)0000032014

Braun, E. (2008). City Marketing: Towards an Integrated Approach. Erasmus University Rotterdam, Erasmus Research Institute of Management. Retrieved January 10, 2020, from http://hdl.handle.net/1765/13694

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques.* New York: John Wiley and Sons.

Davis, J. A. (1971). *Elementary Survey Analysis.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Engel, J. (2006). *Consumer Behavior.* Mason, OH: Thomson Higher Education.

Eshuis, J., Klijn, E., & Braun, E. (2014). Place Marketing and Citizen Participation: Branding as Strategy to Address the Emotional Dimension of Policy Making? *International Review of Administrative Sciences, 80*(1), 151-171. https://doi.org/10.1177/0020852313513872

Hua Hin Municipality. (2017). *Three Years Development Plan (2017-2019).* Hua Hin: Hua Hin Municipality Development Plan Committee.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity.* Global Edition: Pearson.

Khamsamran, M. & Vanichkul, N. (2016). Factors Influencing Travel Decision-Making of Muslims in Bangkok Area. *Al-hikman Journal of Fatoni University*, *6*(12) 79-91.

Konigsberg, L. W. & Frankenberg, S. R. (2013). Demography. In E. A. DiGangi & M. K. Moore, *Research Methods in Human Skeletal Biology* (p. 293). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-385189-5.01001-3

Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2018). *Statistical Techniques in Business & Economics* (17th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Maesincee, S. (2013). *The World is Changing, Thailand Needs to Adapt.* Bangkok: BangkokBiz.

National Tourism Policy Committee. (2017). *Tourism Development Plan No. 2 (2017-2021).* Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.

Pike, S. & Bianchi, C. (2016). Destination Brand Equity for Australia: Testing a Model of CBBE in Short Haul and Long Haul Markets. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 40*(1), 114-134. https://doi.org/10.1177/1096348013491604

Rafael, C. & Almeida, A. (2017, September). Socio-demographic Tourist Profile and Destination Image in Online Environment. *Journal of Advanced Management Science, 5*(5), 373-379.

Roni, S. M., Merga, M. K., & Morris, J. E. (2019). *Conducting Quantitative Research in Education.* Perth, Australia: Springer Singapore.

Saisud, R. (2019). An Empirical Study of Demographic Characteristics Toward Hua Hin Destination Brand Equity, Thailand. In *The 14th National and International Sripatum University Conference (SPUCON2019): Research and Innovations for Thailand 4.0* (pp. 169-178). Bangkok: Sripatum University.

Schiffman, L. & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11st ed.). Boston: Pearson.

Yousaf, A. & Amin, I. (2017). Can Customer Based Brand Equity Help Destinations to Stay in Race? An Empirical Study of Kashmir Valley. *Tourism and Hospitality Management, 23*(2), 251-266.

Name and Surname: Revita Saisud
Highest Education: Master of Commerce (Hospitality and Tourism Management), Macquarie University, NSW, Australia
Affiliation: University of Phayao
Field of Expertise: Tourism and Hotel Management

Name and Surname: Chawalee Na Thalang
Highest Education: Master of Arts, Chulalongkorn University
Affiliation: University of Phayao
Field of Expertise: Tourism and Hotel Management

Name and Surname: Seri Wongmontha
Highest Education: Ph.D. (Journalism), Southern Illinois University at Carbondale, U.S.A.
Affiliation: University of Phayao
Field of Expertise: Tourism and Hotel Management

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหาร ในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF SERVICE QUALITY FOR RESTAURANTS IN PANDEMIC CONDITIONS

ฐิตารีย์ ศิริมงคล
Thitaree Sirimongkol
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Faculty of Business Administration, Northeastern University

Received: October 8, 2020 / Revised: January 15, 2021 / Accepted: January 19, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Questionnaire) กับผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น จำนวนทั้งสิ้น 214 คน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านความเอาใจใส่ความมั่นใจ และการตอบสนอง องค์ประกอบที่ 2 ด้านความเชื่อถือได้ องค์ประกอบที่ 3 ด้านสุขอนามัย องค์ประกอบที่ 4 ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 2.927 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2 ค่า P-value มีค่าเท่ากับ .231 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.463 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .993 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .965 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ .997 ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .047 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .009

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน คุณภาพการบริการ ร้านอาหาร โรคระบาดใหญ่

Abstract

The objective of this research was to conduct a confirmatory factor analysis of service quality of restaurants in pandemic conditions. This research was a quantitative research. The researcher used a structured questionnaire to collect quantitative data from 214

Corresponding Author
E-mail: thitaree.dur@neu.ac.th

consumers in Khon Kaen province, who were obtained by convenience sampling. The frequency, percentage, exploratory factor analysis, and confirmatory factor analysis were used to analyze quantitative data. The research findings revealed that service quality of restaurants in pandemic conditions was composed of 4 components, i.e. the first component: attention, confidence, and responsiveness; the second component: reliability; the third component: hygiene; and the fourth component: tangible factor. The model had goodness-of-fit with the empirical data which the value of χ^2 = 2.927, df = 2, P-value = .231, χ^2/df = 1.463, GFI = .993, AGFI = .965, CFI = .997, RMSEA = .047 and RMR = .009.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis, Service Quality, Restaurant, Pandemic Condition

บทนำ

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของผู้บริโภคในทุกภาคส่วนและเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิต ผู้บริโภคหลายรายปรุงอาหารด้วยตนเอง ผู้บริโภคหลายรายมีความจำเป็นต้องพึ่งพาร้านอาหาร เนื่องด้วยปัจจัยหลายประการ อาทิ ไม่มีพื้นที่สำหรับปรุงอาหาร ไม่สะดวกต่อการจัดหาวัตถุดิบ ไม่มีเวลาปรุงอาหาร หรือต้องการปรับเปลี่ยนรายการอาหารหรือรสชาติอาหาร เป็นต้น รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคหลายรายที่ใช้บริการร้านอาหารเป็นพื้นที่นัดพบ การสังสรรค์ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง หรือเพื่อนร่วมงาน และการสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ (Ha & Fang, 2012: 204) ประกอบกับผู้บริโภคชาวไทยนิยมซื้ออาหารรับประทานมากกว่าการจัดเตรียมอาหารด้วยตนเอง ส่งผลให้มีร้านอาหารท้องถิ่นจำนวนมากในประเทศไทย (Burusnukul, Binkley, & Sukalakamala, 2011: 967) อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์การระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารลดลงถึงร้อยละ 56.5 (Suwannatat, 2020)

หลังจากหน่วยงานภาครัฐในหลายจังหวัด รวมทั้งจังหวัดขอนแก่นได้ประกาศให้ประชาชน งดเว้นการรับประทานอาหารในร้านอาหารเพื่อลดโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัส COVID-19 (Jungtrakul, 2020) ส่งผลให้ร้านอาหารต่างๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การให้บริการแก่ลูกค้า อันเนื่องมาจากข้อห้ามนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร (Yu et al., 2020: 446) ซึ่งจากเดิมที่เน้นการรับประทานอาหารในร้านมาเป็นการให้บริการแบบสั่งอาหารกลับ (Take Away) ทั้งจากการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์หรือการสั่งอาหารที่ร้านแล้วรอรับกลับของลูกค้า เพื่อรักษาธุรกิจร้านอาหารไว้ อย่างไรก็ตามในสถานการณ์ที่มีโรคระบาดส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความปลอดภัยต่อการเลือกรับประทานอาหารจากร้านอาหารต่างๆ มากขึ้น ประกอบกับจังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษา หน่วยงานเอกชน รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานราชการของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากที่มาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น หากทำการศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ โดยมีกลุ่มประชากรคือ ผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ที่เกิดขึ้น และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดอื่นๆ ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้สำหรับการดำเนินการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

คุณภาพการบริการ

ในปี ค.ศ. 1985 Parasuraman, Zeithaml, & Berry ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 10 ด้าน ดังนี้ คือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) สมรรถนะ (Competency) การเข้าถึง (Access) ความสุภาพ (Courtesy) การสื่อสาร (Communication) ความไว้วางใจ (Credibility) ความปลอดภัย (Security) ความเข้าใจ/ความรู้ (Understanding/Knowing) และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ภายหลัง Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988: 23) ได้ปรับลดด้านต่างๆ ของคุณภาพการบริการลงเหลือเพียง 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy) และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการดังกล่าวได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการต่างๆ มากมาย อาทิ ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร และสายการบินต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้มีนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามของคุณภาพการบริการไว้หลากหลายคำนิยาม โดย Lewis & Bernard (1983 Cited in Parasuraman et al., 1985: 42) ระบุว่าคุณภาพการบริการ คือ สิ่งที่ได้รับจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการที่ลูกค้าได้รับ Bitner & Hubbert (1994 Cited in Prakash & Mohanty, 2012: 3) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ ความประทับใจของลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ที่เหนือกว่า/ด้อยกว่าของผู้ให้บริการและการบริการของผู้ให้บริการ ต่อมา Durongdumrongchai, Nitiwattana, & Thongkam (2019: 110) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ คือ สิ่งที่ธุรกิจส่งมอบให้แก่ลูกค้าในแง่มุมของการให้การบริการ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามของคุณภาพการบริการไว้ดังนี้ คือ สิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจากการให้บริการของร้านค้ากับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ ประกอบด้วย สิ่งที่จับต้องได้ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ ตามมาตรวัด SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988: 23) แต่ได้มีการปรับคุณลักษณะต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ร้านอาหาร

ในปี ค.ศ. 2017 Business Information Division ได้ให้คำนิยามของคำว่าร้านอาหาร คือ สถานที่ให้บริการจัดหาอาหารและเครื่องดื่มไว้พร้อมบริโภค จะมีหรือไม่มีที่นั่งก็ตาม จะเป็นแบบนั่งโต๊ะ หรือบริการตนเอง หรือจะบริโภคในร้าน นำกลับ หรือมีบริการจัดส่งที่บ้าน ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามของคำว่าร้านอาหาร คือ สถานที่ให้บริการจัดหาอาหารและเครื่องดื่มไว้พร้อมบริโภคที่มีที่นั่งให้ผู้บริโภคบริโภคอาหารในร้าน

โรคระบาดใหญ่

โรคระบาดใหญ่ หมายถึง การแพร่ระบาดของโรคไปทั่วโลก อาทิ การระบาดของไข้หวัดใหญ่ (Spanish Flu) ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 และเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลก 218 ประเทศ (Worldometer, 2020)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการจากร้านอาหารในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน

ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 214 ตัวอย่าง โดยใช้หลักการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Thompson (2004, Cited in Siddiqui, 2013: 286) ที่ระบุว่าขนาดตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 200 ตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบและมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามทางออนไลน์ เพื่อลดการสัมผัสกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นแบบชนิดตอบเองประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่เป็นคำถามแบบปิด แบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบบสอบถามดังกล่าวผ่านประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.934 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และนำไปหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยมีค่าแอลฟารวมทั้งชุดจากจำนวนคำถามทั้งหมด 20 ข้อ เท่ากับ .966 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ดีเยี่ยม (George & Mallery, 2003: 231)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยการหาค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดยวิเคราะห์จากเมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ สกัดตัวประกอบเพื่อค้นหาจำนวนองค์ประกอบที่มีความสามารถเพียงพอต่อการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ โดยเลือกใช้วิธีวิเคราะห์ Factor Analysis และกำหนดจำนวนองค์ประกอบ โดยเลือกองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigen Value) มากกว่า 1 แล้วหมุนตัวประกอบออโธกอนอล (Orthogonal) โดยวิธีแวริแมกซ์ (Varimax) คัดเลือกตัวแปรจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดยใช้เกณฑ์น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .30 ขึ้นไปซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ (Hair et al., 1998: 111) ถ้าตัวแปรใดไม่ถึงเกณฑ์จะถูกตัดออก

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 15-30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่

ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

	ค่าสถิติ	df	Sig.
KMO-Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.919		
Bartlett's Test of Sphericity	2076.556	190	.000

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้ค่า KMO .919 ซึ่งมากกว่า .50 และได้ค่า Bartlett's Test of Sphericity 2076.556, df = 190, Sig = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ดังนั้นสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Factor Analysis แสดงผลของ Rotation Sums of Squared Loadings

องค์ประกอบ	Total Variance Explained					
	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.394	41.968	41.968	4.483	22.416	22.416
2	1.539	7.693	49.661	3.302	16.508	38.924
3	1.386	6.932	56.593	2.733	13.667	52.591
4	1.077	5.384	61.977	1.877	9.385	61.977

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Factor Analysis แสดงผลของ Rotation Sums of Squared Loadings พบว่า เมื่อพิจารณาค่าไอเกน (Eigen Value) ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 1 มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 61.977 ของความแปรปรวนทั้งหมด ภายหลังจากการหมุนแกนแล้วพบว่า องค์ประกอบที่ 1 ลดความสำคัญลง มีค่าความแปรปรวนลดลงจากร้อยละ 41.968 เหลือร้อยละ 22.416 ส่วนองค์ประกอบที่ 2, 3 และ 4 เมื่อหมุนแกนแล้วจะมีค่าความแปรปรวนเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการหมุนแกนผู้วิจัยจึงทำการสกัดองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ที่หมุนแกนแบบออโธโกนอลโดยวิธีแวริแมกซ์

ตัวแปร	องค์ประกอบ			
	1	2	3	4
(20) พนักงานของร้านอาหารเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	.797			
(19) พนักงานของร้านอาหารให้การดูแลลูกค้าตามความเหมาะสม	.711			
(18) พนักงานของร้านอาหารให้ความใส่ใจแก่ลูกค้าทุกคน	.679			
(17) หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหาร ลูกค้าจะได้รับคำตอบจากพนักงานของร้านอาหารอย่างชัดเจน	.669			
(12) พนักงานของร้านอาหารพร้อมให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าร้องขอ	.649			
(13) พ่อครัว/แม่ครัว พร้อมปรับเปลี่ยนรายการอาหารตามที่ลูกค้าร้องขอ	.608			
(15) อาหารมีรสชาติอร่อยคงที่	.607			

ตารางที่ 3 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ที่หมุนแกนแบบออโธโกนอลโดยวิธีแวริแมกซ์ (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ			
	1	2	3	4
(16) อาหารของร้านอาหารแห่งนี้เป็นอาหารที่สะอาดและปลอดภัย	.574			
(14) พนักงานของร้านอาหารส่งมอบอาหารให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนดไว้	.554			
(8) พนักงานของร้านอาหารส่งมอบอาหารตรงตามรายการอาหารที่ลูกค้าสั่ง		.781		
(7) พนักงานของร้านอาหารแจ้งค่าอาหารและค่าบริการอื่นๆ อย่างถูกต้องชัดเจน		.708		
(9) ร้านอาหารเปิดให้บริการตามวันและเวลาที่ระบุไว้		.682		
(10) พนักงานของร้านอาหารพร้อมเสิร์ฟอาหารทุกรายการในเมนูอาหาร		.552		
(4) ร้านอาหารมีเจลทำความสะอาดมือไว้ให้บริการแก่ลูกค้า			.755	
(5) ร้านอาหารมีความสะอาดถูกหลักอนามัย			.736	
(3) ร้านอาหารจัดที่นั่งให้ลูกค้ารอรับอาหารโดยมีระยะห่างของที่นั่งที่เหมาะสม			.685	
(6) พนักงานของร้านอาหารรับรายการอาหารอย่างถูกต้อง			.617	
(1) ร้านอาหารมีรายการอาหาร/เมนูอาหารแสดงให้ลูกค้า หรือมี QR Code รายการอาหารเพื่อลดการสัมผัสเมนูอาหาร				.826
(2) ร้านอาหารมีการจัดตกแต่งอาหารที่น่ารับประทาน				.736
(11) พนักงานของร้านอาหารพร้อมรับรายการอาหารจากลูกค้าตลอดเวลา				.396

จากตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละตัวแปรภายหลังการหมุนแกนแบบออโธกอนอลโดยวิธีแวริแมกซ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบว่าตัวแปรแต่ละตัวควรอยู่ในองค์ประกอบใด ใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบตามเกณฑ์คือ เลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า .30 เลือกรายแถวและรายคอลัมน์แล้ว จึงพิจารณาเป็นองค์ประกอบ โดยจะเลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดบนองค์ประกอบนั้น ถ้าตัวแปรใดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใกล้เคียงกันหลายค่ามากกว่า 1 องค์ประกอบ (Jamornman, 1980) ตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ มีดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 9 ตัวแปร คือ ตัวแปรที่ 20 (หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหาร ลูกค้าจะได้รับคำตอบจากพนักงานของร้านอาหารอย่างชัดเจน) ตัวแปรที่ 19 (พนักงานของร้านอาหารให้การดูแลลูกค้าตามความเหมาะสม) ตัวแปรที่ 18 (พนักงานของร้านอาหารให้ความใส่ใจแก่ลูกค้าทุกคน) ตัวแปรที่ 17 (หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหาร ลูกค้าจะได้รับคำตอบจากพนักงานของร้านอาหารอย่างชัดเจน) ตัวแปรที่ 12 (พนักงานของร้านอาหารพร้อมให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าร้องขอ) ตัวแปรที่ 13 (พ่อครัว/แม่ครัวพร้อมปรับเปลี่ยนรายการอาหารตามที่ลูกค้าร้องขอ) ตัวแปรที่ 15 (อาหารมีรสชาติอร่อยคงที่) ตัวแปรที่ 16 (อาหารของร้านอาหารแห่งนี้เป็นอาหารที่สะอาดและปลอดภัย) และตัวแปรที่ 14 (พนักงานของร้านอาหารส่งมอบอาหารให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนดไว้)

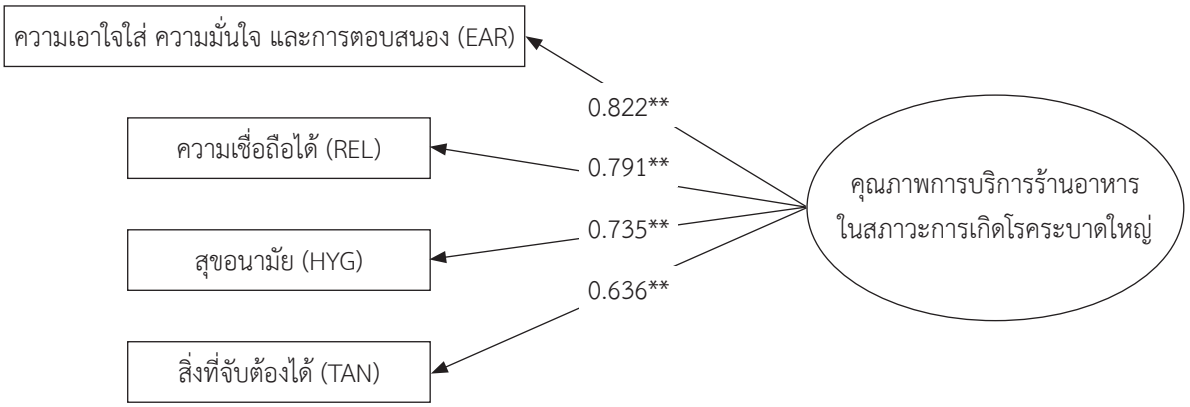
องค์ประกอบที่ 2 มี 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรที่ 8 (พนักงานของร้านอาหารส่งมอบอาหารตรงตามรายการอาหารที่ลูกค้าสั่ง) ตัวแปรที่ 7 (พนักงานของร้านอาหารแจ้งค่าอาหารและค่าบริการอื่นๆ อย่างถูกต้องชัดเจน) ตัวแปรที่ 9 (ร้านอาหารเปิดให้บริการตามวันและเวลาที่ระบุไว้) และตัวแปรที่ 10 (พนักงานของร้านอาหารพร้อมเสิร์ฟอาหารทุกรายการในเมนูอาหาร)

องค์ประกอบที่ 3 มี 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรที่ 4 (ร้านอาหารมีเจลทำความสะอาดมือไว้ให้บริการแก่ลูกค้า) ตัวแปรที่ 5 (ร้านอาหารมีความสะอาด

ถูกหลักอนามัย) ตัวแปรที่ 3 (ร้านอาหารจัดที่นั่งให้ลูกค้ารอรับอาหารโดยมีระยะห่างของที่นั่งที่เหมาะสม) และ ตัวแปรที่ 6 (พนักงานของร้านอาหารรับรายการอาหารอย่างถูกต้อง)

องค์ประกอบที่ 4 มี 3 ตัวแปร คือ ตัวแปรที่ 1 (ร้านอาหารมีรายการอาหาร/เมนูอาหารแสดงให้ลูกค้าหรือมี QR Code รายการอาหารเพื่อลดการสัมผัสเมนูอาหาร) ตัวแปรที่ 2 (ร้านอาหารมีการจัดตกแต่งอาหารที่น่ารับประทาน) และตัวแปรที่ 11 (พนักงานของร้านอาหารพร้อมรับรายการอาหารจากลูกค้าตลอดเวลา)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่



Chi-square = 2.927, df = 2, P-value = .231, CMIN/DF = 1.463, GFI = .993, AGFI = .965, CFI = .997, RMSEA = .047 and RMR = .009

ภาพที่ 1 องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่

จากภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของโมเดลการรับรู้คุณภาพการบริการ เมื่อนำมาพิจารณาความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวมจากค่าสถิติต่างๆ ที่ได้จากการคำนวณพบว่า การทดสอบไคว์สแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P = 0.231; ≥ 0.05) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 และ 0.95 พบว่า ดัชนีทุกตัว ได้แก่ GFI = 0.993, AGFI = 0.965, CFI = 0.997 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 พบว่า RMSEA = 0.047 และดัชนีที่กำหนดไว้ให้มีค่าเข้าใกล้ 0 พบว่า RMR = 0.009 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ดัชนี CMIN/DF มีค่าเท่ากับ 1.463 ซึ่งมีค่า ≤ 2 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ตามที่ปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ดัชนีตรวจสอบความตรงของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์และการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องของโมเดล

สถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ผลการพิจารณา
P-value	.05 < p ≤ 1.00 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 52)	0.231	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥0.90 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 52)	0.993	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥0.90 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 43)	0.965	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥0.95 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 42)	0.997	ผ่านเกณฑ์
RMR	เข้าใกล้ 0 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 38)	0.009	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤0.08 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 52)	0.047	ผ่านเกณฑ์
CMIN/DF	≤2 (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003: 52)	1.463	ผ่านเกณฑ์

เมื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการรับรู้คุณภาพการบริการพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 4 มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดความเอาใจใส่ ความมั่นใจ และการตอบสนอง (EAR) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor Loading = 0.822) มีความผันแปรร่วมกันกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ร้อยละ 67.5 ประกอบด้วยรายการดังนี้ หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหาร ลูกค้าจะได้รับคำตอบจากพนักงานของร้านอาหารอย่างชัดเจน พนักงานของร้านอาหารให้การดูแลลูกค้าตามความเหมาะสม พนักงานของร้านอาหารให้ความใส่ใจแก่ลูกค้า ทุกคน หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับอาหาร ลูกค้าจะได้รับคำตอบจากพนักงานของร้านอาหารอย่างชัดเจน พนักงานของร้านอาหารพร้อมให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าร้องขอ พ่อครัว/แม่ครัว พร้อมปรับเปลี่ยนรายการอาหารตามที่ลูกค้าร้องขอ อาหารมีรสชาติอร่อยคงที่ อาหารของร้านอาหารแห่งนี้เป็นอาหารที่สะอาดและปลอดภัย และพนักงานของร้านอาหารส่งมอบอาหารให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนดไว้ รองลงมาได้แก่ ตัวชี้วัดความเชื่อถือได้ (REL) (Factor Loading = 0.791) มีความผันแปรร่วมกันกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ร้อยละ 62.6 ประกอบด้วยรายการดังนี้ พนักงานของร้านอาหารส่งมอบอาหารตรงตามรายการอาหารที่ลูกค้าสั่ง พนักงานของร้านอาหารแจ้งค่าอาหารและค่าบริการอื่นๆ อย่างถูกต้องชัดเจน ร้านอาหารเปิดให้บริการตามวันและเวลาที่ระบุไว้ และพนักงานของร้านอาหารพร้อมเสิร์ฟอาหารทุกรายการในเมนูอาหาร ตัวชี้วัดสุขอนามัย (HYG) (Factor Loading = 0.735) มีความผันแปรร่วมกันกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ร้อยละ 54.0 ประกอบด้วยรายการดังนี้ ร้านอาหารมีเจลทำความสะอาดมือไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ร้านอาหารมีความสะอาดถูกหลักอนามัย ร้านอาหารจัดที่นั่งให้ลูกค้ารอรับอาหารโดยมีระยะห่างของที่นั่งที่เหมาะสม และพนักงานของร้านอาหารรับรายการอาหารอย่างถูกต้อง และตัวชี้วัดสิ่งที่จับต้องได้ (TAN) (Factor Loading = 0.636) มีความผันแปรร่วมกันกับการ

รับรู้คุณภาพการบริการ ร้อยละ 40.5 ประกอบด้วยรายการดังนี้ ร้านอาหารมีรายการอาหาร/เมนูอาหารแสดงให้ลูกค้า หรือมี QR Code รายการอาหารเพื่อลดการสัมผัสเมนูอาหาร ร้านอาหารมีการจัดตกแต่งอาหารที่น่ารับประทาน และพนักงานของร้านอาหารพร้อมรับรายการอาหารจากลูกค้าตลอดเวลาตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการบริการ

การรับรู้คุณภาพการบริการ	Factor Loading			R^2
	b	S.E.	Beta	
ความเอาใจใส่ ความมั่นใจ และการตอบสนอง (EAR)	1.081	0.120	0.822	0.675
ความเชื่อถือได้ (REL)	1.081	0.123	0.791	0.626
สุขอนามัย (HYG)	1.245	0.144	0.735	0.540
สิ่งที่จับต้องได้ (TAN)	1.000		0.636	0.405

*p<0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สอดคล้องกับข้อมูลประชากรของจังหวัดขอนแก่นที่ระบุว่าประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดขอนแก่นเป็นเพศหญิง (Planning and Budget Division, Khon Kaen Province Administration Organization, 2020)

ส่งผลให้มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15-30 ปี เนื่องด้วยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สอดคล้องบางส่วนกับที่ Electronic Transactions Development Agency (2020) ระบุว่า กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 19-38 ปี ส่งผลให้กลุ่มประชากรเหล่านี้เข้าถึงแบบสอบออนไลน์มากกว่ากลุ่มประชากรอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากคนไทยสามารถเข้าถึงการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากขึ้น (Posttoday Domestic News Team, 2015) ทำให้ผู้ตอบส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท สูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของจังหวัดขอนแก่น คือ 9,337 บาท (Bank of Thailand, n.d.) แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการใช้บริการร้านอาหาร

องค์ประกอบคุณภาพการบริการมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วย ดังนี้คือ 1) ด้านความเอาใจใส่ ความมั่นใจ และการตอบสนอง (Empathy-Assurance-Responsiveness) 2) ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) 3) ด้านสุขอนามัย (Hygiene) 4) ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) สอดคล้องกับผลการวิจัยบางส่วนของ Ramseook-Munhurrun (2012: 9) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านอาหารในมอริเชียส (Mauritius) มีทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) คุณภาพและความเชื่อถือได้ของอาหาร (Food Quality-Reliability) และการตอบสนอง ความมั่นใจและความเอาใจใส่ (Responsiveness-Assurance-Empathy) และสอดคล้องกับผลการวิจัยบางส่วนของ Giritlioglu, Jones, & Avcikurt (2014: 191) ที่ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการของอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมสปาในตุรกีพบว่า มีทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ความมั่นใจและความรู้ของพนักงาน (Assurance and Employee Knowledge) อาหารเพื่อสุขภาพและการตกแต่งอาหาร (Healthy and Attractive Food) ความเอาใจใส่ (Empathy) สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) การตอบสนองสำหรับการส่งมอบการบริการ

(Responsiveness of Service Delivery) และความเชื่อถือได้ (Reliability) อีกทั้งสอดคล้องกับผลการวิจัยบางส่วนของ Kukanja, Planinc, & Jakulin (2020: 245) ที่พบว่า คุณภาพการบริการของร้านอาหารในทัศนะของผู้จัดการร้านอาหาร ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่มีความแตกต่างจาก SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988: 23) ซึ่งเป็นต้นแบบขององค์ประกอบคุณภาพการบริการที่นักวิจัยจำนวนมากนำไปประยุกต์ใช้ กล่าวคือ ผลการวิจัยมีการรวบรวมองค์ประกอบด้านความเอาใจใส่ ความมั่นใจ และการตอบสนองเข้าเป็นหนึ่งองค์ประกอบและมีองค์ประกอบด้านสุขอนามัยเพิ่มเติม อันเนื่องมาจากในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ ผู้บริโภคจะตระหนักถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยจากการรับประทานอาหารมากกว่าในสถานการณ์ปกติ ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวทำให้สามารถสรุปได้ว่าร้านอาหารจะมีองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้ง สภาวการณ์ต่างๆ รวมทั้งความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ และในกรณีของคุณภาพการบริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ ผู้บริโภคจะมุ่งเน้นความสำคัญไปที่คุณภาพการบริการในด้านความเอาใจใส่ ความมั่นใจและการตอบสนอง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด อันเนื่องมาจากร้านอาหารเป็นธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคมีความต้องการให้พนักงานของร้านให้บริการด้วยความเอาใจใส่ พร้อมกับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตามที่ผู้บริโภคต้องการ อีกทั้งในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ ผู้บริโภคต้องการความมั่นใจในการใช้บริการจากร้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็นด้านรสชาติอาหารที่คงความอร่อยดั่งเดิม ความปลอดภัยของอาหาร หรือการส่งมอบอาหารตามเวลาที่ระบุไว้ ประกอบกับการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินส่งผลให้ผู้บริโภคเร่งรีบที่จะทำกิจกรรมนอกบ้านต่างๆ ในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านความเชื่อถือได้จากการใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักรองลงมาจากด้านความเอาใจใส่ ความมั่นใจและการตอบสนอง ไม่ว่าจะเป็นการเปิดให้บริการตามวันและเวลาที่แจ้งไว้หรือการส่งมอบอาหารตามคำสั่งซื้อ อีกทั้งผู้บริโภคยังให้ความใส่ใจในด้านสุขอนามัย ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักรองลงมาจากด้านความเชื่อถือได้ ซึ่งองค์ประกอบด้านสุขอนามัยเป็นส่วนสำคัญสำหรับการเลือกร้านอาหารของผู้บริโภค (Schroeder, 1985 Cited in Cha, Park, & Wang, 2019: 169) รวมทั้ง Barber & Scarcelli (2010) ได้กล่าวว่า สุขอนามัยเป็นเกณฑ์สำคัญประการหนึ่งในปัจจัยด้านความสะอาดและสุขอนามัยอาจนำไปสู่การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการได้ อีกทั้งในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความใส่ใจในสุขภาพของตนเองมากกว่าในสถานการณ์ปกติจึงใส่ใจด้านสุขอนามัยของร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้บริโภคยังคงให้ความใส่ใจกับสิ่งที่จับต้องได้ที่ร้านอาหารมีให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักน้อยที่สุด อาทิ เมนูอาหารที่ติดตามผนังร้าน หรือ QR Code รายการอาหารเพื่อลดการสัมผัสเมนูอาหารแบบเดิม เป็นต้น รวมทั้งการจัดตกแต่งอาหารซึ่งถือเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญให้ผู้บริโภคต้องการรับประทานอาหารซึ่งเป็นหัวใจหลักของร้านอาหารไม่ว่าจะอยู่ในสภาวการณ์ใดก็ตาม

สรุปผล

องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการของร้านอาหารในสภาวะการเกิดโรคระบาดใหญ่ มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความเอาใจใส่ ความมั่นใจ และการตอบสนอง 2) ด้านความเชื่อถือได้ 3) ด้านสุขอนามัย 4) ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารดังต่อไปนี้

1. ร้านอาหารควรฝึกอบรมพนักงานของร้านอาหารทุกคนไม่ว่าจะเป็นพ่อครัว/แม่ครัว พนักงานรับคำสั่งซื้อ ให้มีความพร้อมต่อการดูแลเอาใจใส่และการตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคล ในขณะเดียวกันร้านอาหารจะต้องคงมาตรฐานการผลิตอาหารพร้อมรับประทานให้มีรสชาติคงเดิมและมีความปลอดภัยต่อการบริโภค

2. ร้านอาหารควรรักษาความเชื่อถือได้ให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค อาทิ การเปิดให้บริการตามวันเวลาที่ระบุไว้ การส่งมอบอาหารที่ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และการแจ้งค่าอาหารและค่าบริการต่างๆ ให้ถูกต้อง เป็นต้น เพื่อลดการเสียเวลาของลูกค้าที่ต้องกลับมาที่ร้านอาหารอีกครั้ง หากเกิดข้อผิดพลาดต่อการส่งมอบอาหาร หรือการแจ้งค่าอาหารคลาดเคลื่อน เป็นต้น

3. ร้านอาหารควรหมั่นดูแลรักษาความสะอาดของร้านอย่างสม่ำเสมอ อาทิ การฉีดพ่นแอลกอฮอล์ในพื้นที่นั่งรอรับอาหารของลูกค้า หรือการใช้น้ำยาทำความสะอาดบริเวณพื้นที่นั่งรอรับอาหารของลูกค้า หรือการจัดเจลแอลกอฮอล์ล้างมือไว้คอยบริการแก่ลูกค้า เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในด้านสุขอนามัย

4. ร้านอาหารควรปรับเปลี่ยนรายการอาหารจากรายการอาหารเป็นเล่มหรือเป็นแผ่นกระดาษมาเป็นการติดรายการอาหารบนผนังร้าน หรือการจัดทำ QR Code รายการอาหารเป็นลดการสัมผัสรายการอาหารของลูกค้า รวมทั้งรับชำระเงินผ่าน QR Code เพื่อลดการสัมผัส ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรค

5. ร้านอาหารควรคงความอร่อยของรสชาติอาหาร รวมทั้งการจัดตกแต่งอาหารให้น่ารับประทาน และสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความสะอาดปลอดภัยของอาหารที่ได้รับการปรุงจาก พ่อครัว/แม่ครัวของร้าน เช่น การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ว่าร้านอาหารมีจุดคัดกรองโดยการตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานก่อนเข้าร้านอาหารทุกคน หรือการสวมหน้ากากอนามัยของพนักงานของร้านอาหารทุกคน เป็นต้น

References

Bank of Thailand. (n.d.). *Northeast Economic Structure*. Retrieved November 25, 2020, from https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/EconomicReport/Pages/Eco_Press_Report_Structure.aspx# [in Thai]

Barber, N. & Scarcelli, J. M. (2010). Enhancing the Assessment of Tangible Service Quality through the Creation of a Cleanliness Measurement Scale. *Managing Service Quality, 20*(1), 70-88. https://doi.org/10.1108/09604521011011630

Burusnukul, P, Binkley, M., & Sukalakamala, P. (2011). Understanding Tourists' Patronage of Thailand Foodservice Establishments. *British Food Journal, 113*(8), 965-981. https://doi.org/10.1108/00070701111153733

Business Information Division, Department of Business Development. (2017). *Restaurant Business/ Restaurant*. Retrieved April 1, 2020, from https://www.dbd.go.th/download /document_file/Statisic/2560/T26/T26_201703.pdf [in Thai]

Cha, S. S., Park, C., & Wang, X. (2019). A Cross-National Study on Restaurant Attributes between Korea and China. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 13*(2), 167-182. https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2018-0076

Durongdumrongchai, T., Nitiwattana, C., & Thongkam, M. (2019). Service Quality Influencing on Loyalty in Context of Fitness Center: A Conceptual Model and Propositions. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, *13*(3), 108-119. [in Thai]

Electronic Transactions Development Agency. (2020). *ETDA Revealed Thai People Use the Internet Increased by an Average of 10 Hours and 22 Minutes in 2019, Generation Y is the Champion for Five Years in a Row.* Retrieved November 25, 2020, from https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ [in Thai]

George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 11.0 Update* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

Giritlioglu, I., Jones, E., & Avcikurt, C. (2014). Measuring Food and Beverage Service Quality in Spa Hotels: A Case Study in Balıkesir, Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *26*(2), 183-204. https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2012-0049

Ha, F. & Fang, S. C. (2012). The Effects of Dining Atmospherics on Behavioral Intentions through Quality Perception. *Journal of Services Marketing, 26*(3), 204-215. https://doi.org/10.1108/08876041211224004

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). London: Prentice Hall International.

Jamornman, U. (1980). *Factor Analysis*. Bangkok: Department of Educational Research, Faculty of Education, Chulalongkorn University. [in Thai]

Jungtrakul, S. (2020). *Announcement of the Khonkaen Contagious Disease Committee on Surveillance Measures Prevention and Control of Contagious Coronavirus 2019 (COVID-19), Khonkaen Province (No. 4).* Retrieved April 10, 2020, from http://www.khonkaen.go.th/khonkaen6/COVID19/ COVID_DOC/ COVID19-4.pdf [in Thai]

Kukanja, M., Planinc, T., & Jakulin, T. J. (2020). Restaurant Managers' Perceptions of Service Quality: The Mediating Role of Restaurant Size and Seating Capacity. *International Journal for Quality Research, 14*(1), 237-252. https://doi.org/10.24874/IJQR14.01-15

Parasuraman, A., ZeithamI, V. A., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing, 49*(Fall), 41-50.

Parasuraman, A., ZeithamI, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing, 64*(Spring), 12-40.

Planning and Budget Division, Khon Kaen Province Administration Organization. (2020). *Society and Government.* Retrieved November 25, 2020, from http://www.kkpao.go.th/dep/kkpao_plan/E-PlanData/?mod=index&file=datacat2-2 [in Thai]

Posttoday Domestic News Team. (2014). *Thai Education is at ICU! If There is No Rush to Solve Problems, then the Disaster will Happen*. Retrieved November 25, 2020, from https://www.posttoday.com/politic/report/322526 [in Thai]

Prakash, A. & Mohanty, R. P. (2013). Understanding Service Quality. *Journal of Production Planning & Control: The Management of Operations, 24*(12), 1-16.

Ramseook-Munhurrun, P. (2012). Perceived Service Quality in Restaurant Services: Evidence from Mauritius. *International Journal of Management and Marketing Research*, *5*(3), 1-14.

Schermelleh-Engel, K. & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online 2003*, *8*(2), 23-74.

Suwannatat. P. (2020). *Covid-19 Created a Crisis of Confidence, Thai People Postpone Spending Due to Uncertainty of the Economic and Financial Situation*. Retrieved April 20, 2020, from https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statisic/2560/T26/T26_201703.pdf [in Thai]

Thompson, B. (2004). Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Understanding Concepts and Applications. Cited in Siddiqui, K. (2013). Heuristics for Sample Size Determination in Multivariate Statistical Techniques. *World Applied Sciences Journal, 27*(2), 285-287. https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.27.02.889

Worldometer. (2020). *Covid-19 Coronavirus Panademic*. Retrieved November 25, 2020, from https://www.worldometers.info/coronavirus/?

Yu, X., Liu, C., Wang, H., & Feil, J. H. (2020). The Impact of COVID-19 on Food Prices in China: Evidence of Four Major Food Products from Beijing, Shandong and Hubei Provinces. *China Agricultural Economic Review, 12*(3), 445-458.

Name and Surname: Thitaree Sirimongkol
Highest Education: D.B.A. (Business Administration), Northeastern University
Affiliation: Faculty of Business Administration, Northeastern University
Field of Expertise: Marketing and Retailing

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย

CREATING VALUE-ADDED PRODUCTS FROM LOCAL MATERIALS IN A PARTICIPATORY MANNER BAN CHAIYA BASKETRY COMMUNITY GROUP, MOO 4, SAKHRAI DISTRICT, NONGKHAI PROVINCE

ทรัพย์ อมรภิญโญ
Sup Amornpinyo
มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
Khonkaen University, Nong Khai Campus

Received: April 29, 2020 / Revised: July 9, 2021 / Accepted: July 19, 2021

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย โดยแบ่งกระบวนการศึกษาออกเป็น 6 กระบวนการ ได้แก่ 1) ศึกษาประเภทผลิตภัณฑ์จากวัสดุภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) สร้างสรรค์ กลั่นกรอง และประเมินความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว 3) พัฒนาความคิดและทดสอบความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 4) หาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว 5) สร้างสรรค์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม และ 6) สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากท้องถิ่น การวิจัยในครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) สนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องในบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ทั้งหมด 4 กลุ่มประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้วิจัย ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหาร 2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกชุมชน หัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น 3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และ 4) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 30 คน ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จากนั้นสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยจัดให้มีสินค้าต้นแบบเพื่อทำการทดลองใช้ก่อนตอบคำถาม โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกอีกครั้งจากกลุ่มตัวอย่างเดิม แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ คือ กระติบข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน และผลการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบพบว่า มีความโดดเด่น ในด้าน 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา

Corresponding Author
E-mail: supamorn@kku.ac.th

2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ 3) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น 4) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งส่งผลให้ชุมชนมีองค์ความรู้สามารถพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของตนให้มีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังคงอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาผสมผสานกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และชุมชนได้มีการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นแบบในตลาดจริงพบว่า ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบสนองที่ดีต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนเห็นคุณค่าของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมจักสานของตน เกิดช่างจักสานรุ่นใหม่ในและนอกชุมชน เชื่อมั่นว่าสามารถสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่มแบบมีส่วนร่วม วัสดุท้องถิ่น ผู้ประกอบการชุมชน

Abstract

This research aims to study the participatory creation of value-added products from local materials of Ban Chaiya Basketry Community Group, Moo 4, Sakhrai District, Nong Khai Province. The current research is divided into six parts as follows: (1) a study the types of products produced from local materials, (2) the creation, scrutinizing, and evaluation of ideas about local products that may be suitable for tourists, (3) the development and testing of the ideas concerning local products, (4) the search for approaches to create added values to local products for tourists, (5) the creation of the prototype for the new local product with local participation, and (6) a survey of opinions concerning the prototype of local product. The research process comprised two parts. The first part was the qualitative research which was the participatory action research (PAR). A focus group discussion was conducted involving four groups of concerned people in Ban Chaiya, Moo 4, Sakhrai District, Nong Khai Province, i.e. 1) the group of researchers consisting of the researchers, experts on product processing, and experts on food science, 2) the group of main research informants consisting of local wisdoms, community members, and the head of the products from local materials group, 3) the group of research informants consisting of local products entrepreneurs, souvenir shop keepers, home stay service providers, and tourists, and 4) the group of experts consisting of experts on products from local materials. Altogether, 30 people participated in the focus group discussion. Part 2 was the quantitative research. The research sample totaling 300 people consisted of local products entrepreneurs, souvenir shop keepers, home stay service providers, involved work agencies personnel, tourists, and community development personnel. A questionnaire was used as the data collecting method. After that, a survey of opinions toward the prototype products was conducted by giving the prototype products for trial use before answering the questions. The research sample was purposively selected from the old research sample. The research data were processed and analyzed by a computer program. Statistics used for data analysis were descriptive statistics of percentage, mean, and standard deviation. As a research result, a product

suitable for the local area was obtained. This product is called Kratib, a cylindrical container for cooked sticky rice, which was made from the dried leave branches of water hyacinth plant. The results of trial use of the prototype Kratib indicated its outstanding features as follows: 1) it is made from natural material by local wisdom, 2) it keeps heat well and has good quality, 3) it has its own outstanding image, 4) it has its own background, and 5) it enhances economic strength of the community. Consequently, the community has gained the body of knowledge and can have a new value-added product that responds to the need of the customers while still retains the identity of local wisdom. The community has tried to sell the product in the real market and has found that the product receives good response from the customers resulting in the community recognizing the value of its own way of life and weaving culture. Also, the new generation of weavers both within and outside the community has emerged with the confidence that they can generate income and enhance the economic strength of the community.

Keywords: Participatory Value-added Creation, Local Materials, Community Entrepreneur

บทนำ

ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อนชื้น ซึ่งอุดมไปด้วยพรรณพืชที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง รัฐบาลหลายสมัยให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากวัสดุท้องถิ่นแต่ขาดการเชื่อมโยงสู่มุมใหม่ทางการตลาด เศรษฐศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ บนรากฐานของภูมิปัญญาอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุท้องถิ่นของคนในชุมชนไม่สามารถยกระดับเข้าสู่ตลาดทางการค้าเชิงพาณิชย์ได้เท่าที่ควร (Sankamethawee et al., 2011) จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ แต่ยังขาดการพัฒนายกระดับให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้นในเชิงพาณิชย์ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าโดยเน้นประโยชน์ คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม (Chemsripong & Petmee, 2017) ต้องพิจารณาตั้งแต่ผู้ประกอบการข้อมูลของลูกค้า การยึดติดในรูปแบบเดิม ไม่กล้าที่จะเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์มาจากการประยุกต์เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (De Chernatony, Harris, & Riley, 2000) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ทั้งในด้านแนวความคิดวัตถุดิบตลอดจนกระบวนการ เพื่อสร้างคุณค่าทั้งด้านกายภาพและด้านจิตใจให้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า (Grace & Fridah, 2016: 139) ข้อมูลจากงานวิจัยของ Tekhanmag & Thampramuan (2020) มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นรูปแบบเดิม ในด้านคุณภาพ ความน่าสนใจ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นยังคงอยู่และเกิดคุณค่าเฉพาะตนจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม Chemsripong & Petmee (2017) ได้กำหนดแนวทางการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชนแล้วยังเป็นการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้

ชุมชนมีรายได้มากขึ้น และยังมีการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในรูปแบบกลุ่มมากขึ้น Chomchuen & Jaiban (2015) ให้คำแนะนำว่าเราต้องเริ่มจากกระบวนการคิด เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า แล้วนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะตัว จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ทำการสำรวจจากการลงพื้นที่ด้วยตนเอง ช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน พบว่ากลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ประสบกับปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไม่สามารถยกระดับมูลค่าให้สูงขึ้นได้ ซึ่งการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นเกิดคุณค่าจำเป็นต้องสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า Prommaroeng (2018) จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้เป็นรูปธรรมเพื่อนำผลไปขยายต่อให้กับชุมชนอื่น ด้วยการแก้ไขปัญหาร่วมกันบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม จากชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเป้าหมายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการชุมชนในภาคการเกษตร อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนไปพร้อมกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิจัยโดยมีวิธีการคือ การทำงานที่เป็นการสะท้อนผลการปฏิบัติงานที่เป็นวงจรแบบขดลวด (Spiral of Self-Reflecting) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การวางแผน (Planning) เป็นการสำรวจปัญหาร่วมกัน เพื่อให้ได้ประเด็นที่สำคัญที่ต้องการพัฒนา ตลอดจนการแยกแยะประเด็นของปัญหานั้น

2. การปฏิบัติ (Action) เป็นการนำแนวคิดมาวางแผนดำเนินการ โดยวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อทำการแก้ไขปรับปรุง

3. การสังเกต (Observing) เป็นการสังเกตความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยความรอบคอบ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่คาดหวังหรือไม่คาดหวัง โดยต้องอาศัยเครื่องมือในการเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลเข้าช่วย

4. การสะท้อนกลับ (Reflecting) เป็นการประเมินหรือตรวจสอบกระบวนการแก้ปัญหาหรือสิ่งที่เป็นข้อจำกัดอันเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติการ ผู้วิจัยและผู้เกี่ยวข้องจะตรวจสอบปัญหาในแต่ละแง่มุมซึ่งจะทำให้ได้แนวทางการพัฒนาและขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมที่นำไปสู่แผนการปฏิบัติต่อไป ซึ่งเป็นการวิจัยที่จำเป็นต้องอาศัยผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการสะท้อนกลับเกี่ยวกับการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการพัฒนา (Kemmis & McTaggart, 1988) กล่าวคือ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการค้นหาความรู้ ความจริง โดยการนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เข้ามามีส่วนร่วมในการแสวงหาข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือข้อสรุปที่ต้องการ โดยมีขั้นตอนที่สำคัญคือ เริ่มต้นด้วยการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ และการประเมินผล แต่ถ้าผลการวิจัยยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสิ่งที่ต้องการได้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนใหม่ นอกจากนั้นขณะดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยสามารถปรับปรุงแก้ไขแผนงานได้ตลอดเวลา เพื่อให้แผนงานมีความเหมาะสมกับสภาพจริงของการปฏิบัติงาน

การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าด้วยการเพิ่มคุณค่า Sareerat (2017) กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ดังนี้ 1) การกำหนดรูปแบบคุณค่าของลูกค้า (Defining the Customer Value Model) ขั้นตอนนี้เริ่มต้นจากการระบุปัจจัยของผลิตภัณฑ์

ต่อการรับรู้คุณค่าของลูกค้า 2) กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายตาลูกค้า (Building the Customer Value Hierarchy) แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ที่ปรารถนา และผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คาดหวัง 3) การตัดสินใจองค์ประกอบในคุณค่าที่จะส่งมอบให้ลูกค้า (Deciding on the Customer Value Package) เป็นการตัดสินใจองค์ประกอบต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษา การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเซรามิกด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทของใช้ตกแต่ง และของที่ระลึกจังหวัดลำปาง (Artitkawin, Inthakhan, & Thongsuk, 2019) ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการเกิดการพัฒนา สามารถผลิตสินค้าแบบใหม่ๆ ที่มีการพัฒนาในด้านอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีเรื่องเล่าของสินค้า มีลวดลายบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับชิ้นงานเซรามิก มีคุณค่าด้านสังคมและจิตใจ ซึ่งสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

วิธีการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบ่งออกเป็น

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การศึกษาเอกสารจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น และใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) รวมถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้วิจัย ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหาร จำนวน 6 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกชุมชน หัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น จำนวน 4 คน รวม 30 คน เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) และตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยแต่ละขั้นตอนศึกษาบนพื้นฐานแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น ผ่านกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การสังเกต (Observe) การปฏิบัติ (Action) และการสะท้อนผล (Reflect)

2. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผ่านการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ราย ได้ค่าระหว่าง 0.80-1.00 และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ใช้วัดความเที่ยงตรงของเครื่องมือดังนี้ แบบวัดปัจจัยลักษณะทางกายภาพ 15 ข้อ ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.88 และแบบวัดปัจจัยความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.85 ข้อคำถามทั้งหมดใช้มาตรวัดแบบ 5-point Likert Scale (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 1 เพื่อหาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อนำคะแนนที่ได้ไปจัดอันดับ 5 อันดับ และการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 2 จากการทดลองใช้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อสรุปผลโดยมีกลุ่มประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการ

สุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และนำมาบูรณาการความคิดเชิงสร้างสรรค์ กลั่นกรอง และประเมินความคิดสำหรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทำการพัฒนาและทดสอบความคิด หาแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อนำคะแนนที่ได้ไปจัดอันดับ 5 อันดับ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หลังจากนั้นทำการทดลองใช้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ สำรวจความคิดเห็นจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 300 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การดำเนินการวิจัยนี้มีขอบเขตในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น โดยศึกษาทัศนะจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้านผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น และผู้ประกอบการชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 8 ขั้นตอน ได้แก่

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ พร้อมสำรวจข้อมูลเชิงพื้นที่จากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายของฝากและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยว และคนในชุมชนเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย

2. สร้างแบบสัมภาษณ์และตรวจสอบความถูกต้อง

3. สำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้วิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้ให้ข้อมูล และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 30 คน

4. ศึกษาค้นหาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมที่มีความเหมาะสมสำหรับชุมชน โดยรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ผู้ประกอบการร้านของฝาก นักท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญ

5. สร้างแบบคัดกรองความคิดสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อหาแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

6. นำแบบสอบถามที่มีการแสดงผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 300 คน พิจารณาความคิด แล้วนำคะแนนมาจัดอันดับ 5 อันดับ

7. ทำการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากผลิตภัณฑ์ที่ได้คะแนนสูงที่สุด พร้อมทั้งทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ

8. ทำการสำรวจข้อมูลโดยการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 300 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกอีกครั้ง จากกลุ่มตัวอย่างเดิม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

1.2 ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การสำรวจกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 เก็บข้อมูลเพื่อหาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชนในจังหวัดหนองคาย ครั้งที่ 1 จำนวน 300 คน เพื่อนำไปสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์

2.2 เก็บข้อมูลการทดลองใช้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย ทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 50 คน รวม 300 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Focus Group) ร่วมกับการสังเกต (Observing) กับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว แล้วนำข้อมูลมาบูรณาการเพื่อสร้างสรรค์ความคิด กลั่นกรอง ประเมินความคิดและนำมาสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis) แล้วทำการสำรวจข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) นำเสนอแบบพรรณนาความ สำหรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พัฒนาความคิด และการทดสอบความคิด เพื่อหาแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยว

2. การวิจัยเชิงปริมาณ เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามแล้ว นำข้อมูลทั้งหมดมาคัดเลือก จัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปและบรรยายคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและข้อแนะนำเพิ่มเติม

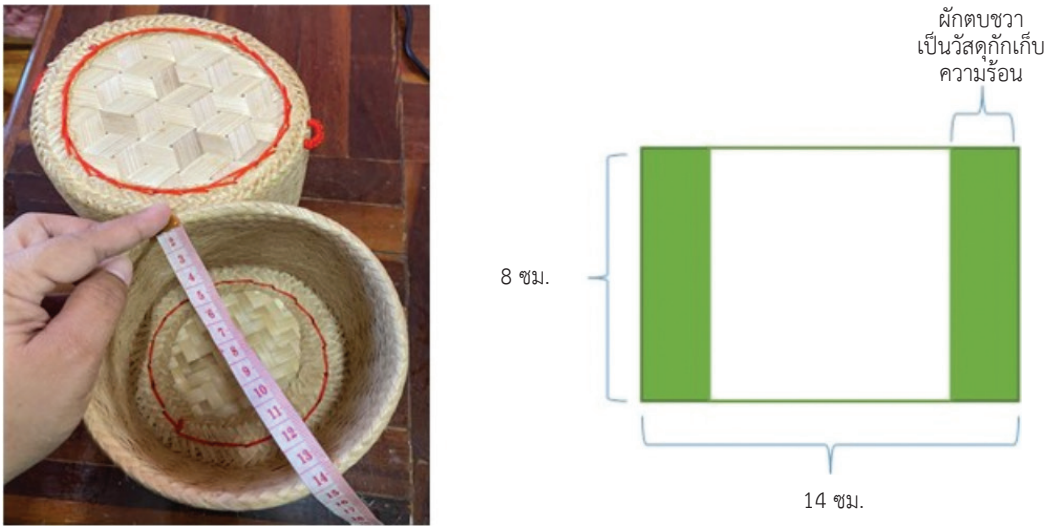
ผลการวิจัย

จากขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดต้องมาจากวัสดุในท้องถิ่น ซึ่งมีประโยชน์ในการใช้สอย สามารถผลิตได้โดยใช้วัสดุและทักษะของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมเครื่องจักสานไทย ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาของไทย และสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน และส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ 1) กระติบข้าวเหนียว 2) กระเป๋า 3) หมวก 4) เสื่อ 5) ตะกร้า ตามลำดับ

จากขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.67 ส่วนใหญ่มีอายุ 55-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.05 สมรส/อยู่ด้วยกันคิดเป็นร้อยละ 78.81 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 80.95 มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.90 กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งร้อยละ 50.00 มียอดเงินที่ซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มักจะซื้อสินค้าเกี่ยวกับหมวดช่วยให้ผ่อนคลายคิดเป็นร้อยละ 33.10 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 57.86 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม ดังกล่าวโดยรวมในระดับ ดีมาก ($\bar{x}$ = 3.58, S.D. = 0.79) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา (Root of Wisdom) ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.62) 2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ (Quality) ($\bar{x}$ = 3.67, S.D. = 0.75) 3) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Brand Storytelling) ($\bar{x}$ = 3.54, S.D. = 0.68) 4) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น (Product is Unique) ($\bar{x}$ = 3.50, S.D. = 0.92) 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน (Enhance Community Economic Strengths) ($\bar{x}$ = 3.42, S.D. = 1.02)

เมื่อนำข้อมูลในขั้นตอนเชิงคุณภาพและขั้นตอนเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ได้แก่ กระติบข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน ผู้วิจัยร่วมกับชาวบ้าน จึงได้ 1) ออกแบบการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว 2) ศึกษาความหนาของการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว 3) ทำต้นแบบผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียว

ต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน 4) ศึกษาต้นทุนการผลิตกระติบข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน 5) ทำการทดลองระยะการเก็บความร้อนที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน ได้แก่ 1) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.2 ซม. จำนวน 3 กระติบ 2) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.5 ซม. จำนวน 3 กระติบ 3) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 1.0 ซม. จำนวน 3 กระติบ 4) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวธรรมดา (ไม่มีวัสดุกักเก็บความร้อน) (กระติบข้าวเปล่า) จำนวน 3 กระติบ รวบรวมผลการทดลองทั้ง 12 กระติบ ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนด้วยขนาด 8×14 ซม. ซึ่งเป็นขนาดเป็นที่นิยมของชาวบ้าน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความหนาของการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว

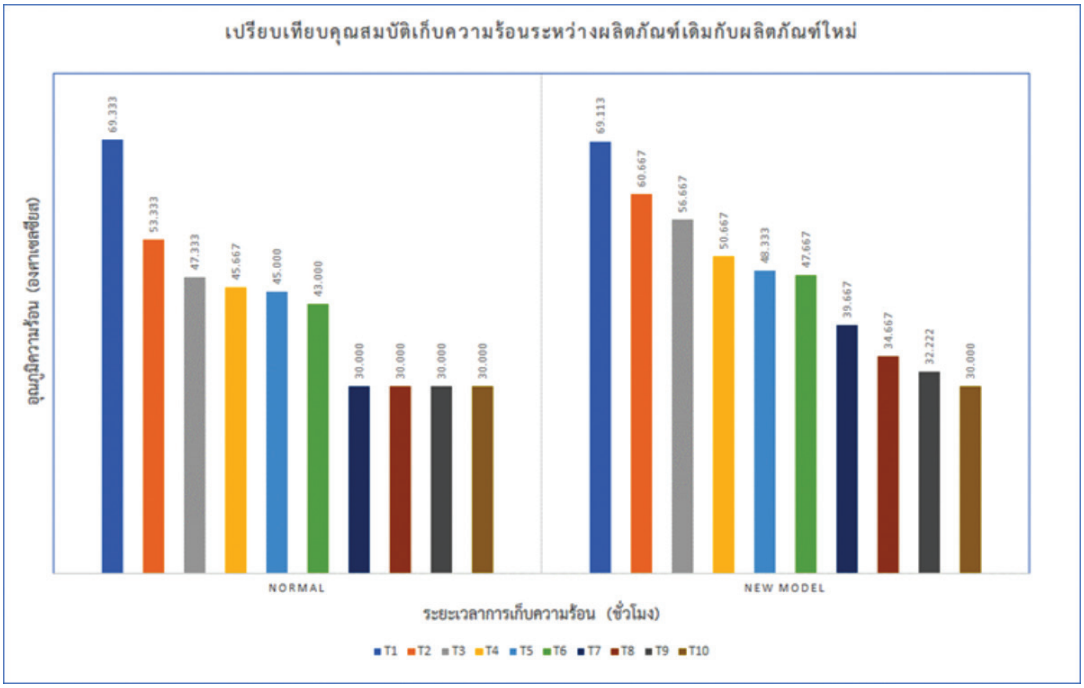
เมื่อได้ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน ดังภาพที่ 1 ได้มีการทำผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน 3 ขนาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.2 ซม. จำนวน 3 กระติบ ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.5 ซม. จำนวน 3 กระติบ ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 1.0 ซม. จำนวน 3 กระติบ โดยชาวบ้าน ผู้วิจัยได้ทำการผ่าครึ่งกระติบข้าวเหนียวให้สามารถมองเห็นผักตบชวาที่ใช้เป็นวัสดุกักเก็บความร้อน ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ผ่าครึ่ง
ให้สามารถมองเห็นวัสดุที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน

จากนั้นทำการทดลองเปรียบเทียบวัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนที่หนา 0.2 ซม. หนา 0.5 ซม. หนา 1 ซม. และผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวธรรมดา (วัสดุไม่กักเก็บความร้อน) ดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 การทดลองคุณสมบัติกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว

จากนั้นทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติการเก็บความร้อนของกระติบข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.2 ซม. หนา 0.5 ซม. หนา 1 ซม. และผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวธรรมดา ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบคุณสมบัติการเก็บความร้อนของกระติบข้าวเหนียว
ที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน

จากการศึกษาหลักการและการออกแบบการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว จากการทดลองวางแผนการทดลองแบบสุ่มตลอดโดยสมบูรณ์ CRD ประกอบด้วยปัจจัย 4 ระดับ ได้แก่ การใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว ขนาด 8×14 ซม. ที่ความหนา 0.2 ซม., 0.5 ซม., 1 ซม. และกระติบข้าวเหนียวธรรมดาเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเก็บความร้อน โดยใส่ข้าวเหนียวเต็มกระติบ ขนาด 300 กรัม เมื่อวัดอุณหภูมิจากข้าวเหนียวนึ่งใหม่ครั้งแรกอุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุด 30 องศาเซลเซียส พบว่า ปัจจัยกระติบข้าวต่างชนิดที่มีฉนวนกักเก็บความร้อนที่มีความหนาต่างกันมีผลต่อการกักเก็บอุณหภูมิ

ขั้นตอนในการทดลองชนิดของกระติบข้าวเหนียวที่มีผลต่ออุณหภูมิของข้าวเหนียวในกระติบ โดยการนำผักตบชวามาบดละเอียดตากแห้งเพื่อใช้เป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว และสานกระติบข้าวซ้อนเข้าไปเป็น 2 ชั้น เลือกที่จะทำการทดลองผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียว โดยนำกระติบข้าวเหนียวข้าวที่มีวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.2 ซม. (3 กระติบ), 0.5 ซม. (3 กระติบ), 1 ซม. (3 กระติบ) และไม่มีวัสดุกักเก็บความร้อน (กระติบข้าวเปล่า) (3 กระติบ) รวม 12 กระติบ และทำการทดลองในเวลาเท่ากันคือ 06.00-18.00 น. จำนวน 12 ชั่วโมง และจดบันทึกทั้ง 12 กระติบ เก็บข้อมูลทุกชั่วโมง และเปรียบเทียบระยะเวลาอุณหภูมิความร้อนของข้าวเหนียวที่กักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียวและกระติบข้าวธรรมดาว่าชนิดใดมีการเก็บความร้อนได้มากกว่ากัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ชนิดของกระติบข้าวเหนียวที่มีผลต่ออุณหภูมิของข้าวเหนียวในกระติบข้าว

ชนิดของบรรจุภัณฑ์	อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กระติบข้าวเหนียวธรรมดา	42.27 ± 12.26[d]
กระติบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.2 ซม.	45.67 ± 13.46[c]
กระติบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.5 ซม.	46.17 ± 13.7[b]
กระติบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อนเซนติเมตร 1 ซม.	46.93 ± 12.78[a]
P-value	**0.00**

กระติบข้าวเหนียวธรรมดา อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 42.27 ± 12.26d กระติบ ข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.2 เซนติเมตร อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 45.67 ± 13.46c กระติบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.5 เซนติเมตร อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 46.17 ± 13.7b กระติบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 1.0 เซนติเมตร อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 46.93 ± 12.78a พบว่า กระติบข้าวที่เก็บอุณหภูมิดีที่สุด ได้แก่ กระติบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 1.0 เซนติเมตร จากทดลองเปรียบเทียบจึงสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการเก็บความร้อนการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียวที่ความหนา 0.2 ซม., 0.5 ซม., 1 ซม. และกระติบข้าวเหนียวธรรมดาพบว่าที่ความหนา 1 ซม. สามารถกักเก็บความร้อนได้ดีที่สุด โดยที่สามารถกักเก็บความร้อนที่ 70 องศาเซลเซียส - อุณหภูมิห้องที่ 30 องศาเซลเซียส ได้นาน 6 ชั่วโมง ซึ่งกระติบข้าวแบบธรรมดากักเก็บความร้อนได้ 4 ชั่วโมง สามารถเพิ่มระยะเวลากักเก็บความร้อนได้ดีขึ้นร้อยละ 80 โดยหลักการและการออกแบบการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว

จากนั้นผู้วิจัยทำการศึกษาต้นทุนการนำผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว โดยต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชน กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ต้องการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นเป็นที่ยอมรับในท้องตลาดมากขึ้น และผู้คนในสังคมสนใจที่จะซื้อไปใช้งานมากขึ้น ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงมีความสำคัญต่อการขายผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนกระบวนการเพิ่มขึ้นมา 2 ขั้นตอนหลักๆ ได้แก่ 1) การเตรียมวัสดุผักตบชวาเพื่อเป็นที่กักเก็บความร้อน 2) การนำวัสดุกักเก็บความร้อน ใส่เข้าไปในแกนกลางของกระติบข้าว ซึ่งการสานกระติบข้าวยังคงใช้รูปแบบวิธีการสานแบบดั้งเดิม แตกต่างตรงที่สานให้กว้างขึ้นเพื่อให้สามารถนำวัสดุกักเก็บความร้อนใส่เข้าไปตรงกลางกระติบข้าว โดยปกติกระติบข้าวหนึ่งใบ (ขนาดกลาง) ใช้เวลาสาน 8 ชั่วโมง การที่นำผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว ใช้เวลาเพิ่มขึ้น 30 นาที มีต้นทุนการผลิตดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ต้นทุนการผลิตกระติบข้าวที่ใส่วัสดุกักเก็บความร้อน

ลำดับ	รายการ	ต้นทุน (บาท)
1	กระติบข้าวเหนียว	150
2	กระดาษฟรอยด์	5
3	ค่าไฟในการปั่นผักตบชวา	5
4	ค่าเสื่อมราคาเครื่องปั่น	5
5	ค่าบริหารจัดการ	5
รวมต้นทุนการผลิต		**170**

หมายเหตุ: ข้อมูลจากขั้นตอนทดลองพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชนบ้านไชยา

เมื่อได้ข้อมูลและต้นแบบผลิตภัณฑ์จึงทำการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน จัดอบรมให้ความรู้สู่ชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย โดยใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมใหม่ และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียว และสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ อบรม และทดลองใช้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

จากการเก็บข้อมูลหลังการทดลองใช้ต้นแบบสินค้าจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย ทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 50 คน รวม 300 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยจากการเก็บข้อมูลต้นแบบจากวัสดุท้องถิ่นโดยรวมในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.13, S.D. = 0.54) โดยโดดเด่นในด้าน 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา (Root of Wisdom) ($\bar{x}$ = 4.28, S.D. = 0.42) 2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ (Quality) ($\bar{x}$ = 4.16, S.D. = 0.48) 3) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น (Product is Unique) ($\bar{x}$ = 4.13, S.D. = 0.58) 4) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Brand Storytelling) ($\bar{x}$ = 4.08, S.D. = 0.56) 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน (Enhance Community Economic Strengths) ($\bar{x}$ = 4.02, S.D. = 0.68)

อภิปรายผล

สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ครั้งนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเด็นด้านการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณค่าด้านสังคมและด้านจิตใจสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suvannin (2020) ซึ่งพบว่า การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ ศักยภาพ การเรียนรู้ การอนุรักษ์ 2) การเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนคือ การสร้างความแตกต่าง การสร้างภาพลักษณ์ การออกแบบหีบห่อผลิตภัณฑ์ 3) ความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนคือ การพัฒนาตนเอง การสร้างธุรกิจชุมชน โดยทำให้ชุมชนมีองค์ความรู้ สามารถพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังคงอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาผสมผสานกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังส่งผลให้ชุมชนเห็นคุณค่าของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมจักสานของตน เกิดช่างจักสานรุ่นใหม่ในและนอกชุมชน เชื่อมั่นว่าสามารถสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน และชุมชนได้มีการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นแบบในตลาดจริงพบว่า ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบสนองที่ดีต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nikorn et al. (2003) โครงการแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาลายผ้านาหมื่นศรี ด้านปัญหาลูกค้าและลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ศึกษาเกี่ยวกับการค้นหาเอกลักษณ์ของผ้านาหมื่นศรี เพื่อหาแนวทางการฟื้นฟูและอนุรักษ์องค์ความรู้ไว้เป็นมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการจัดทำข้อมูลพื้นฐาน จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และวิเคราะห์สรุปข้อมูลเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน

สรุปผล

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ชุมชนกลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย มีผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ กระติบข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อน ซึ่งผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นในด้าน 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา (Root of Wisdom) 2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ (Quality) 3) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น (Product is Unique) 4) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Brand Storytelling) 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน (Enhance Community Economic Strengths)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ควรศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จในด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ ควรส่งเสริม

ให้ชุมชนมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัสดุท้องถิ่นมากขึ้น และหาช่องทางการตลาดต่างประเทศเพื่อขยายตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นอื่น เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

References

Artitkawin, A., Inthakhan, P., & Thongsuk, J. (2019). The Added Values of Ceramic Brand by Developing Packageing Formats for Competitive Opportunities of Small Enterprises in Wares, Decorations, and Souvenirs Lampang. *Graduate School Journal Chiang Rai Rajabhat University, 12*(1), 1-12.

Chemsripong, S. & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Cloth. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, *10*(4), 62-85.

Chomchuen, T. & Jaiban, S. (2015). Enhancing of Productive Potentiality of Community Products "Karen Weaving" with Sufficiency Economy and Creative Economy: Case of Mae Yao Subdistrict Community, Muang District, Chiang Rai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, *2*(2), 203-214.

De Chernatony, L., Harris, F., & Riley, F. D. O. (2000). Added Value: Its Nature, Roles and Sustainability. *European Journal of Marketing, 1*(2), 39-56.

Grace, T. S. & Fridah, T. (2016). Factors Affecting Value Addition to Tea by Buyers within the Kenyan Tea Trade Value Chain. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE)*, *3*(2), 133-142.

Kemmis, S. & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planer* (3rd ed.). Victoria: Deakin University.

Nikorn, S., Aphinya, C., Bannaruk, T., Khonchanok, N., & Kanokwan, L. (2019). Creating Value Added Antique Woven Fabric of Thap Klai Community, Uthai Thani Province. *Journal of Community Development and Life Quality, 9*(1), 1-13.

Prommaroeng, S. (2018). The Elevation Approach of OTOP's Foods Which Produced in Mae Ban Rim Rong Community Enterprise of Makeujae Sub-District, Muang District, Lamphun Province. *Journal of Social Science, Srinakharinwirot University, 21*(1), 248-249.

Sankamethawee, W., Pierce, A. J., Gale, G. A., & Hardesty, B. D. (2011). Plant Frugivore Interactions in an Intact Tropical Forest in North East Thailand. *Integrative Zoology*, *6*(3), 195-212.

Sareerat, S. (2017). *Consumer Behavior*. Bangkok: Theerafilm and Syntex. [in Thai]

Suvannin, W. (2020). The Value-Added Approach of Local Wisdom Products for Sustainability: A Case Study of Community Model in Nong Khai Province. *BU Academic Review, 19*(1), 109-127.

Tekhanmag, K. & Thampramaun, P. (2020). Wickers Product Development to the Creative Economy of Ban Pakklongbangkapieng, Huaphai Sub-District, Muang District, Singburi Province. *NRRU Community Research Journal*, *14*(2), 44-56.

Name and Surname: Sup Amornpinyo
Highest Education: Doctor of Philosophy (Development Strategy), Udon Thani Rajabhat University
Affiliation: Khonkaen University, Nong Khai Campus
Field of Expertise: Business Management

OPTIMIZE PERFORMANCE DIMENSION FOR BERTHING ARRANGEMENT IN THAILAND MAIN PORT MODEL

Ronnakrit Settadalee[1], Tanan Kuntasa[2], Nitsakarn Piyanit[3], and Kittisak Makkawan[4]

[1,2,3]Faculty of Logistics, Burapha University, [4]Great Circle Shipping Agency Ltd

Received: June 13, 2020 / Revised: October 29, 2020 / Accepted: November 9, 2020

Abstract

Shipping ports are a vital component of the import-export economy, including the value-added utility of space at ports. This study applies the optimize performance dimension for berthing arrangement in Thailand main port model. To analyses the structural relationship between the loading factors and berthing arrangements of latent variables including ships, ship owners and shipping lines, the government sector, and customers, by 16 indicators of TEN SEM fit indexes for sample size as well as 160 samples. This study uses 190 samples for path analysis, structural equation modeling, and 2 validity tests (convergent validity and discriminant validity) were utilized. Moreover, loading validity and reliability loading were examined using Cronbach's Alpha of the ADANCO Program. The results revealed not only the effects of internal matters from terminal operators, but also from customers (0.439), the government sector (0.329), ships, ship owners and shipping lines (0.146). Latent variables were found to have directly affected berthing. In addition, the indicator results displayed priority guidelines for solutions to berthing problems as well as optimizing berthing performance.

Keywords: Berthing Performance, Berthing Arrangement, Terminal Operations, Port, Structural Equation Modeling

Introduction

The economic growth of Thailand depends on transportation to export goods to foreign countries with the major channel being by sea. Laem Chabang port replacing the Bangkok port which was limited to freight containers not exceeding 1.0 million TEUs since 1996. (Port Authority of Thailand, 2018) from 2014-2019 there were more than 6 million TEUs and increasing by 4 % every year. This effected the number of ships birthing at the port. This research intends to increase the effectiveness of the port from activities also at the port itself. To increase the ability for more ship berthing and reduce time operation by decreasing the time at the port, increasing the travel time, and reducing the fuel.

Corresponding Author

E-mail: ronnakrit@buu.ac.th

Research Objective

This research aims to distinguish berthing activities, a correlation of the indicator in Thailand's main port and making guidelines to achieve a higher level of port facility.

Literature Review

In the paper we selected the important topics concern berthing, port activities and including government and customer activities. The four; (ship owners, port, government parties and customer) parties have cooperated to take container throughput in Thailand's main port. The essential KPI's to measure port performance. For fulfilling these gaps in literature and operation processes in berthing arrangement. The testing model of service quality in maritime transport has six dimensions; resources, outcome, processes, management, image, and social responsibility to measure by 24 factors with internal and external process of service production and delivery (Thai, 2008: 493-518).

When a vessel is berthed is differential with an estimated time of berthing. Therefore, the time for cargo operation is decreasing from the schedule. The Port operators adjust their instruments for solving buffer time problems. The way for optimal solutions in a Robust Berth Scheduling Algorithm (RBSA) shows performance and service levels of formulation (Xu, Chen, & Quan, 2012: 123-140).

Almost all terminals maintain a policy of first come first serve for berth arrangement. Shipping and Ship company to command to master for full speed to berth as soon as possible. In this case it takes taken more fuel consumption per ship approach to port. The hybrid simulation-optimization represents the performance allocation of terminal resources and the basic principles of planning activities at the terminal (Alvarez, Longva, & Engebrethsen, 2010: 327-346).

When the vessel arrived at boarding ground to schedule to come alongside due to berth congestion and the previous vessel is operating cargoes in loading/unloading process (Salido, Rodriguez-Molins, & Barber., 2011: 435-451). The container stacking arranged by the port of discharge, voyage, and weight type of the container. The vessel comes alongside with a first come first serve policy the container location must be relocated to adjust the stowage plan. The buffer time of container movement is the main partial problem to attend berth period.

Port services are supported customer, shipping lines and cargo owners' demand. The berth arrangement initial activity to respond servicer (Yeo, Thai, & Roh, 2015: 437-447). Port operator measure customer satisfaction by port service quality (resource, outcomes, process, management, image, and social responsibility) to make decision and control port operation work plan (Marlow & Casaca, 2003: 189-202).

Port service is double derived demand. The leanness and agility in port expect to decrease total minimize cost and solve bottle neck problem associated with delays and wastes time. The port performance divided 2 indictors: financial, operation indicator.

The performance is better form good linker to port such as “the concept of lean port network” need more modes to transportation shift cargo from place to place and control time to container stack in yard/warehouse areas.

The UNCTAD has categorized port model and nowadays after 1980s. Port model become in third generation. Type of port changed with cargoes from break bulk and dry/liquid bulk cargo to bulk and unitized containerized cargo. Organization bodies close relationship between port and nearby city growth (Beresford et al., 2004: 93-107).

The handling equipment decreased manpower transformation port driven by technology. The WORKPORT schematic model from 1960s-2000s in EU Port have many dimensions changed. For example, cargo support processes and information provision information technology and communication network are complexity and more utility in port activities.

The container terminal development in China. The large economy country become the main seaborne trade in the word. The elements were supported from huge funds driven by central government (Cullinane et al., 2004: 55-75).

In 1978 startup state enterprise shipping company and initial container port development in mainland. The first service via ad hoc container because the demand less amount when compare in the present. The huge demand was taken until China become to the member of the World Trade Organization. The cargo many types of export to the many destinations around the world. The importance result growing containerizes of cargoes through the port sector. The construction of new container ports designed capacity over throughput. The government encourage coastal container transportation policy to support mainland port.

Nowadays the world economy deserves from transportation. The Sea transportation is the top service mode to support material and finished goods distribute around the world. Ports are door to receive and sending cargo through the customer (Song & Panayides, 2008: 73-87).

The information and communication technologies have relationship with working factors. The terminal performance able to support the vessel berthing arrangement and encourage the competitiveness factors for customer satisfactory such as price, quality, reliability, responsiveness.

Port service activities cooperated with parties. The factors challenged port service relationship door to door transport chain (Frémont, 2010).

The sea transport chain in shipping freight from origin point to destination point have more connection nodes and more procedure to transfer. The parties are exporter to importer compound with forwarding agent, shipping agent, freight services (customs broker, port forwarding agent), vessel services (port authority, provisionary, cargo handler, pilot, boatman, towage). The lean cost and time to cooperate are the advantage to competitive

in the market.

The government sectors supported installation port because the infrastructure almost port in the word received financial aid for construction from municipality or central government (Cullinane & Song, 2002: 55-75).

Therefore, the port is the capital-intensive industry. The ones were driven berth arrangement activities. The Vessel Traffic Service monitor and control ships in traffic separation scheme including arrange vessel sequence to berth. Port controls support the pilot to advice characteristics of canal for alongside. During berthing situation Port authority operate mooring activities by mooring gang and provide basic consumption to support vessel. The hygiene department check quarantine in crews and passenger.

From the berthing arrangement is relationship with other parties. The driven activities connecting with varies dimension. The method for testing correlation by Path analysis to analyze path and testing multi-independent variables to describe dependent in studies case constrain all independent variables relationship and correlation with dependent variable or independent variable are not constrain (Akintunde, 2012: 9-15).

The condition to use path analysis. The variables must be linear correlation and same direction from independent variable to dependent variable also correlation in rational. The data is normal distribution and equivalent variance. The sample group has big sampling size (Bedeian & Armenakis, 1981: 417-424).

There is a declaration requirement for every container needed to pass the referring to related research studies and operational area exploration, including interviewing associated people in port arrangement activities. It was found that the working performance impacted the berth arrangement efficiency, which did not meet the provided berth schedule. This result could affect many working parts; however, the cause of the mentioned problem also was generated from other working units. In addition to berth arrangement dimensional analysis and data collection from works, it could differentiate the dimensional elements and berth arrangement activities of Laem Chabang Port, container port, as follows.

Elements of Berth Arrangement and Activities

1. Ships, Ship owners, and Shipping Lines

1.1 Estimate Time of Arrival: ETA Given that most container vessel often arrives at Laem Chabang port as it is routine services liner, informing time of arrival is an important priority. This, moreover, can impact the berth arrangement planning and related people's preparation such as container preparation and container stowage at the port. Besides, there are also pilot equipment preparation and vessel pilotage planning. Transporters, furthermore, must prepare for the loading and unloading container (Meijer, 2017).

1.2 Number of Loading and Unloading Container of a Voyage There are several types of containers arrived at Laem Chabang port. For instance, import containers,

export container, and transshipment containers are regarded the main types. However, not only the number of loaded containers from the other port before unloading at Laem Chabang port or loaded containers from Laem Chabang port to others but also the transshipment containers of each voyage are quested to be arranged appropriately with the berth window period (Martin et al., 1988: 429-440).

1.3 Container Stowage Plan is managed by following the data prediction of shipping liner agent. The responsibilities for planning are under the center planner of shipping liner. On the other hand, the numbers of containers are predicted from shipping liner agent of each port to plan the vessels route appropriately with the berth period. The predicted containers, sometime, do not match the real numbers. This is the cause to make an impact on the working system.

1.4 Ship's Structure, Ship gear, gearless to berth the vessels at Laem Chabang port, there are some conditions for the general cargo vessels to make it meet suitable function. Feeder ship is requested to load commodity instead. It is designed to install handling equipment which is an obstacle for the shore cranes. Therefore, this is the reason why the working time is extended (Podesta, 1979).

1.5 Vessel berthing Duration and Goods Preparation. It is consisted of gangways preparation to provide comfort to the stevedore aboard (Martin et al., 1988: 429-440).

This procedure is to make the port meet The International Ship and Port Facility Security: ISPS code; furthermore, the immigration process and public health process are also included (Debnath, Chin, & Haque, 2011: 645-655).

However, all the mentioned processes above have resulted in the delay before the start of work.

2. Government

2.1 Traffic Congestion in the Vessel Traffic Separation Scheme Every vessel is requested to inform the Vessel Traffic Service Centre to notify district coordinates for knowing the vessel movement (Debnath, Chin, & Haque, 2011: 645-655).

It is, sometimes, required the informing six hours and one hour in advance prior to an arrival at the piloted district. According to the berth arrangement, there is Laem Chabang channel management during the berthing and unberthing time. For the safety conditions, the vessels are requested to anchor to wait for the berth at the port. In this focal point, it wastes more berthing time, and it affects all work systems.

2.2 Traffic Congestion in the Vessel in Port Zone There is channel management at the Laem Chabang port for the safety. It, sometimes, causes the delay of berthing and unberthing vessel. Even though the vessel has been finished its process, it needs to wait for the channel management to unberth. Meanwhile, the outside vessels are drifted to berth. This is the reason why time extension is caused and has an impact on the berth

window period.

2.3 Pilot Officer and Mooring Gang Responsibilities It is extremely necessary to have an expertise from the pilot officer and mooring gang when needed to fasten and loosen the ship lines during the vessel berth and unberth. According to the traffic congestion, which means there are a lot of vessels in and out at the port, and insufficient number of specialists, it is another reason why time extension is caused in vessel berthing.

2.4 Verified Gross Mass: VGM Regarding the bending and capsizing of the MOL Company, it is the cause of increasing restriction in VGM. The gross mass clarification is required to declare by the verification at the first door prior to an arrival at the port zone, then it is requested to specify shipping particular documents and cargo permit documents. Whereas, in some cases, the gross mass numbers in the document are unmatched to the verified numbers. These causes' containers are unable to get in to wait for the loading. In case of the unresolved gross mass numbers, there will not be loading to the vessels, and data entering the system. Additionally, prior to unberth, there will always be the final stowage plan confirmation; therefore, it will spend more time for the verification.

2.5 Containers X-ray Verifications. According to time limitation and physical factors of containers, x-ray verifications have been applied to meet the conditions. The verifications are specified by the customs department's profile system and risk profile, green and red. In some cases, staffs are unable to verify all the containers within a limited time. Therefore, containers will be left at the x-ray ground to wait for verifications. It causes the delay of loading and unloading on the vessel.

2.6 Loading and Unloading DG Container There is only one dangerous warehouse entrepreneur at the Laem Chabang port whose services are provided for every port operator in this zone (Vinitkamtorn, 2010). During rush hour, it often faces with the support insufficiency and traffic congestion. Thus, it has impacts on switching the working queue, affected not only loading and unloading plan but also the working period extension.

3. Terminal Operator

3.1 Handling Equipment Readiness This is an important equipment for containers loading and unloading from the apron to container yard, consisted of ships to shore cranes and RTG (Rubber Tired Gantry Crane). Ships to shore cranes are for loading onto truck head and transferring to the container yard; meanwhile, RTG are for containers arrangement in the container yard (Imai et al., 2006: 373-389).

3.2 Stacking Container in Yard as Laem Chabang Port is the original port in Thailand, there will always be an arrival of import and export containers and some transshipment containers as usual. Therefore, the arrangement is required to allocate the containers along with the vessel capabilities appropriately. Nevertheless, there is also a container transporter entrepreneur at the

port whose job to transport containers in and out. This causes the traffic congestion in the container yard and impacts the cargo operations.

3.3 Initial and Final Stowage Confirmations After completing the containers stowage confirmations, the information will be sent to the Centre Planner to verify the shipping line. During this process, there is no ship stability information (Wilson & Roach, 1999: 403-418).

The importance of ship stability information is to check if the vessels are appropriate for the seaworthiness or not. This information will be received when the vessel berth at the port, after containers verification aboard. Therefore, it is needed to extend time for this process. Then, it can run through the next procedure.

3.4 Domestics Container and Rail Transfer Management. There are different ways to transfer containers to the Laem Chabang Port, including by road, domestics lighter, and rail (Zhao, Yang, & Haralambides, 2019: 11-25).

It is calculated more than 50% of the containers transported by domestics lighter; however, there is no certainty in berth arrangement for domestic lighter at Laem Chabang Port. Therefore, the terminal operators managed berthing by keep the loaded container vessels wait until things have been done. This occurs the same in case of transferring by rail.

4. Customers (Shipper, Transporter Entrepreneur, Forwarder, and Customs Broker)

4.1 Closing Time-Free Time To transport containers to the destination, sometime, there is an arrival of transferring containers in a cut-off time (Gambardella & Rizzoli, 2000).

Closing time extension is caused at the port. Furthermore, it impacts on number of containers which do not match with the liner prediction, and also impacts on containers, which are unable to arrive in time of vessel unberthing. In term of inbound recognition duration, if there is more provided time, it will cause the container congestion. To plan and manage involved equipment in that area for the containers, it is congested. Meanwhile, it affects the vessel operations.

4.2 Customs Clearance Procedure Therefore, it takes more time, and needs more space for the declaration of both inbound and outbound containers. Inbound containers will be used the equipment in the port to move them, so this affects equipment utilizing plan for outbound container (Zhao, Yang, & Haralambides, 2019: 11-25).

Moreover, it must wait for the completed procedure before being able to load. On the other hand, in case of some containers fail the verification, there will be shut-out container. This affects goods and services plan.

4.3 Road Containers Transportation and Transport Channel Readiness There are three types of provided transportations, including by road, sea, and rail. Transporting by road is the core channel to transfer

containers at Leam Chabang Port. Thus, there are numerous trucks affected to the traffic in the Port, which does not respond in accordance with cargo operations. Meanwhile, transporting by sea is also congested as well. Some liners transfer containers from different ports in Bangkok to transit at Laem Chabang Port. Hence, there are utilized lighters berth at the port. The vessels needing to berth must wait for berthing of lighters. However, there is a reduction in equipment operations of transporting by rail to adjust the working form between cargoes and rails. It could increase the working hours of port operations from that reduction.

4.4 Goods and Containers Readiness

Normally, shipments procedure is often started with booking the container and voyage of cargo owner. There will be duration predictions for shipments. Sometime, when it meets the due, the preparation can be finished in closing time. Therefore, the containers are not loaded, causing inaccurate predictions, and affecting port operations.

Methodology

Regarding the studied dimensions affected to berth arrangements, researchers are interested in ratio and relationship of each dimension. The importance levels could be elaborated by the following four parties.

To increase the effective of the port operation. Reducing the time in port effect the circular of ships. The ship berthing operation not only concerned by terminal operator but also agencies, ship, ship owner and customers. As a result, finding the equality of the activities and the relationship between each party by creating structure that describe the importance and order of problem solving inside of ship berthing in Laem Chabang Port.

The Sample an increase in berthing arrangement efficiency. The acquisition of variables through in-depth interviews and literature review and consistency verified by 4 experts are key importance (Port Managers and Port Instructors) as the samples for data collection, including ship companies, entrepreneurs, sailors, government officials involving in berthing arrangement activities, port operator, and users, was found that there were 71.2% of operator level as well as 25.2% of an executive level, and others 3.6%. Furthermore, working experience between 1- 5 years was about 58% while 5-10 years was at 15.3% as well as over 10 years was 23.7% and others 3%.

However, data collection from the sample group by TEN SEM fit indexes of sample sizes was received from all 190 questionnaires, according to the specified conditions and all examined 190 sets of data (Fan et al., 1999: 56-83).

The Survey measures

Table 1 The Dimensions of Vessel Berthing Arrangement Model

Items	Indicators	Measurement
Terminal Operator (TOE)	1. Handling equipment readiness (TOE1) 2. Stacking container in yard (TOE2) 3. Initial and final stowage confirmation (TOE3) 4. Domestic container and rail transfer management (TOE4)	Imai et al., 2006: 373-389 Walda, 1970 Wilson et al., 1999: 403-418 Zhao, Yang, & Haralambides: 11-25
Ship, Ship Owners, and Shipping Lines (SHO)	1. Estimate time of arrival: ETA (SHO1) 2. Number of loading and unloading containers of a voyage (SHO2) 3. Container stowage planning (SHO3) 4. Ship's structure, ship gear, gearless (SHO4) 5. Vessel berthing duration and goods preparation (SHO5)	Meijer, 2017 Martin et al., 1988: 429-440 Podesta, 1979 Martin et al., 1988: 429-440
Government Agencies (GOV)	1. Traffic congestion in the vessel traffic separation scheme (GOV1) 2. Traffic congestion in the vessel in port zone (GOV2) 3. Pilot officer and mooring gang responsibilities (GOV3) 4. Verified gross mass: VGM (GOV4) 5. Containers x-ray verifications (GOV5) 6. Loading and unloading DG container (GOV6)	Debnath, Chin, & Haque, 2011: 645-655 Debnath, Chin, & Haque, 2011: 645-655 Vinitkamtorn, 2010
Customers (Shipper, Transporter Entrepreneur, Forwarder, and Custom Broker) (CUS)	1. Closing time-free time (CUS1) 2. Customs clearance (CUS2) 3. Road containers transportation and transport channel readiness (CUS3) 4. Goods and containers readiness (CUS4)	Gambardella & Rizzoli, 2000 Zhao, Yang, & Haralambides: 11-25

Study on berthing arrangement structure. It was applied to the Likert Scale configuration questionnaire with 4 latent variables: 1) Ships, ship owners, and shipping lines, 2) Government agencies 3) Terminal operator 4) Customers (Shipper, Transporter Entrepreneur, Forwarder, and Custom Broker). Furthermore, it utilized 19 indicators for Structural Equation Model: SEM Analysis as well as Goodness of Model Fit Assessment, and Path Analysis. In addition, there were 2 types of validity which were convergent validity, measured by loading unit with statistical significance greater, and discriminant validity, measured by AVE > 0.5 (Fornell & Larcker, 1981)

While reliability was measured by Cronbach's Alpha (Joseph Jr et al., 2010) and Construct reliability > 0.7. The processing SEM structural equations was completed by ADANCO program.

Results

Verification of the suitability of the model structure. The relative structure of the berthing arrangement relies on the Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) about 0.0888. The model was appropriate since the SRMR that makes the model suitable is less than 0.1 (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008).

Table 2 Ship, Ship owners, and Shipping Lines (SHO), Government Agencies (GOV), Terminal Operator (TOE), Customer (CUS).

	Loading$_a$	AVE$_b$	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)$_e$	Jöreskog's rho (ρ_c)$_f$	Cronbach's alpha(α)$_d$
SHO		0.5292	0.7133	0.8177	0.7044
SHO1	0.7246				
SHO2	0.7251				
SHO3	0.7793				
SHO5	0.6772				
GOV		0.5390	0.7346	0.8199	0.7039
GOV1	0.5234				
GOV4	0.8033				
GOV5	0.8300				
GOV6	0.7403				
TEO		0.6609	0.8334	0.8862	0.8289
TEO1	0.7678				
TEO2	0.8339				
TEO3	0.8445				
TEO4	0.8033				
CUS		0.7016	0.8623	0.9038	0.8580
CUS1	0.7916				
CUS2	0.8707				
CUS3	0.8613				
CUS4	0.8244				

Items removed: Indicator items are below 0.5 SHO4, AVE < 0.5, GOV2 GOV3

a. All item Loading > 0.5 indicator Reliability (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008: 53-60)
b. All Average Variance Extract (AVE) > 0.5 as indicates Convergent Reliability (Gambardella & Rizzoli, 2000; Hulland, 1999: 195-204)
c. All Composite reliability (CR) > 0.7 indicates Internal Consistency (Bagozzi & Yi, 1988: 74-94)
d. All Cronbach's alpha > 0.7 indicates Indicator Reliability (Gefen et al., 2000: 7)
e. Dijkstra-Henseler's rho (ρA) > 0.7 indicates Indicator Reliability (Henseler et al., 2016)
f. Jöreskog's rho (ρc) > 0.7 indicates Indicator Reliability (Henseler et al., 2016)

Model test found that there are some indicators showing a loading value less than 0.5, which is the structure of a ship with a crane that hinders product operations (SHO4) and the average variable extraction (AVE). Port traffic congestion (GOV2) and in and out of ships (GOV3) affect the AVE value less than 0.5, but both values are close to 0.5. Therefore, it was excluded from the consideration of the berth structure. From the indicators and latent characters as shown in Table 2, the model criteria were described the relationship of the berthing arrangement structure.

Table 3 Discriminant Validity: Fornell-Larcker Criterion

Construct	SHO	GOV	TEO	CUS
SHO	0.5292			
GOV	0.1714	0.5390		
TEO	0.2326	0.3640	0.6609	
CUS	0.2068	0.2363	0.4435	0.7016

Squared correlations, AVE in the diagonal.

Discriminant Validity was differentiated by the standard of each construct from the AVE of each latent variable greater than the correlation between the latent variable (Fornell & Larcker, 1981).

The test showed that the SHO GOV TEO CUS's AVE was greater than the correlation between the variables. Therefore, the model has the discriminant validity along with the standard.

Table 4 Discriminant Validity: Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)

Construct	SHO	GOV	TEO	CUS
SHO				
GOV	0.6047			
TEO	0.6210	0.7821		
CUS	0.5893	0.6489	0.7818	

The reliability of The Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) model is less than 1 and significant (Henseler et al., 2016).

The test of the berthing arrangement structure is less than 1; therefore, its accuracy of discriminant validity meets the standard.

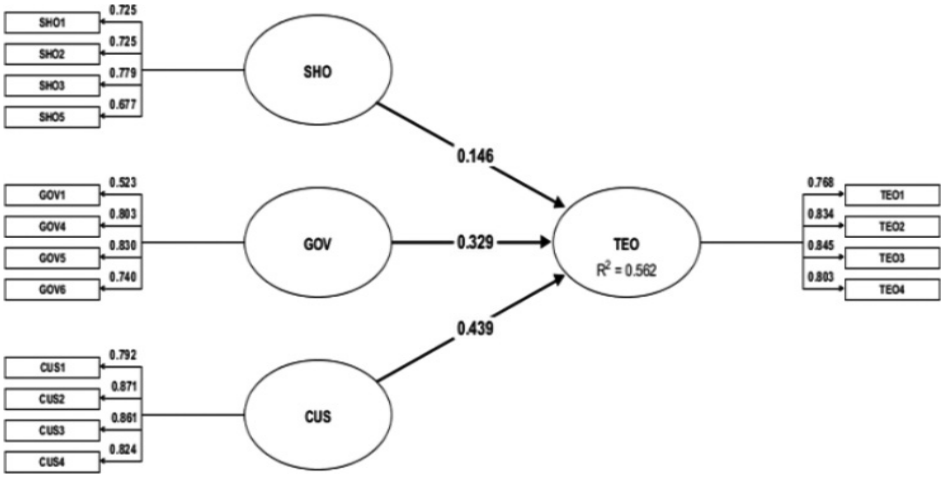


Figure 1 Berthing Arrangement in Thailand Main Port Model

Goodness of Fit

Structure considered by confidence of reliability validity of loading between the latent variables and the statistical value (R^2 = 0.562) Moreover, social science research divided R^2 into 3 levels consisting of 0.25 (Weak), 0.50 (Moderate), and 0.75 (Substantial) as well as f^2 from Figure 1 and Table 5, it was applied to one data analyzes which influenced on 3 paths with loading values of 0.146-0.439. Its value ranges from 0.0363-0.3024, and the impact value between the latent variable 0.0363-0.3024 (Cohen, 1992).

From requiring 0.02 as a small, 0.15 as a medium and 0.35 as a large, it is found that the activity of the port influenced by the ship, ship owner, and shipping line are small and the government agencies, customers (carriers, carriers, transport agents) are medium. It was measured from Path coefficient (Beta) and path coefficient or the direct impact of the route analysis (Hooper, Coughlan, & Mullen, 2008: 53-60).

However, there is a positive relationship between the management of a berth.

Table 5 Effect Overview

Effect	Beta	Total effect	Cohen's f^2
SHO -> TEO	0.1462	0.1462	0.0363
GOV -> TEO	0.3292	0.3292	0.1772
CUS -> TEO	0.4395	0.4395	0.3024

Discussion and Conclusion

Accessing the safety factor of ship berthing operation Hsu (2015: 576-588) ship berthing operation for safety from Human factors, Machinery, Port management and Port facility. The research represents the port safety activities and effectiveness of ship berthing with the length set at port and improve the ship berthing activities.

To expand the overall work effectives of the port. It needs to be considered together with the agency and the activities concern with increasing the effectives of ship berthing management from upstream to downstream by consider the terminal operator to be the center.

Berthing Arrangement

It was found that the activities in the Terminal operator itself were influenced as follows: Initial and final stowage confirmations (0.845), Stacking Container in Yard (0.834), Domestics Container and Rail Transfer Management (0.803), Handling Equipment Readiness (0.768). The proportions from the route analysis and influence with the terminal operator can be sorted in the following order: Customers (0.439) The proportion of the loading of the activities are Customs clearance (0.870), Road containers transportation and Transport channel readiness (0.861), Goods and containers readiness (0.824), Closing Time-Free Time (0.791), Government agencies (0.329), Meanwhile, the Proportion of the loading of activities are Containers x-ray verifications (0.830), Verified Gross Mass: VGM (0.803), Loading and unloading DG container (0.740), traffic congestion in the vessel traffic separation scheme (0.523). Finally, ships, ship owners, and shipping lines (0.146), the proportion of the loading of activities are Number of loading and unloading containers of

a voyage (0.779), Container stowage planning (0.725), Vessel berthing duration and Goods preparation (0.724), Estimate time of arrival: ETA (0.677).

To increase the efficiency of the berthing arrangement is not only to focus on the importance of the factors occurring in the port, to work more efficiently, the priority must be given to solving problems according to the research priorities. As a result, The management of port allocation. The information from the relevant department has been missing. This effect the operation of the port. The research has described the impact and the problem-solving priorities, for example, the expected number of containers do not correlate with reality this effect the space preparation and the lifting tool. This causes the ineffective in space management and the congestion of the traffic and the ship management as well.

Suggestion

According to some indicators having been excluded from the berthing arrangement structure equation, it included ship gear, gearless (GOV3) due to the ability of the ship to shore crane capable of lifting and crossing the ship's structure. However, most of the newer ships that berth at Laem Chabang Port are vessels without tools. On the other hand, for traffic congestion in the vessel in port zone: (GOV2), Pilot officer and Mooring gang responsibilities (GOV3) were disregarded from the structural equation since the AVE value is less than 0.5, yet the value is similar. Nevertheless, in the next study, to clarify the port operation guidelines, only two factors should be defined to deepen the study framework for further benefits. Many KPI's have been used to indicate the effectiveness of the operation in the port. One of them is ship birthing beside the port and the clients, the government (the relevant department) The investment in the port uses a lot of budgets. Government decided to invest in the port and been concession and mange by the private sector. For the expansion in Macroeconomic the government must support enough officers and promote the operation of the port to reduce the complexity and increase the traffic both by land and sea. When the ship birthing faster and less time spenting in the port. this will affect more containers traffic and the economic growth in the country.

Acknowledgement

The research would like to thank the research funding supported by the Faculty of Logistics, Burapha University. Port Authority of Thailand, Laem Chabang Port, Harbor Department, Shipping Company, Sailor and Research Team.

References

Akintunde, A. (2012). Path Analysis Step by Step Using Excel. *Journal of Technical Science and Technologies, 1*(1), 9-15.

Alvarez, J. F., Longva, T., & Engebrethsen, E. S. (2010). A Methodology to Assess Vessel Berthing and Speed Optimization Policies. *Maritime Economics & Logistics, 12*(4), 327-346.

Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 16*(1), 74-94.

Bedeian, A. G. & Armenakis, A. A. (1981). A Path-Analytic Study of The Consequences of Role Conflict and Ambiguity. *Academy of Management Journal, 24*(2), 417-424.

Beresford, A. K. C., Gardner, B. M., Pettit, S. J., Naniopoulos, A., & Wooldridge, C. F. (2004). The UNCTAD and WORKPORT Models of Port Development: Evolution or Revolution? *Maritime Policy & Management, 31*(2), 93-107.

Cohen, J. (1992). Statistical Power Analysis. *Current Directions in Psychological Science, 1*(3), 98-101.

Cullinane, K., Fei, W. T., & Cullinane, S. (2004). Container Terminal Development in Mainland China and Its Impact on the Competitiveness of the Port of Hong Kong. *Transport Reviews, 24*(1), 33-56.

Cullinane, K. & Song, D.-W. (2002). Port Privatization Policy and Practice. *Transport Reviews, 22*(1), 55-75.

Debnath, A. K., Chin, H. C., & Haque, M. M. (2011). Modelling Port Water Collision Risk Using Traffic Conflicts. *The Journal of Navigation, 64*(4), 645-655.

Fan, X., Thompson, B., & Wang, L. (1999). Effects of Sample Size, Estimation Methods, and Model Specification on Structural Equation Modeling Fit Indexes. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6*(1), 56-83.

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). *Structural Equation Models with Unobservable Variable and Measurement Error: Algebra and Statistics* (Research Report). Ann Arbor, MI: The University of Michigan.

Frémont, A. (2010). *Empirical Evidence for Integration and Disintegration of Maritime Shipping, Port, and Logistics Activities* (Research Report). Paris: Organization for Economic Co-Operation and Development.

Gambardella, L. M. & Rizzoli, A. E. (2000). The Role of Simulation and Optimization in Intermodal Container Terminals. *European Simulation Symposium,* (9), 107-116.

Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. C. (2000). Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice. *Communications of the Association for Information Systems, 4*(1), 7.

Hair, J. F., Black, W. C., Basin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). *Multivariate Data Analysis:* Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management & Data Systems, 116*(1), 2-20.

Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008*).* Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods, 6*(1), 53-60.

Hsu. W. K. K. (2015). Assessing the Safety Factors of Ship Berthing Operations. *The Journal of Navigation, 68*(3), 576-588.

Hulland, J. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies. *Strategic Management Journal, 20*(2), 195-204.

Imai, A., Sasaki, K., Nishimura, E., & Papadimitriou, S. (2006). *Multi-objective* Simultaneous Stowage and Load Planning for a Container Ship with Container Rehandle in Yard Stacks. *European Journal of Operational Research, 171*(2), 373-389.

Marlow, P. B. & Casaca, A. C. P. (2003). Measuring Lean Ports Performance. *International Journal of Transport Management, 1*(4), 189-202.

Martin Jr, G. L., Randhawa, S. U., & McDowell, E. D. (1988). Computerized Container-Ship Load Planning: A Methodology and Evaluation. *Computers & Industrial Engineering, 14*(4), 429-440.

Meijer, R. (2017). *ETA prediction: Predicting the ETA of a Container Vessel Based on Route Identification Using AIS Data.* Master's Thesis, Delft University of Technology.

Podesta, S. (1979). *U.S. Patent No. 4,158,416.* Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Port Authority of Thailand. (2018). *The Annually Statistic Report in 2018*. Retrieved August 15, 2019, from http://www.port.co.th/cs/internet/internet/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%9B%E0%B8%B5.html?page_locale=en_US

Salido, M. A., Rodriguez-Molins, M., & Barber, F. (2011). Integrated Intelligent Techniques for Remarshaling and Berthing in Maritime Terminals. *Advanced Engineering Informatics, 25*(3), 435-451.

Song, D.-W. & Panayides, P. M. (2008). Global Supply Chain and Port/Terminal: Integration and Competitiveness. *Maritime Policy & Management, 35*(1), 73-87.

Thai, V. V. (2008). Service Quality in Maritime Transport: Conceptual Model and Empirical Evidence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 20*(4), 493-518.

Vinitkamtorn, P. (2010). Operators' Competency in Dangerous Goods Cargo Management through Seaport. Master's Thesis, Chulalongkorn University. [in Thai]

Walda, F. (1970). *U.S. Patent No. 3,550,796.* Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Wilson, I. D. & Roach, P. A. (1999). Principles of Combinatorial Optimization Applied to Container-Ship Stowage Planning. *Journal of Heuristics, 5*(4), 403-418.

Xu, Y., Chen, Q., & Quan, X. (2012). Robust Berth Scheduling with Uncertain Vessel Delay and Handling Time. *Annals of Operations Research, 192*(1), 123-140.

Yeo, G. T., Thai, V. V., & Roh, S. Y. (2015). An Analysis of Port Service Quality and Customer Satisfaction: The Case of Korean Container Ports. *The Asian Journal of Shipping and Logistics, 31*(4), 437-447.

Zhao, Y., Yang, Z., & Haralambides, H. (2019). Optimizing the Transport of Export Containers Along China's Coronary Artery: The Yangtze River. *Journal of Transport Geography, 77*, 11-25.

Name and Surname: Ronnakrit Settadalee
Highest Education: Master of Economics, Chiang Mai University
Affiliation: Faculty of Logistics, Burapha University
Field of Expertise: Port Economics and Port Operation

Name and Surname: Tanan Kuntasa
Highest Education: Master of Science, Burapha University
Affiliation: Faculty of Logistics, Burapha University
Field of Expertise: Maritime transport, Nautical science, and Shipping

Name and Surname: Nitsakarn Piyanit
Highest Education: Master of Political Science, Burapha University
Affiliation: Faculty of Logistics, Burapha University
Field of Expertise: Public Policy and Public Administration.

Name and Surname: Kittisak Makkawan
Highest Education: Bachelor of Science, Burapha University
Affiliation: Great Circle Shipping Agency Ltd
Field of Expertise: Navigation and Maritime Logistics.

การวินิจฉัยองค์การด้วย 13 หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์

ORGANIZATION DIAGNOSIS BY 13 EXCELLENCE MANAGEMENT PRINCIPLES OF CHAROEN POKPHAND GROUP

เลิศชัย สุธรรมานนท์
Lertchai Suthammanon
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

Received: September 7, 2021 / Revised: November 8, 2021 / Accepted: November 9, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเครื่องมือประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาองค์การ โดยใช้กรอบของหลักการ 13 ข้อในการบริหารองค์การสู่ความเป็นเลิศของกลุ่ม ซี.พี. เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) โดยใช้แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลจาก 31 องค์กรธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิตค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{modified}$) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Conventional Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า องค์กรต่างให้ความสำคัญโดยมองแต่หลักการบริหารมีความจำเป็น (Important: I) ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 5.62) และมีสภาพความเป็นอยู่จริง (Degree of Success: D) ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.02) กล่าวได้ว่าเครื่องมือวินิจฉัยองค์กรนี้สามารถแยกแยะให้เห็นสภาพการณ์ที่เป็นอยู่จริง และความต้องการที่ควรจะมีได้อย่างค่อนข้างชัดเจนในทุกระบบองค์กรเป็นอยู่จริง ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างหลักการการบริหารองค์การสู่ความเป็นเลิศกับผลลัพธ์การดำเนินธุรกิจพบว่า การนำองค์กร การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การมุ่งเน้นคน การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ การมุ่งเน้นลูกค้า การจัดการเศรษฐกิจสีเขียว การวัด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตัดสินใจเพื่อความยั่งยืน การสร้างนวัตกรรม การจัดการข้อมูล สารสนเทศและระบบไอที และการกำกับดูแลองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์การดำเนินธุรกิจที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การวินิจฉัยองค์การ องค์การประสิทธิภาพสูง หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศ หลักการบริหารของเครือเจริญโภคภัณฑ์

Abstract

The objective of this research was to create a needs assessment tool for organizational development by using the framework of 13 Principles of Management toward Excellence of Charoen Pokphand Group (C.P. Excellence: CPEX). This study was a mix-method research

Corresponding Author
E-mail: lertchaisut@gmail.com

with the use of a questionnaire and focus group discussion as research instruments for data collection. Data were collected from 31 business organizations in the service industry in Bangkok Metropolis and its vicinity. Research data were analyzed with modified priority needs index ($PNI_{modified}$) and content analysis.

The results showed that organizations focus on each of CPEX as being essential with mean score of expectation (Importance: I) at the highest level ($\bar{x}$ = 5.62) and mean score of authenticity (Degree of success: D) at the high level ($\bar{x}$ = 4.02). Therefore, this needs assessment tool could clearly distinguish between the actual condition and the expected condition in every organizational system. Results of hypothesis testing on the relationships between the Principles of Management toward Excellence of Charoen Pokphand Group (C.P. Excellence: CPEX) and business performance results showed that organizational leadership; strategic planning; focusing on personnel; focusing on operation; focusing on customers; green economy management; performance measurement and analysis; stakeholder engagement; decision making for sustainability; innovation management; management of data, information, and IT system; and corporate governance were positively correlated with business performance results. All of these relationships were significant at the .01 level of statistical significance.

Keywords: Organizational Diagnosis, High Performance Organization, Principle of Management for Excellence, Charoen Pokphand Management Principles for Excellence, C.P. Excellence: CPEX

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีผลกระทบไปทั่วทั้งโลก ท้าทายต่อการปรับตัวและเรียนรู้ในระดับบุคคล ระดับองค์กร ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ มีการเคลื่อนย้ายเสรีของผู้คน ด้านการเงินเศรษฐกิจ การค้า และบริการส่งผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้นในทุกปี จากการศึกษาของ Gartner (2020) พบว่า หลังจากวิกฤติ COVID-19 องค์กรต่างมีกลยุทธ์ธุรกิจสำคัญไป 6 จุดเน้น (Focus) กล่าวคือ ธุรกิจต้องเติบโตต่อไป (Grow the Business) การพัฒนาการปฏิบัติการที่ดี (Improve Operational Excellence) การปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจ (Business Transformation) การสร้างนวัตกรรม (Innovate for Success) การบริหารต้นทุน (Optimize Cost) การบริหารความเสี่ยง (Manage Risk) ซึ่งต้องการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ในหลายด้าน โดยเฉพาะการสร้างสมรรถนะขององค์กร (Competency for Organization) การออกแบบและการบริหารการเปลี่ยนแปลงในระดับองค์กรให้สามารถรองรับทิศทางกลยุทธ์ทางธุรกิจได้

การพัฒนาองค์การ (Organization Development) หรือบางกรณีอาจเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงองค์การอย่างรุนแรง (Organization Transformation) เป็นพื้นฐานสำคัญต่อความสำเร็จ ซึ่งเรื่องดังกล่าวมีความซับซ้อน ขอบเขตกว้างขวาง จำเป็นต้องเลือกดำเนินให้ตรงกับความต้องการและความจำเป็นอย่างแท้จริง มิฉะนั้นจะเป็นความสูญเปล่า เสียเวลา ทรัพยากร และไม่สามารถพาองค์กรไปให้ตรงเป้าหมายได้ สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์มี 13 หลักการบริหาร

เพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์ คุณลักษณะของระบบบริหาร CP Excellence (CPEX) ประกอบด้วยหลักการบริหาร 13 ด้าน ผสมผสานค่านิยมของเครือซีพี (CP Values) โดยที่การบริหารแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันเป็นกระบวนการที่สอดประสานกันอย่างเป็นระบบ แต่ละกระบวนการทำตามหลัก Plan–Do–Check–Act หรือ PDCA ซึ่งเป็นลำดับหลักของการทำงานเพื่อตรวจสอบกระบวนการทำงานและยกระดับมาตรฐานเดิมให้สูงขึ้น และยังมีกรอบการดำเนินการซึ่งประกอบด้วย “หลักการ–แนวทาง–เครื่องมือ” และการส่งเสริมการทำงานแบบมีส่วนร่วมหรือร่วมมือกันแบบข้ามสายงานอีกด้วย องค์ประกอบ 13 ด้านแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) เสาหลัก–การบริหารหลัก 2) พื้นฐาน–เชื่อมโยงการบริหารในทุกด้านเพื่อให้รากฐานของธุรกิจมั่นคง และ 3) หลังคา–หลักสำคัญในการปกป้องค์กรให้เกิดความยั่งยืน ดังนั้นจึงมีการสร้างเครื่องมือประเมินความต้องการจำเป็นเพื่อการพัฒนา เน้นการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสำคัญความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างยิ่งขึ้นไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

สร้างเครื่องมือประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาองค์การ โดยใช้กรอบของหลักการ 13 ข้อในการบริหารองค์การสู่ความเป็นเลิศของกลุ่ม ซี.พี.

ทบทวนวรรณกรรม

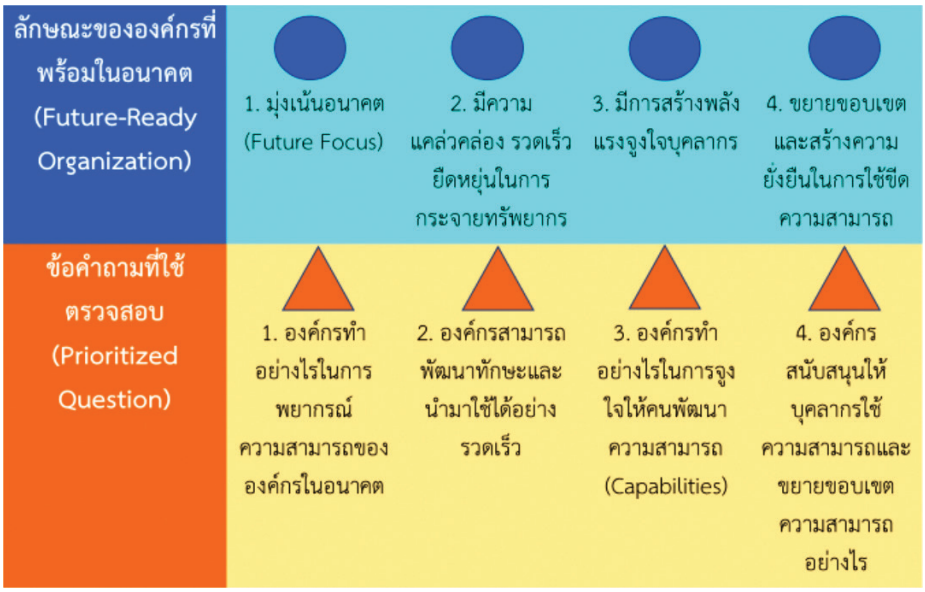
การประเมินหรือวินิจฉัยองค์กร (Organization Diagnosis) การวินิจฉัยหรือบางกรณีใช้คำว่า การประเมินองค์กร (Organization Assessment) เป็นกระบวนการประมาณความต้องการ (Estimate Deficiencies) เพื่อให้รู้ว่าความต้องการที่แท้จริงคืออะไร มีช่องว่างความไม่เพียงพอแค่ไหน (Royse et al., 2009) เป็นการตรวจสอบองค์การไม่ว่าในแง่ผลลัพธ์ (Output/Results) กระบวนการ (Process) การใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) รวมถึงระบบการป้อนข้อมูลย้อนกลับ (Feedback System) (Rothwell et al., 2017; Levinson, 2013) โดยปกติแล้วนักพัฒนาองค์กรไม่ว่าจากภายในเอง หรือเป็นที่ปรึกษาภายนอกจะทำการประเมินหรือวินิจฉัยองค์กร เมื่อองค์กรต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายต่างๆ ทำให้องค์กรต้องเพิ่มขีดความสามารถในด้านต่างๆ ขึ้นไป

การประเมินหรือวินิจฉัยองค์การทำได้ 3 ระดับ (Stopper & Myers, 2017) คือ 1) ระดับองค์กร (Organization Level) โดยอาจมุ่งเน้นไปที่กระบวนการทำงาน บุคลากร พฤติกรรมองค์กร โครงสร้าง เทคโนโลยี การวางแผนกลยุทธ์ การบริหารงานด้านลูกค้า วัฒนธรรม และบรรยากาศในองค์กร เป็นต้น เพื่อรับรู้สถานการณ์ปัจจุบัน (Current State) ทำให้สามารถกำหนดช่องว่างของการพัฒนา (GAP) ได้ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายของงานวิจัย 2) ระดับกลุ่ม (Group Level) ซึ่งหมายถึง ระดับหน่วยงาน (Department) โครงการ (Project Team) ในมิติต่างๆ เช่น กระบวนการทำงาน โครงสร้าง ผลการดำเนินงาน เป็นต้น 3) ระดับบุคคล (Individual Level) ซึ่งมักจะมุ่งที่ผลงาน หน้าที่ความรับผิดชอบของบุคคล พฤติกรรมการปฏิบัติงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการประเมินหรือวินิจฉัยทั้ง 3 ระดับ มีการพัฒนาเครื่องมือมาใช้แตกต่างออกไป แต่มีลักษณะร่วมกัน (Yoon, 2017) คือ ต้องเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการบอกสถานะปัจจุบัน บอกความต้องการในอนาคต ทำให้สามารถบอก GAP ได้ เครื่องมือหนึ่งที่มีชื่อเสียงมากพัฒนาโดย McKincey & Co. ตั้งแต่ปี 1970 เรียกว่า 7S (Peters & Waterman, 1982) โดยมิติการใช้ในการประเมินวินิจฉัยองค์กร 7 มิติ ประกอบด้วยกลยุทธ์ (Strategy) โครงสร้าง (Structure) กระบวนการ (System) ทักษะ (Skill) วิธีการหรือรูปแบบการทำงาน (Style) บุคลากร (Staff) ค่านิยมร่วม (Share Values) เป็นต้น ในงานวิจัยนี้จะเลือกพัฒนาเครื่องมือจากหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศ 13 ประการของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นธุรกิจไทยขยายตัวเป็นบริษัทนานาชาติ มีผลิตภัณฑ์

ด้านอุตสาหกรรมอาหาร ค้าปลีก ค้าส่ง โทรคมนาคม การเงิน ยาเวชภัณฑ์ และอื่นๆ จำนวนมาก ซึ่งจะได้นำเสนอต่อไป

การพัฒนาเครื่องมือวินิจฉัยเพื่อพัฒนาองค์การ Gartner (2021) ศึกษาพบว่า สามารถตรวจสอบความพร้อมองค์การในอนาคต (Future–Ready Organization) ดังแสดงด้วยภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตรวจสอบความพร้อมขององค์กร
ที่มา: ปรับปรุงจาก Gartner (2021)

จากภาพที่ 1 จะเห็นว่าวิธีการนี้มุ่งเน้นการประเมินองค์การที่ขีดความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก จึงไม่เห็นรายละเอียดขององค์กรในมิติอื่นๆ ในขณะที่ Hyung Joon Yoon ได้ปรับปรุงตัวแบบและเครื่องมือในการประเมินวินิจฉัยองค์กรจากของ Nelson & Burn (1984) และ Farkas & Hinchliffe (2013) โดยเสนอให้ประเมิน 6 เรื่อง (Areas) คือ 1) การมุ่งเน้นเป้าหมายขององค์กร (Organizational Focus) 2) สถานที่หรือตำแหน่งของการควบคุม (Focus of Control) 3) โครงสร้างองค์กร (Organization Structure) 4) จุดมุ่งเน้นของผู้บริหารและผู้นำ (Management and Leadership Focus) 5) บุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ (Employee Focus) 6) การสื่อสารในองค์กร (Communication Within the Organization)

จะเห็นได้ว่ามิติการวินิจฉัยองค์กรที่กล่าวข้างต้นมีขอบข่ายกว้างขวางขึ้นโดยพัฒนามาตรวัดเป็นแบบ Likert 4 ระดับ ดังนี้ 1) ระดับที่ 1 Reactions 2) ระดับที่ 2 Responsive 3) ระดับที่ 3 Proactive 4) ระดับที่ 4 High Performing เพื่อสามารถสร้าง มาตรวัดระดับความต้องการจำเป็นได้ในทางปฏิบัติ เมื่อทำการประเมินและการวิเคราะห์จะไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน Wongwanich (2007) ได้เสนอให้ใช้หลักการหาค่าเฉลี่ยของสถานที่คาดหวัง (I) หาค่าเฉลี่ยของสถานที่เป็นจริง (D) กำหนดลำดับความต้องการ (Priority Need Index: PNI) จากสูตรต่อไปนี้ PNI = (I - D) / D

นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพอาจจะนำเครื่องมือประเมินที่ได้พัฒนาเป็นมาตรฐานอื่นๆ มาปรับใช้ได้ เช่น เครื่องประเมินองค์กรประสิทธิภาพสูงของ Baldrige Performance Excellence (Department of Commerce, USA, 2019) ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ถูกใช้ไปแพร่หลายทั่วโลก

ส่วนวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อการวินิจฉัยองค์การสามารถทำได้หลายวิธี (Stopper & Myers, 2017; Royse et al., 2009) คือ 1) คำถามปิดหรือปลายเปิด

(Open of Closed Question) 2) การสัมภาษณ์ (Interviews) 3) การสำรวจ (Survey) 4) การประชุมกลุ่ม (Focus Group) 5) การสังเกต (Observation) ในเวลา สถานที่จริง (Real-Time Location Observation) หรือการทำสถานการณ์จำลอง (Simulated Location Observation) 6) การตรวจสอบจากข้อมูลที่จัดเก็บไว้ (Examination of Records) 7) การทำรายการเพื่อตรวจสอบความต้องการ (Need Assessment Checklist)

การทำรายการเพื่อตรวจสอบความต้องการเป็นวิธีการหนึ่งที่มีคุณค่าสูงและประยุกต์ใช้ได้มาก ซึ่งจะใช้ในการออกแบบเครื่องมือประเมินในงานวิจัยนี้ ซึ่งใช้วิธีการตรวจสอบจากรายการที่กำหนดโดยใช้หลักการต่อไปนี้ กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีเวลาและทรัพยากรเพียงพอ กลุ่มเป้าหมายผู้ตอบต้องมีความรู้เรื่องนั้นดี มีการกำหนดระดับการตรวจสอบ (Scale) เป็นมาตรฐาน

หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศแบบเครือ ซี.พี. (Charoen Pokphand Group's Management for Excellence Principle) เครือเจริญโภคภัณฑ์เป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ของไทยที่มีความยั่งยืนครบ 100 ปี มีเป็นองค์การธุรกิจนานาชาติ โดยมีธุรกิจกว่า 20 ประเทศ มีรายได้รวมกว่า 2 ล้านล้านบาท บุคลากรประมาณ 400,000 คน ใน 14 กลุ่มธุรกิจหลัก (Charoen Pokphand Group, 2017) คือ 1) กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร 2) กลุ่มธุรกิจการค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ 3) กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ 4) กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร 5) กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์ยารักษาพืช 6) กลุ่มธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง 7) กลุ่มธุรกิจการตลาดและจัดจำหน่าย 8) กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม 9) กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล 10) กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ 11) กลุ่มธุรกิจยานยนต์ 12) กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ 13) กลุ่มธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ และ 14) กลุ่มธุรกิจการเงินและธนาคาร

ด้วยการประสบความสำเร็จทางธุรกิจมีการขยายงานต่อเนื่องตลอด 100 ปี ได้รับรางวัลระดับชาติและนานาชาติมากมาย เช่น Dow Jones Sustainability Index (DJSI) และอื่นๆ ในประเทศที่ไปทำธุรกิจ คณะผู้บริหารจึงได้สรุปบทเรียนความสำเร็จพัฒนาหลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศขึ้น (Charoen Pokphand Group, 2014, 2019) มีสาระสำคัญดังแสดงด้วยภาพที่ 2

ภาพที่ 2 13 หลักบริหารสู่องค์กรระดับโลกเครือเจริญโภคภัณฑ์
ที่มา: ปรับปรุงจาก 13 หลักบริหารสู่องค์กรระดับโลกเครือเจริญโภคภัณฑ์ (Charoen Pokphand Group, 2014)

จากภาพที่ 2 หลักการบริหารสู่ความเป็นเลิศของ ซี.พี. 13 หมวด บวกอีก 1 หมวดคือ โครงร่างองค์กร (Organization Profile) ดังนี้

1. หมวด 0 โครงสร้างองค์กรเป็นการทบทวนให้รู้ถึงสถานะของการเป็นองค์กร (Organization Profile) เช่น รู้จักสินค้า/บริการ วิสัยทัศ์ พันธกิจ ค่านิยม ความสามารถหลัก (Core Competency) โครงสร้าง สินทรัพย์ เทคโนโลยี ตลาด มีส่วนได้เสีย การแข่งขัน ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Advantage) เป็นต้น

2. หมวด 1 หลักการนำองค์กร (Leadership) เป็นระบบการนำของผู้บริหารระดับสูง ในเรื่องทิศทางองค์กร สร้างความผูกพันของคนและลูกค้า สร้างผู้สืบทอดตำแหน่ง องค์กรแห่งการเรียนรู้และความรับผิดชอบต่อสังคม

3. หมวด 2 หลักการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategy Planning) จะกล่าวถึงการประเมินองค์กร การวางแผน การใช้สมรรถนะหลัก จัดโครงสร้าง การวางระบบงาน เพื่อจัดการกับความท้าทายเชิงกลยุทธ์

4. หมวด 3 หลักการมุ่งเน้นคน (People Focus/Workforce) จะกล่าวถึงการกำหนดความสามารถและอัตรากำลัง การบริหารผลงาน การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน การสื่อสาร การสร้างความสุข การพัฒนาคนและผู้นำ

5. หมวด 4 หลักการมุ่งเน้นการปฏิบัติ (Operation Focus) จะกล่าวถึงการออกผลิตภัณฑ์ (Product Concept) รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) ผลต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chains) การบริหารภาวะวิกฤต และกระบวนการปฏิบัติงาน

6. หมวด 5 หลักการสร้างนวัตกรรม (Innovation Management) กล่าวถึงนโยบายส่งเสริมนวัตกรรม การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา การสร้างนวัตกรรม แรงจูงใจ บรรยากาศ และการขยายผลนวัตกรรม

7. หมวด 6 หลักการด้านลูกค้า (Customers Focus) จะกล่าวถึงการรับฟังเสียงลูกค้า การประเมินความพึงพอใจ การจำแนกลูกค้า (Segmentation) การเสนอผลิตภัณฑ์ การสร้างความสัมพันธ์และการจัดการข้อร้องเรียน

8. หมวด 7 หลักการจัดการเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) จะกล่าวถึงการออกแบบการดำเนินธุรกิจ (Green Economy Design) การประเมินผลกระทบการดำเนินการโดยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

9. หมวด 8 หลักการจัดการข้อมูล สารสนเทศ (Data, Information and IT Management) จะกล่าวถึงระบบการจัดการข้อมูล สารสนเทศ ICT Support การใช้เทคโนโลยี และการเรียนรู้ระดับองค์กร (Organization Learning)

10. หมวด 9 หลักการวัด วิเคราะห์ ผลการดำเนินงาน (Organizational Performance Measurement and Analysis) กล่าวถึงการวัดผล วิเคราะห์ผลงาน และการปรับปรุงผลการดำเนินงาน

11. หมวด 10 หลักการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Engagement) ประกอบด้วย การรับฟังเสียงจากผู้มีส่วนได้เสีย และการสร้างความผูกพัน

12. หมวด 11 หลักการกำกับดูแลองค์กร (Corporate Governance) ประกอบด้วย การวางระบบกำกับดูแลองค์กรธรรมาภิบาล (Governance System) และการบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

13. หมวด 12 หลักการตัดสินใจเพื่อความยั่งยืน (Decision Making for Sustainability) จะกล่าวถึงการตัดสินใจ การแปลงผลการตัดสินใจสู่การปฏิบัติ และการประเมินผลความยั่งยืนองค์กร

14. หมวด 13 หลักการวัดผลลัพธ์ (Results) การดำเนินการทั้ง 12 หมวด ข้างต้นสะท้อนเป็นผลลัพธ์ 8 มิติ คือ 1) การเงินและตลาด 2) ผลิตภัณฑ์ 3) ลูกค้า 4) ประสิทธิภาพและนวัตกรรม 5) คน 6) การนำองค์กร 7) การกำกับดูแลองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย และ 8) เศรษฐกิจสีเขียว

หากพิจารณาโดยเปรียบเทียบแล้วจะพบว่า

หลัก 13 ประการข้างต้น เป็นการพัฒนาขึ้นจากเกณฑ์การบริหารสู่ความเป็นเลิศ Baldrige ของ USA (Department of Commerce, USA, 2019) และ TQA ของประเทศไทย (National Quality Award Office, 2019) ซึ่งในเกณฑ์ดังกล่าวได้สร้างเครื่องมือประเมินขึ้นมาเป็นสองประเภท คือ

1. ประเมินกระบวนการในที่นี้คือ หลักการในหมวด 1-12 ด้วยปัจจัยต่อไปนี้

1.1 มีแนวทาง (Approach–A)

1.2 มีการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ (Deployment–D)

1.3 มีการเรียนรู้ (Learning–L) และปรับปรุง

1.4 มีการบูรณาการ (Integration–I) ไปกับส่วนต่างๆ จนครอบคลุมรวมเป็นหลักการ A–D–L–I

จากปัจจัยดังกล่าว สามารถจัดเป็นระดับการประเมินเป็น 6 ระดับคือ

1. ไม่เป็นระบบ (None) ใช้ระบบงานนี้ตามสถานการณ์ไม่เป็นระบบ

2. เริ่มเป็นระบบ (Little) เริ่มมีแนวทาง/ระบบปฏิบัติมีการถ่ายทอดไปยังผู้เกี่ยวข้องทราบให้ใช้ปฏิบัติ

3. มีแนวทางเป็นระบบ (Basic) มีการประเมินผลและนำมาปรับปรุงจนระบบครบ PDCA

4. เป็นระบบ (Intermediate) มีกระบวนการติดตามประเมินผลและนำไปพัฒนาหรือสร้างนวัตกรรมระบบงาน

5. มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) มีการใช้อย่างเป็นระบบ มีการประเมินผลโดยใช้ข้อมูลจริง มีการทบทวนพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเรียนรู้ทั้งองค์กร

6. ใช้ระบบจนเกิดนวัตกรรมและบูรณาการกับระบบอื่นๆ อย่างสมบูรณ์ (Integrated & Innovation)

2. ประเมินผลลัพธ์ คือ หมวด 13 พิจารณาจากมิติต่างๆ ดังนี้

2.1 ค่าระดับ (Level–Le) มีตัววัดที่เหมาะสม

2.2 มีแนวโน้ม (Trend–T) คือ วัดมาต่อเนื่องเห็นแนวโน้มเป็นอย่างไร

2.3 มีการเปรียบเทียบ (Comparison–C) คือ มีคู่เทียบที่เหมาะสม

2.4 มีการบูรณาการ (Integration–I) คือ ใช้กว้างขวางครอบคลุมรวมเป็นหลักการ Le–T–C–I โดยประเมินผลได้ 6 ระดับ (1-6) คือ

1. ไม่เกิดผลชัดเจน หมายถึง ยังไม่เกิดผลหรือไม่มีการประเมินหรือรายงานผลการดำเนินการ

2. มีผลลัพธ์น้อย หมายถึง มีการรายงานผลหรือแสดงผลให้เห็นบางส่วน

3. มีผลลัพธ์ค่อนข้างน้อย หมายถึง มีการรายงานผล มีข้อมูลเปรียบเทียบ และแสดงถึงความสำคัญที่มีต่อเป้าหมายรวมขององค์การ

4. มีผลลัพธ์ปานกลาง หมายถึง มีรายงานผลให้เห็นเปรียบเทียบที่แสดงแนวโน้มที่ดีเทียบได้ในอุตสาหกรรม

5. มีผลลัพธ์ค่อนข้างมาก หมายถึง แสดงผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดี มีข้อมูลเปรียบเทียบแสดงแนวโน้มดีต่อเนื่องจนเป็นผู้นำในเรื่องนั้นๆ ได้

6. มีผลลัพธ์ดีมาก หมายถึง แสดงผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดีเลิศเป็นผู้นำของอุตสาหกรรม โดยมีข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเห็นแนวโน้มที่ขึ้นชัดเจน

โดยการประเมินทั้งสองประเภทถูกจัดเป็นระดับคะแนน 6 ช่วง อย่างไรก็ตามในการปรับใช้กับองค์กรอื่นๆ หลักการบริหารทั้ง 13 หลักการอาจมีความต้องการจำเป็นไม่เท่ากัน จึงกำหนดเป็นความจำเป็นของแต่ละหลักการต่อธุรกิจเป็น 6 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย คะแนน

0.01-1.00 = 1 หมายถึง น้อยมาก

1.01-2.00 = 2 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย คะแนน

2.01-3.00 = 3 หมายถึง ค่อนข้างน้อย

3.01-4.00 = 4 หมายถึง ค่อนข้างมาก

4.01-5.00 = 5 หมายถึง มาก

5.01-6.00 = 6 หมายถึง มากที่สุด

การมีมิติของการประเมินและมาตรวัดระดับข้างต้นทำให้องค์กรสามารถประเมินตัวเองได้ และยังใช้ให้ผู้ประเมินภายนอกสามารถใช้ประเมินได้ แต่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์และระบบประเมินอย่างเพียงพอ

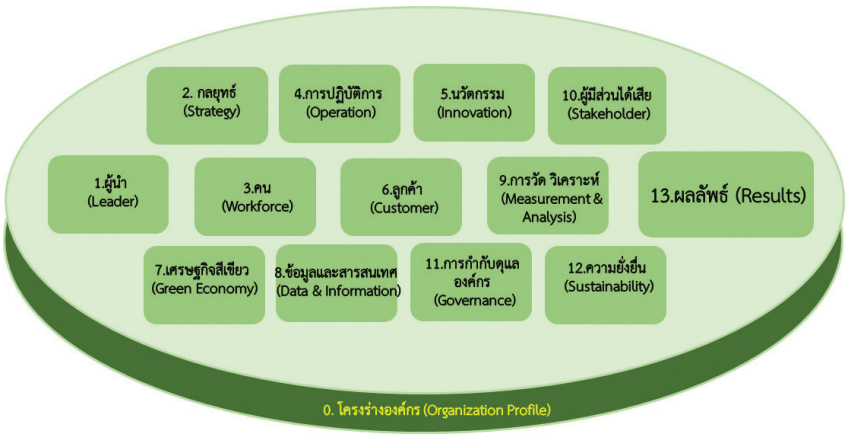
วิธีการวิจัย

ระยะเวลาการดำเนินงานการวิจัยครั้งนี้ภายในปี 2563 โดยมีวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) แบ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยศึกษาข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเครื่องมือแบบสำรวจการวิจัย (Survey Research)

สร้างมาตรวัดแบบ Likert Scale 2 แบบ คือ แบบวัดด้านระบบบริหาร และแบบวัดด้านผลลัพธ์ของหลักการบริหาร เป็น 6 ระดับ โดยการประยุกต์ใช้การประเมินองค์กร เพื่อความเป็นเลิศของ Department of Commerce, USA (2019) และ National Quality Award Office (2019) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 4 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป และหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) ที่ .995 และเก็บรวบรวมกับองค์กรธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 31 องค์กร โดยที่มีการฝึกอบรมให้ผู้ประเมินแต่ละองค์กรมีความรู้เพียงพอที่จะใช้เครื่องมือได้ 6 ชั่วโมง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{modified}$) และขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสนทนากลุ่ม (Focus group Discussion) กับผู้บริหารองค์กรธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 31 องค์กร และการวิเคราะห์เนื้อหา (Conventional Content Analysis)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากวรรณกรรมที่เสนอข้างต้นผู้วิจัยจึงพัฒนากรอบความคิดในการวิจัยดังแสดงด้วยภาพที่ 3



ภาพที่ 3 13 หลักบริหารสู่องค์กรระดับโลกเครือเจริญโภคภัณฑ์

ที่มา: ปรับปรุงจาก 13 หลักบริหารสู่องค์กรระดับโลกเครือเจริญโภคภัณฑ์ (Charoen Pokphand Group, 2014)

งานวิจัยนี้ต้องการสร้างเครื่องมือประเมินองค์กรโดยใช้เกณฑ์ 13 ประการเพื่อการบริหารที่เป็นเลิศของเครือ ซี.พี. โดยต้องเป็นเครื่องมือที่สะดวกพอที่องค์กรอื่นๆ จะนำไปประยุกต์ใช้ได้ ใช้หลักการดังนี้ 1) วัดประเมินความต้องการจำเป็นของระบบที่ 1-12 ระบบ ด้วยหลักการ A–D–L–I 2) วัดประเมินความต้องการจำเป็นผลลัพธ์ (ระบบที่ 13) 8 มิติ ด้วยหลักการ Le–T–C–I 3) โครงสร้างองค์กรธุรกิจเป็นส่วนที่แต่ละองค์กร มีความแตกต่างกัน ดังนั้นความต้องการจำเป็นที่ประเมินในข้อ 1-2 จึงผันแปรตามบริบทของโครงสร้างองค์กรในแต่ละที่ การวัดด้านโครงสร้างองค์กรจึงเป็นตัวถ่วงน้ำหนักเพิ่ม-ลด ให้กับข้อ 1-2 4) ระดับของการวัดจะจัดเป็น 6 ระดับ ตามหลักการเกณฑ์บริหารความเป็นเลิศของ Baldrige Performance Excellence และTQA Award 5) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยถึงความสัมพันธ์ของ 12 ระบบการบริหารกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ ดังนี้

สมมติฐานหลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์

H0: ปัจจัยด้านการบริหารเพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ในการดำเนินธุรกิจ

H1: ปัจจัยด้านการบริหารเพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ในการดำเนินธุรกิจ

ผลการวิจัย

1. ลักษณะขององค์กรที่ทดลอง

ทำการศึกษากับองค์กรที่มีความหลากหลาย จำนวน 31 องค์กร กล่าวคือ

- องค์กรมีบุคลากรน้อยกว่า 100 คน 11 องค์กร 101-300 คน 7 องค์กร 301-500 คน 8 องค์กร 501-1,000 คน 3 องค์กร และมากกว่า 1,000 คน 2 องค์กร

- ขนาดรายได้องค์กรน้อยกว่า 100 ล้านบาท 10 องค์กร 101-300 ล้านบาท 8 องค์กร 301-500 ล้านบาท 6 องค์กร 501-1,000 ล้านบาท 4 องค์กร มากกว่า 1,000 ล้านบาท 3 องค์กร

- โดยที่เป็นธุรกิจที่หลากหลายประกอบด้วย จำหน่ายรถยนต์ 1 องค์กร ราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน 3 องค์กร จำหน่ายเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องจักรติดตั้ง 5 องค์กร Digital, IT โทรคมนาคม 3 องค์กร ให้คำปรึกษา ฝึกอบรม 3 องค์กร ค้าปลีก 3 องค์กร ร้านอาหาร ภัตตาคาร 2 องค์กร เดินเรือ 1 องค์กร ธนาคาร 1 องค์กร โรงพยาบาล 2 องค์กร สมาคม องค์กรไม่แสวงหากำไร 1 องค์กร อุตสาหกรรมอาหาร 2 องค์กร สถาบันการศึกษา 2 องค์กร บริการห้องเย็น 1 องค์กร และสิ่งแวดล้อม 1 องค์กร

2. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นภาพรวมรายด้านของ 31 องค์กร

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความต้องการจำเป็นภาพรวมรายด้านของ 31 องค์กร

ข้อที่	หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศ	ความต้องการจำเป็นภาพรวมรายด้านของ 31 องค์กร		
		ความจำเป็นกับธุรกิจ (I) $\bar{X}$	ความเป็นอยู่จริง (D) $\bar{X}$	GAP PNI Modified = (I - D)/D
1	การนำองค์กร (Leadership)	5.63	4.35	0.344
2	การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategy Management)	5.65	4.12	0.472
3	การมุ่งเน้นคน (People Focus)	5.54	3.78	0.452
4	การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ (Operations Focus)	5.61	4.18	0.478
5	การสร้างนวัตกรรม (Innovation Management)	5.48	4.00	0.431
6	การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)	5.66	4.28	0.368
7	การจัดการเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)	5.45	3.75	0.454

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความต้องการจำเป็นภาพรวมรายด้านของ 31 องค์กร (ต่อ)

ข้อที่	หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศ	ความต้องการจำเป็นภาพรวมรายด้านของ 31 องค์กร		
		ความจำเป็นกับธุรกิจ (I) $\bar{X}$	ความเป็นอยู่จริง (D) $\bar{X}$	GAP PNI Modified = (I - D)/D
8	การจัดการข้อมูล สารสนเทศ และระบบไอที (Data, Information, and IT Management)	5.70	4.16	0.322
9	การวัด การวิเคราะห์ ผลการดำเนินงาน (Organizational Performance Measurement and Analysis)	5.70	3.98	0.370
10	การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	5.48	3.71	0.341
11	การกำกับดูแลองค์กร (Corporate Governance)	5.79	3.99	0.464
12	การตัดสินใจเพื่อความยั่งยืน (Decision Making for Sustainability)	5.77	3.92	0.370
13	ผลลัพธ์ (Results)	5.64	4.03	0.292
	รวม	**5.62**	**4.02**	**0.400**

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่า ทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญโดยมองแต่ละประเด็นมีความจำเป็น (Important: I) โดยมีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 5.62) และสภาพความเป็นอยู่จริง (Degree of Success: D) มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02) และเกิด GAP ที่คำนวณโดยใช้ PNI มีค่าเฉลี่ย 0.400 กล่าวได้ว่าเครื่องมือวินิจฉัยองค์กรนี้ สามารถแยกแยะให้เห็นสภาพการณ์ที่เป็นอยู่จริง และความต้องการที่ควรจะมี หรือหลักการบริหารองค์การได้อย่างค่อนข้างชัดเจนในทุกระบบ

3. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นภาพรวมของ 31 องค์กร

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความต้องการจำเป็นภาพรวมของ 31 องค์กร

ภาพรวมผลประเมิน/องค์กร	ค่าเฉลี่ยความจำเป็นกับธุรกิจ (I)	ค่าเฉลี่ยความเป็น อยู่จริง (D)	ผลต่าง(GAP) PNI = (I - D)/D
1	5.96	2.95	1.02
2	5.96	2.35	1.54
3	5.96	3.18	0.87
4	6.00	3.89	0.54
5	6.00	3.43	0.75
6	6.00	4.41	0.36
7	6.00	4.77	0.26
8	6.00	4.66	0.29
9	6.00	5.60	0.07
10	6.00	5.73	0.05
11	6.00	2.86	1.099
12	6.00	5.20	0.16
13	6.00	5.17	0.16
14	5.99	4.93	0.22
15	4.45	3.53	0.29
16	6.00	2.32	1.59
17	4.97	4.52	0.10
18	5.92	3.81	0.55
19	5.98	2.85	1.01

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความต้องการจำเป็นภาพรวมของ 31 องค์กร (ต่อ)

ภาพรวมผลประเมิน/ องค์กร	ค่าเฉลี่ย ความจำเป็นกับธุรกิจ (I)	ค่าเฉลี่ย ความเป็น อยู่จริง (D)	ผลต่าง(GAP) PNI = (I - D)/D
20	5.34	4.89	0.09
21	6.00	5.52	0.09
22	4.36	3.46	0.26
23	4.70	2.79	0.68
24	6.00	5.60	0.07
25	5.36	2.76	0.939
26	4.90	3.62	0.35
27	6.00	4.59	0.31
28	4.95	2.47	1.00
29	5.20	5.18	0.01
30	4.98	2.63	0.89
31	5.20	4.92	0.06

จากตารางที่ 2 เป็นการนำเสนอเป็นภาพรวมค่าเฉลี่ยของการประเมินวินิจฉัยองค์กรพบว่า ในแง่ความจำเป็นกับธุรกิจทุกองค์กรให้ความสำคัญในระดับที่สูงมาก และมีถึง 14 องค์กร ให้ค่าความจำเป็นต่อธุรกิจเป็นระดับ 6 ซึ่งเป็นระดับสูงสุด แต่ในแง่ความเป็นอยู่จริงค่อนข้างมีความกระจายมากตั้งแต่ 2.32-5.73 ขึ้นกับระดับการพัฒนาของแต่ละองค์กร แต่อย่างไรก็ตามระบบวินิจฉัยองค์กรสามารถบอก GAP ซึ่งคำนวณด้วย PNI ได้ในระดับ 0.05-1.59 ซึ่งแต่ละองค์การสามารถนำผลไปใช้ได้

4. ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson’ s product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศกับความเลิศกับผลการดำเนินธุรกิจ

หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
1. การนำองค์กร	0.867**	สูงมาก
2. การวางแผนเชิงกลยุทธ์	0.847**	สูงมาก
3. การมุ่งเน้นคน	0.873**	สูงมาก
4. การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ	0.881**	สูงมาก
5. การสร้างนวัตกรรม	0.771**	ค่อนข้างสูง
6. การมุ่งเน้นลูกค้า	0.866**	สูงมาก
7. การจัดการเศรษฐกิจสีเขียว	0.827**	สูงมาก
8. การจัดการข้อมูลสารสนเทศ	0.732**	ค่อนข้างสูง
9. การวัดการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน	0.892**	สูงมาก
10. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	0.839**	สูงมาก
11. การกำกับดูแลองค์กร	0.781**	ค่อนข้างสูง
12. การตัดสินใจเพื่อความยั่งยืน	0.828**	สูงมาก

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$)

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์หลักการบริหารที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน พบว่า

หลักการนำองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.867 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการนำองค์กรเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการวางแผนเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.847 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการมุ่งเน้นคนมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.873 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการมุ่งเน้นคนเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการมุ่งเน้นการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.881 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการมุ่งเน้นการปฏิบัติการเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการสร้างนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.771 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการสร้างนวัตกรรมเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างสูง

หลักการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.866 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการมุ่งเน้นลูกค้าเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการจัดการเศรษฐกิจสีเขียวมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.827 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการจัดการเศรษฐกิจสีเขียวเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการจัดการข้อมูลสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.732 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างสูง

หลักการวัด การวิเคราะห์ ผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.892 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการวัดการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.839 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้น

จะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

หลักการกำกับดูแลองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.781 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการกำกับดูแลองค์กรเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างสูง

หลักการตัดสินใจเพื่อความยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.828 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก หมายความว่า เมื่อองค์กรมีการบริหารด้านการตัดสินใจเพื่อความยั่งยืนเพิ่มขึ้นจะมีผลการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก

จากการทดสอบสมมติฐานข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ทั้ง 12 หลักการบริหารมีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์การดำเนินงานดังนี้ จึงสามารถนำทั้ง 12 หลักการบริหาร และ 1 หลักการวัดผลลัพธ์ในการดำเนินงานไปใช้กับองค์กรที่ต้องการยกระดับขีดความสามารถองค์กรและผลลัพธ์ในการดำเนินงานให้สูงขึ้น

5. ความเหมาะสมของการใช้เครื่องมือในแต่ละบริบทขององค์กร

จากการสนทนากลุ่ม (Focus group Discussion) เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2564 โดยกำหนดประเด็นการสนทนากลุ่มไว้คือ ความเหมาะสมที่จะนำเครื่องมือนี้ไปใช้ ได้ผลการวิจัยแต่ละมิติการประเมินกับแนวทางนำไปใช้กับองค์กรที่มีความหลากหลายดังนี้

5.1 ด้านการทบทวนให้รู้ถึงสถานะขององค์กร (Organizational Profile) 31 องค์กร เห็นด้วยที่จะต้องทำความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมาย ทิศทาง และบริบทภายใน ภายนอกของทุกองค์กรก่อน ถึงจะทำการประเมินหลักการบริหารในแต่ละด้าน

“การรู้จักโครงสร้างองค์กร (Organizational Profile) มีความจำเป็นอย่างมากที่จะประเมินระบบบริหาร การเข้าใจองค์กรตนเองเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่จะประเมินได้”

5.2 หลักการนำองค์กร (Leadership) ผู้บริหารระดับสูงมีอิทธิพลสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร

“ผู้บริหารมีความสำคัญสูงมากต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผู้บริหารระดับสูงมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรสูงมาก”

5.3 หลักการวางแผนกลยุทธ์ (Strategy Planning) ทำให้องค์กรมีเป้าหมายที่ชัดเจนและมีวิธีการบรรลุเป้าหมายนั้น

“การวางแผนยุทธศาสตร์ เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารที่จะพาองค์กรสู่เป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ทำให้องค์กรได้เลือกสิ่งที่จะทำโดยใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายที่สำคัญ”

5.4 หลักการมุ่งเน้นคน (People focus/ Workforce) องค์กรแท้ที่จริงคือ ผู้คนที่มาใช้ความสามารถในการทำงานร่วมกัน เพื่อผลลัพธ์ที่กำหนดร่วมกัน

“บุคลากรที่มีความสามารถ คือ ความสามารถที่แท้จริงขององค์กร แต่ละปัจเจกบุคคลแม้มีความสามารถสูงก็ไม่มีทางพาองค์กรบรรลุเป้าหมายได้ แต่ต้องอาศัยการบริหารจัดการระบบบริหารคนให้ดี”

5.5 หลักการมุ่งเน้นการปฏิบัติ (Operation) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อผู้รับบริการ

“ระบบงานที่ดีทำให้เกิดบริการที่ดี ระบบงานที่จัดให้ดี โดยใช้คนร่วมกับเทคโนโลยีที่เหมาะสมจะเกิดบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทำสู่ลูกค้าได้ดี”

5.6 หลักการสร้างนวัตกรรม (Innovation) เป็นกำเนิดของการเติบโตและความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

“การทำ Innovation มีข้อจำกัดมาก แต่มีความจำเป็นต้องทำ ไม่มีนวัตกรรมองค์กรจะแข่งขันไม่ได้”

5.7 หลักการด้านลูกค้า (Customers)

จะได้รับการตอบสนองสร้างความพึงพอใจและได้ประสบการณ์ที่ดีจากสินค้าบริการ

“การรักษาและหาลูกค้าเพิ่มยากมาก แต่สำคัญมากกับทุกองค์กร ไม่มีลูกค้า ไม่มีธุรกิจ”

5.8 หลักการจัดการเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในภาวะที่มีการดำเนินกิจกรรมขององค์กร

“ในปัจจุบันทุกองค์กรระมัดระวังเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้งานรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นธุรกิจใหม่ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว”

5.9 หลักการจัดการข้อมูลสารสนเทศ (Data and Information) องค์กรต้องใช้ข้อมูลที่จัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อการบริหารจัดการในทุกกระบวนการ

“งานหลักของแผนก IT ในทุกองค์กร คือ การทำให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถใช้สารสนเทศในการทำงานได้”

5.10 หลักการวัดวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน (Measurement and Analysis) โดยใช้ข้อมูล เพื่อการตัดสินใจในทุกๆ ระดับ

“องค์กรต้องการรู้สถานการณ์ทำงานให้เร็วที่สุด Real Time ได้ยิ่งดี ธุรกิจด้าน Logistic ต้องการข้อมูลแบบ Real Time”

5.11 หลักการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Management) องค์กรจะดำเนินธุรกิจได้ต้องอยู่กับ Ecosystem ที่ดี

“องค์กรจะเติบโตได้ด้วยการจัดการ Ecosystem ของตนเองอย่างดี ทุกองค์กรมีผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องดูแลให้ดี จึงจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้”

5.12 หลักการกำกับดูแลองค์กร (Corporate Governance) เป็นการทำให้องค์กรมีความโปร่งใสตรวจสอบได้

“องค์กรที่จะเติบโตได้จนเข้าตลาดหลักทรัพย์และยั่งยืนต่อไป ธรรมาภิบาลเป็นสิ่งสำคัญมาก ทุกวันนี้องค์กรภาครัฐนอกจากจะช่วยภาคธุรกิจให้มีธรรมาภิบาลแล้ว ตัวของภาครัฐเองก็ต้องมีธรรมาภิบาลด้วย”

5.13 หลักความยั่งยืน (Sustainability) องค์กรจะเติบโตยั่งยืนต้องมีการดำเนินการครบทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม

“องค์กรในปัจจุบันเปลี่ยน CSR เป็น CSV เพื่อทำให้องค์กรก้าวหน้าอย่างยั่งยืน”

5.14 หลักการวัดด้านผลลัพธ์ (Results) ใน 8 มิติ เช่น การเงิน ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

“องค์กรภาครัฐอาจต้องปรับการวัดผลทางการเงินให้เป็นการบริหารงบประมาณและใช้ทรัพยากร ไม่ใช้แค่เป็นผลลัพธ์ของตนเองเท่านั้น องค์กรต้องเปรียบเทียบผลกับคู่แข่งและอุตสาหกรรมด้วย”

จากผลการศึกษาข้างต้น จะเห็นว่าเครื่องมือวินิจฉัยองค์กรที่พัฒนาจาก CP Excellence ค่อนข้างใช้ได้ดีกับองค์กรธุรกิจที่หลากหลาย อาจมีการต้องปรับสาระสำคัญให้เข้ากับบริบทขององค์กรบ้าง เช่น ภาครัฐอาจไม่มุ่งเน้นผลลัพธ์ทางการเงินแบบธุรกิจ

“ภาครัฐต้องปรับการวัดผลลัพธ์ทางการเงิน”

อนึ่ง แทบทุกองค์กรสะท้อนให้ฟังว่า การจะใช้เกณฑ์ที่พัฒนาขึ้นนี้ในการวินิจฉัยองค์กรให้แม่นยำจำเป็นต้องใชข้อมูลอ้างอิงแต่ละประเด็นให้มากครบถ้วน และอาจต้องใช้การมีส่วนร่วมจากบุคคลจำนวนหนึ่ง

“ต้องอาศัยข้อมูลมากเพื่อให้การประเมินมีความเที่ยงตรง”

อภิปรายและสรุปผล

การวินิจฉัยองค์การด้วย 13 หลักการบริหารเพื่อความเป็นเลิศของเครือเจริญโภคภัณฑ์นั้น ทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญโดยมองแต่ละประเด็นมีความจำเป็น สามารถแยกแยะให้เห็นสภาพการณ์ที่เป็นอยู่จริงและความต้องการที่ควรจะมีได้อย่างค่อนข้างชัดเจน ในทุกระบบหรือหลักการบริหารองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร (Organizational Profile) ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากที่จะประเมินระบบบริหาร

การเข้าใจองค์กรตนเองเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่จะประเมินได้ ได้แก่ การนำองค์กร การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การมุ่งเน้นคน การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ การมุ่งเน้นลูกค้า การจัดการเศรษฐกิจสีเขียว การวัดการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การตัดสินใจเพื่อความยั่งยืน เน้นการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ทำให้ระบบงานและกระบวนการทำงานดูง่ายและสะดวกต่อการนำไปปฏิบัติ นำไปสู่การนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมุ่งเน้นความสุข และเห็นคุณค่าของพนักงาน ใช้พนักงานเป็นศูนย์กลาง

จากข้อมูลที่นำเสนอสามารถสรุปความสัมพันธ์ของทั้ง 3 มิติได้ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 13 หลักบริหารสู่องค์กรระดับโลกเครือเจริญโภคภัณฑ์
ที่มา: ปรับปรุงจาก 13 หลักบริหารสู่องค์กรระดับโลกเครือเจริญโภคภัณฑ์ (Charoen Pokphand Group, 2014)

จากภาพที่ 4 แสดงหลักการบริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง แม้พัฒนาขึ้นโดยองค์กรขนาดใหญ่ก็สามารถปรับประยุกต์ใช้กับองค์กรที่มีความหลากหลายเครื่องวินิจฉัยองค์กรที่พัฒนาขึ้นจากระบบองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงข้างต้นสามารถใช้ในการวินิจฉัยองค์กรขนาดเล็ก - กลาง - ใหญ่ ในประเภทธุรกิจต่างๆ แม้แต่องค์กรภาครัฐ เพียงต้องปรับในรายละเอียดเล็กน้อย เช่น การวัดผลด้านการเงินย่อมมีความแตกต่างกันสำหรับองค์กรธุรกิจ องค์กรภาครัฐ และองค์กรไม่แสวงหากำไร

เครื่องมือวินิจฉัยองค์การได้พัฒนาวิธีการประเมินจากการบริหารสู่ความเป็นเลิศ Baldrige ของ USA กับ TQA ของประเทศไทย (Department of Commerce, USA, 2019; National Quality Award Office , 2019) และนำหลักการประเมินความต้องการจำเป็นมาใช้ด้วย (Wongwanich, 2007) ทำให้มีเนื้อหาครอบคลุมมีวิธีการประเมินที่ชัดเจนและผู้ใช้สามารถตั้งค่าของแต่ละระบบได้ว่ามีความจำเป็นต่อธุรกิจนั้นๆ เพียงใด ทำให้เป็นเครื่องมือที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น ทั้งยังแสดงให้เห็นช่องว่าง (GAP) ที่จะพัฒนาได้ชัดเจนขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอสำหรับการวิจัยนี้

1.1 เครื่องมือวินิจฉัยองค์กรนี้มีความยืดหยุ่น ครอบคลุมระบบบริหารสำคัญเหมาะที่องค์กรจะนำไปใช้ประเมินตนเองเพื่อพัฒนาความสามารถขององค์กร

1.2 เนื่องจากเครื่องมือนี้พัฒนาจากเกณฑ์การบริหารขององค์กรธุรกิจ ดังนั้นในการวัดผลในหมวดที่ 13 ผลลัพธ์ หากใช้กับองค์กรภาครัฐหรือองค์กรมหาชนก็มีความจำเป็นต้องปรับตามบริบทที่เป็นจริงขององค์กรนั้นๆ ด้วย

1.3 เครื่องมือวินิจฉัยองค์กรนี้เป็นเครื่องมือที่มีความซับซ้อนต้องมีความเข้าใจมากพอสมควร จึงควรจะมีการศึกษาฝึกอบรมพัฒนาให้เข้าใจระบบการประเมินพอสมควร เช่นเดียวกับในงานวิจัยนี้ได้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์และวิธีการประเมินต่อองค์กรที่ทดลองก่อนถึง 6 ชั่วโมง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาการใช้เครื่องมือนี้ซ้ำกับองค์กรลักษณะอื่นๆ เพื่อสร้างความแกร่งของเครื่องมือประเมินหรือวินิจฉัยขององค์กรนี้มากยิ่งขึ้น

References

Charoen Pokphand Group. (2014a). *Business Organizations*. Bangkok: Sustainability Management - Charoen Pokphand Group. [in Thai]

Charoen Pokphand Group. (2014b). *CP Excellence (CPEX).* Bangkok: Sustainability Management - Charoen Pokphand Group. [in Thai]

Charoen Pokphand Group. (2017). *Sustainability Report 2017*. Bangkok: Charoen Pokphand Group - (CP) Group. [in Thai]

Charoen Pokphand Group. (2019). *Force for a Sustainability*. Retrieved April 22, 2021, from www.cpgroupglobal.com [in Thai]

Chearavanont, T. (2019). *Success in One Day.* Retrieved September. 30, 2019, form https://www.matichon.co.th/prachachuen/prachachuen-scoop/news_1693074 [in Thai]

Cronbach, L. J. (1970). *Essential of Psychological Testing* (3rd ed.). New York: Harper.

Department of Commerce, USA. (2019). *2019-2020 Criteria for Performance Excellence Gaithersburg.* Retrieved April 27, 2021, from www.nist.gov/Baldrige

Farkas, M. G. & Hinchliffe, L. J. (2013). Library Faculty and Instructional Assessment: Creating a Culture of Assessment through the High-Performance Programming Model of Organizational Transformation. *Collaborative Librarianship*, *5*(3), 177-188. https://doi.org/10.29087/2013.5.3.05

Gartner. (2020). *HR Priorities Survey*. Retrieved June 15, 2021, from www.gartner.com

Gartner. (2021). *Building Future-ready Organization in ASIA*. Retrieved June 15, 2021, www.gartner.com

Levinson, H. (2013). *Organizational Assessment: A Step-by-Step Guide to Effective Consulting*. Washington DC: American Psychological Association.

National Quality Award Office. (2019). *Criteria for the National Quality Award 2020-2021*. Bangkok: National Productivity Institute. [in Thai]

Nelson, L. & Burns, F. L. (1984). *High Performance Programming: A Framework for Transforming Organizations*. In J. Adams (Ed.), *Transforming Work* (pp. 226-242). Alexandria, VA: Miles River Press.

Peters, T. J. & Waterman, R. H. Jr. (1982). *In Search of Excellence: Learns from America's Best-run Corporation*. New York: Harpers & ROW.

Rothwell, W. J., Stopper, L. M. A., & Myers, J. L. (2017). *Assessment and Diagnosis for Organization Development: Powerful Tools and Perspectives for the OD Practitioners*. NW: Taylor & Francis Group.

Royse, D., Staton-Tindall, M., Badges, K., & Webster, J. M. (2009). *Need Assessment*. Oxford: Oxford University Press.

Stopper, L. M. A. & Myers, L. J. (2017). *Diagnosis and Assuming Organization Effectiveness*. in W. J. Rothwell, A. L. M. Stopper, & J. L. Myers (Eds.), *Assessment and Diagnosis for Organization Development: Powerful Tools and Perspectives for the OD Practitioners* (pp. 11-28). NW: Taylor & Francis Group.

Wongwanich, S. (2007). *Needs Assessment Research*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]

Yoon, H. J. (2017). *Diagnostic Models Addressing Environment Forces and Organizational Readiness*. In W. J. Rothwell, A. L. M. Stopper, & J. L. Myers (Eds.), *Assessment and Diagnosis for Organization Development: Powerful Tools and Perspectives for the OD Practitioners* (pp. 55-78). NW: Taylor & Francis Group.

Name and Surname: Lertchai Suthammanon
Highest Education: Doctor of Philosophy in Human Resource Development, Ramkhamhaeng University
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Human Resources Management, Competency Based HRM, Performance Management, and Compensation and Career Development

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN MANAGEMENT OVERCONFIDENCE, CORPORATE GOVERNANCE, AND M & A PREMIUM - AN EMPIRICAL TEST FROM CHINA'S A-SHARE LISTED COMPANIES

Zhanyong Lu
Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

Received: May 5, 2021 / Revised: July 26, 2021 / Accepted: August 13, 2021

Abstract

This article uses the listed companies that have undergone mergers and acquisitions in China's A-shares from 2014 to 2018 as a sample to empirically test the impact of management confidence on the M & A premium and corporate governance on the M & A premium. The research shows: (1) the higher the overconfidence of the management, the higher the premium generated during the merger; and (2) the higher the level of corporate governance, the lower the premium generated during the merger.

Based on the above conclusions on premiums, in order to better control the high premiums in corporate mergers and acquisitions, companies should avoid blind mergers and acquisitions, improve corporate governance, prevent mergers, and acquisitions premiums, establish a market value management system, and strengthen the overall supervision and management of regulatory agencies. In addition, they should pay attention to the comprehensive integration after the completion of mergers and acquisitions, and strengthen the risk awareness education of small and medium investors.

Keywords: Mergers and Acquisitions, Overconfidence, Corporate Governance, Merger

Introduction

With the impact of economic globalization, competition and cooperation between enterprises have also been continuously strengthened, and mergers and acquisitions have become an important means of rapid expansion of the scale of enterprises. Current research believes that high valuations and high premiums are the source of huge goodwill. With the wave of mergers and acquisitions in recent years, high valuations, high premiums, and high goodwill have become the norm. As the initiator of M & A activities, corporate management plays a leading role in the decision of M & A consideration. Most decision makers will be disturbed by psychological factors and deviate from rationality when making major decisions, resulting in obvious irrational deviations. The irrational psychological deviation formed

Corresponding Author
E-mail: 940388562@qq.com

by the overconfidence of the management is the most critical factor affecting the M & A decision. In the current academic literature on corporate governance, most of them focus on a specific aspect of corporate governance, such as the composition of the board of directors, the compensation of outside directors, investor protection, shareholder participation. However, corporate governance, as a governance system that balances the internal relationships of the enterprise, can adjust the self-interested behavior of the management by influencing the high premium motive of mergers and acquisitions when the principal-agent problem occurs between the major shareholders and the management. Good corporate governance can alleviate the company's agency problems and improve willingness and high-level decision-making efficiency. But the existing literature has not reached a consistent conclusion. In view of this, this article attempts to make a contribution in this regard, and will study the relationship between the corporate governance system of A-share listed companies, the overconfidence of the management and the M & A premium.

Research Objectives

Most scholars believe that management's overconfidence will overestimate the value of the target company and the expected return of the combined company. M & A activities based on the management's overconfidence will often result in a loss of the value of the master company (Song & Dai, 2015), easier to pay excessive premiums during mergers and acquisitions. Therefore, this article will further study the relationship between the perception of management overconfidence and high M & A premiums. Good corporate governance can alleviate the company's agency problems, improve willingness and high-level decision-making efficiency. In view of this, this article attempts to make a contribution in this regard, and will study the effect of A-share listed companies' corporate governance system on mergers and acquisitions premium and huge recognition of goodwill affect the relationship between.

Literature Review

To put it simply, China A shares are stocks purchased in RMB, issued by companies registered in China and listed in China, for omestic institutions, organizations or individuals to subscribe and trade in RMB. The impact of managers' overconfidence on M & A premiums mainly includes three aspects. First, overconfidence will cause managers to overestimate the expected future returns, and the greater the expected return, the more likely the acquirer will pay a high premium (Jiang & Zhang, 2009). M & A premium is the transaction cost that a company is willing to pay to obtain the private benefits of control and the expected benefits of mergers and acquisitions. When the expected benefits of mergers and acquisitions are greater, the merger premium paid by the acquirer is higher (Li, 2015). Second, because management often has more internal information than

external investors, it has rich management experience, better personal background and higher knowledge level. Therefore, overconfident management will think that their own ability can improve the synergy effect after M & A, they have more information than external investors, and that the market seriously underestimates the target company, thus paying a higher M & A premium (Bernardo & Welch, 2001). Third, overconfidence will make managers of the acquirer ignore potential risks and underestimate the potential risks in M & A transactions, making it easier to pay excessive M & A premiums (Liu & Chen, 2017). Managers are overconfident that the M & A premium and goodwill impairment paid in M & A decisions will be higher (Pan, Liu, & Wang, 2018). Therefore, this article believes that the more confident the management is in M & A, the higher the premium generated by M & A. Based on the above inferences, Propose Hypothesis 1.

H_1: Management overconfidence is positively correlated with high M & A premiums.

Corporate governance refers to a means of checks and balances of organizational structure relationships. As an institutional arrangement for regulating and supervising corporate behavior, corporate governance can play its role in correcting and checking management's irrational decision-making. If there is a conflict of interest between the management of the acquiring party and the shareholders, unreasonable merger premiums are likely to occur in the merger. Efficient corporate governance can play a positive role in regulating the expected synergies of mergers and acquisitions, effectively intervening in the management's overconfidence, and reducing the possibility of irrational decision-making behavior (Zhang & He, 2012). With the evolution of the shareholding structure, the principal-agent problem has gradually manifested itself as a major shareholder's infringement of the interests of small and medium shareholders. From the perspective of principal-agent, major shareholders' shareholding can reduce the occurrence of the first type of principal-agent problems, thereby affecting the merger premium and business price. Impairment of reputation can effectively curb management's personal gains (Shleifer & Vishny, 1986). The corporate governance structure means the effectiveness of mutual supervision and restraint between shareholders. A sound corporate governance system can restrict shareholders from seeking private interests for themselves to a certain extent, safeguard the interests of external investors, and ease conflicts of interest among shareholders. Achieve long-term business goals of the company (Sui, Jiang, & Xu, 2016). Sound corporate governance is the guarantee of internal supervision and control of the enterprise, and it also guarantees the consistency of the interests of management and external shareholders. Therefore, this article believes that a company with a more complete corporate governance system will have a lower premium due to mergers and acquisitions. Based on the above inferences, Propose Hypothesis 2.

H_2: Corporate governance is negatively correlated with high M & A premiums.

Methodology

2014 to 2018 is the year when China's listed companies have the most mergers and acquisitions. By 2018, the number of mergers and acquisitions market transactions reached 10,877 (Li, Ye, & Lu, 2018). This article selects all mergers and acquisitions of A-share listed companies from 2014 to 2018 as the total sample. The specific data sources are as follows: Samples of mergers and acquisitions, company-related financial data, corporate governance, and personal characteristics of managers are derived from the Cathay Pacific database and Wonder database; the book value of the target company's net assets and company performance are manually collected through merger announcements. For missing data, use Reese database is supplemented. In order to avoid the influence of extreme values on the conclusions of the research, herein for all continuous variables tail withdrawal (the Winsor) processing each of the upper and lower quartile 1%. In order to ensure the rigor of the research, the total sample was screened and removed: 1) Remove the sample of M & A transactions with an M & A transaction value of less than 1 million; 2) Remove the sample of M & A transactions with an acquisition ratio of less than 30%; 3) Remove M & A transaction samples of ST and ST; 4) Remove financial M & A transaction samples; 5) Remove M & A transaction samples with incomplete financial data indicators of both parties to the M & A transaction, and 6) Remove M & A transaction samples with negative net assets.

In the research model that discusses management overconfidence and M & A premium, this article takes management overconfidence (Ovc) as the explanatory variable, and M & A premium as the explained variable. For the measurement of explanatory variables, this article adopts the more commonly used management relative compensation method to measure the relative ratio of executive compensation. That is, the relative salary of executives = the sum of the top three executives' salaries/the sum of all executives' salaries (Makhija, Ferris, & John, 2013). For the measurement of the explained variable M & A premium (premium), this article selects the value of the acquired party's net assets as the measurement standard of the M & A premium, and uses the ratio of the part of the M & A transaction consideration to exceed the book value of the target company's net assets to the book value of the target company's net assets. Instead of M & A premium (Chen & Li, 2016), In this way, the overvalued value in the valuation process of the merger consideration can be calculated. According to the existing literature research, this paper selects enterprise scale (Size), enterprise growth (Growth), enterprise free cash flow (Cashflow), board size (Board), asset-liability ratio (Lever), year (Year), and industry (Ind) as control variables. Therefore, in order to discuss the impact of management overconfidence on M & A premium and M & A

confirmed goodwill, this paper establishes the following multiple linear regression model for Hypothesis 1:

$$Premium = \alpha_0 + \alpha_1 Ovc + \alpha_2 Size + \alpha_3 Growth + \alpha_4 Cashflow + \alpha_5 Board + \alpha_6 Lever + \alpha_7 Year + \alpha_8 Ind + \sigma_1$$

Corporate governance is a series of institutional arrangements to coordinate and supervise the interests of all parties. Therefore, a certain indicator cannot fully reflect the level of corporate governance. At present, most academic circles use principal component analysis to construct an index that can fully reflect the level of corporate governance. The principal component analysis method is used to construct the corporate governance index, and the first principal component obtained from the principal component analysis method is defined as an indicator of the level of corporate governance (Gov) (Zhou, 2011). Use the symbol Gov to represent the corporate governance index, and construct the following calculation formula:

$$Gov = -0.625 \times TOP1 + 0.595 \times Cstr2_10 + 0.23 \times rindiret + 0.037 \times TOP50.227 \times parent + 0.023 \times dua + 0.071 \times HB$$

According to the existing literature research, this article selects the scale of the enterprise (Size), the growth of the enterprise (Growth), the free cash flow of the enterprise (Cashflow), the debt-to-asset ratio (Lever), the proportion of major shareholders (Otac), the year (Year), and the industry (Ind) etc. Control variable. Therefore, in order to discuss the impact of corporate governance on M & A premiums and M & A's confirmation of goodwill, this article establishes the following multiple linear regression model for Hypothesis 2:

$$Premium = \alpha_0 + \alpha_1 Gov + \alpha_2 Size + \alpha_3 Growth + \alpha_4 Cashflow + \alpha_5 Lever + \alpha_6 Otac + \alpha_7 Year + \alpha_8 Ind + \sigma_1$$

Results

In the process of discussing the impact of management overconfidence and M & A premiums, this article collected data from 487 companies listed on China's A-shares from 2014 to 2018, and carried out descriptive analysis and correlation analysis on them, as well as with the help of Excel and STATA15. 0 Perform multiple linear regression, and get the following results through data testing.

Table 1 Descriptive analysis table of management overconfidence and M & A premium

Variable	N	Mean	Median	Min	Max
Premium	487	9.014	4.752	0	102.3
Ovc	487	0.503	1	0	1
Board	487	8.109	9	5	11
Cashflow	487	0.094	0.051	0	0.662
Growth	487	0.239	0.134	-0.53	3.522
Lever	487	0.314	0.280	0.026	0.859
Size	487	20.89	20.79	19.24	23.33
Year	487	2016	2015	2014	2018
Ind	487	20.11	16	1	55

In this paper, the 1% wins or extreme values before and after all variables are used. The descriptive statistical analysis is shown in Table 1. The average value of M & A premium (premium) is 9.014, the median is 4.752, the maximum is 102.3, and the minimum is 0.The average value of management overconfidence (Ovc) is 0.503, the median is 1, the maximum value is 1, and the minimum value is 0, indicating that more than half of the listed companies with A-share mergers and acquisitions have management overconfidence. Through the Pearson correlation test, the correlation results of management overconfidence and M & A premium are shown in Table 2 below:

Table 2 Analysis of the correlation between management overconfidence and M & A premium

	Premium	Ovc	Board	Cashflow	Growth	Lever	Size	Year	Ind
Premium	1								
Ovc	0.091**	1							
	0.0446								
Board	0.0390	-0.120**	1						
	0.389	0.00800							
Cashflow	-0.0650	0.0720	-0.0260	1					
	0.151	0.115	0.572						
Growth	-0.0400	-0.0600	0.0070	0.080*	1				
	0.375	0.189	0.872	0.0772					
Lever	-0.0680	0.00400	0.090**	0.0590	0.0310	1			
	0.136	0.925	0.0469	0.192	0.501				
Size	0.0270	-0.101**	0.168**	-0.0320	0.00500	0.458**	1		
	0.546	0.0261	0.0002	0.487	0.917	0			
Year	0.0220	0.146***	-0.0470	0.132***	-0.0160	-0.0210	-0.176**	1	
	0.634	0.00120	0.296	0.00360	0.729	0.645	0.00010		
Ind	0.113**	-0.0670	-0.0160	-0.0580	-0.0160	-0.100*	-0.00900	0.0150	1
	0.0128	0.142	0.718	0.202	0.726	0.0272	0.850	0.735	

From the correlation analysis in Table 2 above, we can see that the correlation coefficient between management's overconfidence and M & A premium is 0.091**, showing a significant positive correlation. Management's overconfidence will affect the payment premium during M & A. Tested H1 to a certain extent. From the perspective of the correlation coefficients between the control variables and the explanatory variables in the research model and the explained variables, most of the control variables selected in this article show significant correlations, and the selection of control variables is more appropriate. From the perspective of the entire correlation analysis, although there is a significant correlation, the correlation coefficient is

not high, and it is statistically independent. Before performing linear regression analysis, test the multicollinearity between the control variables and the independent variables. To prevent the occurrence of multicollinearity problems, the results are shown in Table 3 below:

Table 3 Multicollinearity between management overconfidence and M & A premium

Variable	VIF	1/VIF
Size	1.35	0.741948
Lever	1.30	0.771761
Year	1.07	0.934416
Ovc	1.05	0.949763
Board	1.04	0.960039
Cashflow	1.04	0.965311
Ind	1.02	0.980542
Growth	1.01	0.987937
Mean VIF	1.11	

It can be seen from Table 3 that in terms of collinearity test, all control variables, independent variables VIF values and Mean VIF values are less than 10 and all greater than 0, indicating that there is no multicollinearity problem among the variables, and multiple linear regression can be performed analysis.

Table 4 Multiple regression table of management overconfidence and M & A premium

COEFFICIENT	Premium
Ovc	3.284**
	(1.36)
Board	0.553
	(0.51)
Cashflow	-7.426
	(5.74)
Growth	-0.669
	(1.22)
Lever	-7.144*
	(3.98)
Size	1.316
	(0.90)
Year	0.269
	(0.50)
Ind	0.133**
	(0.056)
Constant	-567.3
	(1019)
Observations	487
R-squared	0.04

t-statistics in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

From Table 4 above, it can be seen that the P value of the regression between management overconfidence and M & A premium is 3.284**, and the regression coefficient is 1.36. The regression shows that among listed companies, the more serious the management overconfidence, the more serious the M & A payment will be the higher the premium, there is a significant positive correlation between management overconfidence and the M & A premium. In order to verify the reliability of the conclusion of H1, this paper adopts the method of replacing the control variables to conduct a robustness test, increasing the nature of equity, whether the merger and reorganization is a related transaction, the largest shareholder's shareholding ratio and other new control variables, and then re-analyze the management overconfidence and the merger premium. The results of the robustness test are shown in Table 5.

Table 5 Robustness test of management overconfidence and M & A premium regression

Coefficient	Premium
Ovc	3.317**
	(1.39)
State	-3.580
	(2.40)
Rit	-2.098
	(1.41)
Top1	0.0579
	(0.053)
Board	0.646
	(0.52)
Cashflow	-5.548
	(5.95)
Growth	-0.784
	(1.21)
Lever	-6.313
	(4.04)
Size	1.670*
	(0.93)
Year	0.378
	(0.54)
Ind	0.145**
	(0.058)
Constant	-795.7
	(1082)
Observations	447
R-squared	0.06

t-statistics in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

From Table 5 above, it can be seen that after the robustness test, the regression P value of management overconfidence and M & A premium is 3.317**, and the regression coefficient is 1.39. There is still a significant positive correlation between management overconfidence and M & A premium. This shows that this article. The results of empirical research are relatively robust, and the postponed hypothesis H1 of this article is tested again.

Table 6 Descriptive Analysis of Corporate Governance and M & A Premium

Variable	N	Mean	Median	Min	Max
Premium	463	8.962	4.746	0.05	99.29
Gov	463	0.894	0.916	-1.30	3.003
Otac	463	0.069	0.026	0	0.503
Cashflow	463	0.091	0.049	0	0.662
Growth	463	0.241	0.142	-0.53	3.522
Lever	463	0.312	0.279	0.02	0.859
Size	463	20.90	20.81	19.2	23.33
Year	463	2016	2015	2014	2018
Ind	463	19.94	16	1	55

In this paper, the 1% wins or extreme values before and after all variables are used for processing, and the descriptive statistical analysis is shown in Table 6. The average value of M & A premium (premium) is 8.962, the median is 4.746, the maximum is 99.29, and the minimum is 0.05. The average value of corporate governance (Gov) is 0.894, the median is 0.916, the maximum value is 3.003, and the minimum value is -1.30, indicating that the corporate governance index of listed companies undergoing A-share mergers and acquisitions is relatively low, or even negative, indicating that corporate governance is generally better weak. Through the Pearson correlation test, the correlation result between the corporate governance structure and the M & A premium is shown in Table 7 below:

Table 7 Correlation Analysis of Corporate Governance and M & A Premium

	Premium	Gov	Otac	Cashflow	Growth	Lever	Size	Year	Ind
Premium	1								
Gov	-0.081*	1							
	0.0827								
Otac	0.0160	-0.106**	1						
	0.728	0.0222							
Cashflow	-0.0570	-0.0590	0.079*	1					
	0.218	0.206	0.0879						
Growth	-0.0410	0.00100	-0.0110	0.0610	1				
	0.374	0.978	0.813	0.188					
Lever	-0.0680	-0.284***	0.335***	0.0740	0.0360	1			
	0.141	0	0	0.112	0.436				

Table 7 Correlation Analysis of Corporate Governance and M & A Premium (Cont.)

	Premium	Gov	Otac	Cashflow	Growth	Lever	Size	Year	Ind
Size	0.0330	-0.395***	0.271***	-0.00600	0.0100	0.448***	1		
	0.473	0	0	0.898	0.837	0			
Year	0.0210	0.097**	0.0220	0.102**	-0.0180	-0.0390	-0.177***	1	
	0.647	0.0369	0.640	0.0280	0.703	0.407	0.000100		
Ind	0.126***	-0.0460	-0.0530	-0.0520	-0.00700	-0.106**	-0.00200	0.00600	1
	0.00650	0.324	0.253	0.266	0.874	0.0226	0.961	0.900	

From the correlation analysis in Table 7 above, it can be seen that the correlation coefficient between corporate governance and M & A premium is -0.081*, showing a significant negative correlation. The level of corporate governance will significantly affect the generation of premium in M & A payment consideration. Tested H2 to a certain extent. From the perspective of the correlation coefficients between the control variables and the explanatory variables in the research model and the explained variables, most of the control variables selected in this paper show significant correlations, and the selection of control variables is more appropriate. Before performing linear regression analysis, test the multicollinearity between the control variables and the independent variables. To prevent the occurrence of multicollinearity problems, the results are shown in Table 8 below:

Table 8 Multicollinearity table of corporate governance and M & A premium

Variable	VIF	1/VIF
Size	1.46	0.683336
Lever	1.38	0.722822
Gov	1.22	0.820089
Otac	1.16	0.860419
Year	1.05	0.951320
Cashflow	1.03	0.969701
Ind	1.02	0.978854
Growth	1.01	0.993704
Mean VIF	1.17	

It can be seen from Table 8 that in terms of collinearity test, all control variables, independent variables VIF values and Mean VIF values are less than 10 and all greater than 0, indicating that there is no multicollinearity problem among the variables, and multiple linear regression can be performed. Analysis the main model regression analysis results are shown in Table 9:

Table 9 Multiple regression table of corporate governance and M & A premium

Coefficient	Premium
Gov	-1.353**
	(0.66)
Otac	4.954
	(7.26)
Cashflow	-5.210
	(5.81)
Growth	-0.913
	(1.19)
Lever	-6.003
	(4.09)
Size	1.794*
	(0.94)
Year	0.312
	(0.50)
Ind	0.146***
	(0.056)
Constant	-659.4
	(1019)
Observations	463
R-squared	0.04

t-statistics in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

It can be seen from Table 9 above that the regression P value of corporate governance and M & A premium is -1.353**, and the regression coefficient is 0.66. The regression shows that among listed companies, the better the corporate governance level, the more M & A premium paid during the M & A process. There is a significant negative correlation between corporate governance and M & A premium. The results test the research hypothesis H2 proposed in this paper.

In order to verify the reliability of conclusion H2, this paper takes the median value of M & A premiums in the full sample, assigns a value of 1 to the value of 1 for high-premium M & A groups, and assigns a value of 0 to low-premium M & A groups. Group, and then re-ran the binary logistics regression analysis on management's overconfidence and M & A premium. The results of the robustness test are shown in Table 10 below:

Table 10 Robustness test of dual logistics regression of corporate governance and M & A premium

Variables in the Equation									
		B	Standard Error	Wald	Degree of Freedom	Significance	Exp (B)	EXP (B) 95% Confidence interval	
								Lower limit	Upper limit
Step 1	Gov	-.202	.095	4.525	1	.033	1.224	1.016	1.474
	Otac	.047	.974	.002	1	.961	1.049	.156	7.070
	Cashflow	.558	.770	.524	1	.469	1.747	.386	7.907
	Growth	-.125	.130	.927	1	.336	.882	.683	1.139
	Lever	.207	.580	.128	1	.721	1.230	.395	3.834
	Size	-.200	.133	2.274	1	.132	.818	.631	1.062
	Year	-.023	.072	.103	1	.748	.977	.848	1.126
	Ind	.004	.008	.217	1	.641	1.004	.988	1.020
	Constant	50.738	146.230	.120	1	.729	0.000		

a. Variables entered in step 1: Gov, Otac, Cashflow, Growth, Lever, Size, Year, Ind

It can be seen from Table 10 above that, after the robustness test, the regression P value of corporate governance and M & A premium is 0.033, which is less than 0.05, and the beta value is -0.202. Corporate governance and M & A premium are still significantly negatively correlated, indicating the empirical evidence of this article. The research results are relatively robust, and the postponed hypothesis H2 of this article is tested again.

Discussion

This article mainly first conducts descriptive analysis and correlation analysis on the collected data. In the descriptive analysis, it is shown that most of the data presents a normal distribution, indicating that the data range is relatively reasonable. In the correlation analysis, although most of the data have a certain correlation, the correlation coefficient is not high, and it is statistically independent. After that, multiple linear regression analysis and binary logistics regression analysis were used to perform regression analysis on the research model proposed in this paper. The regression results show that the H1 and H2 proposed in this paper have been well verified, and the model has good robustness.

Conclusion

This paper takes China's A-share non-financial listed companies from 2014 to 2018 as the research object. Through empirical research, two conclusions are drawn: First, the overconfidence of management and the level of corporate M & A premiums show a significant positive correlation. The higher the level of overconfidence, the higher the M & A premium paid in mergers and acquisitions. Second, there is a significant negative correlation between corporate governance and corporate M & A premiums. The better the corporate governance structure, the lower the M & A premium paid in mergers and acquisitions.

Enterprise management is the leader in business decision-making. Due to information asymmetry, different personal characteristics will cause management to have different cognitive biases. Over-confident management will overestimate their own abilities, overestimate the profitability of M & A projects, and underestimate the risks of the project, resulting in unreasonable M & A premiums. A sound corporate governance level can effectively reduce the premium paid for mergers and acquisitions. Therefore, the level of corporate governance should be improved to reduce the adverse effects of the principal-agent problem on the synergy of mergers and acquisitions. Improve corporate supervision mechanisms to prevent overconfident management from making unreasonable decisions in corporate mergers and acquisitions. At the same time, the supervision and guidance role of the market economy should be brought into play to guide enterprises in investment decision-making activities to avoid the huge premium in mergers and acquisitions caused by the overconfidence of the management. The research in this article has deepened the relevant literature on M & A premiums, and provided new possible explanations for the impact of management's overconfidence and corporate governance on M & A payment premiums. It has certain enlightening significance for China's A-share M & A decisions, and at the same time has implications for investment. The relevant decision-making of the author also has certain reference value.

References

Bernardo, A. E. & Welch, I. (2001). On the Evolution of Overconfidence and Entrepreneurs. *Journal of Economics & Management Strategy, 10*(3), 301-330.

Cao, Y. (2020). Analysis of the Effectiveness of Performance Commitments in Preventing Impairment of Goodwill. *Cooperative Economy and Technology,* (11), 128-129.

Chen, S. H. & Li, W. A. (2016). Research on Anchoring Effect in M & A Premium Decision. *Economic Research*, (6), 114-127.

Jiang, F. X. & Zhang, M. (2009). Managers Overconfidence, Business Expansion and Financial Difficulties. *Economic Research*, (1), 131-143.

Li, B. (2015). The Mystery of the High Premium of Cultural Enterprise Mergers and Acquisitions: Structural Analysis, Performance Response and Digestion Mechanism. *Guangdong Social Sciences,* (4), 37-43.

Li, D., Ye, J. F., & Lu, S. Q. (2018). Management Overconfidence, Property Rights and M & A Goodwill. *Accounting Research,* (10), 50-57.

Li, Z. N. & Barbopoulos, L. S. (2011). Determinants of Earn Out as Acquisition Payment Currency and Bidders' Value Gains. *Journal of Banking and Finance,* (36), 678-694.

Liu, N. & Chen, W. (2017). Executives' Overconfidence Political Connection and Acquisition Premium of Enterprises. *Journal of Service & Management*, *10*(3), 260-279.

Makhija, A. K., Ferris, S. P., & John, K. (2013). CEO Compensation, Expropriation and the Balance of Power among Large Shareholders. *Advances in Finance Economics*, (15), 195-238.

Pan, A. L., Liu, W. K., & Wang, X. (2018). Managers' Overconfidence, Debt Capacity and M & A Premium. *Nankai Management Review*, *21*(3), 35-45.

Shleifer, A. & Vishny, R. W. (1986). Large Shareholders and Corporate Control. *Journal of Political Economy, 94*(3), 461-488.

Song, S. Q. & Dai, S. J. (2015). Managers' Overconfidence, M & A Types and M & A Performance. *Macroeconomic Research*, (5), 139-149.

Sui, J., Jiang, C. X., & Xu, Q. F. (2016). Research on the Nonlinear Heterogeneous Relationship between Equity Checks and Balances and Corporate Value Evidence from Chinese A-Share Listed Companies. *Nankai Management Review*, (1), 70-83.

Zhang, X. Z. & He, L. (2012). An Empirical Study on the Relevance of Managers' Overconfidence, Corporate Governance and M & A Decisions. *Journal of Central South University (Social Science Edition), 18*(5), 148-153.

Zhou, J. (2011). The Influence Path of Governance Body Intervention on the Company's Diversification Strategy: Based on the Indirect Effect Test of Managers' Overconfidence. *Nankai Management Review, 14*(1), 65-74.

Name and Surname: Zhanyong Lu
Highest Education: Ph.D. candidate, Panyapiwat Institute of Management
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Financial Management

การพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียดบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.)

DEVELOPMENT OF STRESS MANAGEMENT MODEL OF AIRPORTS OF THAILAND PUBLIC COMPANY LIMITED (AOT)

ศราวุฒิ โนเลี่ยม[1] ภาวิน ชินะโชติ[2] และปุริมปรัชญ์ คณิณพศุตย์[3]

Sarawuth Noliam[1] Pavin Chinachoti[2], and Purimpratch Khaninphasut[3]

[1,2]สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

[3]สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

[1,2]School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

[3]School of Educational Studies, Sukhothai Thammathirat Open University

Received: August 3, 2020 / Revised: February 2, 2021 / Accepted: February 17, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาวะการจัดการความเครียดบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ในปัจจุบัน 2) แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียดบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ใช้ระเบียบวิจัยแบบผสมด้วยแบบบันทึกข้อมูลการวิจัยเอกสาร จำนวน 100 รายการ ประชากรคือ บุคลากร ทอท. จำนวน 7,535 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน ทำการสำรวจด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง เจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารระดับสูง ทอท. จำนวน 15 คน จาก 152 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสารพบว่า ทอท. มีรูปแบบองค์การสมรรถนะสูง ไม่มีมาตรฐานระบบการจัดการความเครียด มีวิธีแทรกแซงการจัดกระทำจำนวน 30 จาก 37 รูปแบบในอุดมคติ และช่องว่างในระดับองค์การ ได้แก่ ระบบการสนับสนุนทางสังคม และในระดับบุคคล ได้แก่ 1) การฝึกผ่อนคลาย 2) การฝึกตอบกลับทางชีวภาพ 3) การให้คำปรึกษาจิตวิทยาเชิงป้องกัน 4) การรักษาด้วยจิตวิทยาการรับรู้และพฤติกรรม 5) บริการรับฟังจากนักจิตวิทยา 6) โปรแกรมช่วยเหลือบุคลากร รูปแบบองค์การสุขภาพดีด้วยพื้นฐานการจัดการความเครียดองค์รวมทีมหนึ่งเดียว อัตลักษณ์ ทอท. คือ แนวทางสมดุลสนามบินที่มีชีวิต ประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำเอื้ออำนวยเปิดใจจัดการความเปลี่ยนแปลง ภูมิใจพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ 2) คุณค่าร่วมสุขภาวะทีมพลวัต มั่นใจมาตรฐานครองตน ให้ใจบริการครองคน 3) บรรยากาศที่ปลอดภัยด้านจิตสังคม ร่วมใจครองงาน

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ การจัดการความเครียด ผู้ดำเนินการและจัดการสนามบิน

Abstract

The objectives of this research are (1) to study the current condition of stress management of the Airports of Thailand Public Company Limited (AOT) and (2) to propose the guidelines for development of the stress management model of the Airports of Thailand Public Company

Corresponding Author

E-mail: sarawuth.n@airportthai.co.th

Limited (AOT). This study is a mixed-method research. In the documentary research, 100 data recording forms were used to record data from documents. In the quantitative research, the research population comprised 7,535 AOT personnel. A survey study was conducted with the use of a questionnaire to collect data from the research sample consisting of 384 AOT personnel. In the qualitative research, a semi-structured interview form was used for in-depth interviews of 15 key informants who were top executives purposively selected from the existing 152 top executives of AOT. Quantitative data were analyzed with descriptive statistics; while qualitative data were analyzed with content and thematic analysis. The results of the study show that AOT is an organization with the high performance model. It does not have standards of stress management system. AOT has 30 current stress management interventions (SMIs) out of the 37 ideal SMIs. The SMI at the organizational level is the social support system in the workplace; while at the individual level, they were (1) relaxation training, (2) biofeedback, (3) preventive counseling psychology, (4) cognitive and behavioral psychotherapy, (5) listening to problems with counseling psychologists, and (6) employee assistance program (EAP). In conclusion, the AOT healthy organization holistic stress management model is proposed. Developing a conceptual framework of AOT's core values to all one team, AOT DNA for AOT's SMIs integrating aspects of a man-airport environment ecosystem, i.e. the balance of a life airport which comprises (1) the leadership facilitating the open-mindedness for management of changes and the pride in organizational and human resource management; (2) team dynamic to build awareness of holistic health and human well-being, safety standard and services-mindedness; and (3) psychosocial safety climate, teamwork for individual and organizational performance.

Keywords: Development Model, Stress Management, Airport Operator and Manager

บทนำ

บริษัททท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) รัฐวิสาหกิจไทย ผู้ดำเนินการและจัดการสนามบินชั้นนำที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างรัฐบาลและเอกชน ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 และระบบการกำกับดูแลจากภาครัฐ ควบคู่กับการแข่งขันทางธุรกิจบนเวทีโลก แรงกดดันภายใต้การเป็นเครื่องจักรสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมแห่งอนาคตด้านโลจิสติกส์การบิน ส่งผลทำให้บุคลากรของ ทอท. ถูกคาดหวังให้ต้องมีประสิทธิภาพสูงตามไปด้วย ก่อให้เกิดการตอบสนองต่อโครงสร้างเชิงระบบเป็นความเครียดองค์การ นำมาสู่ประเด็นเกี่ยวกับการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับมิติด้านสังคมของดัชนีชี้วัดความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) หัวข้อคำถามองค์การมีวิธีการจัดการด้านความเครียด หรือตัวชี้วัดด้านความเครียดของบุคลากรหรือไม่อย่างไร รวมถึงสิ่งที่ต้องพัฒนากระบวนการคือ การนำผลการตรวจวัดวิเคราะห์ความเครียดมาต่อยอดกิจกรรมหรือสวัสดิการใหม่แก่บุคลากร ถือเป็นโจทย์สำคัญที่ ทอท. ต้องตอบคำถามแก่ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน (Airports of Thailand Public Company Limited (AOT), 2019)

ผลการวิจัยการตลาด วิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า สังคมไทยอุดมความเครียด คนไทยมีภาวะหมดไฟเกินครึ่งและสิ่งที่น่าสนใจคือ กลุ่มคนที่อายุน้อยมีโอกาสเกิดภาวะหมดไฟได้มากกว่าคนอายุมากและส่งผลกระทบได้มากกว่า โดยเมื่อแยกตามกลุ่มอาชีพพบว่า กลุ่มอาชีพที่อยู่ในภาวะหมดไฟหรือมีความเสี่ยงมากที่สุดคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 77 (College of Management Mahidol University (CMMU), 2020) จากการสำรวจเบื้องต้นความเครียดของบุคลากร ทอท. ปีงบประมาณ 2562 จำนวน 199 คน ด้วยแบบประเมินความเครียดของโรงพยาบาลสวนปรุง พบว่า บุคลากร ทอท. มีความเครียดระดับต่ำร้อยละ 48 ปานกลางร้อยละ 42 สูงร้อยละ 6 รุนแรงร้อยละ 4 และข้อมูลวินิจฉัยเบื้องต้นบุคลากร ทอท. ร้อยละ 40 ที่ทำแบบประเมินมีสัญญาณเฝ้าระวัง ร้อยละ 10 มีความเครียดในเขตอันตราย กรณีที่รับคำปรึกษาทางจิตวิทยาแบบเผชิญหน้า จำนวน 24 คน พบว่า ร้อยละ 42 มีพฤติกรรมของโรคซึมเศร้าและสมาธิสั้น ประกอบกับผลการสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อ ทอท. ประจำปี 2562 โดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติพบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคลากรไม่ผูกพันต่อองค์การมากที่สุดคือ ไม่มีความสุขในการทำงาน แล้วยังแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมทำให้เพื่อนร่วมงานรู้สึกแย่ตามไปด้วย โดยปัจจัยสาเหตุความเครียดของ ทอท. ประกอบด้วย ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในงาน ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ค่าตอบแทนผลประโยชน์ สัมพันธภาพและการยอมรับจากผู้อื่น สภาพแวดล้อมบรรยากาศในการทำงานที่ปลอดภัยซึ่งส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีและความอยู่ดีมีสุขของบุคลากร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาวะการจัดการความเครียด ทอท. ในปัจจุบัน

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียด ทอท.

ทบทวนวรรณกรรม

เมื่อโลกพยากรณ์ได้ เราต้องการคนฉลาด แต่หากโลกพยากรณ์ไม่ได้ เราต้องการคนที่ปรับตัวได้คือ หลักแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2010) พื้นฐานของรูปแบบการจัดการความเครียดส่วนใหญ่ ซึ่งบูรณาการร่วมกับการจัดการเชิงระบบและตามสถานการณ์ (Cahill, Cullen, & Gaynor, 2019) สถาบันการจัดการความเครียดในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีข้อแนะนำรูปแบบเชิงกลยุทธ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) วินิจฉัยเพื่อการบริหารจัดการ 2) วิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงเพื่อออกแบบระบบการป้องกันคัดกรองและตรวจจับ 3) การตอบสนองบำบัดรักษาฟื้นฟู โดยมีปัจจัยสู่ความสำเร็จจากวิธีการค้นพบ (Discovery Method) ประกอบด้วย 1) การวินิจฉัยความเสี่ยงทางด้านจิตสังคมที่ถูกต้อง 2) การออกแบบพัฒนาวิธีแทรกแซงการจัดกระทำที่เหมาะสม 3) การนำไปปฏิบัติได้ง่ายใช้จริงต่อเนื่อง (Nike et al., 2018)

วิธีแทรกแซงการจัดกระทำหรือปฏิบัติจัดการความเครียด แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) บุคคล 2) บุคคล-องค์การ (หน่วยงานหรือทีมงาน) และ 3) องค์การ ซึ่งมีประสิทธิภาพคุ้มค่ามากที่สุด (Jex & Brit, 2014) ส่วนรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ผนวกเวชศาสตร์ป้องกัน 3 ระดับ ได้แก่ 1) ปฐมภูมิ เน้นการส่งเสริมป้องกันที่ปัจจัยมนุษย์ แหล่งกำเนิดความเครียดโดยใช้เทคนิคจิตสังคมด้วยหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม 2) ทุติยภูมิ เน้นการจัดการตรวจจับคัดกรองระบุสิ่งคุกคาม การประเมินความเสี่ยงเพื่อออกแบบกระบวนการสำหรับช่วยปรับการตอบสนองต่อความเครียดหรือจัดการกับปฏิกิริยาตอบสนองหรืออาการที่เกิดจากความเครียด 3) ตติยภูมิ เน้นตรวจจับผลสืบเนื่องหรืออาการแสดงผิดปกติและการตอบสนองเพื่อการบำบัดรักษาฟื้นฟู การส่งต่อติดตามผล เช่น รูปแบบมาตรฐานการจัดการความเครียดของหน่วยงานสุขภาพและความปลอดภัย (HSE) รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์การสุขภาพดีขององค์การอนามัยโลก

(WHO) องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) และสถาบันอาชีวอนามัยและความปลอดภัยแห่งชาติ ประเทศสหรัฐอเมริกา (NIOSH) คือ แนวคิดผนวกการพัฒนาองค์การและจัดการความเปลี่ยนแปลงเข้ากับการจัดการความเครียด (Pignata et al., 2018) ดัชนีชี้วัดสุขภาพองค์การของบริษัทที่ปรึกษา McKinsey & Company การจัดการความเครียดด้วยจิตวิทยาเชิงบวก (Agarwal & Kaur, 2016) การช่วยเหลือพนักงานและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในรูปแบบเพื่อนคู่คิดถูกนำมาใช้เป็นแนวทางลดความเครียดในสถานที่ทำงาน รูปแบบการจัดการความเครียดเชิงกลยุทธ์เวชศาสตร์ป้องกัน (Cooper, 1998) คือ แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ผนวกเข้ากับระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบพบว่า วิธีแทรกแซงการจัดกระทำความเครียดสำหรับปัญหาสุขภาพจิตทั่วไป (Joyce et al., 2015) และการจัดการความเครียดบุคลากรเป็นการทดสอบกลยุทธ์สำหรับการปรับตัวที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมต่อการเผชิญต่อความเครียดของบุคลากร รวมถึงความจำเป็นสำหรับการป้องกันความเครียดจากงานสำหรับลูกจ้างและหัวหน้างาน (Haverman, 2016) รูปแบบบรรยากาศที่ปลอดภัยด้านจิตสังคม การจัดการวิธีแทรกแซงการจัดกระทำเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งวัฒนธรรมองค์การสุขภาพดีในบุคลากรทางด้านสุขภาพในประเทศศรีลังกา (Dahanayake, Jasinghe, & Opatha, 2019) การพัฒนามาตรฐานการจัดการความเสี่ยงด้านจิตสังคม การวิจัยและพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียดเพิ่มเติมเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ (Akanji, 2015) วิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดในสถานที่ทำงานและการส่งเสริมสุขภาพบุคลากร (Tetrick & Winslow, 2015) โดยมีกุญแจสำคัญขึ้นอยู่กับการดำเนินการตามทรัพยากรที่มีและการถ่ายทอดองค์ความรู้ทั่วทั้งองค์การให้เกิดสมรรถนะการจัดการและส่งเสริมป้องกันความเครียดจากงาน (Toderi & Balducci, 2015) ส่วนงานวิจัยในประเทศไทย ได้แก่ องค์การสุภาพดี (Tasanapak, 2007) ถือเป็นงานวิจัยช่วงแรกที่กล่าวถึงแนวคิดใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพความปลอดภัยองค์การ บุคลากร สังคม และสิ่งแวดล้อมเชิงบูรณาการ และการสังเคราะห์งานวิจัยความเครียดคนไทย (Intarakamhang, 2008) ได้ถูกนำมาสังเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้

<table>
<tr><td colspan="4">รูปแบบการวิเคราะห์ (Analysis Model): ปัจจัยขับเคลื่อนและปัจจัยขัดขวางต่อการจัดการความเสี่ยงทางด้านจิตวิทยา ทอท.</td></tr>
<tr><td colspan="4">ระยะที่ 1 การวิจัยเอกสาร การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง</td></tr>
<tr><td>ศึกษาสภาวะการจัดการทั่วไปของ ทอท. ยกตัวอย่างเช่น ระบบการประเมินรัฐวิสาหกิจ ระบบการจัดการนิรภัย และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เป็นต้น
- นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษร
- แผนปฏิบัติการ
- การจัดการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง
- การประเมินความเสี่ยง
(อ้างอิงจากมาตรฐานการจัดการ HSE)</td><td rowspan="2">ปัจจัยขับเคลื่อน (Driver) การจัดการความเครียดและความเสี่ยงด้านจิตสังคม

ปัจจัยขัดขวาง (Barrier) การจัดการความเครียดและความเสี่ยงด้านจิตสังคม</td><td rowspan="2">คุณลักษณะองค์การ บริบทของ ทอท.</td><td rowspan="2">การจัดการความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ทอท. รูปแบบการจัดการความเครียดในอุดมคติ
ศึกษาสภาวะวิธีการจัดกระทำการจัดการความเครียดและความเสี่ยงด้านจิตสังคมสู่องค์การสุขภาพดีในอุดมคติ
- ระดับองค์การ
- ระดับทีมงาน (บุคคล-องค์การ)
- ระดับบุคคล
ศึกษาสภาวะการจัดการเชิงกลยุทธ์ผนวกเวชศาสตร์ป้องกันศึกษา
- ระดับปฐมภูมิ
- ระดับทุติยภูมิ
- ระดับตติยภูมิ
การจัดการความเสี่ยงด้านจิตวิทยารูปแบบรูปแบบการจัดการความเครียดในปัจจุบัน
ศึกษาสภาวะวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดและความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ทอท. ในปัจจุบัน</td></tr>
<tr><td>ความตระหนักประเด็นจิตสังคม
- ความเครียดจากการทำงาน ความตระหนักความเสี่ยงด้านจิตสังคม
- อุปสงค์ในงาน
- การควบคุมในงาน
- การสนับสนุนในงาน
- บทบาทในงาน
- ความสัมพันธ์ในงาน
- ความเปลี่ยนแปลงในงาน
(อ้างอิงจากรายการตรวจสอบการป้องกันความเครียด ILO)</td></tr>
<tr><td colspan="4">ระยะที่ 2 การพัฒนาและสร้างร่างรูปแบบจากข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ได้จากการวิเคราะห์ระยะที่ 1</td></tr>
<tr><td colspan="4">การวิเคราะห์ช่องว่างและความสอดคล้องเพื่อระบุปัญหา วิธีปฏิบัติ และวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียด ทอท. ด้วยเครื่องมือวินิจฉัยสุขภาพองค์การ 9 ตัวแปร (9 Cells) สำหรับแนวทางโอกาสการพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียด ทอท.</td></tr>
<tr><td colspan="4">ผลผลิตงานวิจัย คือ กรอบแนวคิดรูปแบบการจัดการความเครียด ทอท. (AOT stress management model)</td></tr>
</table>

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยและพัฒนาในช่วงเดือนมีนาคม ถึงธันวาคม พ.ศ. 2562 ใช้ระเบียบวิจัยแบบผสานวิธี วิจัยเอกสาร จำนวน 100 รายการ วิจัยสำรวจประชากร คือ บุคลากร ทอท. จำนวน 7,535 คน และผู้บริหารระดับสูง ทอท. (ระดับ 9 ขึ้นไป) จำนวน 152 คน กลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูปโดยสูตรวิธีการคำนวณของทาโร ยามาเน จำนวน 384 คน ทั้งนี้ได้มีการกำหนดระดับความเชื่อมั่นว่าค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะไม่แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ยของประชากรเกินกว่าร้อยละ 5 คัดเลือกแบบตามสะดวกและแบบเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้เชี่ยวชาญบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ มีประสบการณ์ในการกำหนดนโยบายสาธารณะ จำนวน 15 คน

ขั้นตอนที่ 1 สร้างเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นรูปแบบวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดของบุคลากร ทอท. จำนวน 37 ข้อ ในรูปแบบมาตรวัดของ Likert โดยวิธีการให้คะแนนความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ระบุระดับความสำคัญและเกณฑ์การแปลผลจากคะแนนเฉลี่ยคำตอบของระดับความคิดเห็นมาเทียบเกณฑ์ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพรายข้อ เพื่อคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.5 และทำการแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจึงทดลองใช้กับบุคลากร ทอท. จำนวน 32 คน เพื่อหาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ 0.9

ช่วงพิสัยความเชื่อมั่นขององค์ประกอบความคิดเห็นรูปแบบวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดอยู่ระหว่าง 0.906-0.961 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือมาก ส่วนแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ดัดแปลงจากมาตรฐานการจัดการ (HSE, 2007) และรายการตรวจสอบการป้องกันความเครียดองค์การ (ILO, 2012) ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดปัจจัยสาเหตุของการป้องกันความเครียดในสถานที่ทำงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล การวิจัยเอกสารใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา การวิจัยเชิงสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์แก่นสาร

ขั้นตอนที่ 2 สร้างรูปแบบด้วยการวิเคราะห์สามเส้าตีความสรุปอุปนัย เพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้อง ด้วยเครื่องมือการวินิจฉัยองค์การแบบตาราง 9 ตัวแปร (Ukkarabawon, 2014)

ผลการวิจัย

สภาวะการจัดการความเครียด ทอท. ในปัจจุบันนั้นแฝงอยู่กับระบบการบริหารจัดการองค์การของ ทอท. ที่มีอยู่แล้วตามรูปแบบองค์การสมรรถนะสูง โดยมีวิสัยทัศน์คือ ผู้ดำเนินการและจัดการท่าอากาศยานที่ดีระดับโลก มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและการสร้างรายได้อย่างสมดุล มีค่านิยมหลัก ได้แก่ มั่นใจ ให้ใจ ร่วมใจ เปิดใจ ภูมิใจ ฐานรากทุนมนุษย์รองรับเสายุทธศาสตร์ทั้ง 7 ตามแผนวิสาหกิจ ทอท. และนโยบายดิจิทัลแพลตฟอร์มสนามบินที่มีชีวิต

ทอท. ยังไม่มีมาตรฐานระบบการจัดการความเครียดที่เป็นทางการ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีข้อกฎหมายโดยตรงในภาคบังคับ ทำให้ ทอท. ยังไม่มีแผนปฏิบัติการหรือแผนดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมและมีผลลัพธ์เชิงประจักษ์ ผู้บริหาร ทอท. ส่วนใหญ่สนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับการจัดการความเครียดแบบไม่เป็นทางการ เนื่องจากเห็นว่าปัญหาความเครียดนั้นเป็นเรื่องส่วนบุคคล และแนะนำให้ควรต้องมีการวินิจฉัยองค์การในประเด็นจิตสังคมความเครียดและภาวะหมดไฟเพื่อระบุความสำคัญของปัญหาว่ามีข้อเท็จจริงอย่างไรก่อนลงทุนในการพัฒนารูปแบบจากต้นทุนรูปแบบวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดในปัจจุบันที่ ทอท. มีอยู่แล้วจำนวน 30 จาก 37 รูปแบบ ทอท. องค์การสุขภาพดีในอุดมคติ โดยมีช่องว่างระดับองค์การจำนวน 1 รูปแบบ ได้แก่ องค์การมีการสนับสนุนทางสังคมในที่ทำงาน การจัดการความขัดแย้งและการประนีประนอมอย่างเป็นระบบ และในระดับบุคคลจำนวน 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) การฝึกผ่อนคลาย 2) การฝึกรับรู้กระบวนการตอบกลับทางชีวภาพ 3) การให้คำปรึกษาจิตวิทยาเชิงป้องกัน 4) การบำบัดรักษาจิตวิทยาการรับรู้และพฤติกรรมบำบัด 5) การให้บริการรับฟังจากนักจิตวิทยาที่ปรึกษาเพื่อสรุปเหตุการณ์ที่กระทบกระเทือนจิตใจ และ 6) โปรแกรมช่วยเหลือบุคลากร (EAP) ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าร้อยละปัจจัยขัดขวางและปัจจัยขับเคลื่อนระบบการจัดการความเครียด ทอท.

การวิเคราะห์เนื้อหาการบริหารจัดการองค์การที่ ทอท. มีอยู่ในปัจจุบัน จำนวนลักษณะเนื้อหาหัวข้อหลัก หัวข้อรอง และหัวข้อย่อย					
รวมกลุ่มข้อความเนื้อหาที่แสดงถึงปัจจัยขัดขว้าง ร้อยละ 54			รวมกลุ่มข้อความเนื้อหาที่แสดงถึงปัจจัยขับเคลื่อน ร้อยละ 46		
ประเภทลักษณะเนื้อหา		**ร้อยละ**	**ประเภทลักษณะเนื้อหา**		**ร้อยละ**
ระดับองค์การ	ลำดับที่ 5 การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ	20	ระดับองค์การ	ลำดับที่ 3 การกำกับดูแลที่ดี ภาวะผู้นำ ลำดับที่ 4 การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ลำดับที่ 5 การบริหารความเสี่ยง	18
ระดับทีมงาน	ลำดับที่ 2 การจัดการความรู้และนวัตกรรม ลำดับที่ 3 การบริหารจัดการทุนมนุษย์ ลำดับที่ 4 การมุ่งเน้นลูกค้าผู้มีส่วนได้เสีย	21	ระดับทีมงาน	ลำดับที่ 1 การจัดการความรู้นวัตกรรม ลำดับที่ 4 การมุ่งเน้นลูกค้าผู้มีส่วนเสีย	17
ระดับบุคคล	ลำดับที่ 1 การสนับสนุนรูปแบบการจัดการความเครียดส่วนบุคคลอย่างเป็นระบบ	13	ระดับบุคคล	ลำดับที่ 2 การสนับสนุนรูปแบบการจัดการความเครียดส่วนบุคคลเป็นระบบ	11

ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลงาน ระดับความคิดเห็นรูปแบบวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดของบุคลากร ทอท. พบว่า ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็น “เห็นด้วยมาก” แปลความหมายค่าเฉลี่ยคำตอบระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์ที่กำหนดแสดงว่าบุคลากร ทอท. “ให้ความสำคัญมาก” กับวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดในภาพรวม รวมทั้งระดับทีมงานและองค์การ ในส่วนระดับบุคคลนั้นบุคลากร ทอท. “ให้ความสำคัญปานกลาง”

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นรูปแบบวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดของบุคลากร ทอท.

รูปแบบวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียด				
ระดับรูปแบบการจัดการความเครียด	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**	**ลำดับที่**
1. ระดับองค์การ	3.95	0.92	มาก	2
2. ระดับทีมงาน / บุคคล-องค์การ	4.13	0.62	มาก	1
3. ระดับบุคคล	3.43	1.58	ปานกลาง	3
รวม	**3.72**	**1.20**	**มาก**	

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ช่องว่างและความสอดคล้องระหว่างการบริหารจัดการองค์การรูปแบบองค์การสมรรถนะสูงในปัจจุบันและองค์การสุขภาพดีในอุดมคติ

ช่องว่างและความสอดคล้อง	การบริหารจัดการความเครียดของ ทอท. ในปัจจุบันและในอุดมคติ	การวางแผนออกแบบและการนำสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง	เป้าหมายผลการดำเนินการ
ระดับองค์การ	บุคลากร ทอท. ให้ความสำคัญมากต่อรูปแบบการจัดการความเครียดระดับองค์การ หากแต่ ทอท. ยังไม่มีรูปแบบการสนับสนุนจากสังคมในสถานที่ทำงาน ได้แก่ การจัดการความขัดแย้งและการประนีประนอมอย่างเป็นระบบ	สอดคล้องดัชนีชี้วัดความยั่งยืน (DJSI) ระบบการประเมินคุณภาพผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ (SE-AM) ระบบนิรภัยการบิน (SMS) ISO 45001 ระบบความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM)โครงสร้างองค์การยังขาดความยืดหยุ่น	สอดคล้องแนวทางองค์การแห่งความยั่งยืนและองค์การสมรรถนะสูงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจ สมรรถนะหลักการแข่งขัน วัตถุประสงค์ขององค์การ
ระดับทีมงาน (องค์การ-บุคคล)	บุคลากร ทอท. ให้ความสำคัญมาก สอดคล้องที่ ทอท. จัดให้มีรูปแบบระดับทีมงานครบถ้วนอยู่แล้วตามอุดมคติ	สอดคล้องการจัดการความรู้ นวัตกรรมชุมชนนักปฏิบัติ (CoP) สานข่ายขยายผลด้วยระบบฐานข้อมูลรวมองค์การ (ERP)	สอดคล้องคุณค่าหลัก ทอท. 5 ใจ ปลอดภัย คือ มาตรฐานบริการด้วยหัวใจ
ระดับบุคคล	บุคลากร ทอท. ให้ความสำคัญปานกลาง ทอท. ยังไม่มีรูปแบบระดับบุคคล ต่อไปนี้ 1) การฝึกผ่อนคลาย 2) การฝึกตอบกลับทางชีวภาพ 3) การให้คำปรึกษาจิตวิทยาเชิงป้องกัน 4) การรักษาด้านจิตวิทยาการรับรู้และพฤติกรรมบำบัด 5) บริการรับฟังจากนักจิตวิทยาที่ปรึกษา 6) โปรแกรมช่วยเหลือบุคลากรส่วนบุคคล	สอดคล้องระบบการจัดการสมัยใหม่ ระบบการแพทย์และสาธารณสุข สุขภาพองค์รวมหลักเวชศาสตร์ป้องกัน รูปแบบความสมดุลชีวิตและการทำงาน วิถีการดำเนินชีวิตและการจัดการเวลา ระบบการจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ วิศวกรรมปัจจัยมนุษย์ การออกแบบโครงสร้างงาน คำอธิบายงานและรายละเอียดหน้าที่งาน	สอดคล้องรูปแบบสุขภาวะอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามพื้นฐานความต้องการของปัจจัยมนุษย์ ความสามารถในการปรับตัวพร้อมเผชิญต่อความเปลี่ยนแปลงโลกด้วยต้นทุนความยืดหยุ่นทางกายใจของบุคลากร

ประเด็นนโยบายสาธารณะสำหรับการขับเคลื่อนเชื่อมโยงด้วยเหตุผลที่สัมพันธ์กันด้วยการวิเคราะห์แก่นสาร นำไปใช้เพื่อลดปัจจัยความเครียดและผลกระทบเชิงลบตามกลยุทธ์เวชศาสตร์ป้องกัน ได้แก่ 1) กลุ่มการบริหารจัดการพัฒนาองค์การ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม ภาวะผู้นำและความยุติธรรมในการทำงาน และสารสนเทศและการสื่อสาร 2) กลุ่มการสนับสนุนขององค์การทีมพลวัตด้านบริการสุขภาพองค์รวม การแพทย์สาธารณสุข ได้แก่ ความต้องการของงาน การควบคุมงาน สมดุลชีวิตการทำงานและเวลาการทำงาน และการยอมรับในสถานที่ทำงาน 3) กลุ่มการป้องกันด้านมาตรฐานอาชีวอนามัยและความปลอดภัยด้านจิตสังคม ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ความมั่นคงปลอดภัยในงานและการป้องกันจากพฤติกรรมที่ก้าวร้าว จากผลการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือวินิจฉัยสุขภาพองค์การตาราง 9 ตัวแปร พบว่า ทอท. มีการบริหารจัดการองค์การส่วนใหญ่สอดคล้องกับรูปแบบองค์การสุขภาพดี ครอบคลุม 3 มิติสุขภาพ ได้แก่ 1) สังคมพนักงาน 2) องค์การ 3) สิ่งแวดล้อม หากแต่ ทอท. ยังมีช่องว่างโอกาสการพัฒนาคือ ควรประยุกต์ใช้จิตวิทยาสังคมสร้างพลวัติกลุ่มเพื่อส่งเสริมจุดแข็งด้วยลักษณะผู้นำและสมาชิกภายในกลุ่มที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทำให้เกิดแรงกดดันภายใน

กลุ่มและทุกคนมีส่วนร่วมเป็นผู้ผ่อนคลายความตึงเครียดบนรากฐานองค์การที่มีความสามัคคี ร่วมคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยมีมาตรการสำคัญคือ การส่งเสริมให้เกิดความขัดแย้งในระดับที่เหมาะสมซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาองค์การและสังคมได้ด้วยวิธีการแก้ไขปัญหาร่วมกันจากแรงกดดันที่มีความหมาย เมื่อสมาชิกในกลุ่มเห็นคุณค่ากลุ่มตามทฤษฎีการพัฒนากลุ่ม สอดคล้องงานวิจัยสำนักนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒพบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมทางสังคมสามารถสร้างการเรียนรู้ให้แก่บุคคลอย่างรวดเร็ว เนื่องจากป้องกันส่งเสริมฟื้นฟูให้เกิดประโยชน์สูงสุด หากลักษณะกิจกรรมตามความเหมาะสม ตามปัจเจกบุคคลและสังคมเป็นผลทำให้เกิดความเพลิดเพลินและอารมณ์สุข เมื่อองค์การต้องการสร้างพัฒนา ตรวจสอบพฤติกรรมอันพึงประสงค์ในสถานที่ทำงาน ซึ่งถือเป็นแหล่งการเรียนรู้ ด้วยการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อป้องกันพฤติกรรมมนุษย์และองค์การที่ไม่เหมาะสม ถือเป็นคำตอบของปัญหาการวิจัยครั้งนี้

อภิปรายผล

รูปแบบการจัดการความเครียดแบบองค์รวม คือ พื้นฐานในการพัฒนารูปแบบองค์การสมรรถนะสูงสู่การเป็นองค์การสุขภาพดี (Sriprasertsuk, 2015) ที่มีความยืดหยุดลื่นไหลในการพัฒนาองค์การและจัดการความเปลี่ยนแปลงตามบริบทเฉพาะของสนามบินที่มีชีวิตนวัตกรรมแนวคิดเชิงระบบ (Bergh & Gelden, 2013) สอดคล้องกับแนวคิด NIOSH ที่พบว่า การสร้างปัจจัยความรู้สึกดีในสถานที่ทำงานไม่เพียงแต่เป็นปัจจัยเบื้องต้น หากเป็นสมรรถนะหลักพลังคลื่นความสุขที่ขับเคลื่อนการสนับสนุนทางสังคมนำทฤษฎีสู่วิธีปฏิบัติด้วยเทคนิคจิตสังคม (Lewis & Zibarras, 2013) ทีมหนึ่งเดียว อัตลักษณ์ ทอท. คือ หัวใจกระบวนการค้นพบคำตอบเชิงระบบจากแก่นแท้กล่องดำพฤติกรรมมนุษย์ ปฏิรูปกระบวนทัศน์เพื่อนำมาผสานคุณค่าหลัก ทอท. สร้างอัตมโนทัศน์แกนกลางเวทีร่วมที่แข็งแกร่งภายในและมีความยืดหยุ่นภายนอกตามสภาวการณ์ที่โดดเด่นคือ การมีภาวะผู้นำทีมพลวัต สอดคล้องรูปแบบการบริหารจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัยบรรยากาศที่ปลอดภัยจิตสังคม (Dollard, 2019) เอื้อต่อสุขภาวะและเวลาแห่งความสุข ตอบสนองพื้นฐานความต้องการปัจจัยมนุษย์และระบบการจัดการนิรภัยวัฒนธรรมความปลอดภัยเชิงบวก (Bellamy, Tim, & Geyer, 2007) โดยอาศัยข้อกฎหมายใกล้เคียงและเครื่องมือหลักขององค์การที่มีอยู่แล้ว นำมาหาจุดร่วมเพื่อกำหนดโครงสร้างระบบและนโยบายการบริหารจัดการมนุษย์และองค์การ ให้เกิดทักษะการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 หัวใจสำคัญในการอยู่รอดคือ ผู้นำเรียนรู้และลงมือปรับใช้ให้เร็วมีหัวใจที่แข็งแกร่งล้มแล้วลุกให้ไวปรับตัวมองโลกในแง่ดีแต่ไม่ใช่แง่เดียว (Hodge & Danish, 2012) ส่วนอุปสรรคในการพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียดที่สำคัญคือ ขาดการสื่อสารองค์การให้เกิดความตระหนักรู้การมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายและผลักดันสู่การปฏิบัติด้วยการตรวจประเมินและการจัดการความเสี่ยงเพื่อส่งเสริมเกิดการเปลี่ยนแปลงองค์การเชิงระบบ (Bailey et al., 2016) ผ่านระบบสวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์ คู่คิดทางธุรกิจระหว่างนักจัดการทรัพยากรมนุษย์และนักจิตวิทยาองค์การ (Tetrick & Winslow, 2015) เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารประกอบการตัดสินใจ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนการลงทุนทั้งที่เป็นและไม่เป็นตัวเงิน และผลประโยชน์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยหลักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Nielson & Noblet, 2018)

สรุปผล

รูปแบบองค์การสุขภาพดี คือ สมดุลระหว่างมนุษย์และองค์การ เกิดสภาวะปลอดโรคปลอดภัยกายใจเป็นสุข ด้วยการพัฒนาสมรรถนะหลักและคุณค่าร่วมตามแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ให้พอเหมาะพอดีกับวิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียดด้วยทฤษฎีเวชศาสตร์ป้องกัน เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาวะ ระเบิดจากภายใน

องค์การและหน้าที่หลักทางธุรกิจเสมือนระบบของมนุษย์ที่มีวงจรชีวิตในระบบนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นการลงทุนส่งเสริมสุขภาพย่อมคุ้มค่ากว่าการซ่อมแซมสุขภาพ แนวคิดรวบยอดจากทฤษฎีจิตวิทยาพฤติกรรมมนุษย์และองค์การ เพื่อปฏิรูปโครงสร้างเชิงระบบอัตโนมัติให้สามารถพึ่งพาตนเองได้พร้อมส่งผ่านคุณค่าสู่สังคมร่วมเผชิญสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ตารางที่ 4 ขั้นตอนในการพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียด ทอท. วิธีการวิเคราะห์สามเส้าตีความสรุปอุปนัย

ขั้นตอนในการพัฒนารูปแบบการจัดการความเครียด ทอท. ตามทฤษฎีระบบและแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ (A Man – Environment Ecosystem Model)		
ปัจจัยนำเข้า →	กระบวนการเปลี่ยนแปลง →	ปัจจัยนำออก
←	การตรวจสอบย้อนกลับ (The Transactional Model) ←	
สภาวะการจัดการความเครียดในปัจจุบัน (As is)	กระบวนการวิเคราะห์ช่องว่าง โอกาสการพัฒนา แนวทางดำเนิน/การให้เกิดสมดุลอย่างไร (How)	สภาวะการจัดการความเครียดในอุดมคติ (To be) ที่เรียบง่ายใช้ได้จริง
รูปแบบองค์การสมรรถนะสูง รูปแบบรัฐวิสาหกิจของ ทอท.	กระบวนการจัดการพัฒนาทุนมนุษย์และองค์การ และการจัดการความเปลี่ยนแปลงเพิ่มคุณค่า	รูปแบบองค์การสุขภาพดี รูปแบบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
ตัวก่อเหตุความเครียด ปฏิกิริยาตอบสนองเชิงลบ	วิธีแทรกแซงการจัดกระทำการจัดการความเครียด พื้นฐานที่พอเหมาะพอดีตามบริบทเฉพาะ	คุณภาพชีวิตความอยู่ดีมีสุขของมนุษย์ ประสิทธิภาพองค์การผลลัพธ์เชิงบวก
ทอท. ยังไม่มีระบบการจัดการความเครียดที่มีประสิทธิภาพ	รูปแบบการบริหารจัดการความเครียดองค์รวม สุขภาพ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย นิรภัย	ตอบโจทย์ความต้องการปัจจัยมนุษย์สอดคล้องเป้าหมายองค์การอย่างสมดุล
D: การวินิจฉัย (Diagnosis) ระบุความสำคัญของปัญหา	การวางแผนออกแบบระบบการจัดการ (Design) และนำไปสู่การปฏิบัติ (Deployment)	การพัฒนาทุกมิติ (Development) สร้างเวลาแห่งความสุขร่วมกัน (D-well)
N: หลักธรรมชาติ (Nature) แนวคิดวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม (Environment Engineer)	สมดุลทางสายกลางที่เป็นหลักสากล (Neutral Nationality) การให้กำลังใจและการเพิ่มคุณค่ามนุษย์ควบคู่องค์การ (Encourage Enrichment)	ความปกติฐานวิถีชีวิตใหม่พึ่งพาตนเอง (New Normal) ค้นพบแก่นความผูกพัน (Encounter Entity Engagement)
A: ทอท. (AOT) A System Agile Approach Adaptable Adjustable Appropriate Asset	ทอท. ทีมหนึ่งเดียว (AOT: All One Team) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ผนวกเวชศาสตร์ป้องกัน ภาวะผู้นำเอื้ออำนวยสุขภาวะทีมพลวัต สร้างโปรแกรมสนับสนุนช่วยเหลือส่วนบุคคล	อัตลักษณ์ ทอท. สนามบินที่มีชีวิตยั่งยืน มีการปฏิรูปมนุษย์และองค์การอัตโนมัติ (AOT DNA: Autonomous Organization Transformation)
R (Resist Accountability) E (Elasticity Control) S (Sensory of Things) I (Initiation Innovation) L (Leadership Learning) I (Integrity Direction) E (Experience Feel Good) N (New Normal Value) C (Capability) E (Engage Motivation)	รับผิดชอบยึดมั่นอัตลักษณ์แก่นแท้ตัวตนองค์การ ควบคุมสื่อสารยืดหยุ่นลื่นไหลกายจิตสังคมปัญญา ตรวจจับสนองตอบสรรพสิ่งตามบริบทสิ่งแวดล้อม คิดทดลองทำสร้างสรรค์นวัตกรรม นำการพัฒนาผู้นำเรียนรู้พากเพียรตลอดชีวิต ล้มลุกเกิดบทเรียน ภูมิใจซื่อสัตย์ในทิศทางหลักพึ่งพาตนเองเพื่อผู้อื่น ประสบการณ์ความรู้สึกเชิงบวกเรียบง่าย คือ งดงาม คุณค่าปกติใหม่สร้างสมดุลระบบนิเวศ สัจธรรมโลก สินทรัพย์ สมรรถนะหลัก ความรู้ ทักษะทัศนคติ ความผูกพันแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ผลเชิงประจักษ์	1) ภาวะผู้นำเอื้ออำนวยการสนับสนุน เปิดใจจัดการความเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ ภูมิใจพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สอดคล้องเป้าหมายขององค์การที่ยั่งยืน 2) เส้นทางความสุข ต้นทุนแกนกลางเวทีคุณค่าร่วมสุขภาวะทีมพลวัต มั่นใจมาตรฐานครองตน ให้ใจบริการครองคน 3) บรรยากาศที่ปลอดภัยทางจิตสังคม ร่วมใจครองงาน สร้างประสบการณ์ร่วมส่วนบุคคลที่ดีในสถานการณ์ยากลำบาก

ภาพที่ 2 รูปแบบการจัดการความเครียดองค์รวม ทีมหนึ่งเดียว อัตลักษณ์ ทอท. จากกรอบแนวความคิดรวบยอดองค์การสุขภาพดี (The Holistic Stress Management: AOT DNA Healthy Organization) คนสนามบินสร้างสนามบินที่มีชีวิตยั่งยืน เส้นทางเบื้องต้นการจัดการความเครียดรากฐานการพัฒนาองค์การและความเปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะ

1. เชิงนโยบาย ทอท. คือ รูปแบบองค์การสุขภาพดีที่เหนือกว่าองค์การสมรรถนะสูง

2. เชิงปฏิบัติการ ทอท. คือ การสร้างเครื่องมือวินิจฉัยสุขภาพองค์การ ดัชนีชี้วัดตามบริบทเฉพาะที่พยากรณ์ปรากฏการณ์ได้ล่วงหน้าก่อนเปลี่ยนแปลง เพื่อออกแบบระบบหรือโปรแกรมหรือสวัสดิการแก่บุคลากร ลูกค้า ภายในด้วยหลักการตลาดองค์รวม

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรต่อยอดผลการวิจัยด้วยวิธีการทางสถิติที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้การวิเคราะห์แปลผลการศึกษา สามารถนำมาใช้ได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการประยุกต์ตามบริบทที่แตกต่าง เช่น การวิเคราะห์แยกแยะปัจจัย รูปแบบสมการความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง เป็นต้น

References

Akanji, B. (2015). Organizational Stress: Theoretical Reflections and Proposed Directions for Management Research. *Economic Insights-Trends and Challenges, 4*(4), 27-36.

Agarwal, R. K. & Kaur, I. (2016). Work Related Stress: Overall Impact and Prevention. *International Journal of Multifaceted and multilingual Studies, 3*(4), 1-11

Airports of Thailand Public Company Limited (AOT). (2019). Sustainability Development Report: Inspiring Sustainable Airports. Bangkok: AOT. [in Thai]

Bailey, T. S., Cheng, Y., Idris, A., & Arphorn, S. (2016). Macro-level Policy and Practice. *Psychosocial Factors at Work in the Asia Pacific from Theory to Practice.* Switzerland: Springer International Publishing.

Bellamy, J. L., Tim, A., & Geyer, W. (2007). *Development of a Working Model of How Human Factors, Safety Management Systems*. Norwich: Crown.

Bergh, Z. & Gelden, D. (2013). *Psychology in the Work Context* (5th ed.). Cape Town: ABC press.

Bunthukul, A. (2011). *Occupational Medicine*. Bangkok: Nopparatrajethanee Hospital Department of Medical Services Ministry of Public Health. [in Thai]

Cahill, J., Cullen, P., & Gaynor, K. (2019). Interventions to Support the Management of Work-Related Stress (WRS) and Wellbeing/mental Health Issues for Commercial Pilots. *Cognition, technology & Work, 22*(5), 1-31.

College of Management Mahidol University (CMMU). (2020). *Burn Out in the City.* Retrieved February 3, 2020, from https://www.posttoday.com/life/work-life-balance [in Thai]

Cooper, C. L. (1998). *Theories of Organizational Stress*. New York: Oxford University Press.

Cox, T., Griffiths, A., & Rial-Gonzales, E. (2000). *Research on Work-related Stress*. Nottingham: Institute of Work Health.

Dahanayake, L., Jasinghe, A., & Opatha, H. 2019). A Managerial Intervention to Strengthen the Healthy Organizational Culture of Sri Lanka. *Health Systems and Policy Research, 61, 79*.

Dollard, F. M. (2019). *Psychosocial Safety Climate a New Work Stress Theory*. Switzerland: Springer International Publishing.

EU-OSHA. (2014). *Calculating of the Work-related Stress and Psychosocial Risk-a Literature Review.* Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Havermans, M. B. (2016). Process Variables in Organizational Stress Management Intervention Evaluation Research: A Systematic Review Work Stress. *BMC Public Health, 18*, 642.

Hodge, K. & Danish, S. (2012). Developing a Conceptual Framework for Life Skills Interventions. *The Counseling Psychologist, 41*(8), 1125-1152.

Houdmont, J. & Leka, S. (2010). *Occupational Health Psychology*. West Sussex: Wiley-Blackwell.

HSE. (2007). *Manaing the Causes of Work-related Stress a Step-by-step*. Norwich: Crown.

Jex, M. S. & Brit, W. T. (2014). *Organizational Psychology: A Scientist-practitioner Approach* (3rd ed.). New Jersey: John Wiley & Son Inc.

Joyce, S., Modimi, M., Christensen, H., & Mykletun, A. (2015). Workplace Interventions for Common Mental Disorders: A Systematic Meta-review. *Psychological Medicine, 46*, 683-697.

ILO. (2012). *Stress Prevention at Work Checkpoints: Practical Improvements for Stress Prevention in the Workplace*. Geneva: ILO Publications.

Intarakanhang, A. (2008). Research Synthesis Concerning the Stress and Coping of Thai People. *Behavior Science Journal, 14*, 135-150. [in Thai]

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2010). *Management*. New York: AMACOM.

Nielson, K. M. & Noblet. A. (2018). *Organizational Interventions for Health and Well-being: A Handbook for Evidence-Based Practice*. London: Routledge.

Nike, I. De Jonge, J. Gevers, J., & Houtman, I. (2018). Work Stress Interventions: Discovery Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 15*, 332.

Pignata, S., Winefield, A. H., Boyd, C. M., & Provis, C. (2018). A Qualitative Study of HR/OHS Stress Interventions in Australian Universities. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 15*(1), 103-119.

Lewis, R. & Zibarras, L. (2013). *Work and Occupational Psychology: Integrating Theory and Practice*. London: Sage Publications.

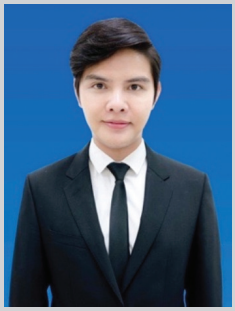
Sriprasertsuk, U. (2015). Stress Management: The Basic Way to Healthy Organization. *Pranakhon Rajaphat Journal, 10*(2), 203-211. [in Thai]

Tassanapak, K. (2007). *Healthy Organization.* Master's Thesis, National Institute of Development Adminiatration. [in Thai]

Tetrick, E. L. & Winslow, J. C. (2015). Workplace Stress Management. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 22*, 16.11-16.21.

Toderi, S. & Balducci, C. (2015). HSE Management Standards Indicator Tool. *International Journal of Workplace Health Management, 8*(2), 92-108.

Ukkarabawon, J. (2014). *Emo-meter Employee Well-being and Engagement Diagnostic Tool.* Bangkok: Personnel Management Association of Thailand. [in Thai]



Name and Surname: Sarawuth Noliam
Highest Education: M.D., Chiangmai University
Affiliation: Airport of Thailand Public Company Limited
Field of Expertise: Aviation Medicine and Public Health, Industrial and Organization Psychology, Occupational Health Safety, and Environment, and Human Resource Development

Name and Surname: Assistance Professor, Pavin Chinachoti
Highest Education: Doctor of Business Administration, Ramkhamhaeng University
Affiliation: Sukhothai Thammathirat Open University
Field of Expertise: Management, Human Resource Management

Name and Surname: Dr. Purimpratch Khaninphasut
Highest Education: Doctor of Philosophy Program in Educational Measurement and Evaluation, Chulalongkorn University
Affiliation: Sukhothai Thammathirat Open University
Field of Expertise: Educational Measurement, Evaluation, Statistics, and Mathematics

ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7

THE LEADERSHIP OF ADMINISTRATOR AFFECTING SUCCESS OF WORLD CLASS STANDARD SCHOOL UNDER SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 7

ฐิติพร เผือกพิบูลย์[1] พจนีย์ มั่งคั่ง[2] และสายฝน เสกขุนทด[3]

Thitiporn Peukpiboon[1], Pojanee Mangkang[2], and Saifon Sekkhunthod[3]

[1,2,3]คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

[1,2,3]Faculty Education, Rajabhat Rajanagarindra University

Received: May 19, 2020 / Revised: October 9, 2020 / Accepted: October 26, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารของโรงเรียนมาตรฐานสากล 2) ระดับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล 4) ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 7 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและครูของโรงเรียนมาตรฐานสากล จำนวน 285 คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางเครจซีและมอร์แกน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับภาวะผู้นำของผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ และด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ 2) ระดับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านเครือข่ายร่วมพัฒนา รองลงมา ได้แก่ ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านคุณภาพของผู้บริหารโรงเรียน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านล้ำหน้าทางความคิด 3) ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับมาก (r_{xy} = .741) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ภาวะผู้นำของผู้บริหารด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ (X_1) ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (X_2) ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_3) ด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ (X_4) ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล โดยร่วมกันทำนายความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลได้ร้อยละ 60.40 สามารถเขียน เป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$Y' = .890 + .345(X_1) - .157(X_2) - .161(X_3) + .712(X_4)$$

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล

Corresponding Author

E-mail: I_am_Faii@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were to study (1) the leadership level of administrators of world-class standard schools; (2) the success level of world-class standard schools; (3) the relationship between leadership of administrators and success of world class standard schools; and (4) the leadership of administrators affecting the success of world class standard schools under the Secondary Education Service Area Office 7. The research sample consisted of 285 administrators and teachers of world class standard schools, obtained by muiti-stage random sampling. The sample size was determined based on Krejcie and Morgan's Sample Size Table. The tool for collecting data was a questionnaire. The employed statistics for data analysis were the frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's product moment correlation coefficient, and multiple regression analysis. The research results were as follows: (1) the overall rating mean of administrators' leadership was at the high level; the specific aspects of their leadership could be ranked from top to bottom based on their rating means as follows: transformational leadership aspect, strategic leadership aspect, super leadership aspect, and global leadership aspect, respectively; (2) the overall rating mean of success of world class standard schools was at the high level, with the specific aspect of success receiving top rating mean being the cooperative development networks aspect, followed by the administration and management system aspect, the quality of school administrator aspect, and the advanced thinking aspect, respectively; (3) leadership of administrators correlated with the success of world class standard schools positively and at the high level (r_{xy} = .741), which was significant at the .05 level; and (4) the school administrators' leadership aspects of super leadership (X_1), strategic leadership (X_2), transformational leadership (X_3), and global Leadership (X_4) affected the success of world class standard schools; they could be combined to predict the success of world class standard schools by 60.40 percent; and the predictive equation could be written in form of raw scores as shown below:

$$Y' = .890 + .345\ (X_1) - .157\ (X_2) - .161\ (X_3) + .712\ (X_4)$$

Keywords: Leadership of administrator, Success of world class standard school

บทนำ

โลกในปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งด้านวิทยาการ สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสาร ทำให้คนต้องคิด วิเคราะห์ แยกแยะ และมีการตัดสินใจที่รวดเร็วเพื่อให้ทันกับเหตุการณ์ในสังคมที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้นซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญประการหนึ่งสำหรับความพร้อมในการเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 และศักยภาพในการแข่งขันในเวทีโลกของแต่ละประเทศ (Promnil, 2017) ระบบการจัดการศึกษาของไทยจึงมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการบริหารจัดการศึกษา เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากระตุ้นให้

เกิดนวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงให้เป็นสังคมฐานความรู้ ได้มาตรฐานระดับสากล สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานมีทิศทางการบริหารจัดการศึกษาใหม่ เพื่อให้คุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยให้สูงเทียบเท่านานาประเทศ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและความสามารถในระดับที่สูงเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการสื่อสารเพื่อการพึ่งตนเองและสมรรถนะในการแข่งขัน โดยมีนโยบายโรงเรียนมาตรฐานสากล (World–class Standard School) ซึ่งเป็นนวัตกรรมการจัดการศึกษาที่ใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนายกระดับการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานสากล โดยโรงเรียนมาตรฐานสากลมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ พัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพเป็นพลโลก จัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล และบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ (Office of secondary education, 2010)

ปัจจุบันผู้บริหารสถานศึกษาต่างต้องการบริหารงานโรงเรียนให้ไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานของการจัดการศึกษาที่กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ของโรงเรียนตลอดจนพยายามที่จะพัฒนาปัจจัยหลายๆ ด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษา Namnai (2010) ศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารและความเป็นองค์กรสมรรถนะสูงของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน และการวางแผนการกำหนดนโยบายพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่จะนำไปสู่การพัฒนาและยกระดับโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 7 สู่ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 7
2. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 7
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 7
4. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 7

ทบทวนวรรณกรรม

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ รวมทั้งหมด 12 ด้าน Office of secondary education, (2018) ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 คุณภาพผู้เรียน ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านเป็นเลิศวิชาการ หมายถึง นักเรียนชั้น ม.3 และ ม.6 มีคะแนนผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติ ขั้นพื้นฐาน (O-NET) สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยระดับประเทศตั้งแต่ร้อยละ 50 ของจำนวนนักเรียนในโรงเรียนที่สอบทั้งหมด 2) ด้านสื่อสารได้อย่างน้อย 2 ภาษา หมายถึง นักเรียนชั้น ม.1-6 ได้เข้าร่วมแสดงหรือได้รับรางวัลเกี่ยวกับทักษะทางภาษาอังกฤษและภาษาไทย มีผลงานการเขียนรายงานเชิงวิชาการเป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย และตีพิมพ์เผยแพร่ ชั้น ม.1-3 เข้าสอบวัดความสามารถด้านภาษาอังกฤษจากแบบทดสอบมาตรฐาน CEFR ที่มีคะแนนผลการทดสอบได้มาตรฐานของ CEFR และชั้น ม. 6 ที่เข้าสอบวัดความสามารถด้านภาษาอังกฤษ จากแบบทดสอบมาตรฐาน มีคะแนน ผลการทดสอบเทียบคะแนน TOELF IBT ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของคะแนนทั้งหมด นักเรียนชั้น ม.3 และ ม.6 ร้อยละ 80 ขึ้นไป ที่เรียนภาษาต่างประเทศภาษาที่สองมีทักษะการสื่อสารได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของภาษานั้นๆ 3) ด้านล้ำหน้าทางความคิด หมายถึง

นักเรียนชั้น ม.1-6 มีผลงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองด้าน ICT, IoT, M2M นักเรียนชั้น ม.3 ทุกคนมีคะแนนการทดสอบด้านการเขียนและการอ่านภาษาไทย ด้านคณิตศาสร์และวิทยาศาสตร์ จากเครื่องมือกลางตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป นักเรียนที่เข้าสอบ PISA มีคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนระดับประเทศที่เข้าร่วมโครงการ PISA ในปีเดียวกัน นักเรียนชั้น ม. 2 ที่สอบโครงการ TIMSS มีคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนระดับประเทศที่เข้าร่วมโครงการ TIMSS ในปีเดียวกัน 4) ด้านผลิตงานอย่างสร้างสรรค์ หมายถึง นักเรียนชั้น ม.1-6 มีผลงานจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ได้รับการประเมินจากครูหรือผู้ทรงคุณวุฒิว่าเป็นผลงานที่มีคุณภาพในระดับดี และผลงานจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่ได้เข้าร่วมแสดงหรือได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก ได้รับการตีพิมพ์หรือเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลอย่างน้อย 2 แห่ง และมีผลงานที่เป็นนวัตกรรมทางวิชาการหรือวิชาชีพที่ได้จากการออกแบบ ประดิษฐ์ และสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการหรือวิชาชีพ 5) ด้านร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมโลก หมายถึง นักเรียนชั้น ม.1-6 มีผลงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่เกี่ยวกับการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม ที่ทำขึ้นด้วยความริเริ่มของตนเองและได้รับการประเมินในระดับดีจากครูหรือผู้ทรงคุณวุฒิ และที่ได้เข้าร่วมหรือได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก และมีผลงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่เกี่ยวกับกลุ่มประเทศอาเซียน หรือประเทศอื่นที่นักเรียนสนใจที่ได้เข้าร่วมหรือได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก

องค์ประกอบที่ 2 การจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านคุณภาพวิชาการ หมายถึง จัดหลักสูตรที่ส่งเสริมความเป็นเลิศตอบสนองความถนัดและศักยภาพตามความต้องการของผู้เรียน มีการจัดการเรียนการสอนสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ด้วยภาษาอังกฤษ พัฒนาการจัดการเรียนการสอนกลุ่มสาระการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง พัฒนาการใช้สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย พัฒนาการใช้ระบบห้องเรียนคุณภาพ ใช้ระบบการวัดและประเมินผลแบบมาตรฐานสากล โดยประเมินจากการสอบข้อเขียน สอบปากเปล่า สอบสัมภาษณ์ และสามารถเทียบโอนผลการเรียนกับสถานศึกษาระดับต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ 2) ด้านคุณภาพของครู หมายถึง ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านวิชาการ และผ่านการประเมินระดับชาติ สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารใช้หนังสือ ตำราเรียนและสื่อภาษาต่างประเทศ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล การเผยแพร่ผลงานทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนในระดับภาค/ชาติ/นานาชาติ และใช้การวิจัย สื่อ นวัตกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียน 3) ด้านการวิจัยและพัฒนา หมายถึง โรงเรียนดำเนินการจัดทำวิจัยและพัฒนาการจัดการศึกษาในภาพรวมของโรงเรียนทั้งด้านการบริหารจัดการและการจัดการเรียนการสอนและใช้ผลการวิจัยเพื่อยกระดับคุณภาพด้านการบริหารจัดการและการจัดการเรียนการสอน ใช้สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย

องค์ประกอบที่ 3 บริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านคุณภาพของผู้บริหารโรงเรียน หมายถึง ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และสามารถบริหารจัดการโรงเรียนบรรลุตามวิสัยทัศน์ของโรงเรียน บริหารจัดการด้วยเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (OBECQA) มีความเป็นผู้นำทางวิชาการที่มีผลงานปรากฏเป็นที่ยอมรับ มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและการบริหารจัดการ สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ประสบการณ์การอบรม ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการจัดการศึกษาในระดับชาติ/นานาชาติ 2) ด้านระบบการบริหารจัดการ หมายถึง โรงเรียนบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพ

ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (OBECQA) และตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA) มีระบบการจัดการความรู้ (KM) และการสร้างนวัตกรรมเผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศมาใช้ในการบริหารจัดการของโรงเรียน มีการบริหารด้านบุคลากรอย่างอิสระและคล่องตัว สามารถแสวงหา ระดมทรัพยากรด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาความเป็นเลิศในการจัดการศึกษา โดยสามารถบริหารจัดการได้อย่างคล่องตัวตามสภาพความต้องการและจำเป็น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการทั้งในประเทศและต่างประเทศ 3) ด้านปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง โรงเรียนมีขนาดชั้นเรียนเหมาะสมตามมาตรฐานที่กำหนดทุกระดับและมีอัตราครู 1 คน ต่อนักเรียนไม่เกิน 20 คน มีจำนวนนักเรียน 30-40 คนต่อห้องเรียน ภาระงานสอนของครูมีความเหมาะสม มีหนังสือ ตำราเรียน สื่อเทคโนโลยี ที่มีคุณภาพระดับมาตรฐานสากลอย่างเพียงพอ มีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบบความเร็วสูงเชื่อมโยงครอบคลุมพื้นที่ของโรงเรียน มีห้องเรียนอิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย ห้องทดลอง ห้องปฏิบัติการและมีอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย เน้นความเป็นเลิศของนักเรียนตามกลุ่มสาระอย่างพอเพียง มีห้องสมุดแหล่งเรียนรู้ ศูนย์วิทยบริการที่มีสภาพแวดล้อม/บรรยากาศ เอื้อต่อการใช้บริการ มีสื่อที่เพียงพอเหมาะสม ทันสมัย มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้และการค้นคว้าอย่างหลากหลาย และดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานโรงเรียนมัธยมศึกษา พ.ศ. 2552 (ปรับปรุง พ.ศ. 2560) 4) ด้านเครือข่ายร่วมพัฒนา หมายถึง โรงเรียนจัดการศึกษาร่วมกับโรงเรียนอื่นในระดับเดียวกันเพื่อเป็นเครือข่ายร่วมพัฒนาทั้งในระดับท้องถิ่น/ภาค/ชาติ/นานาชาติ มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และทรัพยากรระหว่างเครือข่ายโรงเรียนร่วมพัฒนา มีเครือข่ายสนับสนุนจากสถาบันอุดมศึกษาและองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นักเรียนและครูมีเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคลอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ภาวะผู้นำเป็นความสามารถขั้นพื้นฐานของผู้บริหาร และสำคัญอย่างยิ่งกับการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 (Tawilakan, 2015) ภาวะผู้นำเหนือผู้นำ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ มีผลการศึกษาวิจัยพบว่า เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลและความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษา ผู้วิจัยจึงนำภาวะผู้นำ 4 แบบ คือ ภาวะผู้นำเหนือผู้นำ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

1. ภาวะผู้นำเหนือผู้นำ (Superleadership) คือ ภาวะผู้นำของผู้นำที่นำคนอื่นเพื่อให้คนอื่นสามารถนำตนเองได้ โดยผู้นำทำตนเป็นผู้สอน และแนะนำให้ผู้ตามเกิดการพัฒนากรอบความคิดเชิงเหตุผล และสร้างสรรค์ให้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง จนมีความมั่นใจ มีความเป็นอิสระในตน จนมีความเป็นผู้นำเกิดขึ้นในตนเอง โดยการสร้างแรงบันดาลใจผู้อื่น (Inspiration) ให้สามารถจูงใจตนเองและนำตนเองได้ (Tawilakan, 2015) Jantakoon (2017) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเหนือผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนสหวิทยาเขตนฤบดินทรจินดา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า ภาวะผู้นำเหนือผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนสหวิทยาเขตนฤบดินทรจินดา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

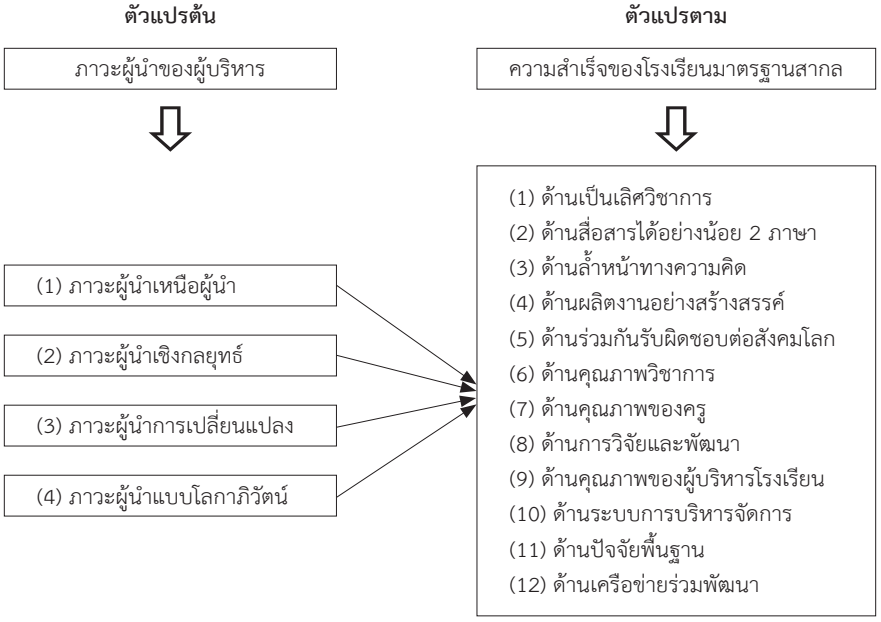
2. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership) คือ ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำพาองค์การไปสู่ความสำเร็จภายใต้วิสัยทัศน์และเป้าหมายเดียวกันเป็นการจูงใจให้บุคลากรหรือผู้ร่วมงานมีความสุขและเต็มใจทำงานภายใต้การควบคุมดูแล การบริหารงานเชิงกลยุทธ์ (Sidtikeaw, 2015)

Booncharoensuk (2018) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาทุกด้านร่วมกันส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) คือ พฤติกรรมที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้อื่น โดยผู้นำจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้อื่นเกิดการเปลี่ยนแปลงที่พัฒนาศักยภาพที่สูงขึ้น และเห็นคุณค่าของตนเอง (Khuangporn, 2015) Yoorod (2014) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับประสิทธิผลของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับประสิทธิผลของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยรวมและรายด้านทุกด้านมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

4. ภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ (Global Leadership) คือ สมรรถนะที่ใช้ในการจัดการปัญหาในระดับกว้างกว่าผู้นำระดับท้องถิ่น โดยคำนึงถึงวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ การเมืองที่หลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การทำงานท่ามกลางความซับซ้อน การเปลี่ยนแปลง และสิ่งแวดล้อมที่ไม่อาจคาดการณ์ได้สำเร็จตามเป้าหมายร่วมกัน (Yaenwong, 2017) Innapa (2011) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์กับประสิทธิผลงานด้านการป้องกันและปราบปรามของสถานีตำรวจภูธร โดยศึกษาภาวะผู้นำยุคโลกาภิวัตน์ 5 ประการ คือ การคิดแบบโลกาภิวัตน์ การเล็งเห็นเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาความชำนาญทางด้านเทคโนโลยี การสร้างคู่ค้าธุรกิจและพันธมิตร และการสร้างการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้นำ ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกในระดับสูงกับประสิทธิผลงานด้านการป้องกันและปราบปรามของสถานีตำรวจภูธรจังหวัดชุมพร กล่าวคือ ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ในระดับสูงจะมีผลทำให้การป้องกันและปราบปรามของสถานีตำรวจภูธรจังหวัดชุมพรมีประสิทธิผลสูงขึ้นด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารและครูของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 7 จำนวน 9 โรงเรียน ประกอบด้วยผู้บริหาร จำนวน 28 คน และครู จำนวน 1,023 คน รวมประชากร 1,051 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและครูของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ปีการศึกษา 2562 ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) เทียบบัญญัติไตรยางค์เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 285 คน แบ่งเป็นผู้บริหาร จำนวน 9 คน และครู จำนวน 276 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เทียบบัญญัติไตรยางค์ เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารและครูของแต่ละโรงเรียน จากจำนวนประชากรของแต่ละโรงเรียน ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นผู้บริหาร จำนวน 9 คน และครู จำนวน 276 คน

ขั้นที่ 2 ในแต่ละโรงเรียนทั้ง 9 แห่ง ผู้วิจัยเทียบบัญญัติไตรยางค์เพื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของโรงเรียนแต่ละแห่ง

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโดยการจับสลากผู้บริหารและครูให้ได้จำนวนตามที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการทำงาน ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ โดยอาศัยแนวคิดของลิเคิร์ท (Best & Kahn, 1993) โดยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง ภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยอาศัยแนวคิดของลิเคิร์ท (Best & Kahn, 1993)

5 หมายถึง ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้มีการหาคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

โดยวิธีหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) แล้วเลือกคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) ที่เรียกว่า สัมประสิทธิ์แอลฟา (a-coeffcient) ได้ค่าความเชื่อมั่นด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ (X_1) เท่ากับ .95 ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (X_2) เท่ากับ .91 ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_3) เท่ากับ .94 ด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ (X_4) เท่ากับ .95 และความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล (Y) เท่ากับ .99

วิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ระดับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. วิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนมาตรฐานสากล โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation cofficient) โดยภาพรวมและรายด้านแล้วเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของ Srisa-ard & Nilkaew (2002) ดังนี้

4.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -1 และ +1 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กัน โดยมีทิศทางของความสัมพันธ์ พิจารณาจากเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ ถ้าเป็นไปในทางบวก แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันในลักษณะคล้อยตามกัน แต่ถ้าในทางลบ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้ามกันหรือผกผันกัน สำหรับการพิจารณาระดับความสัมพันธ์สามารถพิจารณาได้ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.80-1.00 หมายความว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์ระดับมากที่สุด

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.60-0.79 หมายความว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์ระดับมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.40-0.59 หมายความว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.20-0.39 หมายความว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์ระดับน้อย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01-0.19 หมายความว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีความสัมพันธ์ระดับน้อยที่สุด

5. วิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) แบบเป็นขั้นตอน (Stepwise) เพื่อหาตัวแปรภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สรุปสาระสำคัญผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ($\bar{x}$ = 4.62) รองลงมามีค่า

เฉลี่ยระดับมาก คือ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ($\bar{x}$ = 4.42) ด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ ($\bar{x}$ = 4.40) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ ($\bar{x}$ = 4.37)

2. ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน อยู่ระดับระดับมาก จำนวน 8 ด้าน อยู่ระดับระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านเครือข่ายร่วมพัฒนา ($\bar{x}$ = 4.51) รองลงมามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ด้านระบบการบริหารจัดการ ($\bar{x}$ = 4.49) ด้านคุณภาพของผู้บริหารโรงเรียน ($\bar{x}$ = 4.47) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านล้ำหน้าทางความคิด ($\bar{x}$ = 3.40)

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารและความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารและความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า มีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับมาก (r_{xy} = .741) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐาน ดังตารางที่ 1

5. ผลการศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ (X_1) ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (X_2) ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_3) และด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ (X_4) ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (R) เท่ากับ .777 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .604 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ($S.E._{est}$) เท่ากับ .245 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัว สามารถทำนายความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ได้ร้อยละ 60.40 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้ $Y' = .890 + .345 (X_1) - .157 (X_2) - .161 (X_3) + .712(X_4)$ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้ $Z'y = .344 (X_1) - .162 (X_2) - .157 (X_3) + .753 (X_4)$ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำของผู้บริหารและความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X	Y
X_1	1.00					
X_2	.770*	1.00				
X_3	.755*	.783*	1.00			
X_4	.792*	.865*	.863*	1.00		
X	.903*	.910*	.919*	.959*	1.00	
Y	.697*	.631*	.625*	.750*	.741*	1.00

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ * $P \leq .05$

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของคุณลักษณะของภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7

ตัวแปร	*b*	$S.E._b$	β	*t*	*sig*
ค่าคงที่ (constant)	.890	.190	-	4.673*	.297
ด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ (X_4)	.712	.090	.753	7.896*	.000
ด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ (X_1)	.345	.067	.344	5.252*	.000
ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (X_2)	-.157	.076	-.162	-2.069	.040
ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_3)	-.161	.079	-.157	-2.048	.041
ค่าคงที่ *(a)* = .890					
$R = .777$, $R^2 = .604$, $S.E._{est} = .245$, $F = 106.752$, $P = .000$					

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ * $P \leq .05$

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Namnai (2010) พบว่า ครูผู้สอนมีความคิดเห็นต่อระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารของโรงเรียนมาตรฐานสากล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ในฐานะผู้นำองค์กรมีความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ และหลากหลายในการทำงาน สามารถบริหารภายใต้วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างของแต่ละเชื้อชาติได้ สามารถสร้างทีมเพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง สร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง รับรู้ความแตกต่างของความรู้ ความสามารถ ทักษะประสบการณ์ของบุคลากรแต่ละคน เป็นผู้แนะนำหรือเป็นที่ปรึกษาให้ครู ในการพัฒนาศักยภาพของครูให้สูงขึ้น กระตุ้นให้บุคลากรกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล สามารถคิดและแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงาน มีความมุ่งมั่นพัฒนาสถานศึกษา และเป็นที่ยอมรับทั้งบุคคลในองค์การและภายนอกองค์การ

2. ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Mimun & Wangthanomsak (2016) พบว่า ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Matthayomnan, Songbundit, & Srisir (2018) พบว่า ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารและคณะครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ได้เข้ารับการอบรมและได้รับความรู้เกี่ยวกับโรงเรียนมาตรฐานสากลส่งผลทำให้ครูตระหนักถึงความสำคัญและสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของโรงเรียนมาตรฐานสากล ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และสามารถบริหารจัดการโรงเรียนบรรลุตามวิสัยทัศน์ของโรงเรียน ผู้บริหารบริหารจัดการด้วยเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่ง สพฐ. (OBECQA) ครูผู้สอนความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านวิชาการ ใช้การวิจัย

สื่อนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียน โรงเรียนจัดหลักสูตรที่ส่งเสริมความเป็นเลิศตอบสนองความถนัด และศักยภาพตามความต้องการของผู้เรียน มีการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยในการปฏิบัติงาน วางแผนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 มีความสัมพันธ์ในทางบวก และอยู่ในระดับมาก (r_{xy} = .741) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lamsan (2015) พบว่า ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความเป็นเลิศของสถานศึกษา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 มีกลยุทธ์การบริหารงาน กำหนดวิสัยทัศน์ของโรงเรียนจากความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและเปิดโอกาสให้ครูบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจในการจัดการศึกษา มีการพัฒนาหลักสูตรได้สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานและจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรและทรัพยากรต่างๆ ที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามเกณฑ์โรงเรียนมาตรฐานสากล

4. ภาวะผู้นำของผู้บริหารส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ซึ่งสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ได้ร้อยละ 60.40 โดยด้านที่มีอำนาจพยากรณ์มากที่สุด คือ ภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ รองลงมาคือ ภาวะผู้นำแบบเหนือผู้นำ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Innapa (2011) พบว่า ภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อความสำเร็จทำให้องค์กรมีประสิทธิผลสูงขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jantakoon (2017) พบว่า ภาวะผู้นำเหนือผู้นำส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีให้องค์กร โดยการสร้างชุมชนผ่านทางการพัฒนาความเชื่อใจ และกระบวนการที่ต้องใช้ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ในผู้คนจากหลากหลายพื้นที่ทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม ใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ เช่น วิสัยทัศน์ในการพัฒนา ทักษะการสื่อสารและการพูดจูงใจ การสร้างความเชื่อมั่น การแสวงหาทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการทำงาน และการประสานงาน เป็นต้น ส่งเสริมให้บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและทักษะในการปฏิบัติงาน แนะนำ และส่งเสริมให้มีการแบ่งงานกันทำอย่างเป็นระบบและมีสัดส่วนที่แน่นอน เปิดโอกาสให้บุคลากรได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน กล้าที่จะตัดสินใจ สามารถกำหนดนโยบาย และมาตรฐานการปฏิบัติงานของตนเองได้ ใช้ภาวะผู้นำสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดกับผู้ร่วมงาน สามารถนำตนเองและตัดสินใจด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เห็นได้ว่าผู้บริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ของบุคคลจะทำให้ลูกน้องมีความพอใจในงาน มีแรงจูงใจในการทำงาน และเคารพผู้นำมากกว่า (Timothy, Ronald, & Remus, 2004) ส่วนด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ในทางลบ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาวะผู้นำทั้งสองแบบมีแนวโน้มเป็นพฤติกรรมที่มุ่งสร้างโครงสร้างงานคือ ให้ความสำคัญกับการกำหนดเป้าหมาย กำหนดกฎเกณฑ์การปฏิบัติงาน ดังนั้นในการบริหารงานของผู้บริหารโรงเรียนมาตรฐานสากลสู่ความเป็นเลิศ อาจต้องเป็นรูปแบบการบริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์กับบุคลากรมากกว่ามุ่งเน้นมุ่งสร้างโครงสร้างงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ

มหาวิทยาลัยมิชิแกนพบว่า ผู้นำที่มีประสิทธิภาพมีแนวโน้มที่จะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ตาม มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ตามเชื่อว่า ตัวผู้ตามเองเป็นคนมีความสำคัญ มีความสามารถ เป็นคนมีเกียรติ และพบว่า ผลผลิตจะสามารถเพิ่มมากขึ้นได้ด้วยกระบวนการบริหารของผู้นำที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการทำงานเป็นทีม ความศรัทธาและไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกัน (Poochareon, 2017)

สรุปผล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 สรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาระดับความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารและความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก (r_{xy} = .741) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านภาวะผู้นำเหนือผู้นำ (X_1) ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (X_2) ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_3) และด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ (X_4) ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรทั้ง 4 ตัว สามารถทำนายความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ได้ร้อยละ 60.40

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ด้านภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ควรมีนโยบายส่งเสริม พัฒนายกระดับการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ เพื่อให้ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากลมีมากยิ่งขึ้น

1.2 จากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ด้านล้ำหน้าทางความคิด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ควรมุ่งเน้นพัฒนาการดำเนินการของโรงเรียนในด้านต่อไปนี้ ให้นักเรียนชั้น ม.1-6 มีผลงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองด้าน ICT, IoT หรือ M2M นักเรียนชั้น ม.3 มีคะแนนการรู้เรื่อง การอ่าน การรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ และการรู้เรื่องคณิตศาสตร์จากผลคะแนนเฉลี่ยของการสอบ PISA ตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป

1.3 จากการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษาควรนำผลการวิจัยไปกำหนดนโยบาย อบรม พัฒนาผู้บริหาร ให้มีความรู้ มีศักยภาพ มีคุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพเพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมและพัฒนาโรงเรียนมาตรฐานสากลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบภาวะผู้นำแบบโลกาภิวัตน์ของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7

2.2 ควรศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล ด้านล้ำหน้าทางความคิด

2.3 ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7

References

Best, J. W. & Kahn, J. V. (1993). *Research in Education* (7th ed.) Boston: Allyn Bacon.

Booncharoensuk, N. (2018). The Relationship between Strategic Leadership of Administrators and School Effectiveness in Chachoengsao Province under the Secondary Educational Service Area Office 6. *Academic Journal Institute of Physical Education, 10*(2), 274-291. [in Thai]

Cronbach, L. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper and Row.

Innapa, T. (2011). *Alternative: The Study of Globalization Leadership Affecting to an Effectiveness of Protection and Enforcement Undertaken by the Chumphon Provincial Police Station*. Master's Thesis, Phetchaburi Rajabhat University. [in Thai]

Jantakoon, K. (2017). *The Relationship between Superleadership of School Administrators and School Effectiveness in Naruebodindrachinta Cluster Under the Secondary Educational Service Area Office 7*. Master's Thesis, Burapha University. [in Thai]

Khuangporn, K. (2015). *Development of 21st Century Transformational Leadership Skill Scale for Undergraduate Students*. Master's Thesis, Chulalongkorn University. [in Thai]

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

Lamsan, N. (2015). Leadership and Administrative Competencies Affecting the Excellence of School. *Suan Sunandha Rajabhat University Graduate Studies Journal, 8*(2), 136-149. [in Thai]

Matthayomnan, P., Songbundit, A., & Srisir, S. (2018). Transformational Leadership Elements as a Predictor of Success Among World-class Standard Schools Under the Secondary Educational Service, Area Office 1. *SWU Educational Administration Journal, 15*(9), 21-31. [in Thai]

Mimun, W. & Wangthanomsak, M. (2016). The Success of World-class Standard School. *Journal of Education, Silpakorn University, 6*(2), 112-121. [in Thai]

Namnai, S. (2010). *The Relationship Between School Administrators Leadership and High Efficient Organization of the World-class Standard Schools*. Master's Thesis, Dhonburi Rajabhat University. [in Thai]

Promnil, W. (2017). *The Management Factors Affecting Success of School in World Class Standard School Project Under the Control of Pathum Thani Provincial Educational Office*. Master's Thesis, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]

Office of Secondary Education. (2010). *Manual of Strategy Driving World-class Standard School*. Bangkok: The Agricultural Cooperative Federation of Thailand. [in Thai]

Office of Secondary Education. (2018). *Goal and Indicator of Students World-class Standard School 2018*. Bangkok: The Agricultural Cooperative Federation of Thailand. [in Thai]

Poochareon, S. (2017). *Leadership of Executive*. Retrieved April 30, 2020, from http://www.kruinter.com/ [in Thai]

Sidtikeaw, K. (2015). *Administrator's Strategic Leadership in the 21st Century Affecting the Internal Quality Assurance/Implementation of School under Pathum Thani Primary Education Service Area Office*. Master's Thesis, Rajamangala University of Technology. [in Thai]

Srisa-ard, B. & Nilkaew, B. (2002). Population of Inference When Using Rating Scale with Sample. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University, 3*(1), 22-25. [in Thai]

Tawilakan, D. (2015). "Superleadership" Leadership in 21st Century. *Journal of Educational Administration Khon Kaen University, 11*(2), 23-35. [in Thai]

Timothy A. J., Ronald F. P., & Remus, I. (2004). The Forgotten Ones? The Validity of Consideration and Initiating Structurein Leadership Research. *Journal of Applied Psychology, 9*(1), 36-51.

Yaenwong, J. (2017). *Leadership Development Strategies for Secondary School Administrator According to the Concept of Global Leadership Development in Students*. Doctoral Dissertation, Chulalongkorn University. [in Thai]

Yimrod, Y. & Suksodkiew, V. (2017). Strategic Leadership and the Quality of Student in Worldclass Standard Secondary School Under the Provincial Education Office in the West Region. *Journal of Education, Silpakorn University, 8*(1), 176-186. [in Thai]

Yoorod, C. (2014). *Relationship Between Transformational Leadership of Administrators and World Class Standard School Effectiveness Under the Office of Chanthaburi Primary Educational Service Area Office 1.* Master's Thesis, Burapha University. [in Thai]

Name and Surname: Thitiporn Peukpiboon
Highest Education: Master of Science in Biology Education (M.Sc.), Burapha University
Affiliation: Faculty Education, Rajabhat Rajanagarindra University
Field of Expertise: Biology

Name and Surname: Pojanee Mangkang
Highest Education: Doctor of Educational Administration Program, Srinakhrinwirot University
Affiliation: Faculty Education, Rajabhat Rajanagarindra University
Field of Expertise: Educational Administration

Name and Surname: Saifon Sekkhunthod
Highest Education: Doctor of Philosophy Program Higher Education, Chulalongkorn University
Affiliation: Faculty Education, Rajabhat Rajanagarindra University
Field of Expertise: Computer Education, Statistical and Research

สมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ตามการรับรู้ของครูในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี

NEW GENERATION VOCATIONAL TEACHER COMPETENCIES AS PERCEIVED BY TEACHERS DURING THE COVID-19 PANDEMIC: CASE STUDY OF LOPBURI PROVINCE

อนุสรา สุวรรณวงศ์
Anutsara Suwanwong
สาขาวิชาภาวะผู้นำการบริหารและการจัดการการศึกษา คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Education Management and Leadership, School of Creative Educational Management,
Panyapiwat Institute of Management

Received: July 23, 2021 / Revised: September 30, 2021 / Accepted: October 8, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งวิเคราะห์การรับรู้ของครูและกำหนดสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 โดยวิทยาลัยอาชีวศึกษาแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรีเป็นพื้นที่ในการศึกษา ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดโควิด 19 เป็นระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 22 คน ได้แก่ ครู หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าระดับ และผู้บริหารวิทยาลัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ตามการรับรู้ของครู ประกอบด้วย 6 สมรรถนะ ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยี 2) สมรรถนะด้านความร่วมมือ 3) สมรรถนะด้านการสื่อสาร 4) สมรรถนะด้านวิจัยและพัฒนา 5) สมรรถนะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล และ 6) สมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพ โดยทั้งหกสมรรถนะประกอบด้วย 20 ตัวชี้วัด ครอบคลุมมาตรฐานการพัฒนาครูทั้งด้านสมรรถนะหลัก สมรรถนะประจำสายงาน และสมรรถนะทางวิชาชีพ ทั้งนี้ครูอาวุโสให้ความสำคัญต่อสมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพเป็นอันดับแรกเพราะการสอนออนไลน์ช่วงโควิด 19 จะต้องอาศัยครูที่สามารถถ่ายทอดความรู้รวบยอดที่สำคัญให้แก่นักเรียนภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลาของห้องเรียนออนไลน์ ส่วนครูรุ่นใหม่ให้ความสำคัญต่อสมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยีเป็นอันดับแรกเพราะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงโควิด 19 อันเป็นการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การศึกษายุคดิจิทัล

คำสำคัญ: สมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ การรับรู้ของครู การแพร่ระบาดโควิด 19

Abstract

This research was a qualitative research aiming to analyze teachers' perception and to determine the competencies of new generation vocational teachers as perceived by teachers

Corresponding Author
E-mail: suwanwong.edu@gmail.com

during the Covid-19 pandemic. This was a case study of a vocational college in Lop Buri province. The researcher collected research data for one year and six months both before and during the Covid-19 pandemic. The key research informants were 22 college personnel classified into vocational teachers, heads of department/class level, and college administrators. The data were analyzed with the use of triangulation technique.

The results revealed that the competencies of new generation vocational teachers as perceived by teachers consisted of 6 competencies: (1) digital technology competency; (2) collaboration competency; (3) communication competency; (4) research and development competency; (5) data analysis competency; and (6) professional teacher competency. The 6 competencies consisted of 20 key performance indicators which covered teacher development standards for the core competency, functional competency, and professional competency. As such, the senior teachers ranked professional teacher competency as the first priority because the online instruction during the Covid-19 pandemic relied on the teachers who can impart the main beneficial knowledge and experiences to students under the time limitation of online classroom; while the new generation teachers ranked the digital technology competency as the first priority because the application of technology positively affected the online instruction during the Covid-19 pandemic which was the transformation toward education in the digital era.

Keywords: New Generation Professional Competencies, Teacher's Perception, COVID-19 Pandemic

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือที่เรียกกันว่า "COVID-19" ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยนับตั้งแต่ช่วงกลางเดือนมีนาคม 2563 (Prasert, 2020) กระทรวงศึกษาธิการจึงประกาศปิดสถานศึกษาทั่วประเทศทั้งรัฐและเอกชนทั้งในระบบและนอกระบบซึ่งอยู่ในสังกัดและในกำกับของกระทรวงศึกษาธิการ โดยปิดเรียนด้วยเหตุพิเศษตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2563 เป็นต้นไป (Ministry of Education, 2020) วิทยาลัยอาชีวะหลายแห่งได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และจะต้องปรับการเรียนการสอนเป็นระบบออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ วิกฤติการณ์ดังกล่าวทำให้ครูอาชีวะจำนวนมากเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพใหม่ๆ ที่จำเป็นในการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันและอนาคต

การเรียนการสอนออนไลน์ช่วงโควิด 19 สะท้อนให้เห็นว่าครูอาชีวะจำเป็นต้องพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีทางการศึกษา เพราะการสอนในช่วงวิกฤติโรคระบาดนี้จะต้องใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งการสอน การกำกับติดตามนักเรียนผ่านสื่อ/ช่องทางออนไลน์ การรับนักศึกษาใหม่ผ่านระบบออนไลน์ และการสอบผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งถือได้ว่าครูอาชีวะทั่วทั้งประเทศมีความกังวลใจอย่างมาก สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) ตระหนักถึงสถานการณ์จึงได้มีการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital literacy) ให้ทั้งครูและนักเรียนอาชีวะ (Thairath Online, 2020) จะเห็นว่าสถานการณ์ดังกล่าวถึงแม้จะเป็นอุปสรรคต่อการจัดการศึกษาแต่ก็ถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีในการยกระดับสมรรถนะใหม่ให้แก่ครูอาชีวศึกษา ผนวกกับรายงานการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2564 เกี่ยวกับภาวะขาดแคลนแรงงาน

สายอาชีพจำนวนมากในอีก 5-10 ปีข้างหน้า ซึ่งตลาดแรงงานต้องการแรงงานที่มีทักษะมากขึ้น โดยเฉพาะในสาขาอาชีพที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก (World Economic Forum (WEF), 2020) ซึ่งแรงงานไทยมีทักษะด้านดิจิทัลเพียงร้อยละ 54.9 รวมถึงมีจุดอ่อนในด้านความพร้อมรองรับอนาคต การฝึกอบรมและการศึกษา และทัศนคติการปรับตัวในการทำงานในอนาคต แนวทางการพัฒนาที่สำคัญคือ การพัฒนาทักษะของแรงงานด้านดิจิทัลให้ตรงตามความต้องการของตลาด (RYT9, 2021) ดังนั้นครูอาชีวะจึงถูกคาดหวังให้มีสมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยีตามไปด้วย ในฐานะของผู้สร้างประสบการณ์การทำงานและความรู้เฉพาะสาขาอาชีพเพื่อให้เกิดการส่งผ่านนักเรียนจากวิทยาลัยสู่โลกการทำงานจริง

ทั้งนี้อาชีวศึกษาจังหวัดลพบุรีก็ยังคงประสบปัญหาการผลิตแรงงานฝีมือที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบันและอนาคต ดังที่กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอาชีวศึกษา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา ได้เสนอข้อมูลอัตราการสำเร็จการศึกษาของนักเรียนอาชีวศึกษาภาพรวมทั้งรัฐและเอกชนของปีการศึกษา 2562 พบว่า นักเรียนสำเร็จการศึกษาจากภาครัฐจำนวน 189,320 คน และนักเรียนสำเร็จการศึกษาจากภาคเอกชน จำนวน 74,020 คน คิดสัดส่วนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเป็น 71.89 : 28.11 โดยจังหวัดลพบุรี มีนักเรียนอาชีวะสำเร็จการศึกษาจากภาครัฐจำนวน 3,341 คน และนักเรียนอาชีวะสำเร็จการศึกษาจากภาคเอกชน จำนวน 1,219 คน รวมทั้งสิ้น 4,560 คน คิดเป็นร้อยละ 1.73 ของผู้สำเร็จอาชีวศึกษาของทั้งประเทศ (Office of Vocational Education Commission, 2020)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของผู้ปกครองที่มีต่อคุณภาพการศึกษาของอาชีวศึกษายังคงเป็นกับดักการพัฒนาที่น่ากังวลใจเป็นอย่างมาก ครูอาชีวะจำเป็นจะต้องปรับตัวเชิงรุกให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านวิทยาการสมัยใหม่ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ ตลอดจนเข้าใจบริบทความต้องการตลาดแรงงานในอนาคต เมื่อครูมีความรู้และทักษะทันสมัยก็จะเป็นแรงจูงใจให้นักเรียนสนใจเรียนต่ออาชีวะเพิ่มมากขึ้นและส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ปกครองอีกด้วย เพราะครูอาชีวะเป็นฟันเฟืองสำคัญของระบบอาชีวศึกษา ดังนั้นจึงต้องเร่งพัฒนาครูให้มีสมรรถนะที่ตรงกับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านการศึกษาและตลาดแรงงาน ทั้งนี้ผลงานวิจัยของ Johnston et al. (2016) ค้นพบว่า ประสบการณ์เฉพาะทางของครูอาชีวะส่งผลเชิงบวกต่อการเรียนรู้ของนักเรียน ซึ่งครูอาชีวะยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0 นั้น จำเป็นจะต้องมีสมรรถนะที่แตกต่างไปจากเดิมและนำพาให้นักเรียนมีทักษะการทำงานในอนาคต (Wagiran et al., 2019) เพื่อเป็นแรงผลักดันในการสร้างแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพให้แก่ภาคอุตสาหกรรมเพื่อขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาชีพครูอาชีวะเพื่อเปิดมุมมองการรับรู้เกี่ยวกับครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ที่มีความรู้ทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ และมีอุดมการณ์ที่จะขับเคลื่อนการยกระดับอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาวิเคราะห์การรับรู้ของครูเกี่ยวกับสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19
2. กำหนดสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19

ทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน (Competency-based Human Resource) ได้รับการกล่าวถึงอย่างมากในต่างประเทศนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 จากการสังเคราะห์แนวคิดของนักวิชาการนั้นสามารถสรุปได้ว่าสมรรถนะให้คำนิยามที่ครอบคลุม

ทั้งพฤติกรรม (Behaviors) ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) ขีดความสามารถ (Capability) ที่ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ โดยแต่ละสาขาอาชีพก็มีสมรรถนะที่จำเป็นหรือสมรรถนะเฉพาะทางแตกต่างกันไป โดยทั่วไปจำแนกสมรรถนะออกเป็นสมรรถนะหลัก (Core Competency) และสมรรถนะประจำสายงาน (Functional Competency)

ทั้งนี้การพัฒนาสมรรถนะครูอาชีวศึกษานั้นยังไม่ได้มีการกล่าวถึงมากนัก ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Blank, Jacobson, & Melaville, 2012; Dahlstrom, Brooks, & Bichsel, 2014; Shah, 2014; Oluwasola, 2014; Goodwin & Webb, 2014; Amiruddin et al., 2015; Liu, Sng, & Farida, 2015; Diep & Hartmann, 2016; Gartmeier, Gebhardt, & Dotger, 2016; Nurhadi & Lyau, 2018; Wagiran et al. 2019) โดยจำแนกสมรรถนะครูอาชีวะออกเป็น 6 ด้าน สาระสำคัญดังนี้

1. สมรรถนะด้านการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถของครูในการสร้างข้อมูลเพื่อใช้ในการถ่ายทอดสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้คำปรึกษา กระตุ้นจูงใจ และแนะนำภายใต้หลักความเป็นอิสระของนักเรียนทั้งด้านวิชาการและด้านอื่นๆ มีองค์ความรู้และสามารถแนะแนวเส้นทางอาชีพได้อย่างตรงศักยภาพนักเรียน มีจิตวิทยาในการสื่อสารกับนักเรียนที่มีความหลากหลายเชิงพฤติกรรม และโน้มน้าวให้นักเรียนปรับพฤติกรรมเชิงบวก ตลอดจนสามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ที่ทันสมัยหรือสร้างโอกาสในการทำงานให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น

2. สมรรถนะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล หมายถึง ความสามารถของครูในการใช้ข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนเพื่อประเมินความต้องการ ความสามารถ ความสนใจ ศักยภาพ ตลอดจนแนวโน้มการดำรงชีวิตและการทำงานของนักเรียนในอนาคตบนพื้นฐานของความเข้าใจธรรมชาติของนักเรียนเป็นรายบุคคล เข้าใจปัญหาและสถานภาพทางครอบครัว/สังคมของนักเรียนเพื่อวางแผนการพัฒนานักเรียนได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของสถานประกอบการเพื่อใช้ในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้และวางแผนงานร่วมกัน โดยครูจะต้องมีทักษะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. สมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยี หมายถึง ความสามารถของครูในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล/สื่อเทคโนโลยีที่จะใช้ในการจัดการเรียนการสอน เช่น แอปพลิเคชัน แหล่งเรียนรู้ออนไลน์ เว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งสมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยีครอบคลุมความสามารถในการเลือกแหล่งเรียนรู้ออนไลน์ที่น่าเชื่อถือเพื่อใช้ประกอบการสอน ความสามารถในการสร้างสื่อมัลติมีเดียเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้เชิงรุก ทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อการจำลองสถานการณ์การเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ

4. สมรรถนะด้านวิจัยและพัฒนา หมายถึง ความสามารถของครูในการออกแบบการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและองค์ความรู้ทางวิชาชีพโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน เพื่อค้นพบนวัตกรรมการศึกษาใหม่ๆ ผ่านกระบวนการทำงานร่วมกับสถานประกอบการและ/หรือองค์กรต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ ทั้งในรูปแบบของการวิจัยในชั้นเรียน โครงงานพัฒนานวัตกรรม/สิ่งประดิษฐ์ โครงการวิจัย เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพการศึกษาที่มีตัวชี้วัดด้านการสร้างสรรค์งานวิจัยเชิงนวัตกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวโน้มการศึกษาในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการยกระดับการพัฒนาครูอย่างมืออาชีพ ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม

5. สมรรถนะด้านความร่วมมือ หมายถึง ความสามารถของครูในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางอาชีพและเครือข่ายทางวิชาชีพทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับสากล ซึ่งครูจะต้องมีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษา

ที่เปิดกว้าง ทั้งนี้เครือข่ายความร่วมมือครอบคลุมผู้ปกครอง นักเรียน และสถานประกอบการ โดยครูจะต้องสามารถรวมตัวผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการศึกษาในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เตรียมสถานฝึกงานได้อย่างเหมาะสม ภายใต้กระบวนการการทำงานร่วมกันเป็นทีม ตลอดจนสามารถบริหารจัดการโครงการกับเครือข่ายภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ท่ามกลางความหลากหลายของบุคคลและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาและการมีงานทำให้แก่นักเรียน ตลอดจนสามารถธำรงไว้ซึ่งความผูกพันอันดีของเครือข่ายภายในและภายนอก เพราะเครือข่ายจะทำให้ครูทราบถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของการศึกษา ซึ่งจุดเน้นของสมรรถนะด้านความร่วมมือ คือ ทักษะการจัดการเวลา ทักษะการบริหารโครงการ ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการบริหารงานบุคคล ทักษะมนุษยสัมพันธ์

6. สมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพ หมายถึง ความสามารถของครูที่จะต้องมีความเข้าใจวัตถุประสงค์และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร มีองค์ความรู้ด้านทฤษฎีการเรียนรู้และกลยุทธ์การสอน มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการวางแผนการสอนที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของนักเรียน สามารถจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้โดยเอื้ออำนวยให้นักเรียนเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมตรงตามทักษะที่สถานประกอบการต้องการ สามารถออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนรู้แบบฝึกปฏิบัติการผ่านการบูรณาการระหว่างการเรียนรู้และการทำงาน โดยแสดงบทบาทของการเป็นพี่เลี้ยง (Mentor) โค้ช (Coach) และผู้สอนพิเศษ (Tutor) โดยครูอาชีวะจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ลึก รู้กว้าง และรู้จริงในวิชาชีพเฉพาะทาง

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการฝังตัวและสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ครู หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าระดับ และผู้บริหารวิทยาลัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า มีขั้นตอนการดำเนินการมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อศึกษาวิเคราะห์การรับรู้ของครูเกี่ยวกับสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 โดยผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย วารสารวิชาการไทย วารสารวิชาการต่างประเทศ ข้อมูลทางวิชาการที่สืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือทางเว็บไซต์ต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2562 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านการสื่อสาร 2) สมรรถนะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล 3) สมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยี 4) สมรรถนะด้านวิจัยและพัฒนา 5) สมรรถนะด้านความร่วมมือรวมพลัง และ 6) สมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพ

การวิจัยระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการฝังตัวในพื้นที่ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก มีรายละเอียดดังนี้

- การฝังตัวในพื้นที่ ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมการแสดงออก ทัศนคติ และการรับรู้ของครูที่มีต่อการพัฒนาทางวิชาชีพโดยฝังตัวปฏิบัติงานร่วมกับครูและหัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าระดับในฐานะที่ปรึกษาด้านการพัฒนาองค์กรของวิทยาลัย เป็นระยะเวลา 10 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม-ตุลาคม 2564 โดยเข้าร่วมกิจกรรมการนิเทศการสอน การประชุมหัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าระดับ การประชุมครู และการอบรมพัฒนาครูเพื่อศึกษาการรับรู้ของครูเกี่ยวกับสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่

- การประชุมสนทนากลุ่ม 3 ฝ่าย ยึดหลักการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อวิพากษ์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการกำหนดสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทการปฏิบัติงานในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ครู จำนวน 16 คน หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าระดับ จำนวน 5 คน และผู้บริหารวิทยาลัย จำนวน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 22 คน

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดการประชุมสนทนากลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

ครั้งที่ 1 สนทนากลุ่ม วันที่ 11 มกราคม 2563 เวลา 10.00-12.00 น. ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชีย ลพบุรี ผู้เข้าร่วม จำนวน 22 คน

ครั้งที่ 2 สนทนากลุ่ม วันที่ 4 เมษายน 2563 เวลา 10.00-12.00 น. ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชีย ลพบุรี ผู้เข้าร่วม จำนวน 22 คน

ครั้งที่ 3 สนทนากลุ่ม วันที่ 11 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.00-12.00 น. ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชีย ลพบุรี ผู้เข้าร่วม จำนวน 22 คน

ครั้งที่ 4 สนทนากลุ่ม วันที่ 17 ตุลาคม 2563 เวลา 10.00-12.00 น. ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชีย ลพบุรี ผู้เข้าร่วม จำนวน 22 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ เพื่อให้ครูพิจารณาเลือกเห็นด้วย/ไม่เห็นด้วยกับสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ จำนวน 6 สมรรถนะ 20 ตัวชี้วัด มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยระหว่างการประชุมสนทนากลุ่มเปิดโอกาสให้ครูแสดงความเห็นและวิพากษ์ตัวชี้วัดและสมรรถนะทุกประเด็น ทั้งนี้เครื่องมือดังกล่าวได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม

- การสัมภาษณ์เชิงลึกฝ่ายบริหาร ผู้วิจัยดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลจากฝ่ายบริหารเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของผลการประชุมสนทนากลุ่มกับบริบทการปฏิบัติงานจริง โดยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีรายละเอียดดังนี้

ครั้งที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าฝ่าย วันที่ 7 พฤศจิกายน 2563 เวลา 13.00-15.00 น. ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชียลพบุรี ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 3 คน

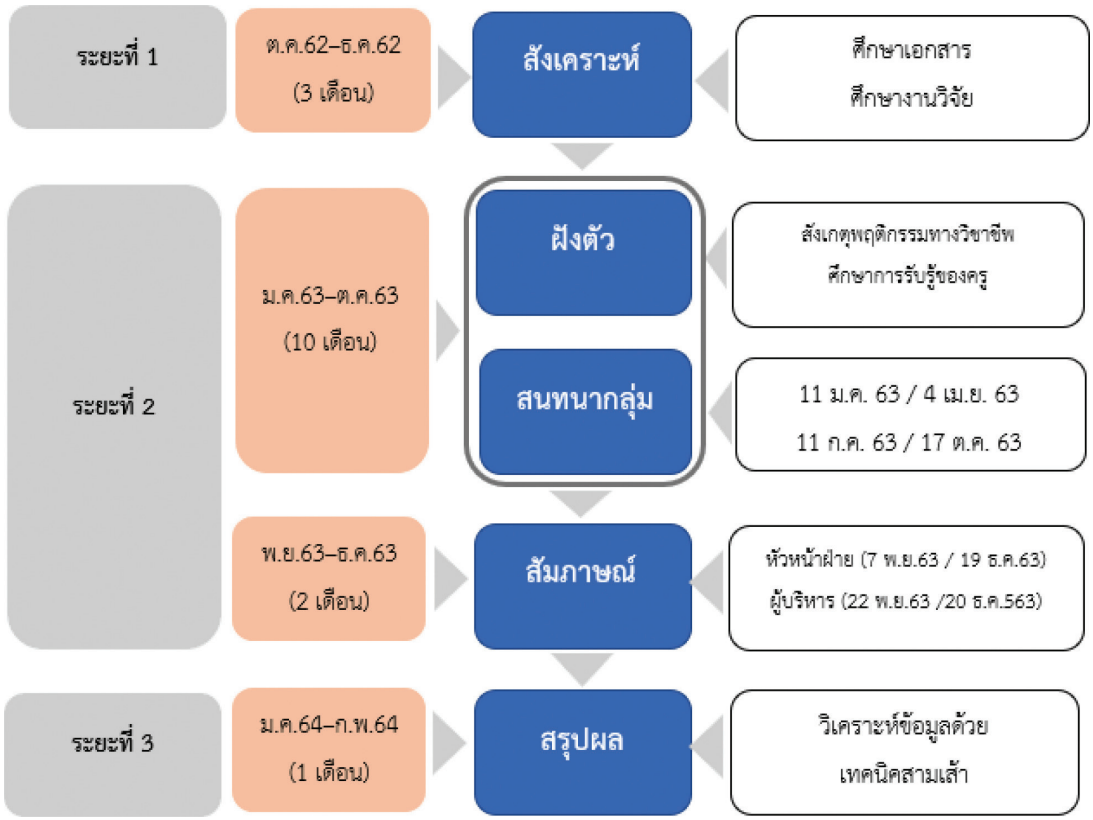
ครั้งที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารวิทยาลัย วันที่ 22 พฤศจิกายน 2563 เวลา 10.00-12.00 น. ณ ห้องประชุมคณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้จัดการ จำนวน 1 คน

ครั้งที่ 3 สัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าระดับ วันที่ 19 ธันวาคม 2563 เวลา 13.00-15.00 น. ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชียลพบุรี ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หัวหน้าระดับ ปวช. จำนวน 1 คน และหัวหน้าระดับ ปวส. จำนวน 1 คน

ครั้งที่ 4 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารวิทยาลัย วันที่ 20 ธันวาคม 2563 เวลา 10.00-12.00 น. ณ ห้องประชุมคณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้จัดการ 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ ประกอบด้วย 6 สมรรถนะ 20 ตัวชี้วัด โดยมีลักษณะแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) เพื่อให้หัวหน้าฝ่ายและผู้บริหารพิจารณาความเป็นไปได้ในเชิงนโยบายและการนำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่

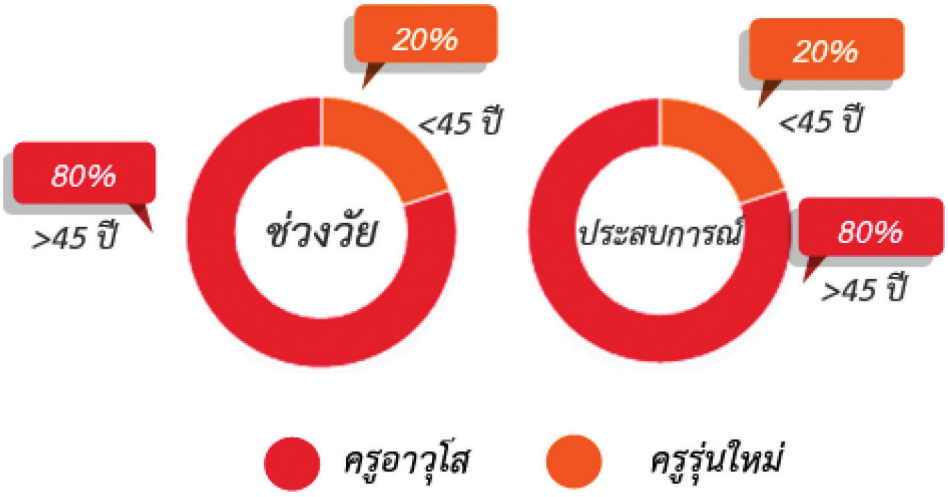
การวิจัยระยะที่ 3 สรุปผลการวิจัยเพื่อกำหนดสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมความคิดเห็นและผลการประเมินตรวจสอบที่ได้จากการฝังตัวในพื้นที่ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้าเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ทุกฝ่ายมีความคิดเห็นตรงกัน สามารถสรุปขั้นตอนการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ศึกษาการรับรู้ของครูต่อสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 สามารถจำแนกครูออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ครูอาวุโส มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์การสอนไม่น้อย 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 ของจำนวนครูทั้งหมด และ 2) ครูรุ่นใหม่ มีอายุต่ำ 45 ปี มีประสบการณ์การสอนน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนครูทั้งหมด มีการรับรู้เกี่ยวกับสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์มาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของครูอาชีวศึกษา

1. การรับรู้ของครูอาวุโส สมรรถนะที่ครูอาวุโสมีอย่างเห็นเด่นชัดและเป็นผลดีต่อการพัฒนานักเรียนทั้งการเรียนรู้แบบออนไลน์ในช่วงโควิด 19 คือ ด้านความเป็นครูมืออาชีพ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านวิจัยและพัฒนา ส่วนด้านดิจิทัลเทคโนโลยี ด้านการสื่อสาร ด้านความร่วมมือ ครูอาวุโสมีมุมมองว่าเป็นสมรรถนะที่จำเป็นจะต้องพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการศึกษารูปแบบใหม่ โดยมีความต้องการเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการและการนิเทศติดตามจากผู้เชี่ยวชาญด้านไอซีทีในช่วงกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน เพราะครูอาวุโสมีข้อจำกัดในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่กำลังส่งผลกระทบโดยตรงในการเรียนการสอนช่วงโควิด 19 ตลอดจนความร่วมมือกับสถานประกอบการชั้นนำที่จะต้องทักษะการประสานความร่วมมือเชิงรุกที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ผลงานเชิงนวัตกรรมร่วมกัน

2. การรับรู้ของครูรุ่นใหม่ สมรรถนะที่ครูรุ่นใหม่สามารถพัฒนาได้เห็นผลชัดเจนและสอดคล้องกับศักยภาพ คือ ด้านดิจิทัลเทคโนโลยี ด้านการสื่อสาร ด้านวิจัยและพัฒนา ด้านความร่วมมือ ส่วนด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและด้านความเป็นครูมืออาชีพ ครูรุ่นใหม่ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์ทางการสอน เทคนิคการวัดและประเมินผลนักเรียนเป็นรายบุคคล เพราะมีข้อจำกัดด้านความเชี่ยวชาญในการจัดทำแผนการสอน เทคนิคการสอน และการควบคุมชั้นเรียน

3. ครูรุ่นใหม่ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวิทยาลัยกับสถานประกอบการ/ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางอย่างน้อยเดือนละครั้งในรูปแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLCs) เพื่อส่งเสริมการสร้างโครงงานเชิงนวัตกรรมให้เกิดประโยชน์เชิงมูลค่าที่สามารถสร้างรายได้ให้ทั้งแก่นักเรียนและชุมชน

4. สมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ตามการรับรู้ของครูในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 ที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและการตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม (ครู หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าระดับ ผู้บริหารวิทยาลัย) ประกอบด้วย 6 สมรรถนะ 20 ตัวชี้วัด มีรายละเอียดดังนี้

ภาพที่ 3 สมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่

1. สมรรถนะด้านการสื่อสาร (Communication Competency) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ การสื่อสารภาษาอื่น การให้คำปรึกษา การแนะแนวอาชีพ การสื่อสารสังคมออนไลน์ และจิตวิทยาการสื่อสาร

2. สมรรถนะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis Competency) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การประเมินความต้องการของนักเรียนรายบุคคล และการประเมินผลลัพธ์ของการเรียนรู้

3. สมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยี (Digital Technology Competency) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การประยุกต์ใช้ไอซีที และการใช้สื่อการเรียนรู้ดิจิทัล

4. สมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพ (Professional Competency) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ การพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง การพัฒนาแผนการสอนฐานสมรรถนะ การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะ เทคนิคการสอนสมัยใหม่ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และการบริหารศูนย์ฝึกวิชาชีพ

5. สมรรถนะด้านความร่วมมือ (Collaboration Competency) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การทำงานเป็นทีม และการสร้างเครือข่าย

6. สมรรถนะด้านวิจัยและพัฒนา (Research & Development Competency) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การวิจัยในชั้นเรียน และการวิจัยสร้างนวัตกรรม

อภิปรายผล

การรับรู้ของครูต่อสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 นั้นสะท้อนให้เห็นว่าไม่ว่าจะเป็นครูอาวุโสหรือครูรุ่นใหม่ต่างให้ความสำคัญต่อสมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยีและด้านความเป็นครูมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongkam, Suwanjan, & Pupat (2018) จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันพบว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีอันครอบคลุมความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ทักษะทางด้านเทคโนโลยี และทัศนคติทางด้านเทคโนโลยี เป็นสมรรถนะสำคัญของครูผู้สอนในวิทยาลัยอาชีวศึกษา เพราะการเรียนการสอนในช่วงนี้จะต้องใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการสอนทฤษฎีและการสอบวัดองค์ความรู้ ใช้แอปพลิเคชันในการกระตุ้นจูงใจนักเรียน ติดตามความก้าวหน้าของนักเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้นครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่จะต้องมีการรู้เท่าทันดิจิทัลและทักษะไอซีทีเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยสมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะครูจะต้องมีองค์ความรู้เฉพาะทางที่ทันสมัย สามารถสังเคราะห์องค์ความรู้รวบยอดที่จำเป็นมาใช้ในการสอนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลาและความสนใจของนักเรียน มีเทคนิคทางวิชาชีพที่ส่งเสริมการพัฒนานักเรียนให้เป็นแรงงานฝีมือชั้นดีตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ตลอดจนสามารถนำความรู้ไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าเพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่นักเรียนและชุมชนได้ ซึ่งทั้งสองประเด็นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurhadi & Lyau (2018) และ Wagiran et al. (2019) พบว่า ครูอาชีวะในอนาคตจะต้องสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการงานที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนและงานด้านอื่นๆ อีกทั้งครูอาชีวะจะต้องเป็นแบบอย่างในบทบาทของผู้ริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ โดยบูรณาการความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของสถานประกอบการ ซึ่งทั้งสองสมรรถนะในงานวิจัยของ Wagiran et al. (2019) ระบุไว้ว่าเป็นทักษะหลัก (Hard Skill) ของครูอาชีวะแห่งอนาคต

ทั้งนี้สมรรถนะด้านการสื่อสารเป็นอีกหนึ่งประการที่ครูตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการปฏิบัติงานซึ่งเป็นผลพวงมากจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด 19 แหล่งข้อมูลสารสนเทศ และสื่อการสอนที่ทันสมัยส่วนใหญ่เป็นองค์ความรู้ของประเทศชั้นนำด้านการอาชีวศึกษา อาทิเช่น สิงคโปร์ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา จีน ซึ่งทำให้ครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่

มีการรับรู้ว่าทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษมีอิทธิพลต่อการทำงานของครูในอนาคต หากครูไม่เตรียมพร้อมในการพัฒนาทักษะทางภาษาก็จะส่งผลต่อเสถียรภาพและความเป็นครูมืออาชีพของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันวิทยาลัยอาชีวศึกษาหลายแห่งมีการทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ร่วมกับสถานประกอบการต่างประเทศหรือบริษัทข้ามชาติเพิ่มมากขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ของการเพิ่มอัตราการมีงานทำให้กับนักเรียนที่สำเร็จการศึกษา ซึ่งภาษาถือได้ว่าเป็นตัวกลางในการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือทางการศึกษาจึงมีความเชื่อมโยงกับสมรรถนะด้านความร่วมมือของครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ที่จะต้องมีทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอื่นและทักษะการทำงานร่วมกับสถานประกอบการควบคู่กันไป สามารถใช้ภาษาในการเจรจาความร่วมมือทั้งในเชิงการพัฒนาหลักสูตร การออกแบบการฝึกงาน กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งการประสานงานหรือทำงานร่วมกับองค์กรเหล่านี้จะต้องใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมืออย่างมีประสิทธิผล ซึ่งครูอาชีวะในพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษามุ่งเน้นการพัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองและภาษาจีนเป็นภาษาที่สาม เพราะมีความจำเป็นในการประสานความร่วมมือกับสถานประกอบการในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Care, Griffin, & Wilson (2012) พบว่า ทักษะด้านการสื่อสารและทักษะด้านความร่วมมือเป็นทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 มีบทบาทสำคัญในกระบวนการทำงานของครู และงานวิจัยของ Thongkam, Suwanjan, & Pupat (2018) ที่วิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันพบว่า สมรรถนะด้านการสื่อสารอันประกอบด้วยความรู้ทางด้านการสื่อสาร ทักษะการสื่อสาร และทัศนคติทางด้านการสื่อสาร เป็นสมรรถนะสำคัญของครูผู้สอนในวิทยาลัยอาชีวศึกษา นอกจากนี้ผลงานวิจัยของ Leindarit (2021) ค้นพบว่าสมรรถนะด้านการสื่อสารและการสอนของครูส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักเรียนอาชีวะในการเรียนรู้ช่วงโควิด19 สูงถึง 39.1% โดยการสื่อสารจะต้องมุ่งเน้นให้เกิดทัศนคติที่ดีของครู นักเรียน และผู้ปกครองต่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้เพราะหลังจากการแพร่ระบาดโควิด 19 คลี่คลาย การศึกษาจะเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การเรียนรู้ยุคใหม่ ซึ่งครูจะต้องสื่อสารเพื่อให้เกิดวัฒนธรรมการสอนด้วยสื่อดิจิทัลตลอดจนครูจะต้องสร้างความตระหนักถึงการเข้าใช้ข้อมูลสารสนเทศ (UNESCO, 2020)

ส่วนสมรรถนะด้านการวิจัยและพัฒนานั้นควรมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-based Innovation) ที่ส่งเสริมการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยจะอยู่ในลักษณะของชิ้นงานที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในเชิงองค์ความรู้และเชิงรายได้ให้แก่ครู นักเรียน และชุมชน ซึ่งจะเป็นการทำงานร่วมกับสถานประกอบการเพื่อนำโจทย์ปัญหาจากสถานประกอบการมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงงาน/การวิจัยในชั้นเรียน ซึ่งครูมีการรับรู้ว่าชิ้นงานเหล่านี้จะเป็นเครื่องยืนยันความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพและเป็นการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ท้าทายความเป็นมืออาชีพทำให้ครูเล็งเห็นคุณค่าของตนเองที่จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างนวัตกรรมการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongkam, Suwanjan, & Pupat (2018) ที่วิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันพบว่า สมรรถนะด้านวิจัยเพื่อพัฒนา อันครอบคลุมความรู้ทางด้านวิจัยเพื่อพัฒนา ทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนา และทัศนคติทางด้านวิจัยเพื่อพัฒนา เป็นสมรรถนะสำคัญของครูผู้สอนในวิทยาลัยอาชีวศึกษา และงานวิจัยของ Wagiran et al. (2019) พบว่า ทักษะการคิดเชิงนวัตกรรมและการคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนประกอบหนึ่งของสมรรถนะของครูอาชีวะแห่งอนาคต โดยจัดอยู่ในกลุ่มทักษะด้านอารมณ์ (Soft Skill) ประเภทวิถีคิด (Ways of Thinking) ทั้งนี้การวิจัยเชิงนวัตกรรมจะต้องเชื่อมโยงกับการประเมินผลการปฏิบัติงานของครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ จึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของนักเรียนเป็นรายบุคคล ออกแบบกิจกรรม/โครงงานที่กระตุ้นให้นักเรียนสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ วางแผนการ

พัฒนานักเรียนอย่างเต็มศักยภาพ ปรับเปลี่ยนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้โดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน (Competency-based Assessment)

สรุปผล

การรับรู้ของครูอาชีวะเกี่ยวกับสรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ในช่วงการระบาดของโควิด 19 นั้น ส่งผลให้ครูมีแนวคิดและพฤติกรรมทางวิชาชีพที่เปลี่ยนแปลงไปจากที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะสมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยีที่กำลังกลายเป็นสมรรถนะจำเป็นในปัจจุบันและอนาคต เพราะการจัดการศึกษาทุกระบบกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การศึกษายุคดิจิทัลอย่างแท้จริง ซึ่งวิกฤติการณ์โรคระบาดกลายเป็นปัจจัยกระตุ้นให้วิถีการดำรงชีวิตและวิถีการเรียนรู้ของครูและนักเรียนเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีกลายเป็นองค์ประกอบหลักที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้เป็นอย่างมาก ครูอาวุโสจำเป็นจะต้องปรับตัวให้เท่าทันสถานกาณ์การเรียนรู้แห่งยุคดิจิทัลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ภายใต้ความวิตกกังวลที่มีอย่างมากมาย ซึ่งครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่จะต้องสืบค้นแหล่งข้อมูลสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเทคนิคการจัดการห้องเรียนออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม วิกฤติเหล่านี้กลายเป็นโอกาสในการส่งเสริมการพัฒนาทางวิชาชีพแบบก้าวกระโดดที่นำมาซึ่งการพัฒนานวัตกรรมทางวิชาชีพของครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ทั้ง 6 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยี สมรรถนะด้านความร่วมมือ สมรรถนะด้านการสื่อสาร สมรรถนะด้านความเป็นครูมืออาชีพ สมรรถนะด้านวิจัยและพัฒนา และสมรรถนะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์สำหรับครูและผู้บริหารอาชีวศึกษาดังนี้

1.1 ครูควรวางแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan: IDP) มุ่งเน้นการพัฒนาตนเองตามสมรรถนะทั้ง 6 ด้าน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพตนเอง (จุดแข็ง-จุดอ่อน) เพื่อออกแบบแผนการพัฒนา ทั้งนี้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 นั้น สมรรถนะด้านดิจิทัลเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการเรียนการสอนปัจจุบันและอนาคต ครูอาชีวะจะต้องประยุกต์ใช้สื่อ/แหล่งเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อรองรับการสอนทั้งในห้องเรียนและการสอนออนไลน์

1.2 ผู้บริหารอาชีวศึกษาควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการพัฒนาครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลงานเชิงนวัตกรรมสาขาวิชาต่างๆ ร่วมกับสถานประกอบการเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านวิจัยและพัฒนาทางวิชาชีพที่เชื่อมโยงกับความต้องการของสถานประกอบการ โดยจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และติดตามความคืบหน้าการพัฒนานวัตกรรมร่วมกันอย่างน้อยเดือนละครั้ง อีกทั้งสร้างแรงจูงใจเชิงรุกในการกำหนดค่าตอบแทนพิเศษสำหรับผลงานนวัตกรรมของครูและนักเรียนที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอก

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในพื้นที่อื่นเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อค้นพบใหม่ของแต่ละบริบทพื้นที่ในประเทศไทย

2.2 ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวชี้วัดในแต่ละสมรรถนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

2.3 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะครูอาชีวะสายพันธุ์ใหม่กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนอาชีวศึกษาในประเทศไทย

References

Amiruddin, M. H., Amin, F., Yunus, N., Hisyam, M., Hashim, M., Rahim, M. B., ... & Rahim, A. (2015). Application of Communication Skills (CS) among Lecturer on Vocational Teaching and Learning in Vocational College Zone Johor, Malaysia. *International Journal of Vocational Education and Training Research, 1*(4), 55-61.

Blank, M. J., Jacobson, R., & Melaville, A. (2012). *Achieving Results through Community School Partnerships: How District and Community Leaders are Building Effective, Sustainable Relationships.* Washington, D.C.: Center for American Progress.

Care, E., Griffin, P., & Wilson, M. (2012). *Assessment and Teaching of 21st Century Skills.* Dordrecht: Springer.

Dahlstrom, E., Brooks, D. C., & Bichsel, J. (2014). *The Current Ecosystem of Learning Management Systems in Higher Education: Student, Faculty, and IT Perspectives* (Research Report). Louisville, CO: ECAR.

Diep, P. C. & Hartmann, M. (2016). Green Skills in Vocational Teacher Education - A Model of Pedagogical Competence for a World of Sustainable Development. *TVET@Asia,* (6), 1-19.

Gartmeier, M., Gebhardt, M., & Dotger, B. (2016). How do Teachers Evaluate Their Parent Communication Competence? Latent Profiles and Relationships to Workplace Behaviors. *Teaching and Teacher Education, 55*, 207-216.

Goodwin, D. & Webb, M. A. (2014). Comparing Teachers' Paradigms with the Teaching and Learning Paradigm of Their State's Teacher Evaluation System. *Research in Higher Education Journal, 25*, 1-11.

Johnston, J., Loyalka, P., Chu, J., Song, Y., Yi, H., & Huang, X. (2016). The Impact of Vocational Teachers on Student Learning in Developing Countries. *Comparative Education Review, 60*(1), 131-150.

Leindarit, B. (2021). Influence of Communication and Teaching Lectures Competencies Towards Students Online Learning Satisfaction in the Time of Covid-19. In *Proceeding of the International Conference on Educational Sciences and Teacher Profession* (pp.98-102). Netherlands: Atlantis Press.

Liu, C. W., Sng, B. L., & Farida, I. (2015). Obstetric Anesthesia Training: Facilitating Teaching and Learning. *Trends in Anaesthesia and Critical Care*, *5*(1), 8-13.

Ministry of Education. (2020). *MoE Commands All Public and Private Schools to Close for Protection of Covid-19 Pandemic. The First Wave of Covid-19!!* Retrieved March 10, 2021, from https://moe360.blog [in Thai]

Ministry of Education. (2021). *Education Data Base System.* Retrieved March 15, 2021, from https://eduwh.moe.go.th [in Thai]

Nurhadi, D. & Lyau, N. M. (2018). Cultivating Responsibilities of Vocational Teachers: A Framework for Preparing Education to Work. *Journal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, *24*(2), 295-307.

Office of Vocational Education Commission. (2020). *Students' Graduation Statistic in 2015-2019*. Retrieved May 7, 2021, from http://techno.vec.go.th/ [in Thai]

Oluwasola, A. J. (2014). Professional Competence of Technical Teachers: A Factor Analysis of the Training Needs of Technical College Teachers. *American Journal of Science and Technology, 2*(1), 22-26.

Prasert, P. (2020). *Back Stage... Thailand Gets through Covid-19 at the First Wave!!.* Retrieved March 15, 2021, from https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/914993 [in Thai]

RYT9. (2021). *Thai Social Situation in Overall and Q3 in 2020.* Retrieved May 25, 2021, from https://www.ryt9.com/s/cabt/3210686 [in Thai]

Shah, M. (2014). Impact of Management Information Systems (MIS) on School Administration: What the Literature Says. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *116*, 2799-2804.

Thairath Online. (2020). *Covid-19 Effects on Vocational Student Admission, Striving Action Plan for Motivating.* Retrieved May 25, 2021, from https://www.thairath.co.th/news/local/1822968 [in Thai]

Thongkam, K., Suwanjan, P., & Pupat, P. (2018). Thai Vocational College Instructor Teaching Competency: A Second Order Confirmatory Factor Analysis. *Asia-Pacific Social Science Review, 19*(1), 224-232.

UNESCO. (2020). *Ensuring Effective Distance Learning During Covid-19 Disruption Guidance for Teachers.* Paris, France: Education Sector UNESCO.

Wagiran, W., Pardjono, P., Suyanto, W., & Sofyan, H. (2019). Competencies of Future Vocational Teachers: Perspective of In-service Teachers and Educational Experts. *Cakrawala Pendidikan*, *38*(2), 388-400.

World Economic Forum (WEF). (2020). *The Future of Jobs Report 2020.* Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

Name and Surname: Anutsara Suwanwong
Highest Education: Ph.D. in Education Administration, Doctor of Philosophy, Chulalongkorn University
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Education Policy and Strategy

การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

THE DEVELOPMENT MODEL OF ONLINE LEARNING VIA GOOGLE CLASSROOM FOR EDUCATION TECHNOLOGY AND COMPUTER EDUCATION STUDENTS IN FACULTY OF EDUCATION MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ธนดล ภูสีฤทธิ์
Thanadol Phuseerit
ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Department of Educational Technology and Communications,
Faculty of Education, Mahasarakham University

Received: June 30, 2021 / Revised: August 16, 2021 / Accepted: September 6, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2) ศึกษาการทำงานเป็นทีมในการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom 3) ศึกษาผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีขั้นตอนเนินการวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 สังเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการจัดการเรียน การสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบฯ และระยะที่ 3 เพื่อศึกษาผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการสัมมนาและสร้างเสริมประสบการณ์วิชาชีพครูจำนวน 52 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้ 1) ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1.1) วัตถุประสงค์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ประกอบด้วย 1 ขั้นตอนคือ อธิบายวัตถุประสงค์และชี้แจงเงื่อนไขในการเรียนแก่ผู้เรียน 1.2) การวิเคราะห์บริบทการเรียน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ 1.2.1) ผู้เรียน 1.2.2) ผู้สอน 1.2.3) เนื้อหา 1.2.4) สื่อการเรียนการสอน 1.2.5) เวลา 1.3) กลยุทธ์การเรียนการสอนออนไลน์ ประกอบด้วย 9 ขั้นตอน ดังนี้ 1.3.1) การทำงานระบบทีม 1.3.2) ความรับผิดชอบของสมาชิก 1.3.3) ภารกิจ 1.3.4) การสื่อสาร 1.3.5) ปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้ 1.3.6) สร้างแรงจูงใจ 1.3.7) การวางเงื่อนไขกิจกรรม 1.3.8) การนำเสนอผลงานและรายงานความก้าวหน้า 1.3.9) การสะท้อนผล 1.4) การประเมินผลการเรียนออนไลน์ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนดังนี้ 1.4.1) ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับผลการเรียนรู้ 1.4.2) ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ลักษณะการทำงานเป็นทีมและ

Corresponding Author
E-mail: thanadol.p@msu.ac.th

ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการศึกษาผลการเรียนรู้พบว่า 2.1) นิสิตที่เรียนด้วยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีผลประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 82.56/82.43 2.2) นิสิตที่เรียนด้วยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีผลดัชนีประสิทธิผลมีค่าเท่ากับ 0.7016

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ การทำงานเป็นทีม Google Classroom

Abstract

The purposes of this research were (1) to develop an online learning via google classroom model for students in the Educational Technology and Computer Education Program of the Faculty of Education, Maha Sarakham University; (2) to study the team working of online learning via google classroom model; and (3) to study the results of using the online learning via google classroom model. The research process comprised three phases: the first phase was a synthesis of components of the online learning via google classroom model; the second phase was the development of the online learning via google classroom model; and the third phase was the study of using the online learning via google classroom model. The research sample consisted of 52 purposively selected undergraduate students of the Faculty of Education, Maha Sarakham University, who enrolled in the Seminar and Enhancing Teacher Profession Experience Course. Statistics used were the percentage, mean, and standard deviation. The research results were as follows: (1) the developed online learning via google classroom model had four components: (1.1) objectives of online instruction, which had one step, i.e. explanation of objectives and condition of learning to the learners; (1.2) analysis of the learning context, which consisted of five elements: (1.2.1) the learners, (1.2.2) the teachers, (1.2.3) the contents, (1.2.4) the instructional media, and (1.2.5) the duration; (1.3) strategies for online instruction, which consisted of nine elements: (1.3.1) team working, (1.3.2) individual accountability, (1.3.3) tasks, (1.3.4) communications, (1.3.5) learning interaction, (1.3.6) creating motivation, (1.3.7) conditioning of activities, (1.3.8) presentation of learning out comes and reporting of progress, and (1.3.9) reflection; (1.4) evaluation of online learning, which consisted of two elements: (1.4.1) the promotion to enable the learners to receive the learning outcomes, and (1.4.2) the promotion to enable the learners to participate and help each other in doing activities; (2) as for the characteristics of team working in the online learning via google classroom model, the experts had the opinions that the online learning via google classroom model was appropriate at the high level; and (3) results of using the online learning via google classroom model showed that (3.1) the students learning from the online learning via google classroom model had the E1/E2 learning efficiency index of 82.56/82.43, and (3.2) the students learning from the online

learning via google classroom model had the learning effectiveness index of 0.7016.

Keywords: Model Development, Online Learning Model, Team Working, Google Classroom

บทนำ

โลกในยุคดิจิทัลเป็นการแสวงหาความรู้ในรูปแบบออนไลน์ซึ่งเป็นการแสวงหาความรู้แบบไม่มีที่สิ้นสุดโดยได้รับอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้คนในยุคของโลกดิจิทัลเปลี่ยนไป รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้อย่างง่ายดายโดยผ่านโครงข่ายข้อมูลอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกันทั่วทุกมุมโลก (Charoenmahavit, 2020: 1) การจัดการศึกษาในปัจจุบันได้พัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามสภาพแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและวิทยาการต่างๆ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยผ่านสื่อที่มีอยู่มากมาย ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันนอกจากให้ความรู้ว่าเข้าใจในเนื้อหาแล้วจำเป็นต้องฝึกฝนให้ผู้เรียนมีความสามารถในการคิดแก้ปัญหาและตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข มีความสัมพันธ์ มีลำดับขั้นตอนและกระบวนการที่เป็นลำดับที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ได้ เช่น การกำหนดปัญหาให้ผู้เรียนสนใจการทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และสามารถบูรณาการกับรายวิชาอื่นๆ ได้ด้วยตนเอง และการจัดการเรียนรู้ที่ถือว่ามีประสิทธิภาพนั้น ครูต้องมีคุณสมบัติมากกว่าการเป็นผู้ทำหน้าที่สอน (Instructor) ครูต้องมีลักษณะเป็นผู้ที่สามารถชี้แนะการเรียนรู้ (Learning Coaching) และสามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำผู้เรียนท่องเที่ยวไปสู่โลกแห่งการเรียนรู้ได้ (Learning Travel Agent) ซึ่งบทบาทของครูจากยุคสมัยก่อนจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อก้าวสู่ยุคแห่งศตวรรษที่ 21 ในการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีหัวใจความเป็นมนุษย์ ผู้สอนจะต้องมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้เรียนนำศักยภาพของตนเองออกมาใช้ในการเรียนรู้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic learning) และกระบวนการคิดต่างๆ ในลักษณะที่เป็นองค์รวมและเชื่อมโยงกับบริบทสุขภาพที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะสมรรถนะเชิงวิชาชีพ กระบวนการจัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญใช้กระบวนการสะท้อนคิดเพื่อการเปลี่ยนแปลงจากด้านใน จากการใช้พลังคำถาม (Prombuasri & Swangwatanasade, 2017: 112) การจัดการเรียนรู้โดยใช้ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศเป็นช่องทางสำคัญ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัญหาในการเรียนการสอนที่ระบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่หลากหลายยากต่อการนำโปรแกรมที่มีคุณภาพเพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการเนื้อหาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้น ได้มีการใช้โปรแกรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย มีขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อนของโปรแกรมแกรมที่ใช้ในการบริหารจัดการ อีกทั้งยังต้องมีรูปแบบและระบบในการบริหารจัดการเรียนที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพที่จะมาบริหารจัดการเนื้อหาและการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ การลองผิดลองถูกของโปรแกรมแกรมที่ใช้ในการบริหารจัดการนั้น ยังต้องมีระบบในการบริหารจัดการเรียนที่เหมาะสม ปัจจุบันผู้เรียนจะต้องเรียนรู้จากการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ เข้าด้วยกัน ผู้สอนจึงต้องใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทในการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ห้องเรียนและเวลาเรียนตามตารางเรียน การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ Google Classroom เป็นระบบจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีพื้นที่จัดเก็บเอกสาร เพื่อจัดการผู้เรียนในการอัปโหลดเอกสารประกอบการสอน การจัดกิจกรรมการจัดทำการบ้านใบงาน รวมทั้งทำแบบทดสอบออนไลน์ เพื่อเพิ่มความ

สะดวกและรวดเร็วในการสื่อสาร อีกทั้งการทำงานเป็นทีมให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จจะต้องมีการวิเคราะห์ขั้นตอนการทำงานตามกระบวนการทำงาน ใช้กระบวนการกลุ่มในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีเหตุผล เป็นสิ่งจำเป็นในการเรียนการสอนออนไลน์ซึ่งการใช้ห้องเรียนแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและผู้สอนและผู้เรียนกับผู้เรียน เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามศักยภาพและความถนัดของแต่ละบุคคล และเตรียมพร้อมสู่การทำงานในอนาคตแห่งการเป็นพลเมืองยุคดิจิทัลที่มีศักยภาพต่อไป (Iftakha, 2016: 12-18) จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า การเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากในการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาหลักสูตร การปรับเปลี่ยนกลวิธีการสอนของอาจารย์ การเรียนรู้ของนิสิต ตลอดจนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ เพื่อให้มั่นใจว่าบัณฑิตจะบรรลุมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามที่มุ่งหวังได้จริงที่เหมาะกับบริบทเพื่อให้สอดคล้องกับสมรรถนะของผู้เรียน จากเหตุผลดังกล่าวนี้ผู้วิจัยจึงมีความต้องการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ เพื่อนำมาประยุกต์เป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มความสามารถในการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2. เพื่อศึกษาการทำงานเป็นทีมของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษาที่เรียนด้วยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom

3. เพื่อศึกษาผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom

คำถามวิจัย

1. รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีองค์ประกอบและขั้นตอนอะไรบ้าง

2. การทำงานเป็นทีมของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษาที่เรียนด้วยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom อยู่ในระดับใด

3. ผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีประสิทธิภาพและดัชนีประสิทธิผลเป็นอย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

ThinkExist (2008) ได้อธิบายและให้ข้อจำกัดความของรูปแบบคือ รูปย่อของความจริงของปรากฏการณ์ซึ่งแสดงด้วยข้อความ จำนวน หรือภาพ โดยการลดทอนเวลาและเทศะ ทำให้เข้าใจความจริงของปรากฏการณ์ได้ดียิ่งขึ้นและรูปแบบคือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะ จากการสังเคราะห์ความหมายของรูปแบบตามแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า รูปแบบเป็นสิ่งที่พัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายคุณลักษณะที่สำคัญของปรากฏการณ์ให้เป็นรูปแบบเชิงกายภาพที่เสมือนจริง แสดงถึงโครงสร้างและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของสิ่งที่ศึกษาให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นเห็นเป็นรูปธรรมเพื่อเป็นแนวทางในการจำลองลักษณะสภาพความเป็นจริงเพื่อช่วยในการจัดระบบความคิดให้เป็นระเบียบแบบแผนตามความสัมพันธ์ที่เป็นปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งตามโครงสร้างนั้นๆ Eisner (1976: 135-150) ได้เสนอแนวคิดการตรวจสอบโดยการใช้ผู้ทรงคุณวุฒิในบางเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่า

การวิจัยในเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลักการมาประยุกต์กับการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับระบบการเรียนการสอนของนักการศึกษาหลายท่านที่ให้แนวคิดหลักการคือ ระบบของ Brown et al. (1977) มี 7 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดจุดประสงค์ 2) เนื้อหาสำหรับจัดประสบการณ์ 3) รูปแบบของกิจกรรม 4) บุคลากรที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม 5) สื่อและวัสดุอุปกรณ์ 6) สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และ 7) การประเมินผลและการปรับปรุง และระบบของ Gerlach & Ely (1980) มี 10 ขั้นตอนดังนี้ 1) การกำหนดจุดประสงค์ 2) กำหนดเนื้อหาสาระ 3) ประเมินผลพฤติกรรมก่อนเรียน 4) กำหนดวิธีจัดการเรียนรู้ 5) จัดกลุ่มของผู้เรียนให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้ 6) กำหนดเวลาของการเรียน 7) จัดสถานที่เรียนให้เหมาะสมกับขนาดหรือกลุ่มของผู้เรียน 8) เลือกทรัพยากรที่เหมาะสม 9) การวัดและการประเมินผลการเรียนรู้ และ 10) การวิเคราะห์ข้อมูลย้อนกลับ จากการวิเคราะห์ระบบการสอนนำมาซึ่งการศึกษาองค์ประกอบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ดังที่ Thammetar (2014) กล่าวว่า ปฏิสัมพันธ์การเรียนการสอนแบบ E-learning มีบทบาทสำคัญยิ่งในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสาร จากเดิมที่ผู้สอนและผู้เรียนใช้การสื่อสารด้วยคำพูดทางวาจาเป็นหลัก แต่เมื่อเปลี่ยนวิธีการเรียนเป็นแบบออนไลน์แล้วการสื่อสารนั้นจะใช้การสื่อเป็นข้อความ และภาพมากกว่าการใช้คำพูดและต้องใช้เครื่องมือในการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางการเรียน ระบบบริหารการจัดการเรียนการสอนทั้งหลายจึงได้จัดเตรียมทั้งเครื่องมือ และวิธีการสื่อการสอนไว้ให้ผู้สอนและผู้เรียนได้สื่อสารกันเป็นหลัก ดังนั้นการเรียนการสอนแบบออนไลน์จึงมีลักษณะที่ใช้ปฏิสัมพันธ์การติดต่อสื่อสารในการเรียนการสอนมากที่สุดเพราะเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ทดแทนการสอนในห้องเรียนโดยการส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนโดยเฉพาะองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการส่งเสริมทักษะ กระบวนการคิด ทักษะชีวิต รวมทั้งวิธีการสอนในฐานะผู้เอื้อต่อกระบวนการคิด การเรียนรู้และสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบและขั้นตอนกลยุทธ์การสอน กิจกรรมการสอน และการวัดผลประเมินผลควรมีความสอดคล้องและต่อเนื่องกันกับการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 (Sittiwong & Namoungon, 2018) เพราะฉะนั้นการพัฒนานิสิตนักศึกษาครูให้มีความรู้และทักษะในการออกแบบการจัดการเรียนรู้จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการเป็นครูในอนาคต เพื่อเข้าถึงทรัพยากรการเรียน การเตรียมแผนการสอน ให้การบ้านและติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครอง ผู้สอนจึงต้องมีความตื่นตัวและเตรียมพร้อมในการจัดการเรียนรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีทักษะสำหรับการออกไปดำรงชีวิตซึ่งแอปพลิเคชัน “Google Classroom” เป็นชุดเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกด้านการศึกษา เพิ่มประสิทธิภาพการเรียนที่ให้บริการฟรี ได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้สอนสร้างและเก็บงานได้โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองกระดาษมีคุณลักษณะที่ช่วยประหยัดเวลา

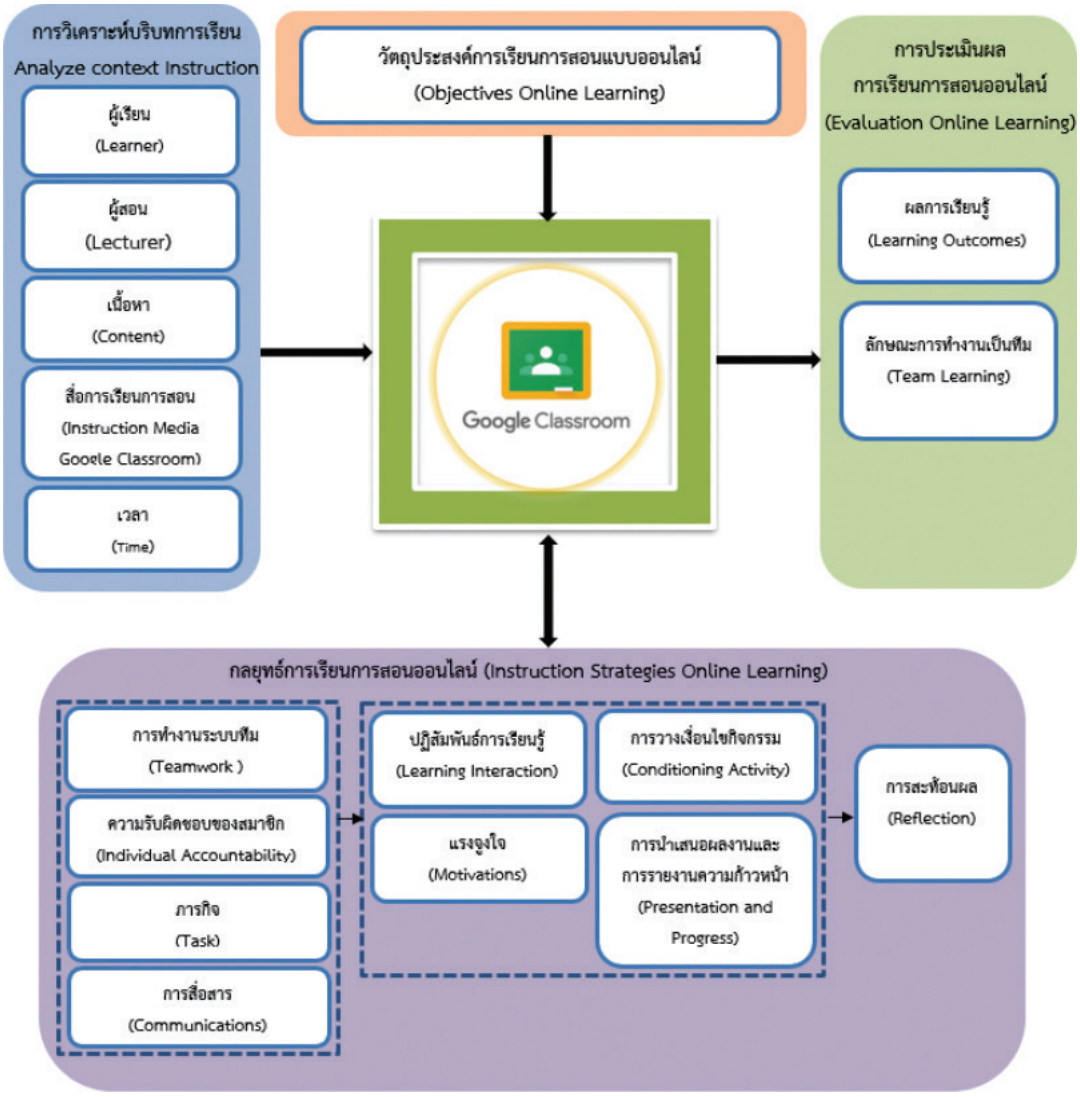
วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบมีการดำเนินการออกแบบและพัฒนารูปแบบที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การศึกษาสภาพบริบทที่เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ การสังเคราะห์กรอบแนวคิดการออกแบบรูปแบบ โดยออกแบบเพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบการเรียนรู้โดยใช้ Google Classroom และปรับปรุงให้มีคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ในการพัฒนารูปแบบระยะที่ 1 ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านสื่อบนเครือข่าย ด้านออกแบบรูปแบบสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ดังนี้ 1) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ 2) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์และสร้างประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ 3) สร้างแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด โดยกำหนดข้อคำถามเพื่อให้ทราบถึงการออกแบบการเรียนการสอนที่ประสบผลสำเร็จ 4) นำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบความเหมาะสมด้านเนื้อหา ข้อคำถาม ภาษาที่ใช้และนำมาปรับปรุงแก้ไข ผลการดำเนินการในขั้นตอนนี้คือ ได้ภาษาที่เหมาะสมกับข้อคำถามที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการพรรณนาผลการดำเนินการในขั้นตอนนี้จะทำให้ผู้วิจัยทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ขั้นตอน กิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง (ร่าง) รูปแบบการเรียนการสอนฯ ต่อไประยะที่ 2 การตรวจสอบความตรงและประเมินของรูปแบบฯ การศึกษาในระยะนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบความตรงของรูปแบบเพื่อการศึกษาผลกระทบของรูปแบบโดยนำรูปแบบการเรียนรู้ที่ผ่านการใช้ในระยะที่ 1 เพื่อยืนยันรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยะนี้ มีดังนี้ 1) ร่างรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom รายวิชาการสัมมนาและสร้างเสริมประสบการณ์วิชาชีพครู เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและประเมินความสมบูรณ์ของรูปแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ การประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom แบบสอบถามในรูปแบบของมาตรประเมินค่า 5 ระดับ 2) แบบทดสอบวัดผลการเรียนรู้เป็นแบบทดสอบแบบปรนัย 4 ตัวเลือก เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาเอก สาขานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาหรือสาขาที่เกี่ยวข้องทางด้านการศึกษา และมีประสบการณ์การสอนและวิจัยในระดับอุดมศึกษาไม่ต่ำกว่า 10 ปี 3) แบบประเมินทักษะการทำงานเป็นทีมมาตราส่วนประมาณค่าแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน เพื่อประเมินความเหมาะสม ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญเขียนแบบสอบถามในรูปแบบของมาตรประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละข้อดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายความว่า มีระดับการทำงานเป็นทีมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายความว่า มีระดับการทำงานเป็นทีมมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายความว่า มีระดับการทำงานเป็นทีมปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายความว่า มีระดับการทำงานเป็นทีมน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายความว่า มีระดับการทำงานเป็นทีมน้อยที่สุด ระยะที่ 3 การใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom การศึกษาในระยะนี้เพื่อศึกษาผลของการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ซึ่งจะรวมถึงกระบวนการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom เงื่อนไขที่ส่งเสริมให้ประสบผลสำเร็จในการใช้รูปแบบของผู้เรียนและศึกษาการทำงานเป็นทีมและผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ 1) วัตถุประสงค์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ ประกอบด้วย 1 ขั้นตอนคือ อธิบายวัตถุประสงค์และชี้แจงเงื่อนไขในการเรียนแก่ผู้เรียน 2) การวิเคราะห์บริบทการเรียน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 2.1) ผู้เรียน 2.2) ผู้สอน 2.3) เนื้อหา 2.4) สื่อการเรียนการสอน 2.5) เวลา 3) กลยุทธ์การเรียนการสอนออนไลน์ ประกอบด้วย 9 ขั้นตอน ดังนี้ 3.1) การทำงานระบบทีม 3.2) ความรับผิดชอบของสมาชิก 3.3) ภารกิจ 3.4) การสื่อสาร 3.5) ปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้ 3.6) สร้างแรงจูงใจ 3.7) การวางเงื่อนไขกิจกรรม 3.8) การนำเสนอผลงานและรายงานความก้าวหน้า 3.9) การสะท้อนผล 4) การประเมินผลการเรียนออนไลน์ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้ 4.1) ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับผลการเรียนรู้ 4.2) ส่งเสริมให้ผู้เรียน

ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ลักษณะการทำงานเป็นทีม และผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.34, S.D. = 0.64)

2. ผลการทำงานเป็นทีมของนิสิตมีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์รวมรายด้านการทำงานเป็นทีมที่มีต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการทำงานเป็นทีม
1. ด้านบทบาทหน้าที่ในการทำงาน	4.40	0.63	มาก
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.31	0.63	มาก
3. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน	4.45	0.62	มาก
4. ด้านกระบวนการทำงาน	4.46	0.58	มาก
รวมทุกด้าน	**4.31**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เรียนมีการทำงานเป็นทีมที่มีต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีลำดับมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการทำงาน รองลงมา ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันและน้อยสุดด้านการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{x}$ = 4.31, S.D. = 0.65)

3. ผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom

การทดสอบ	คะแนนสอบ		ค่าเฉลี่ยร้อยละ	ประสิทธิภาพของบทเรียน E_1/E_2	ประสิทธิภาพที่กำหนด
	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย			
การทดสอบระหว่างเรียน	30	24.76	82.56	82.56/82.43	80/80
การทดสอบหลังเรียน	30	24.73	82.43		

จากตารางที่ 2 พบว่า นิสิตที่เรียนด้วยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 82.56/82.43

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์หาค่าดัชนีประสิทธิผลของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom

จำนวนนิสิต	ผลรวมของคะแนน		ดัชนีประสิทธิผล
	ก่อนเรียน	หลังเรียน	
52	611	1286	0.7016

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าดัชนีประสิทธิผลของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom มีค่าเท่ากับ 0.7016

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ในครั้งนี้มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลในด้านของการมีวัตถุประสงค์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ควรมีการอธิบายวัตถุประสงค์และชี้แจงเงื่อนไขในการเรียนแก่ผู้เรียนรวมไปถึงการวิเคราะห์บริบทการเรียน ทั้งผู้เรียน ผู้สอน เนื้อหา สื่อการเรียนการสอน เวลา ทั้งนี้รวมถึงกลยุทธ์การเรียนการสอนออนไลน์ ที่ต้องการทำงานระบบทีม ความรับผิดชอบของสมาชิก ภารกิจ การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้สร้างแรงจูงใจ การวางเงื่อนไขกิจกรรม การนำเสนอผลงานและรายงานความก้าวหน้า การสะท้อนผลและการประเมินผลการเรียนออนไลน์ที่ต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับผลการเรียนรู้และการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ลักษณะการทำงานเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ Khiamanee (2017) กล่าวถึงระบบการสอนว่าเป็นลักษณะของการจัดการเรียนรู้ที่จัดไว้เป็นระบบตามหลักปรัชญา ทฤษฎี หลักการ แนวคิดหรือความเชื่อ โดยมีการจัดระบบและกระบวนการที่เป็นขั้นตอน อาศัยวิธีการสอนและเทคนิคการสอนเข้ามาช่วย ทำให้การจัดการเรียนรู้เป็นไปตามหลักการที่ยึดถือ ซึ่งได้รับการพิสูจน์หรือยอมรับว่ามีประสิทธิภาพ และใช้เป็นแบบแผนในการจัดการเรียนรู้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามรูปแบบนั้นๆ สอดคล้องกับ Jaisabai (2019: 19-31) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนออนไลน์โดยใช้ Google Classroom

2. ผลการศึกษาการทำงานเป็นทีมมีประเด็นที่พบว่า ผู้เรียนมีการทำงานเป็นทีม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้สอดคล้องกับหลักการแนวคิดของ Woodcock (1989) ที่ว่าการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในทีมงานเป็นวิธีการทำงานที่ต้องมีการสื่อสาร รวมถึงมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและมีการสนับสนุนและความไว้วางใจซึ่งกันและกันและมีความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม จึงทำให้เกิดความสำเร็จและนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Thanaroj, Keadthong, & Sueamak (2019: 58-72) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดการสอนในประเด็นการทำงานเป็นทีมการพยาบาล โดยใช้สถานการณ์จำลองเสมือนจริง โดยมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกรวมถึงการติดต่อสื่อสารที่ต้องใช้สถานการณ์จำลองเสมือนจริง สำหรับนักศึกษาพยาบาลศาสตรบัณฑิตมีผลความพึงพอใจและการทำงานเป็นทีมของกลุ่มทดลองมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ผลการศึกษาผลการเรียนรู้ที่มีต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ทั้งนี้ได้มาจากการวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา นำไปใช้ และประเมินตามหลักการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ทั้งกระบวนการ และเป็นเพราะรูปแบบการเรียนรู้สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนโดยตอบสนองต่อผู้เรียน และผู้เรียนรู้สึกสนุกสนานในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ในแบบฝึก ทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นอยากที่จะเรียนรู้ ตั้งใจศึกษาทำกิจกรรมและแบบฝึก มีความมุ่งมั่นในการทำงาน จึงทำให้เกิดความสำเร็จและนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับหลักการแนวคิดของ Driscoll (2002: 1-3) ที่กล่าวว่ากิจกรรมการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom สามารถพัฒนาให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ท้าทาย ตอบสนองต่อความแตกต่างระหว่างบุคคลและศักยภาพทางการเรียนรู้ของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนเป็นผู้ที่มีความกระฉับกระเฉงในการเรียนรู้และสอดคล้องกับ Phumpuang et al. (2017: 29-44) ได้ศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน E-learning ด้วยการเรียนรู้ร่วมกันผ่านสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน E-learning ด้วยการเรียนรู้ร่วมกันผ่านสังคมออนไลน์

มีองค์ประกอบหลักคือ 1) การเตรียมตัวผู้เรียน 2) กิจกรรมการเรียน 3) ปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียน 4) การถ่ายโยงความรู้ของผู้เรียน มีขั้นตอนและกิจกรรมการเรียนการสอน 6 ขั้นตอน คือ 1) ปฐมนิเทศ/แนะนำวิธีเรียนผ่านระบบ E-learning 2) เข้าสู่บทเรียนผ่านระบบ E-learning 3) ศึกษาเนื้อหาบทเรียน 4) กิจกรรมการเรียนการสอน ซึ่งมีกิจกรรมการเรียนการสอนย่อย 5 ขั้น คือ 4.1) การเข้าถึงเพื่อสร้างแรงจูงใจ 4.2) การสร้างสัมพันธ์ทางสังคม 4.3) การแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ 4.4) การสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ 4.5) การพัฒนาความรู้ 5) ปฏิสัมพันธ์การเรียนผ่านสังคมออนไลน์ และ 6) การวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนและผลการทดลองใช้มีผลการประเมินกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เรียนอยู่ในระดับดี ผลการประเมินชิ้นงานของผู้เรียนผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 60 ขึ้นไปทุกชิ้นงานร้อยละ 82.13 และผลการประเมินทักษะความรู้สารสนเทศของผู้เรียนอยู่ในระดับมาก

สรุปผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom ของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ

1.1 วัตถุประสงค์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ ประกอบด้วย 1 ขั้นตอนคือ อธิบายวัตถุประสงค์และชี้แจงเงื่อนไขในการเรียนแก่ผู้เรียน

1.2 การวิเคราะห์บริบทการเรียน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1.2.1 ผู้เรียน

1.2.2 ผู้สอน

1.2.3 เนื้อหา

1.2.4 สื่อการเรียนการสอน

1.2.5 เวลา

1.3 กลยุทธ์การเรียนการสอนออนไลน์ ประกอบด้วย 9 ขั้นตอน ดังนี้

1.3.1 การทำงานระบบทีม

1.3.2 ความรับผิดชอบของสมาชิก

1.3.3 ภารกิจ

1.3.4 การสื่อสาร

1.3.5 ปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้

1.3.6 สร้างแรงจูงใจ

1.3.7 การวางเงื่อนไขกิจกรรม

1.3.8 การนำเสนอผลงานและรายงานความก้าวหน้า

1.3.9 การสะท้อนผล

1.4 การประเมินผลการเรียนออนไลน์ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1.4.1 ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับผลการเรียนรู้

1.4.2 ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และลักษณะการทำงานเป็นทีม ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.34, S.D. = 0.64)

2. ผลการศึกษาการทำงานเป็นทีมของนิสิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ผู้เรียนมีการทำงานเป็นทีมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.31, S.D. = 0.65)

3. ผลการศึกษาผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์โดยใช้ Google Classroom พบว่า

3.1 ผลประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 82.56/82.43

3.2 ผลดัชนีประสิทธิผลมีค่าเท่ากับ 0.7016

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้สอนควรเพิ่มเติมให้นิสิตได้มีโอกาสศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมกลยุทธ์ กระตุ้นนิสิตอย่างสม่ำเสมอด้วยวิธีสอนตามแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และควรมีการปลูกฝังให้ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรมในการใช้บทเรียนไปประพฤติปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

1.2 ผู้สอนควรวิเคราะห์พื้นฐานของผู้เรียนและออกแบบการจัดการเรียนการสอนด้วยตนเอง เนื่องจากผู้สอนเป็นผู้ที่รู้ถึงพื้นฐานของผู้เรียนได้ดีที่สุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาตัวแปรในด้านความสามารถในกระบวนการคิดด้านต่างๆ เช่น การคิดเชิงการออกแบบ การคิดเชิงคำนวณกับการแก้ปัญหา

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเงินรายได้จากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2563

References

Brown, W. H., Whiting, F. M., Daboll, B. S., Turner, R. J., & Schuh, J. D. (1977). Pelleted and Non-pelleted Cottonseed Hulls for Lactating Dairy Cows. *Journal of Dairy Science*, *62*(6), 919-923.

Charoenmahavit, B. (2020). Knowledge Border in the Digital Age. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University, 3*(2), 1. [in Thai]

Driscoll, M. (2002). Blended Learning: Let's Get Beyond the Hype. *E-Learning, 1*(4), 1-3.

Eisner, E. (1976). Educational Connoisseurship and Criticism: Their Form and Functions in Educational Evaluation. *Journal of Aesthetic Evaluation or Education, 10*(3/4), 135-150.

Gerlach, V. S. & Ely, P. D. (1980). *Teaching and Media: A Systematic Approach*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Iftakha, S. (2016). Google Classroom: What Works and How? *Journal of Education and Social Sciences, 3*(2), 12-18.

Jaisabai, J. (2019). Development of Learning Achievement for Information Technology to Life Using Google Classroom. *Journal of That Phanom Review, 3*(1), 19-31. [in Thai]

Khiamanee, T. (2017). *Science of Knowledge Teaching for Efficient Learning Process Management* (21st ed.). Bangkok: The Publisher of Chulalongkorn University. [in Thai]

Phumpuang, K., Thammetar, T., Natakuatoong, O., & Tantasanawong, P. (2017). The Development of E-learning Model by Collaborative Learning on Social Media to Develop Information Literacy Skills for Undergraduate Students of Faculty of Education. *Journal of Education Naresuan University, 22*(1), 29-44. [in Thai]

Prombuasri, P. & Swangwatanasade, O. (2017). Development of Coaching Instructor in 21st Century. *Journal of Health Science Research, 11*(1), 112. [in Thai]

Sittiwong, T. & Namoungon, S. (2018). The Development Model of Teaching and Learning Place-based Learning Reference Points of Study in Conjunction with the QSCCS Process to Promote Learning in the 21st Century for the Students in the High School Education. *Panyapiwat Journal, 10*(3), 309-321. [in Thai]

Thanaroj, S., Keadthong, V., & Sueamak, W. (2019). Development of Instructional Package on the Topic Nursing Teamwork with Simulation Based Learning for Nursing Students. *Journal of Health Research and Innovation, 2*(1), 58-72. [in Thai]

Thammetar, T. (2014). *E-learning: From Theory to Practice*. Bangkok: Thai Cyber University Project, the Commission on Higher Education. [in Thai]

ThinkExist. (2008). *The Leadership Challenge: How to Get Extraordinary Things Done in Organizations*. San Francisco: Jossey Bass.

Woodcock, M. (1989). *Team Development Manual* (2nd ed.). Worcester, Great Britain: Billing & Son.

Name and Surname: Thanadol Phuseerit
Highest Education: Ph.D. (Educational Technology), Burapha University
Affiliation: Department of Educational Technology and Communications, Faculty of Education, Mahasarakham University
Field of Expertise: Innovation and Educational Technology, Learning Management System, and Graphic Design

การพัฒนาบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์

DEVELOPING E-LEARNING LESSONS ALONGSIDE USING GOOGLE CLASSROOM APPLICATIONS ON THE COMPUTER ACT

ไพโรจน์ ภู่ทอง

Pairoj Putong

กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ สำนักศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Mathematics and Science, Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

Received: May 7, 2021 / Revised: October 9, 2021 / Accepted: October 15, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนด้วยบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ จำนวน 30 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่า E1/E2 โดยตั้งค่าเป้าหมาย E1 = 80 และ E2 = 80 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน Paired samples t-test และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพของบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications ที่สร้างขึ้น ได้ค่าเท่ากับ 83.5/85.3 มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ($\overline{X}$ = 4.28) 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications อยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.03)

คำสำคัญ: อีเลิร์นนิง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แอปพลิเคชัน

Abstract

The objectives of this research were (1) to develop and find the efficiency of e-learning lessons alongside using Google Classroom Applications on the topic of the Computer Act; (2) to compare learning achievements of the students before and after learning from e-learning lessons alongside using Google Classroom Applications on the topic of the Computer Act;

Corresponding Author

E-mail: meepu_p@hotmail.com

and (3) to study the students' satisfaction with e-learning lessons alongside using Google Classroom Applications on the topic of the Computer Act. The research sample consisted of 30 purposively selected first year students of a private higher education institution who enrolled in the SC60103 Course: Using Application Programs in Modern Organizations during the 2019 academic year. Research data were analyzed with the use of the E1/E2 efficiency index (E1 = 80 and E2 = 80), mean, standard deviation, paired samples t-test, and content analysis.

The results showed that (1) the developed e-learning lessons alongside using Google Classroom Applications on the topic of the Computer Act were efficient at 83.5/85.3, with quality at the good level ($\overline{X}$ = 4.28); (2) the post-learning achievement of the students was significantly higher than their pre-learning achievement at the .05 level of statistical significance; and (3) the students' satisfaction with the e-learning lessons alongside using Google Classroom Applications on the topic of the Computer Act was at the good level ($\overline{X}$ = 4.03).

Keywords: E-learning, Learning Achievement, Applications

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยในยุคการศึกษา 4.0 เป็นยุคเทคโนโลยี Creative และ Innovation เน้นการสร้างให้คนไทยสามารถคิดเองศึกษาเองได้ ดังนั้นสถาบันการศึกษาต่างๆ ในยุค 4.0 ทั่วประเทศจึงได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทางการศึกษาจากเดิมใช้การเรียนการสอนภายในห้องเรียนได้เปลี่ยนการเรียนการสอนเป็นแบบบูรณาการ มีการจัดการเรียนการสอนแบบ online ผู้สอนสามารถจัดผู้เรียนเป็นแบบกลุ่มหรือจัดผู้เรียนเป็นเดี่ยวก็ได้เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดในการศึกษาค้นคว้าและเสริมสร้างบัณฑิตให้มีความรู้ที่ดีสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้

เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งหรือที่นิยมเรียกสั้นๆ ว่า คลาวด์ เป็นการใช้คอมพิวเตอร์แบ่งปันทรัพยากรซอฟต์แวร์และสารสนเทศระหว่างกันผ่านอินเทอร์เน็ตให้มาทำงานร่วมกัน สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ผลการวิจัยของGartner (2013) มองว่าคลาวด์จะเป็นเทคโนโลยีที่ส่งอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบไอที โดยคลาวด์จะทำให้การศึกษาได้มีโอกาสใช้เทคโนโลยีไอทีระดับโลกไม่แตกต่างจากองค์กรขนาดใหญ่ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำ ขณะที่องค์กรขนาดใหญ่จะให้ความสนใจใช้คลาวด์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าคำนึงถึงการช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนของประเทศไทยเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ช่วงปลายปี 2554 ถือเป็นการเริ่มตระหนักถึงการใช้เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งที่สามารถทำให้ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากที่ใดก็ได้ โดยที่ไม่ต้องทำงานอยู่ในสำนักงานหรือเข้าเรียนเวลาใดก็ได้ และยังช่วยบริหารความเสี่ยงที่มีต่อข้อมูลที่อยู่ในรูปดิจิทัลจากภัยพิบัติที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

จากประสบการณ์การสอนวิชาในสำนักการศึกษาทั่วไปนั้น ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในสำนักการศึกษาทั่วไปคือ การจัดการเรียนการสอนที่ขาดอัตรากำลังผู้สอนในบางกลุ่มวิชา เพราะเมื่อเทียบสัดส่วนระหว่างผู้สอนในกลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปกับนักศึกษาทุกคนที่ต้องเรียนแล้วเป็นอัตราส่วนที่ไม่เหมาะสมทำให้อาจารย์ภายในสถาบันฯ ต้องรับภาระงานการสอนที่หนักมาก เฉลี่ย 16-24 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ทำให้ไม่มีเวลาในการพัฒนาวิชาการ นอกจากนี้ยังเกิด

ความไม่พร้อมของการพัฒนาการศึกษาด้านต่างๆ เช่น การศึกษาแบบ online ซึ่งต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลเป็นจำนวนมากทำให้ Server มีพื้นที่ในการจัดเก็บไม่เพียงพอต่อนักศึกษา ประกอบกับรายวิชา SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ เป็นวิชาพื้นฐานมีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนเป็นจำนวนมาก ทำให้ประสบปัญหาด้านการสอนและการส่งแบบฝึกหัดเป็นอย่างมาก

จากปัญหาที่เกิดขึ้นในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งที่จัดการเรียนการสอนเป็นแบบ Work Based Education นักศึกษาต้องเรียนควบคู่กับการทำงาน เวลาในการเรียนจึงมีเวลาเรียนที่สั้น การพัฒนา e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่องพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ มุ่งแก้ปัญหาด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการเรียนการสอน เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการลดอุปสรรค และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนภายใต้งบประมาณจำกัด โดยการนำเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งมาประยุกต์ใช้ช่วยทำให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงบทเรียนและสามารถเข้ามาเรียนรู้เพิ่มเติมได้ทุกเวลา และยังเป็นการทบทวนการใช้งานในขณะที่ออกไปปฏิบัติงานจริงได้ด้วย ระบบคลาวด์คอมพิวติ้งยังสามารถเรียกใช้งานโปรแกรมต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตตามแต่ผู้ให้บริการจะเตรียมไว้ให้ เช่น Google Docs, Office 365 โดยใช้อุปกรณ์ต่างๆ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (Department of Science Service, 2015) ปัจจุบันมีผู้ให้บริการคลาวด์คอมพิวติ้งอยู่มากมาย เช่น Google Apps, Google App Engine, IBM Blue Cloud, Amazon Web Services (AWS), True IDC เป็นต้น ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงานด้วยความสามารถที่มากขึ้น อาทิเช่น ช่วยในเรื่องการสร้างบทเรียนสามารถบันทึก และออกแบบง่ายๆ พร้อมใช้งานในลักษณะพิเศษด้านกราฟิกที่ความโดดเด่นอีกด้วย

การพัฒนาเนื้อหา สื่อการเรียนการสอน และชุดคำสั่งในสำนักการศึกษาทั่วไปถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการแก้ปัญหาดังกล่าว รวมถึงคุณภาพของห้องเรียนที่ต้องรองรับการสอนเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะวิชาที่เป็นวิชาบรรยายและปฏิบัติ เช่น SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ นักศึกษาจะสามารถเรียนรู้และหยิบสารสนเทศมาปรับเป็นความรู้ความเข้าใจให้เกิดประโยชน์สร้างคนรุ่นใหม่ให้เป็นนักคิด นักวิเคราะห์ และนักปฏิบัติที่ดี และเลือกรับข้อมูลที่สืบค้นเพื่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนา e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ที่สามารถนำมาใช้สอนได้จริงในลักษณะ e-learning เพื่อเป็นการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีคมนาคม ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้ที่สร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้สามารถใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นแนวทางในการสร้างบทเรียน e-learning ในรายวิชาอื่นและในสาขาวิชาอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนด้วยบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์

ทบทวนวรรณกรรม

Kongrugsa (2014) ได้กล่าวถึงคลาวด์คอมพิวติ้งกับการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ว่าเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและเรียนรู้ภายใต้สังคมเทคโนโลยีและสื่อสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเน้นให้ผู้เรียนมีการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้ให้มากขึ้นในศตวรรษที่ 21 โดยอาศัยเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน และพัฒนาทักษะและกระบวนการให้ดียิ่งขึ้นและทันสมัยยั่งยืนต่อไป

Sangkhawadee (2017) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนอีเลิร์นนิงร่วมกับกิจกรรมผ่านเฟซบุ๊กในรายวิชาวิถีชีวิตดิจิทัล เรื่อง จริยธรรมทางวิถีชีวิตดิจิทัล โดยสรุปได้ว่า บทเรียนอีเลิร์นนิงควรมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ สามารถใช้งานผ่านเครือข่ายและใช้ร่วมกับระบบบริหารจัดการการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Putong (2017) ได้กล่าวถึง การพัฒนาบทเรียน e-learning ร่วมกับกิจกรรมเครื่องมือในกลุ่ม Education Applications เรื่อง โปรแกรม Excel ไว้ดังนี้

1. จากการพัฒนาบทเรียน e-learning ร่วมกับกิจกรรมเครื่องมือในกลุ่ม Education Applications เรื่อง โปรแกรม Excel เท่ากับ 81.5/82.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งค่าเป้าหมาย E1/E2 โดยตั้งค่าเป้าหมาย E1 = 80 และ E2 = 80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน e-learning กับกิจกรรมเครื่องมือในกลุ่ม Education Applications เรื่องโปรแกรม Excel ของผู้เรียนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเฉลี่ย 6.467 คะแนน

3. ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมเครื่องมือในกลุ่ม Education Applications อยู่ที่ 4.22 จัดอยู่ในระดับมาก

การวิเคราะห์เปรียบเทียบหาค่าความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนแตกต่างกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเฉลี่ย 3.800 คะแนน และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐานเท่ากับ 1.1121 คะแนน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าบทเรียน e-learning ที่สร้างและพัฒนาขึ้นมาเป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมที่จะเป็นสื่อการเรียนการสอน

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนและวิธีการศึกษาเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติ ชั้นปีที่ 1 สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งที่ลงทะเบียนเรียนวิชา SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ในภาคเรียน 1.2/2562 และเป็นนักศึกษาที่ไม่เคยผ่านการเรียนในรายวิชา SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ จำนวน 50 คน

กลุ่มตัวอย่าง

แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ใช้ในการหาประสิทธิภาพของบทเรียนเป็นนักศึกษาที่ไม่เคยผ่านการเรียนในรายวิชา SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ อายุอยู่ระหว่าง 18-19 ปี โดยผู้วิจัยใช้วิธีการ

เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีขนาดกลุ่มทดลองเพื่อหาประสิทธิภาพแบบเดี่ยว 3 คน ในกลุ่มแรก กลุ่มที่ 2 เพื่อหาประสิทธิภาพแบบกลุ่ม มีจำนวน 9 คน และกลุ่มที่ 3 เพื่อหาประสิทธิภาพภาคสนาม มีจำนวน 20 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ใช้วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษา อายุอยู่ระหว่าง 18-19 ปี จำนวน 30 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากนักศึกษาที่เลือก มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลางคือ 2.00-3.00

เครื่องมือวิจัย

1. สร้างบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ มาออกแบบบทเรียน นำบทเรียนที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 9 ท่าน ตรวจสอบและประเมินคุณภาพของบทเรียน แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำไปทดลองกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาประสิทธิภาพโดยตั้งค่าเป้าหมาย E1/E2 ไว้ 80/80

2. การสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ ศึกษาเนื้อหา จุดประสงค์การเรียนการสอนด้วยบทเรียน e-learning และศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาสร้างประเด็นการสอบถาม 3 ด้านคือ ด้านการออกแบบบทเรียน e-learning จำนวน 3 ท่าน ด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ด้านศิลปะ จำนวน 3 ท่าน วิเคราะห์สาระสำคัญทั้ง 3 ด้าน แล้วนำผลการวิเคราะห์ไปสร้างแบบสอบถามความคิดเห็น

3. การสร้างแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้อสอบก่อนเรียนและข้อสอบหลังเรียน

3.1 ศึกษาวิธีการสร้างข้อสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3.2 นำผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาวิชามาสร้างแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ โดยสร้างเป็นข้อสอบแบบปรนัยมี 5 ตัวเลือก แต่ละข้อมีคำตอบที่ถูกที่สุดเพียงคำตอบเดียวให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมทั้งหมด 1 ฉบับ จำนวน 40 ข้อ

3.3 นำข้อสอบไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ข้อสอบโดยวิเคราะห์ค่าสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับวัตถุประสงค์ของการวัด โดยใช้ข้อสอบที่มีค่าความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00

3.4 นำข้อสอบไปทดสอบกับนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2562 สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งที่เคยเรียน SC60103 การใช้โปรแกรมประยุกต์ในองค์กรสมัยใหม่ จำนวน 50 คน ตรวจให้คะแนน โดยให้ข้อที่ตอบถูกได้ 1 คะแนน ข้อที่ตอบผิดได้ 0 คะแนน

3.5 นำผลที่ได้จากการทดสอบมาวิเคราะห์หาค่าความยากง่าย (p) ได้ค่า 0.70 ถึง 0.80 และค่าอำนาจจำแนก (r) ได้ค่า 0.20 ถึง 1.00 มีค่าความเชื่อมั่นตาม Kuder & Richardson (1937) เท่ากับ 0.85

3.6 คัดเลือกข้อสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ ตรงตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จำนวน 20 ข้อ นำข้อสอบไปใช้ในการทดสอบจริง มีการสลับข้อคำถามและสลับตัวเลือกในข้อเดียวกันไว้ในแต่ละชุดด้วย Google Form

4. การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการ ใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ จำนวน 20 ข้อ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสม จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามโดยวิเคราะห์ค่าสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวัด ได้ค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00

การเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ได้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแบบประเมินบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินคุณภาพของบทเรียน

2. นำค่าที่ได้จากแบบประเมินบทเรียนระบบ e-learning มาวิเคราะห์ แล้วนำไปแก้ไข ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนา e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ที่ได้ไปทดลองเรียนกับนักศึกษาจำนวน 30 คน

3. นำบทเรียน e-learning ไปทดสอบกับนักศึกษาโดยให้นักศึกษาเข้าเรียนที่ห้อง LAB Computer ด้วยบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ และทำข้อสอบก่อนเรียนและข้อสอบหลังเรียน มีการสลับข้อคำถามและสลับตัวเลือกในข้อเดียวกันไว้ในแต่ละชุดด้วย Google Form

4. นำคะแนนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาจากบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

5. สอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ จำนวน 12 ข้อ หลังการทดสอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของบทเรียนจากสูตร E1/E2 กำหนดเป้าหมาย E1 = 80/E2 = 80

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยสถิติ Paired samples t-test

3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติคะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้ (Saiyot & Saiyot, 1995)

4.50-5.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50-4.49 ระดับความพึงพอใจมาก
2.50-3.49 ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50-2.49 ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00-1.49 ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการประเมินบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ 9 ท่าน อยู่ในเกณฑ์ดี ($\overline{X}$ = 4.28) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ

ลำดับ	คุณภาพบทเรียน	คะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
1	ด้านการออกแบบบทเรียน	4.25	0.18	ดี
2	ด้านเนื้อหา	4.33	0.32	ดี
3	ด้านศิลปะ	4.25	0.30	ดี
	เฉลี่ย	**4.28**	**0.08**	**ดี**

2. ประสิทธิภาพของบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ เท่ากับ 83.5/85.3 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งค่าไว้คือ 80/80 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพของบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์

ลำดับ	ประสิทธิภาพบทเรียน e-learning	N	E1	E2	E1/E2
1	การทดลองตัวต่อตัว	3	73.3	75.8	73.3/75.8
2	การทดลองของกลุ่มย่อย	9	78.8	79.3	78.8/79.3
3	การทดลองบทเรียน	20	83.5	85.3	83.5/85.3

3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ของผู้เรียนสูงกว่าระหว่างก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยมีค่าคะแนนก่อนเรียน $\overline{X}$ = 11.9333 และคะแนนหลังเรียน $\overline{X}$ = 15.7333 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน บทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์

การทดสอบ	จำนวน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	สถิติทดสอบ t	Sig.
ก่อนเรียน	30	20	11.9333	3.1941	6.737	0.000
หลังเรียน	30	20	15.7333	1.1121		

4. ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.03) โดยมีคะแนนสูงสุดในเรื่อง สามารถทบทวนกิจกรรมได้ตามต้องการ ($\overline{X}$ = 4.50) และมีคะแนนต่ำสุดในเรื่อง ช่วยในเรื่องความจำมากยิ่งขึ้น ($\overline{X}$ = 3.67) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่องพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์

ข้อ	รายการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1	กิจกรรมมีความหน้าสนใจ	4.20	0.41	พึงพอใจมาก
2	ภาพประกอบมีความคมชัด	4.07	0.52	พึงพอใจมาก
3	คำถามเข้าใจง่าย	4.20	0.66	พึงพอใจมาก
4	ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย	3.93	0.58	พึงพอใจมาก
5	ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรม	3.93	0.58	พึงพอใจมาก
6	ภาพมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.17	0.59	พึงพอใจมาก
7	สามารถทบทวนกิจกรรมได้ตามต้องการ	4.50	0.51	พึงพอใจมาก
8	สามารถทำกิจกรรมได้โดยไม่จำกัดสถานที่	4.07	0.37	พึงพอใจมาก
9	ผู้เรียนได้รับความรู้และความสนุกสนาน	3.77	0.73	พึงพอใจมาก
10	Google Classroom Applications สามารถเข้าใช้งานได้ง่าย	3.90	0.88	พึงพอใจมาก
11	ช่วยในเรื่องความจำมากยิ่งขึ้น	3.67	0.66	พึงพอใจมาก
12	ข้อสอบใน Google Classroom Applications มีความน่าสนใจ	3.93	0.78	พึงพอใจมาก
	ค่าเฉลี่ย	**4.03**	**0.61**	**พึงพอใจมาก**

อภิปรายผล

1. ผลการพัฒนาบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ การประเมินคุณภาพบทเรียนอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 9 ท่าน ตรวจสอบและประเมินคุณภาพของบทเรียน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ด้านขั้นตอนการเรียนการสอนโดยใช้ระบบ e-learning จำนวน 3 ท่าน และด้านศิลปะ จำนวน 3 ท่าน ที่ผลการประเมินคุณภาพของบทเรียนอยู่ในระดับดีดังกล่าวอาจเป็นเพราะผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ e-learning ทั้งในด้านรูปแบบ ความหมาย คุณลักษณะ จากเดิมที่ผู้เรียนผู้สอนใช้การสื่อสารด้วยคำพูดทางวาจาเป็นหลัก แต่เมื่อเปลี่ยนวิธีการเรียนเป็นแบบ e-learning แล้ว การสื่อสารนั้นจะใช้การเขียนข้อความมากกว่าการใช้คำพูด และต้องใช้ Applications ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางการเรียน หมายความว่า การพัฒนา e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในระบบการเรียนการสอนได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิชาการของ Fakkao (2020) เรื่อง ครูนักออกแบบการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 กล่าวว่าในศตวรรษที่ 21 ครูต้องเปลี่ยนบทบาทจากเดิมไปเป็นครูที่สามารถกำหนดแนวทางของแผนการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถใช้กระบวนการเชิงระบบในการระบุสิ่งที่ท้าทายต่อผู้เรียน ในการจัดการเรียนรู้ และเทคโนโลยีจะส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม เครื่องมือในการจัดการจัดการเรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้เทคนิค การจัดการเรียนรู้หรือเทคโนโลยี ครูจะต้องเลือกนำมาใช้เพื่อทำให้การจัดการเรียนรู้ได้ผลมากขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น และผู้เรียนสนใจในการมีส่วนร่วมในการเรียนมากขึ้น

ประสิทธิภาพของบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ E1/E2 กำหนดเป้าหมาย E1 = 80/E2 = 80 โดยบทเรียนที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 83.5/85.3 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือ 80/80 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Putong (2017) กล่าวว่า การพัฒนาบทเรียน e-learning ร่วมกับกิจกรรมเครื่องมือในกลุ่ม Education Applications เรื่องโปรแกรม Excel มีประสิทธิภาพ 81.5/82.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งค่าเป้าหมาย E1/E2 คือ 80/80

2. ผลการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่าคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าบทเรียน e-learning ที่สร้างและพัฒนาขึ้นมาเป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมที่จะเป็นสื่อการเรียนการสอน คะแนนจากการทดลองผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมคะแนนทั้งหมดทั้งจากข้อสอบก่อนเรียนและข้อสอบหลังเรียนเพื่อนำไปศึกษาการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Sangkhawadee (2017) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาบทเรียนอีเลิรน์นิงร่วมกับกิจกรรมผ่านเฟซบุ๊กในรายวิชาวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล เรื่อง จริยธรรมทางวิถีชีวิตในยุคดิจิทัลของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า นักศึกษาที่มีทักษะทางการเรียนหลังเรียนที่สูงขึ้นกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีการพัฒนาการเรียนที่ดีขึ้น มีความรู้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ค่าความก้าวหน้าทางการเรียนของนักศึกษาสูงขึ้นด้วย

3. ความพึงพอใจต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมาก ซึ่งได้ค่ารวมเฉลี่ย 4.03 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบทเรียนออกแบบมาให้มีความน่าสนใจ ทำให้นักศึกษาไม่เครียด ก่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อตนเองสูงขึ้น อีกทั้งยังสามารถเข้าไปทบทวน ศึกษาเนื้อหาล่วงหน้าได้และเรียนได้โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Salem (2017) ที่นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้ระบบ e-learning ในระดับมากที่สุดคือ

บทเรียน e-learning ช่วยเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอน ทำให้เกิดความน่าสนใจ มีกิจกรรมในการเรียนที่หลากหลาย เป็นการเพิ่มช่องทางในการเรียนที่ทันสมัย และสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ประหยัดเวลาการเรียนในห้องเรียน เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหาการเรียนได้จากอุปกรณ์ต่างๆ ที่หลากหลาย ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

สรุปผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยสรุปได้ 3 หัวข้อ ดังนี้

1. ผลการพัฒนา e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ มีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.5/85.3 สูงกว่าเกณฑ์คือ 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ มีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียน ($\overline{X}$) = 11.93 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน ($\overline{X}$) = 15.73

3. ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อบทเรียน e-learning ควบคู่กับการใช้งาน Google Classroom Applications เรื่อง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 คะแนน จัดอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

References

Department of Science Service. (2015). *What is Cloud Computing?* Retrieved June 23, 2018, from http://lib3.dss.go.th knowledge/bsti-6-2558-cloud.pdf

Gartner. (2013). *Gartner Says Worldwide Public Cloud Services Market to Total $131Billion.* Retrieved June 23, 2018, from https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2017-02-22-gartner-says-worldwide- public-cloud-services-market-to-grow-18-percent-in-2017

Kongrugsa, N. (2014). Teaching Management and Cloud Computing 21st Century. Bangkok: *Journal of Vocational and Technical Education King Mongkut's University of Technology North Bangkok, 4*(7), 52-59. [in Thai]

Kuder, G. & Richardson, M. W. (1937). *The Theory of Estimation of Test Reliability*. Retrieved May 19, 2018, from https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID =1342881

Pinyoanantapong, B. (2012). *Educational Measurement and Evaluation*. Bangkok: Aksorn Charoen Tat.

Putong, P. (2017). Development of e-learning Program in Combination with Tools Activities in the Education Applications Group on the Topic of Excel Program for the First Year Students of Private Educational Institutions. *Journal of Phetchaburi Rajabhat University, 11*(1), 104-114. [in Thai]

Fakkao, S. (2020). Teacher as Instructional Designer in 21st Century. *Panyapiwat Journal*, *12*(2), 302-314. [in Thai]

Salem, A. (2017). *Apply of e-Learning in the Teaching Process Minburi Bangkok Business Administration Technological College*. Master's thesis, Mahanakorn University of Technology.

Saiyot, L. & Saiyot, A. (1995). *Educational Research Techniques.* Bangkok: Suwiriyasarn.

Sangkhawadee, R. (2017). The Development of e-learning with Activities on Facebook in the Ways of Living in the Digital Course: The Ethics of Living in the Ways of Living in the Digital Age Bachelor Degree Students Naresuan University. *Journal of Education Naresuan University, 19*(3), 133-145. [in Thai]

Name and Surname: Pairoj Putong

Highest Education: Master's degree, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Education Technology

การพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

THE DEVELOPMENT OF A MASSIVE OPEN ONLINE COURSE ON GO AND BUSINESS THINKING SKILLS DEVELOPMENT SUBJECT

ลภณ จิรโศภิน
Lapon Jirasophin
สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
The Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

Received: May 31, 2021 / Revised: November 16, 2021 / Accepted: November 17, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจระหว่างหลังเรียนและก่อนเรียน และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบทเรียนออนไลน์แบบเปิด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้วิจัยสุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปผู้สนใจในรายวิชานี้ จำนวน 30 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ 2) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อบทเรียนออนไลน์แบบเปิด 3) บทเรียนออนไลน์แบบเปิด รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติบรรยาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับพัฒนาความคิดทางธุรกิจ มี 10 บท ประกอบด้วย 1.1) ก้าวแรกสู่หมากล้อม 1.2) กติกา 3 ข้อ และ 1 ข้อห้าม 1.3) กลยุทธ์การเดินหมากช่วงต่างๆ 1.4) ความแข็งแรงของกลุ่มหมาก 1.5) กลเม็ดเคล็ดไม่ลับ 1.6) เทคนิคการจับกินขั้นสูง 1.7) การสร้างและทำลายสองห้อง 1.8) สองห้องเชิงลึก 1.9) แวดวงหมากล้อม และ 1.10) เราเรียนรู้อะไรจากการฝึกหมากล้อม มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.67 และ 1.00 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหลังเรียนด้วยด้วยบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชาหมากล้อมกับพัฒนาความคิดทางธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.13, S.D. = 0.78)

คำสำคัญ: บทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน หมากล้อม ความคิดทางธุรกิจ

Corresponding Author
E-mail: laponjir@pim.ac.th

Abstract

The objectives of this research were (1) to develop open online lessons for the mass in the GO Game and Business Thinking Skills Development Course; (2) to compare the learners' learning achievements before and after learning from the open online lessons for the mass in the GO Game and Business Thinking Skills Development Course; and (3) to study the satisfaction of learners with the open online lessons for the mass.

The research sample consisted of 30 students and persons who were interested in this course, obtained by simple random sampling. The research instruments were (1) a learning achievement test on the GO Game and Business Thinking Skills Development Course; (2) a questionnaire on satisfaction with the open online lessons for the mass; and (3) the open online lessons for the mass in the GO Game and Business Thinking Skills Development Course. Statistics for data analysis were the descriptive statistics of mean and standard deviation, and inferential statistics of paired t-test.

The research results were as follows: (1) the developed open online lessons for the mass in the GO Game and Business Thinking Skills Development Course comprised 10 lessons: (1.1) the first step to GO, (1.2) three playing rules and one forbidden rule of GO, (1.3) playing strategies in various stages, (1.4) strength and weakness of units, (1.5) basic capturing techniques, (1.6) advanced capturing techniques, (1.7) basics of two eyes, (1.8) more about two eyes, (1.9) GO society , and (1.10) benefits of learning GO; the content validity indices of the open online lessons for the mass in the GO Game and Business Thinking Skills Development Course ranged from 0.67 to 1.00; (2) the post-learning achievement of the learners who learned from the open online lessons for the mass was significantly higher than their pre-learning achievement at the .05 level of statistical significance; and (3) the learners' overall satisfaction with the open online lessons for the mass in the GO Game and Business Thinking Skills Development Course was at the high level (Mean = 4.13, S.D. = 0.78).

Keywords: Open Online Lessons for the Mass, GO, Business Thinking

บทนำ

จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลายด้านของเทคโนโลยี ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมไทยอย่างยิ่ง ทำให้เกิดปัญหาที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรของประเทศไทยที่กำลังจะเปลี่ยนจากประชากรวัยแรงงานและวัยเด็กที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่มีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องการแรงงานจากประเทศรอบข้างมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันยังพบว่า ผลของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทำให้แรงงานที่มีทักษะและความสามารถออกไปทำงานที่ต่างประเทศมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยขาดแรงงานเป็นจำนวนมาก รวมถึงขาดแรงงานที่มีทักษะความสามารถด้วยพร้อมกัน นับว่าเป็นปัญหาสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องให้ความสนใจอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อขับเคลื่อน

สังคมไทยต่อไปในอนาคต (National Strategy Secretariat Office, 2018)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของชาติที่มีความสำคัญเพราะจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการนำพาประเทศชาติไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วในทุกมิติ แต่ต้องคำนึงถึงหลากหลายมิติและนำสหวิทยาการเข้ามาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทุกช่วงวัย ตั้งแต่ช่วงตั้งครรภ์จนถึงวัยผู้สูงอายุ โดยเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาวและเกิดประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูปการเรียนรู้ให้ตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 มุ่งให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ มีใจใฝ่รู้ตลอดเวลา รวมถึงพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อที่จะให้ทุกคนทุกช่วงวัยสามารถศึกษา และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า (Bellanca & Brandt, 2011; National Strategy Secretariat Office, 2018)

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้กำหนดยุทธศาสตร์สำคัญในการตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งมีเป้าหมายดังนี้ 1) การสร้างคน 2) การสร้างองค์ความรู้ 3) การสร้างนวัตกรรม และ 4) การปรับบทบาทมหาวิทยาลัย โดยในเป้าหมายการสร้างคน ได้ปรับเปลี่ยนเพื่อมุ่งให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนามนุษย์อย่างต่อเนื่อง และได้กำหนดโปรแกรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไว้หลากหลายแนวทาง แนวทางหนึ่งที่มีความน่าสนใจ คือ โปรแกรมส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาทักษะเพื่ออนาคต มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมพัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเพิ่มพูนทักษะใหม่ๆ ที่รับรองอาชีพที่เปลี่ยนแปลงไป ตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้ผ่านระบบ Massive Open Online Courses (MOOCs) (Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council and Thailand Science Research and Innovation, 2019)

ระบบ Massive Open Online Courses (MOOCs) เป็นนวัตกรรมใหม่ทางการศึกษาของโลกด้วยการผสมผสานการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ มีมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกจำนวนมากที่สนใจและใช้ MOOCs ในการจัดการเรียนรู้ จุดที่แตกต่างระหว่างการจัดการเรียนรู้ทางไกลและการจัดการเรียนรู้แบบ MOOCs คือ การเรียนรู้ผ่านระบบทางไกลด้วยระบบออนไลน์ ใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการเรียนการสอน รวมถึงการตรวจแบบฝึกหัดของผู้เรียนได้ทันทีโดยไม่ต้องรอผู้สอนตรวจ และสามารถช่วยในการเก็บข้อมูลการเรียนของนักเรียนให้กับผู้สอนได้ว่า ผู้เรียนใช้เวลากับโจทย์ใด หรือใช้เวลาไปในการดูเรื่องใดมากหรือซ้ำเป็นพิเศษ (Tinnawas & Thammetar, 2016) ด้วยคุณลักษณะสำคัญของ MOOCs ทำให้ผู้คนสามารถเรียนรู้ได้จากทุกมุมของโลก และก่อให้เกิดการศึกษาที่มีคุณภาพได้ (Paoji, 2015 อ้างถึงใน Chaimin, 2019) ด้วยเหตุนี้ MOOCs จึงสามารถแก้ปัญหาการศึกษา เช่น การขาดแคลนอาจารย์ผู้สอนที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักเรียน นักศึกษาได้ เพราะผู้สอนหนึ่งคนสามารถที่จะสอนในระบบออนไลน์ที่มีนักเรียน นักศึกษา รวมถึงผู้สนใจศึกษารายวิชาเป็นจำนวนมาก และสามารถประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้อีกด้วย

รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ เป็นรายวิชาพื้นฐานที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนากระบวนการคิด แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจผ่านการเล่นหมากล้อมเป็นการเรียนรู้แนวคิดต่างๆ ของการทำธุรกิจผ่านการเล่น ทำให้เป็นรายวิชาที่ผู้เรียนจะได้มีทั้งความรู้ แนวคิด และความสนุกสนานไปพร้อมกัน ส่งผลให้มีนักศึกษารวมถึงบุคคลทั่วไปสนใจศึกษารายวิชานี้เป็นจำนวนมาก แต่ไม่สามารถที่จะเปิดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองความต้องการได้ เพราะผู้สอนที่มีความรู้และความเข้าใจทั้งแนวคิดทางธุรกิจ

และมีทักษะในการเล่นรวมถึงการถ่ายทอดความรู้ทางหมากล้อมมีจำนวนไม่มาก ซึ่งปัญหานี้ยังเป็นปัญหาการเรียนการสอนหมากล้อมตามสถานศึกษาต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยเช่นกัน (Castanza, 2011; Jeong et al., 2009) นอกจากนี้ ยังพบว่าการจัดการเรียนการสอนหมากล้อมยังมีปัญหาสำคัญ คือ การออกแบบบทเรียนการสอนหมากล้อมที่ยังไม่สามารถตอบโจทย์ต่างๆ ทางการศึกษา เพราะไม่สามารถเชื่อมโยงการเรียนการสอนหมากล้อมและผลสัมฤทธิ์ไปยังเป้าหมายทางการศึกษาของแต่ละสถานศึกษาได้ (Castanza, 2011) ซึ่งแม้ในรายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจได้ถูกพัฒนาจนสามารถตอบปัญหาข้างต้นสำหรับ การจัดการเรียนการสอนในที่ตั้งแล้ว แต่ก็ยังไม่เคยนำหลักสูตรนี้มาปรับใช้ในการเรียนการสอนออนไลน์ ผ่านระบบ MOOCs แต่อย่างใด

จากที่กล่าวมานี้ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะพัฒนาหลักสูตรรายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจด้วยบทเรียนออนไลน์ผ่านช่องทางของ Thai MOOCs เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้สำหรับนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจเรียนรู้ธุรกิจผ่านการเล่นหมากล้อม หรือผู้ที่เล่นหมากล้อมเป็นอยู่แล้ว และอยากนำหลักการเล่นหมากล้อมมาประยุกต์ใช้ในการคิดวางแผนและจัดการสิ่งต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ ให้สามารถเรียนรู้ได้โดยไม่จำกัดสถานที่ และตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชนในรายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างหลังเรียนและก่อนเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชนในรายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชนในรายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

บทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน

บทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน (MOOC) เป็นรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ที่ต้องการให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนกลุ่มใหญ่กับผู้สอนสามารถสื่อสารกับผู้เรียนผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงทำให้ผู้เรียนทั่วไปสามารถเข้าถึงการศึกษาผ่านช่องทางออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือเสียค่าใช้จ่ายเล็กน้อยมาก ผู้เรียนมีเสรีภาพในการเลือกเรียนตามความสนใจ และได้รับเกียรติบัตรอิเล็กทรอนิกส์รับรองเมื่อทำทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนถึงเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงผู้สอนและผู้เรียนสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านฟอรัมของระบบทำให้สามารถแลกเปลี่ยนสนทนาระหว่างกันได้ นอกจากนี้ระบบยังสามารถตรวจแบบฝึกหัดและเก็บข้อมูลของผู้เรียนเพื่อสามารถนำมาประเมินความเก่งหรือไม่เก่งในด้านใด และสามารถอธิบายเนื้อหาที่ผู้เรียนเข้าใจผิดและให้คำแนะนำได้ทันที (Chaimin, 2019; Tinnawas & Thammetar, 2016)

จากที่กล่าวมานี้สามารถสรุปได้ว่า บทเรียนออนไลน์แบบเปิดสำหรับมหาชนเป็นบทเรียนออนไลน์ที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการเป็นสื่อกลางเข้าหาบทเรียนที่สร้างขึ้น ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้อย่างอิสระ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนได้ผ่านฟอรัมที่สร้างขึ้น และได้รับเกียรติบัตรอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

รายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

รายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ หมากล้อมเป็นเกมหมากกระดานที่ประวัติความเป็นมาไม่ต่ำกว่าสี่พันปี โดยมีต้นกำเนิดจากประเทศจีนก่อนที่จะเผยแพร่ไปยังประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น และแพร่หลายทั่วโลก หมากล้อมประกอบด้วยกระดาน

หมากสีดำและสีขาว มีวัตถุประสงค์ในการเล่นคือล้อมพื้นที่หรือจุดตัดบนกระดานให้มากกว่าอีกฝ่ายจะเป็นผู้ชนะ (Shotwell, 2003) การเล่นหมากล้อมยังพัฒนาความคิดของผู้เล่นได้ ผ่านการเรียนรู้แนวคิดและเรียนรู้จากประสบการณ์ความพ่ายแพ้ แนวคิด เทคนิค กลยุทธ์จากการเล่นหมากล้อมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งการทำงาน การดำเนินธุรกิจ จนถึงการดำเนินชีวิต นักธุรกิจญี่ปุ่นนิยมเล่นหมากล้อมมาอย่างยาวนานเพราะเล็งเห็นประโยชน์ของการเล่นหมากล้อมและการประยุกต์กับการทำธุรกิจ ทำให้การเล่นหมากล้อมเป็นที่นิยมในกลุ่มนักธุรกิจชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมากนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและได้เผยแพร่กลยุทธ์ทางธุรกิจกับการเล่นหมากล้อมให้กับผู้สนใจในหมากล้อมอย่างต่อเนื่อง (Chairasmisak, 2009; Cobb, 2005; Shotwell, 2003) ทางสำนักศึกษาทั่วไป สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งเล็งเห็นถึงประโยชน์จากการเล่นหมากล้อม จึงได้เปิดรายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ เพื่อนำหมากล้อมมาฝึกกระบวนการคิดและเรียนรู้แนวคิดในการทำธุรกิจ ให้กับนักศึกษาเพื่อเป็นการพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และเรียนรู้แนวคิดที่ดีในการทำธุรกิจ

ความคิดทางธุรกิจ

ความคิดทางธุรกิจ (Business Thinking) มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายแนวทาง บางคนเรียกว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy) หากมองอย่างภาพรวมความคิดทางธุรกิจเป็นการคิดที่มีพื้นฐานมาจากแนวคิด งานวิจัย ความจริง การใช้เหตุผลเพื่อการตัดสินใจ มองหาคำตอบที่ถูกและผิด รวมถึงการจัดการกับข้อมูลที่กำกวมเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ผลลัพธ์ตามเป้าหมาย (Horth & Buchner, 2014) Coto (2017) ได้ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกัน เขาได้ให้ความหมายว่าเป็นความสามารถทางความคิดในการสร้างแนวคิดหรือหาทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นผ่านการวิเคราะห์สภาพปัญหา เพื่อการปรับตัว ความยั่งยืนของธุรกิจ หากเป็นกลุ่มที่มองเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจจะมองว่า เป็นการคิดหาวิธีการแก้ปัญหาตามที่วางเป้าหมายเอาไว้ (Feurer & Chaharbaghi, 1995; Rumsey, 2020)

จากที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้ว่า ความคิดทางธุรกิจเป็นการใช้ความรู้ ข้อมูลต่างๆ มาสร้างความคิดในการแก้ปัญหาเพื่อไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาความคิดทางธุรกิจนั้นประกอบไปด้วยสามส่วน ได้แก่ 1) การให้ความรู้ (Knowledge) เช่น แนวคิดพื้นฐาน สถานการณ์ปัญหา หลักการ ปัญหาที่เกิดขึ้น ลักษณะนี้จะได้รับการเรียนรู้โดยตรงจากผู้สอน (Direct Instruction) 2) การฝึกกระบวนการคิด (Mental Skills) เช่น การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดแก้ปัญหา การใช้เหตุผล การตัดสินใจ วิธีการวิเคราะห์ ลักษณะนี้การพัฒนาจะใช้การฝึกคิดควบคู่กับการชี้แนะ (Guided Practice) และ 3) การนำไปใช้ (Application) เช่น การลงไปปฏิบัติจริง ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ ได้ฝึกใช้กระบวนการคิด เพื่อคิดวิธีแก้ปัญหาออกมา การที่จะฝึกให้นักเรียนและนักศึกษามีความคิดทางธุรกิจ เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและการจัดกิจกรรมให้เหมาะสม การจัดกิจกรรมฝึกความคิดทางธุรกิจ นับว่าต้องจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อพัฒนาความคิดทางธุรกิจให้รอบด้าน (Smith, 2014)

Watson & Chatterjee (2006) ได้อธิบายหลักการบริหารสามหลักมาเปรียบเทียบกับแนวคิดในการเล่นหมากล้อม ได้แก่ กลยุทธ์สากล (International Strategy) หลักการลงทุนต่างแดน (Entry into Foreign Markets) และการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) ทั้งคู่มองว่าสามารถเรียนรู้วิธีการบริหารและกลยุทธ์ทางธุรกิจผ่านการเล่นหมากล้อมสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kerr (2011) ที่ได้ทำการเปรียบเทียบระหว่างหลักการบริหารโครงการ (Project Management) และแนวคิดหมากล้อม โดยพบว่า แนวคิดหลักการบริหารโครงการและแนวคิดในการเล่นหมากล้อมนั้นมีความใกล้เคียงกันมาก และ Henkel (2011) มีความเห็นสอดคล้องกับทั้งวัตสันและแชตเตอร์จี

และเคอร์ เฮ็งเคลได้เสริมไว้ว่า หมากล้อมเน้นที่การตัดสินใจและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทั้งสองส่วนนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญของความคิดเชิงกลยุทธ์ ด้วยกติกาของเกมหมากล้อมทำให้เป้าหมายและกลยุทธ์ในการเล่นมุ่งเน้นที่การสร้างความได้เปรียบบนกระดานมากกว่าการทำลายอีกฝ่าย ทำให้กลยุทธ์ในการเล่นเปลี่ยนไปเมื่อเทียบกับเกมหมากกระดานอื่นๆ การสร้างความได้เปรียบมากกว่าอีกฝ่ายคล้ายกับการหาทางสร้างผลประกอบการหรือส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากกว่าคู่แข่งทางการค้าและกลยุทธ์เหล่านี้เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ประเทศทางตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน ใช้ในการทำธุรกิจทั้งสิ้น

จากที่กล่าวมานี้จึงสามารถสรุปได้ว่า ความคิดหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจและแนวคิดในการเล่นหมากล้อมมีความใกล้เคียงกันในหลายประการ และการเล่นหมากล้อมจะเป็นการที่ผู้เล่นได้ฝึกการใช้ความคิด ฝึกการตัดสินใจและได้ลงมือปฏิบัติผ่านการเล่นหมากล้อม ทำให้เกิดการส่งเสริมความคิดหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจแก่ผู้เล่น

วิธีการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดสำหรับมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ ได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนและวิธีการศึกษา เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. การพัฒนาบทเรียนออนไลน์เพื่อมหาชน

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพื่อให้เนื้อหามีความเหมาะสมเริ่มจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์ให้ได้องค์ความรู้ต่างๆ จัดทำร่างกลุ่มบทเรียนและวัตถุประสงค์การเรียนรู้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกลุ่มบทเรียนให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้จนได้เนื้อหาที่สมบูรณ์จำนวน 10 บท ประกอบด้วย 1) ก้าวแรกสู่หมากล้อม 2) กติกา 3 ข้อ และ 1 ข้อห้าม 3) กลยุทธ์การเดินหมากช่วงต่างๆ 4) ความแข็งแรงของกลุ่มหมาก 5) กลเม็ดเคล็ดไม่ลับ 6) เทคนิคการจับกินขั้นสูง 7) การสร้างและทำลายสองห้อง 8) สองห้องเชิงลึก 9) แวดวงหมากล้อม และ 10) เราเรียนรู้อะไรจากการฝึกหมากล้อม เนื้อหาทั้ง 10 บท ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษาทั่วไปและด้านการจัดการเรียนการสอนแบบ e-learning จำนวน 3 ท่าน ดำเนินการในรูปแบบเอกสารรายงานประมวลรายวิชา โครงสร้างเนื้อหาและบทเนื้อหา จากนั้นได้พัฒนาหลักสูตรขึ้นมา มีจำนวนทั้งหมด 10 บทเรียน ในระยะเวลา 10 สัปดาห์ ในแต่ละเนื้อหามีรายละเอียดดังนี้ 1) พัฒนาแบบทดสอบก่อนเรียนรายวิชา เป็นข้อสอบแบบเลือกตอบ จำนวน 20 ข้อ เพื่อประเมินผลการเรียนรายวิชาที่กำหนดเอาไว้ในวัตถุประสงค์รายวิชา 2) พัฒนาแบบทดสอบหลังเรียนรายวิชา เป็นข้อสอบแบบเลือกตอบ จำนวน 40 ข้อ เพื่อประเมินผลการเรียนรายวิชาที่กำหนดเอาไว้ในวัตถุประสงค์รายวิชา และ 3) ผลิตบทเรียนออนไลน์ จำนวน 10 บท แต่ละบทประกอบด้วยการบรรยาย กฎ กติกาพื้นฐาน คุณค่าของการเล่นหมากล้อม การประยุกต์การเล่น หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ มีความยาวเนื้อหาประมาณ 10 นาที แบบทดสอบผลการเรียนทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบจำนวน 8 ข้อ เครื่องมือต่างๆ ทั้งหมด ทั้งรูปแบบการเรียนการสอน แบบทดสอบและแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านหมากล้อมและด้านธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน มีค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหาอยู่ที่ระหว่าง 0.67-1.00 สำหรับแบบทดสอบออนไลน์ในระบบเปิด เนื่องจากระบบ Thai MOOC ประเมินคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนออกมาในรูปแบบของคะแนนระหว่าง 0.00-1.00 ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แบบ

ครอนบราคอัลฟา (Cronbach's α) ในการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นและได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .85

2. นำรายวิชาเข้าสู่โครงการพัฒนาการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดแบบ Thai MOOC

หลังจากที่ผู้วิจัยนำผลการดำเนินงานในระยะที่ 1 มาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และเสนอรายวิชาเข้าสู่โครงการพัฒนาระบบการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชน (Thai Massive Open Online Course: Thai MOOC) ของมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย เป็นโครงการที่จัดทำรายวิชาหรือบทเรียนออนไลน์ในระบบเปิดที่ออกแบบรองรับผู้เรียนจำนวนมาก เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าเรียนได้ไม่มีเงื่อนไขและค่าใช้จ่าย โดยรายวิชาที่จะเข้าร่วมโครงการต้องผ่านมาตรฐาน 10 ประการ (Puttapitukpol et al., 2018) ประกอบด้วย 1) โครงร่างรายวิชาจะต้องมีคำอธิบายและผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ระบุวัตถุประสงค์ เนื้อหา จำนวนชั่วโมงการเรียนรู้ รวมถึงวิธีการประเมินและเกณฑ์ในการประเมิน 2) ความพร้อมของบุคลากร ทั้งตัวผู้สอนและบุคลากรฝ่ายสนับสนุน 3) การออกแบบการเรียนการสอนต้องมีการจัดโครงสร้างเป็นลำดับสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ มีกลยุทธ์ในการสอนที่ช่วยให้เกิดการกระตุ้นการเรียนรู้ มีการวัดและประเมินผลด้วยวิธีที่หลากหลาย และมีการทดสอบประเมินรายวิชาบนระบบก่อนการสอน 4) เนื้อหาถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงเชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงของผู้เรียน 5) สื่อการเรียนรู้ มีคุณภาพ ถูกต้อง สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา 6) การสื่อสารมีเครื่องมือในระบบจัดการ มีคำอธิบายลำดับขั้นตอนการเรียน คำสั่งงาน และการใช้บทเรียนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย 7) ลิขสิทธิ์และครีเอทีฟคอมมอนส์ เนื้อหาและสื่อการเรียนรู้ได้รับการตรวจสอบถูกต้องตามสิทธิ์การใช้งาน มีการระบุสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์อย่างชัดเจน 8) การสนับสนุนผู้เรียน มีการแนะนำวิธีการเรียนออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก มีการกระตุ้นให้ผู้เรียนคงอยู่ในระบบ 9) ผลการจัดการเรียนรู้ มีการระบุจำนวนผู้ผ่านเกณฑ์การประเมิน ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้เรียน และมีเอกสารรับรองการผ่านเกณฑ์ และ 10) การปรับปรุงพัฒนา มีการประเมินผลรายวิชาและนำผลมาปรับปรุงพัฒนาการจัดการเรียนการสอน เมื่อผู้วิจัยปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุไว้ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลเหล่านี้ขึ้นสู่ระบบ Thai MOOC

3. การทดลองการจัดการเรียนการสอนในระบบ Thai MOOC รายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ลงทะเบียนและทำกิจกรรมการเรียนในรายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจที่เปิดสอนบนเว็บไซต์ www.thaimooc.org จำนวน 637 คน โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดออกดังนี้ 1) จะต้องเป็นบุคคลที่ลงทะเบียนและเรียนครบทั้งหลักสูตร 2) ใช้เวลาเรียน เริ่มเรียนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2563 หากผู้ลงทะเบียนขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งจะถูกตัดออกจากการเป็นประชากร จากเกณฑ์ดังกล่าวทำให้เหลือผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนจำนวน 102 คน จากนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มอย่างง่าย ได้ตัวอย่างจำนวน 30 คน และในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น

การเรียนรู้ด้วยบทเรียนออนไลน์รายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิด ในระบบเปิด Thai MOOC

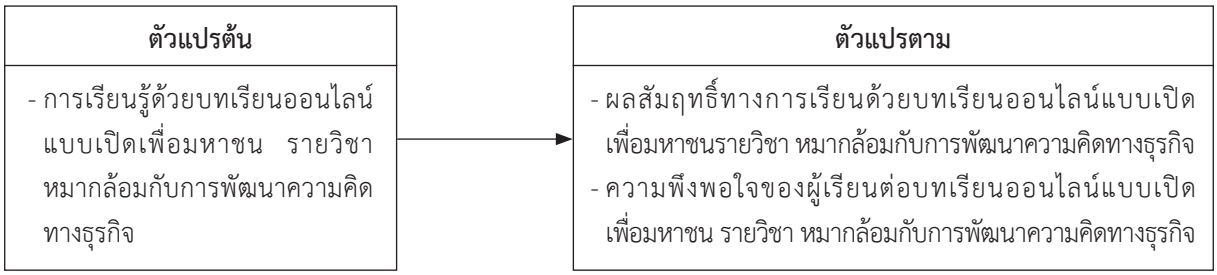
ตัวแปรตาม

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนออนไลน์รายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจในระบบเปิด Thai MOOC

2. ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจในระบบเปิด Thai MOOC

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวคิดต่างๆ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ตามภาพที่ 1 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้หลังจากผ่านการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ตามเอกสารรับรองเลขที่ PIM-REC 003/2563 การเข้าร่วมการวิจัยเกิดจากความสมัครใจ กลุ่มตัวอย่างสามารถปฏิเสธการเข้าร่วมโครงการได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลใดๆ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาเผยแพร่ในภาพรวมไม่มีการระบุเป็นรายบุคคล และผลการวิจัยจะนำไปใช้เพื่อการพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสถิติทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired samples t-test)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างทั้ง 30 คน มีลักษณะชีวสังคมประกอบด้วย เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 ช่วงอายุส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.40 ศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.40 มีสถานะของผู้เรียน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 76.70 ทราบข้อมูลการเปิดรายวิชานี้จากอาจารย์ผู้สอน คิดเป็นร้อยละ 80.00 เหตุผลหลักในการเลือกเรียนวิชานี้พบว่า มาจากอาจารย์ผู้สอนแนะนำหรือกำหนดให้เรียน คิดเป็นร้อยละ 43.40 ในด้านการวางแผนการเรียนให้ผ่านรายวิชานี้พบว่า ผู้เรียนวางแผนไว้ว่าจะเรียนให้ผ่านเกณฑ์ โดยใช้เวลาเรียนจบภายใน 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 70 และในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในรายวิชา ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.60

ผลการพัฒนาบทเรียน

1. ผลการพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดเชิงธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้ จากการศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และสังเคราะห์องค์ความรู้ต่างๆ และสร้างบทเรียนตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ ผู้วิจัยสร้างเนื้อหาที่สมบูรณ์จำนวน 10 บท ประกอบด้วย 1) ก้าวแรกสู่หมากล้อม 2) กติกา 3 ข้อ และ 1 ข้อห้าม 3) กลยุทธ์การเดินหมากช่วงต่างๆ 4) ความแข็งแรงของกลุ่มหมาก 5) กลเม็ดเคล็ดไม่ลับ 6) เทคนิคการจับกินขั้นสูง 7) การสร้างและทำลายสองห้อง 8) สองห้องเชิงลึก 9) แวดวงหมากล้อม และ 10) เราเรียนรู้อะไรจากการฝึกหมากล้อม จากการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.67 และ 1.00 ผ่านเกณฑ์ในการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนและก่อนเรียนบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับพัฒนาความคิดเชิงธุรกิจพบว่า หลังเรียนมีค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ด้วยบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจของผู้เรียน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างหลังเรียนและก่อนเรียน (n = 30)

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	Mean	S.D.	t	p-value
หลังเรียน	0.81	0.11	10.05	.000***
ก่อนเรียน	0.51	0.19		

p < .05

3. ระดับความพึงพอใจบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจของผู้เรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ

ตัวแปร	Mean	S.D.	ความหมาย
ความพึงพอใจในภาพรวม	4.13	0.78	มาก

อภิปรายผล

ผลการพัฒนาบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดเชิงธุรกิจ สามารถสร้างเนื้อหาที่สมบูรณ์จำนวน 10 บท ประกอบด้วย 1) ก้าวแรกสู่หมากล้อม 2) กติกา 3 ข้อ และ 1 ข้อห้าม 3) กลยุทธ์การเดินหมากช่วงต่างๆ 4) ความแข็งแรงของกลุ่มหมาก 5) กลเม็ดเคล็ดไม่ลับ 6) เทคนิคการจับกินขั้นสูง 7) การสร้างและทำลายสองห้อง 8) สองห้องเชิงลึก 9) แวดวงหมากล้อม และ 10) เราเรียนรู้อะไรจากการฝึกหมากล้อม มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญเท่ากับ 0.67-1.00 ผ่านเกณฑ์ในการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่พบผลเช่นนี้เป็นเพราะว่าผู้วิจัยสร้างบทเรียนออนไลน์ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา กำหนดเป้าหมายในการเรียนรู้ ลักษณะของเนื้อหาที่มีสีสัน ความสวยงาม การนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นระบบ สื่อมีความน่าสนใจ มีคำชี้แจง คำอธิบาย การประเมินผลการเรียนรู้ที่ชัดเจน ผู้เรียนสามารถประเมินความรู้ของตนเองได้ ทำให้การประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่มีความเชี่ยวชาญในหมากล้อมและแนวคิดการบริหาร สอดคล้องกับที่ Brahmawong (2006) ได้เสนอแนวคิดการสร้างสื่อประสมไว้ว่า ควรพยายามเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนจากที่ยึดครูเป็นศูนย์กลางไปสู่การจัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนเป็นหลัก ส่งผลให้ครูใช้สื่อเพื่อการช่วยผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง และระบบการเรียนการสอนควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ตัดสินใจเข้าร่วมและการทำงานด้วยตนเอง มีการเสริมแรงบวกที่ทำให้ผู้เรียนภาคภูมิใจ อยากเรียนต่อและเกิดการเรียนรู้ไปทีละขั้นตอนตามความสามารถ ความสนใจของผู้เรียนเอง ซึ่งสื่อการสอนแบบประสมเป็นสื่อที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้แบบนี้

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า การเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน (Thai

MOOC) ถูกออกแบบมาเพื่อใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในการเรียนรู้ รวมถึงยังสามารถวัดและประเมินผลผู้เรียนทั้งแบบฝึกหัดและข้อสอบได้ทันที ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้จากสถานที่ที่ห่างไกล เรียนตามความสนใจของตนเอง รวมถึงทราบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของตนเองได้ ในขณะเดียวกันผู้สอนสามารถเก็บข้อมูลของผู้เรียนได้ และสามารถรองรับผู้เรียนเป็นจำนวนมากได้ ผู้เรียนสามารถเรียนได้จากทั่วทุกมุมของโลก ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนผู้สอนในบางรายวิชาที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในรายวิชานั้น (Tinnawas & Thammetar, 2016; Paoji, 2015 อ้างถึงใน Chaimin, 2019) ซึ่งปัญหาการเรียนการสอนหมากล้อมที่ขาดทั้งการออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับการศึกษา การขาดทักษะการสอน ขาดแคลนครูผู้สอน (Castanza, 2011; Jeong et al., 2009) จากการพัฒนาบทเรียนออนไลน์รายวิชาหมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจใน Thai MOOC สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ และทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับมากแก่ผู้เรียน และเมื่อเปรียบเทียบกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้พบว่าผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Putong (2017) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาบทเรียน e-learning เรื่องโปรแกรมนำเสนอผลงานของนักศึกษาเจเนอเรชันวาย สถาบันอุดมศึกษาเอกชน จากการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก และยังพบว่า ในระยะหลังเรียนผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยผลการเรียนรู้ดีขึ้นกว่าในระยะก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ Pungchompoo, Suwankruhasn, & Saengrut (2017) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาพยาบาล: การสอนออนไลน์แบบเปิดสำหรับมหาชนในกระบวนวิชาการพยาบาลผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก และยังพบว่า ในระยะหลังเรียนผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยผลการเรียนรู้ดีขึ้นกว่าในระยะก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ Puttapitukpol et al. (2018) ที่ศึกษาการพัฒนาบทเรียนออนไลน์เรื่อง ระบบหลักประกันสุขภาพสำหรับบุคลากรด้านสุขภาพในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก และยังพบว่า ในระยะหลังเรียนผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยผลการเรียนรู้ดีขึ้นกว่าในระยะก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

ผลความพึงพอใจของผู้เรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เกิดมาจากรูปแบบบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน และรูปแบบของกิจกรรมหมากล้อมที่คล้ายกับการเล่นเกม ในด้านรูปแบบบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน เนื่องจากผู้เรียนจะอยู่ที่แห่งใดและจะเวลาใดก็สามารถเข้าเรียนได้ และเป็นการจัดการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นสำคัญที่จะต้องเรียนรู้เอง ทำให้เกิดการศึกษาค้นคว้าและลงมือปฏิบัติด้วยตนเองตามความสนใจของตน (Ruttanateerawichien, 2012) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Puttapitukpol et al. (2018) ที่พัฒนาบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชนในรายวิชาระบบหลักประกันสุขภาพพบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.53) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ongkrutraksa (2021) ที่ศึกษาการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชนของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือ Chula MOOCS ในรายวิชา การโฆษณาและการสื่อสารการตลาดต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.13, S.D. = 0.78) ในด้านของรูปแบบกิจกรรมหมากล้อมเป็นเกมหมากกระดานประเภทหนึ่งที่ผู้เล่นต้องคิด แก้ปัญหา และตัดสินใจ ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน เรียนรู้ควบคู่กับการทำกิจกรรม และเกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายด้าน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Amnuayporn et al. (2019) ที่ออกแบบสื่อการเรียนรู้ประเภทเกมมาใช้เพื่อพัฒนาความคิดเชิงคำนวณ และผู้เรียนมีความพึงพอใจกับการเรียนเป็นอย่างมาก

สรุปผล

1. ผลการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจพบว่า สามารถสร้างเนื้อหาที่สมบูรณ์ จำนวน 10 บท ประกอบด้วย 1) ก้าวแรกสู่หมากล้อม 2) กติกา 3 ข้อ และ 1 ข้อห้าม 3) กลยุทธ์การเดินหมากช่วงต่างๆ 4) ความแข็งแรงของกลุ่มหมาก 5) กลเม็ดเคล็ดไม่ลับ 6) เทคนิคการจับกินขั้นสูง 7) การสร้างและทำลายสองห้อง 8) สองห้องเชิงลึก 9) แวดวงหมากล้อม และ 10) เราเรียนรู้อะไรจากการฝึกหมากล้อม ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญด้านหมากล้อมและธุรกิจ เท่ากับ 0.67-1.00 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานในการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนบทเรียนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจ ระยะหลังเรียนและก่อนเรียนพบว่า ระยะหลังเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ระดับความพึงพอใจบทเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน รายวิชา หมากล้อมกับการพัฒนาความคิดทางธุรกิจของผู้เรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการนำบทเรียนออนไลน์แบบเปิดมาใช้ พบว่า ก่อให้เกิดการเรียนรู้และมีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก แต่ผู้ที่สำเร็จการเรียนในบทเรียนออนไลน์แบบเปิดมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผู้ที่สนใจ จึงควรมีการกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนอยู่เป็นระยะ รวมถึงปัญหาของอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ไม่พร้อมใช้ หรือปัญหาสัญญาณอินเทอร์เน็ต จะทำให้การเรียนผ่านบทเรียนออนไลน์แบบเปิดไม่ประสบความสำเร็จและเกิดการเรียนรู้ได้ ดังนั้นผู้ที่นำผลการวิจัยไปใช้ควรพิจารณาในประเด็นเหล่านี้ด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบระหว่างการเรียนแบบปกติในห้องเรียนกับการเรียนออนไลน์ในระบบเปิดเพื่อมหาชน เพื่อเปรียบเทียบผลการเรียนว่ามีผลสัมฤทธิ์ที่แตกต่างกันหรือไม่

2.2 ควรมีการศึกษาหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเรียนบทเรียนออนไลน์ในระบบเปิดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีผู้ลงทะเบียนเรียนที่ขาดความต่อเนื่องในการเรียนเป็นจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนออนไลน์ในระบบเปิดอย่างสูงสุด

References

Amnuayporn, P., Yampinij, S., Meejaleurn, S., & Supaluk, S. (2019). Developing the Media of Game Based Learning Using Gamification Strategy to Enhance Computational Thinking on Computing Science Subject for Students in Primary Year 2. *Journal of Education: Faculty of Education: Srinakarinwirot University, 20*(2), 68-78.

Bellanca, J., & Brandt, R. (2011). *21st Century Skills: Rethinking How Students Learn* [21st Century Skills: Rethinking How Students Learn] (W. Wongkitrungruang, & A. Jittalerk, Trans.). Bangkok: Open Worlds. (2010). [in Thai]

Brahmawong, C. (2006). *Technology and Educate Communication: Unit 11-15* (2nd ed.). Nonthaburi: The Office of the University Press Sukhothai Thammathirat Open University. [in Thai]

Castanza, G. E. (2011). *Curriculum Guide for Go in Schools*. Retrieved May 26, 2020, from https://www.usgo.org/sites/default/files/pdf/CastanzaLessonPlans.pdf

Chaimin, C. (2019). MOOC: Life long learning in the 21st century. *Journal of Humanities and Social Sciences, CMRU, 1*(1), 46-70. [in Thai]

Chairasmisak, K. (2009). *Eastern CEO* (6th ed.). Bangkok: Siamintercomics. [in Thai]

Cobb, W. S. (2005). *Reflections on the Game of Go: The Empty Board: 1994-2004.* Richmond: Slate & Shell.

Coto, L. (2017). *Why Leader-member Exchange is Important to Business Thinking*. Doctor of Philosophy Psychology, Walden University.

Feurer, R. & Chaharbaghi, K. (1995). Strategy Development: Past, Present and Future. *Management Decision, 33*(6), 11-21.

Henkel, H. (2011). Can Strategic Thinking be Taught? *Journal of Strategic Leadership, 3*(1), 1-6.

Horth, D. & Buchner, D. (2014). *Innovation Leadership: How to Use Innovation to Lead Effectively.* Retrieved November 16, 2021, from https://encc.eu/sites/default/files/2016-11/InnovationLeadership%20.pdf

Jeong, S., Kim, B., Kim, S., & Cha, C. (2009). Analysis of Problems of the Current Baduk Education in Korea. In *The 6th International Conference on Baduk* (pp. 93-104). Jeon Ju Korea: Korean Society for Baduk Studies Dept. of Baduk Studies, MyongJi University.

Kerr, E. G. (2011). *Exploring Project Management by Exploiting Analogy with the Game of Go.* Doctor of Philosophy in Strategy, Programme & Project Management, SKEMA Business School.

National Strategy Secretariat Office. (2018). *Royal Gazette Volume 135 Part 82*. Retrieved November 16, 2021, from https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_PlanOct2018.pdf [in Thai]

Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council and Thailand Science Research and Innovation. (2019). *Policy and Strategy of Thailand HESI 2020-2027 and Thailand SRI Plan 2020-2022*. Retrieved November 24, 2020, from https://backend.tsri.or.th/files/trf/2/docs/Policy_and_Strategy_of_Thailand_HESI_2563-2570_and_Thailand_SRI_Plan_2563-2565.pdf [in Thai]

Ongkrutraksa, W. (2021). The Use of MOOC in a Blended Environment of International Advertising and Marketing Communications Course. *Journal of Rattana Bundit University, 16*(1), 50-64.

Pungchompoo, W., Suwankruhasn, N., & Saengrut, B., (2017). Developing of Innovation in Nursing Education: A Massive Open Online Course (MOOC) in Gerontological Nursing. *Nursing Journal, 44*(Special 2), 103-110. [in Thai]

Putong, P. (2017). The Development of E-Learning in The Topic of "Gen Y Students' Presentations Programme" in The Private Higher Education Institution. *Panyapiwat Journal*, *9*(Special), 227-234. [in Thai]

Puttapitukpol, S., Chankong, W., Manachevakul, S., & Pensirinapa, N., (2018). A Development of an Online Course on the Universal Coverage Scheme for In-service Education of Health Personnel in Thailand. *Thai Journal of Cardio-Thoracic Nursing, 29*(1), 2-15. [in Thai]

Ruttanateerawichien, K. (2012). The Development of Online Tutorials on Basic Algorithm Course about Flowcharts Writing for Undergraduate Students in Lampang Rajabhat University. *Lampang Rajabhat University Journal, 1*(1), 99-110. [in Thai]

Rumsey, R. (2020). *Business Thinking for Designers.* Retrieved November 16, 2021, from https://www.designbetter.co/business-thinking-for-designers

Shotwell, P. (2003). *Go! More than Game*. North Clarendon: Tuttle Publishing.

Smith, G. F. (2014). Assessing Business Student Thinking Skills. *Journal of Management Education, 38*(3), 384-411.

Tinnawas, N. & Thammetar, T. (2016). The Study of Massive Open Online Course Model for Thai Higher Education. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, *9*(3), 1463-1479. [in Thai]

Watson, A. & Chatterjee, S. (2006). Going International: What We Can Learn about International Strategy, Market Entry, and Resource Allocation from the Game of Go. *Journal of Teaching in International Business, 17*(4), 5-25.

Name and Surname: Lapon Jirasophin
Highest Education: Master of Business Administration (Business Administration), Bangkok Thonburi University
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Education and Game of GO (GO)

การศึกษาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

A STUDY OF THE QUALITY OF LIFE OF ELDERLY IN SKIPPED-GENERATION FAMILY IN NORTHEAST THAILAND

อุไรวรรณ รุ่งไหรัญ
Uraiwan Runghairun
สถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Institute for Continuing Education and Human Resources

Received: June 4, 2020 / Revised: December 7, 2020 / Accepted: December 11, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง โดยมีรูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสานวิธี (Mixed-Method) เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview form) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง ทั้งหมด 432 คน (สอบถาม 417 คน และสัมภาษณ์ 15 คน) ในพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยคือ จังหวัดหนองบัวลำภู สุรินทร์ และร้อยเอ็ด สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา สถิติพรรณนา และสถิติทดสอบ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางมีคุณภาพชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง (77%) และระดับดี (21%) ในรายด้านพบว่า มีคุณภาพชีวิตด้านจิตใจดีที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม แต่มีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพกายน้อยที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา โรคประจำตัว การขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ แหล่งที่มารายได้ สถานะทางเศรษฐกิจ การเป็นสมาชิกองค์กร และความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม

คำสำคัญ: ครอบครัวแหว่งกลาง คุณภาพชีวิต ผู้สูงอายุ

Abstract

The purposes of this research were to study quality of life of the elderly in skipped-generation families in the North Eastern Region of Thailand and to study personal factors affecting quality of life of the elderly in skipped-generation families. This study was a mixed-method research. The research tools were a questionnaire (The World Health Organization Quality of Life Questionnaire: WHOQOL-BRIEF-THAI) and an in-depth interview form. The research

Corresponding Author
E-mail: uraiwan.run@gmail.com

sample consisted of 432 elderly people in skipped-generation families (417 elderly people for survey questionnaire and 15 elderly people for in-depth interviews) from three provinces namely Surin, Nong Bua Lam Phu, and Roi Et in the North Eastern Region of Thailand. The data were analyzed with content analysis, descriptive statistics, t-test, and one-way ANOVA.

The results showed that 77% of elderly people in skipped-generation families had overall quality of life at the moderate level and the other 21% had overall quality of life at the good level. When specific aspects of life quality were considered, it was found that their mental quality aspect was highest, followed by the environmental quality aspect, and the physical quality aspect, respectively. The personal factors affecting the quality of life of the elderly significantly at the .05 level were gender, age, educational level, congenital disease, welfare card registration, source of income, economic status, organization membership, and frequency of participation in activities.

Keywords: Skipped-generation Family, Quality of Life, Elderly

บทนำ

การเกิดขึ้นของครอบครัวแหว่งกลางหรือครอบครัวข้ามรุ่น (Skipped Generation Family) (ครอบครัวที่มีผู้อยู่อาศัยร่วมกัน 2 รุ่น คือ ปู่ ย่า ตายาย และหลาน โดยไม่มีรุ่นพ่อแม่ของเด็กอาศัยอยู่ด้วยในครัวเรือน) มีสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากการย้ายถิ่นหางานทำของวัยแรงงาน เพื่อให้ครอบครัวมีรายได้หรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Kwalamthan, Ayuwat, & Narongchai, 2019) รูปแบบการย้ายถิ่นส่วนมากจะเป็นการย้ายถิ่นสู่พื้นที่ที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาจากอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำพบว่าในพื้นที่มีอัตราค่าจ้างขั้นต่ำค่อนข้างสูงจะมีสัดส่วนครัวเรือนแหว่งกลางน้อย ขณะที่หลายจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีอัตราค่าจ้างขั้นต่ำค่อนข้างน้อย มักจะมีสัดส่วนครัวเรือนแหว่งกลางสูง (Kirdruang, 2019) โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการย้ายถิ่นสูงที่สุด เป็นการออกจากนอกเขตเทศบาลสูงกว่าการย้ายถิ่นออกจากในเขตเทศบาลถึงกว่าร้อยละ 50 (National Statistical Office, 2019) นักเศรษฐศาสตร์ได้คาดการณ์สัดส่วนที่เด็กในชนบทช่วงอายุก่อน 5 ปี จะอาศัยอยู่ในครัวเรือนแบบแหว่งกลางคิดเป็นร้อยละ 11 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21 ในช่วงประถมศึกษา ซึ่งมีระดับที่สูงกว่าเด็กในสังคมเมือง (Lekfeakfuu & Matcharunboonmee, 2018) อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนครอบครัวแหว่งกลางยังมีสาเหตุอื่นอีก เช่น ปัญหาความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เปราะบางนำไปสู่การหย่าร้างที่สูงขึ้น จำนวนครอบครัวเลี้ยงเดี่ยวเพิ่มขึ้น การตั้งครรภ์ของแม่วัยรุ่น เป็นต้น ด้วยสาเหตุเหล่านี้ทำให้ปู่ย่าตายายต้องรับหน้าที่ในการเลี้ยงดูหลานอย่างปฏิเสธไม่ได้ (Thianlai & Hutaphaed, 2019)

ครัวเรือนไทยห่างลูกและเป็นครอบครัวแหว่งกลางถึง 2.3 ล้านครัวเรือน และมีแนวโน้มของครอบครัวแหว่งกลางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กว่า 2 ใน 3 อยู่ในพื้นที่ชนบทเกือบครึ่งหนึ่ง (47%) อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Peak, Im-em, & Tanthanaset, 2015) โดยจังหวัดที่มีสัดส่วนครอบครัวแหว่งกลางสูงที่สุดในประเทศไทย 3 ลำดับแรกคือ จังหวัดหนองบัวลำภู ร้อยเอ็ด และสุรินทร์ (National Statistical Office, 2013) ทั้งนี้ยังพบว่า หัวหน้าครัวเรือน ครอบครัวแหว่งกลางกว่าครึ่งเป็นผู้มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ยังคงทำงานและโดยมากอยู่ในภาคเกษตรกรรม สุขภาพ

ไม่แข็งแรงร้อยละ 16 และ 1 ใน 5 ของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางมีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน (Peak, Im-em, & Tanthanaset, 2015) นอกจากนั้นครอบครัวแหว่งกลางยังส่งผลกระทบหลายทางทั้งต่อผู้สูงอายุและเด็ก ทั้งในแง่เศรษฐกิจ ชีวิตความเป็นอยู่ สุขภาพผู้สูงอายุ และพัฒนาการของเด็ก (Rerkrattanaprateep & Songthap, 2018) การวิจัยเรื่องนี้จึงให้ความสำคัญกับการหาคำตอบในเรื่องของคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางที่ครอบคลุมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเลือกที่จะศึกษาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเนื่องจากมีจำนวนครอบครัวแหว่งกลางสูงที่สุดในประเทศไทย เพื่อที่จะมีข้อมูลที่เป็นวิชาการโดยตรงในกลุ่มครอบครัวแหว่งกลาง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง

สมมติฐาน

1. ผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางมีระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับต่ำ
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางมีผลต่อระดับคุณภาพชีวิต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

องค์การอนามัยโลกให้ความหมายของคุณภาพชีวิตว่าเป็นการรับรู้ความพึงพอใจและสถานะของบุคคลในการดำรงชีวิตในสังคม โดยจะสัมพันธ์กับเป้าหมายและความคาดหวังของตนเอง ภายใต้บริบทของวัฒนธรรม ค่านิยม มาตรฐานของสังคม และสิ่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง Mahatnirankun, Tantipipatwatanasakul, & Poomphaisanchai (1997) ให้ความหมายของคุณภาพชีวิตว่าเป็นระดับการมีชีวิตที่ดี มีความสุขและความพึงพอใจในชีวิตทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ สังคม อารมณ์ และการดำเนินชีวิตของปัจเจกบุคคลในสังคม เป็นการประสานการรับรู้ของบุคคลในด้านร่างกาย จิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม สิ่งแวดล้อมภายใต้วัฒนธรรม ค่านิยม และเป้าหมายในชีวิต

องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต

องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (Mahatnirankun, Silpakit, & Poomphaisanchai, 1998) ซึ่งแต่ละด้านมีความหมายดังนี้

1. ด้านร่างกาย คือ การรับรู้สภาพทางด้านร่างกายของบุคคล ซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน เช่น การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย รู้สึกสุขสบาย ไม่มีความเจ็บปวด การรับรู้ถึงความสามารถที่จะจัดการกับความเจ็บปวดทางร่างกายได้ การรับรู้ถึงพละกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นต้น

2. ด้านจิตใจ คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง เช่น การรับรู้ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อตนเอง ภาพลักษณ์ ความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ความมั่นใจในตนเอง การรับรู้ถึงความคิด ความจำ สมาธิ การตัดสินใจ และความสามารถในการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการจัดการกับความเศร้าหรือกังวล การรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อต่างๆ ของตนที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เป็นต้น

3. ด้านสัมพันธภาพทางสังคม คือ การรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม รวมทั้งการรับรู้ว่าตนได้เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคมด้วย รวมถึงการรับรู้ในเรื่องอารมณ์ทางเพศหรือการมีเพศสัมพันธ์

4. ด้านสิ่งแวดล้อม คือ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น อิสระ

ไม่ถูกกักขัง มีความปลอดภัยและมั่นคงในชีวิต การรับรู้ว่าได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดี ปราศจากมลพิษต่างๆ การคมนาคมสะดวก มีแหล่งประโยชน์ด้านการเงิน สถานบริการทางสุขภาพและสังคมสงเคราะห์ การรับรู้ว่าตนมีโอกาสที่จะได้รับข่าวสาร หรือฝึกฝนทักษะต่างๆ การรับรู้ว่าตนได้มีกิจกรรมสันทนาการ และมีกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นต้น

จากการทบทวนและรวบรวมความหมายของคุณภาพชีวิตดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพชีวิต หมายความว่า ระดับของความพึงพอใจในการดำรงชีวิตในสังคมโดยจะสัมพันธ์กับเป้าหมายและความคาดหวังของตนเอง ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวคิดและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องของครอบครัวแหว่งกลาง

ในประเทศไทยสัดส่วนครัวเรือนแหว่งกลางได้เพิ่มขึ้นอย่างมากทั้งในสังคมชนบทและสังคมเมือง (Lekfeakfuu & Matcharunboonmee, 2018) ปรากฏการณ์และแนวโน้มของครอบครัวแหว่งกลางในช่วงเวลาไม่ถึง 30 ปี (พ.ศ. 2530-2556) จำนวนครอบครัวแหว่งกลางในประเทศไทยมีเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า ปัจจุบันมีครอบครัวแหว่งกลางทั่วประเทศไทยมีจำนวน 405,615 ครอบครัว กระจายตัวอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีครอบครัวแหว่งกลางสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ ภาคเหนือร้อยละ 21.5 ภาคกลางร้อยละ 20.5 ภาคใต้ร้อยละ 8.2 และกรุงเทพมหานครร้อยละ 2.7 ทั้งนี้จำนวนครอบครัวแหว่งกลางที่พบมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนทั้งสิ้น 191,045 ครอบครัว โดย 3 จังหวัดแรกที่มีสัดส่วนครอบครัวแหว่งกลางสูงสุด ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ หนองบัวลำภู และร้อยเอ็ด (National Statistical Office, 2013)

สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแหว่งกลางหรือครอบครัวข้ามรุ่นพบว่า ร้อยละ 43.5 ของปู่ย่าตายายในวัยชราที่อาศัยอยู่ในครอบครัวแหว่งกลางยังต้องทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของบุตรหลาน ทั้งนี้เมื่อปี พ.ศ. 2555 ประมาณ 1 ใน 5 ของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในครอบครัวแหว่งกลางมีรายได้ครัวเรือนต่อหัวต่ำกว่าเส้นความยากจน (National Statistical Office, 2013) ความยากจนหรือการมีทรัพยากรที่จำกัดอาจจะส่งผลให้ครัวเรือนไม่สามารถผลิตหรือมอบปัจจัยนำเข้าให้กับเด็กได้ดีเท่าที่ควร ความยากจนหรือความขัดสนของครอบครัวเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาเด็กปฐมวัย (Kilenthong, 2020)

ครอบครัวแหว่งกลางมีโอกาสเกิดความขัดแย้งและความเครียดได้มาก เนื่องจากปู่ย่าตายายมีช่องว่างระหว่างวัยกับเด็ก เด็กที่ได้รับการเลี้ยงดูโดยปู่ย่าตายายนั้นมีพัฒนาการทางสติปัญญาที่ด้อยกว่าเด็กที่ได้รับการเลี้ยงดูโดยบิดา อีกทั้งเด็กกลุ่มนี้มีโอกาสเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาน้อยกว่า (Jampaklay, Tangchonthip, & Richter, 2016) รวมทั้งเด็กที่ได้รับการดูแลโดยปู่ย่าตายายที่สูงอายุมีแนวโน้มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงและมีพฤติกรรมเสี่ยงกว่าเด็กที่อยู่กับพ่อแม่ (Peak, Im-em, & Tanthanaset, 2015)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงผสานวิธี (Mixed Method) โดยมุ่งเน้นการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและวิจัยเชิงคุณภาพเป็นรอง มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 432 คน รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI)

กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลเชิงปริมาณคือผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่อยู่ในครอบครัวแหว่งกลาง กล่าวคือ เป็นผู้สูงอายุที่ดูแลเลี้ยงดูหลานเพียงลำพังโดยที่ไม่มีพ่อแม่เด็กอยู่ด้วยในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู ร้อยเอ็ด และสุรินทร์ จำนวน 417 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่ชัดของประชากรที่เป็นผู้สูงอายุใน

ครอบครัวแหว่งกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการดังนี้ (Vanichbancha, 2001)

$$n = [P(1 - P)Z^2] / e^2$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม โดยกำหนด 50%

Z แทน ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96

e แทน สัดส่วนในการคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (e = .05)

แทนค่าจากสูตร

$$n = [0.50(1 - 0.50)\ 1.96^2] / .05^2$$
$$= 384.16$$

จากสูตรที่ใช้ในการคำนวณ ผู้วิจัยจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384.16 คน แต่เพื่อความแม่นยำของการวิจัยครั้งนี้ จึงต้องการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็นทั้งหมด 417 คน

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) เป็นแบบ Rating scale 5 ระดับ ซึ่งได้มีการทดสอบคุณภาพเครื่องมือไว้แล้ว โดยคณะผู้พัฒนาคือ นายแพทย์สุวัฒน์ มหัตนิรันดร์กุล และทีมจากโรงพยาบาลสวนปรุง จังหวัดเชียงใหม่ และมีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.8406 ค่าความเที่ยงตรง เท่ากับ 0.6515 สำหรับการแปลผลแบ่งเกณฑ์ระดับคุณภาพชีวิตรายองค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์คะแนนแบ่งระดับคุณภาพชีวิต

คุณภาพชีวิต	ระดับคุณภาพชีวิต		
	ไม่ดี	กลางๆ	ดี
สุขภาพกาย	7-16	17-26	27-35
จิตใจ	6-14	15-22	23-30
สัมพันธภาพทางสังคม	3-7	8-11	12-15
สิ่งแวดล้อม	8-18	19-29	30-40
ภาพรวม	26-30	61-95	96-130

เมื่อเก็บข้อมูลแล้วเสร็จ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และใช้สถิติทดสอบ t-test และ One way ANOVA

2. วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อยู่ในครอบครัวแหว่งกลางที่เป็นผู้สูงอายุที่ดูแลเลี้ยงดูหลานเพียงลำพังโดยที่ไม่มีพ่อแม่เด็กอยู่ด้วย ยินดีให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับครอบครัวแหว่งกลาง ซึ่งในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู ร้อยเอ็ด และสุรินทร์ จำนวน 15 คน (จังหวัดละ 5 คน) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยเครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เมื่อเก็บข้อมูลแล้วเสร็จ จึงนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากงานวิจัยมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง จำนวน 417 คน และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง จำนวน 15 คน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มูลเหตุแห่งการเป็นครอบครัวแหว่งกลาง

จากผลการศึกษาพบว่า สาเหตุสำคัญที่เกิดเป็นครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 2 เหตุผลหลักคือ 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่แรงงานซึ่งเป็นพ่อแม่ของเด็กต้องอพยพย้ายถิ่นเพื่อหางานทำ เนื่องจากหากอาศัยอยู่ในพื้นที่เดิมจะไม่สามารถหารายได้เพียงพอเลี้ยงดูครอบครัว ส่วนใหญ่พ่อแม่เด็กเดินทางไปทำงานยังจังหวัดหัวเมือง (กทม. ภูเก็ต ขอนแก่น อุดรธานีฯลฯ) และไม่สามารถนำลูกไปดูแลด้วยได้ เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายจะสูงขึ้น ทำให้ปู่ย่าตายายต้องรับหน้าที่การดูแลหลานไปโดยปริยาย นอกจากนั้นในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การอพยพย้ายถิ่นเพื่อไปทำงานต่างประเทศมีจำนวนมากขึ้น ทั้งที่ถูกกฎหมาย

และผิดกฎหมาย (เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย ยุโรป) เนื่องจากแรงจูงใจด้านค่าตอบแทนที่สูงขึ้นนั่นเอง 2) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวรุ่นใหม่ที่มีความเปราะบาง ยกตัวอย่างเช่น พ่อแม่เด็กเลิกรา/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และต่างฝ่ายต่างมีครอบครัวใหม่ หรือการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น หรือพ่อแม่เด็กฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่ายหนีหายไปจากครอบครัวไม่สามารถติดต่อได้ ตลอดจนพ่อแม่เด็กเสียชีวิต เด็กไม่มีคนดูแลบทบาทการเป็นผู้ปกครองจึงเป็นปู่ย่าตายายหรือบุคคลอื่นในครอบครัวแทน

2. ลักษณะของการเป็นครอบครัวแหว่งกลาง

จากผลการศึกษาพบว่า เด็กส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับปู่ย่าตายายตั้งแต่แรกเกิด หรือ 3 เดือนหลังคลอด ส่วนใหญ่คนที่เลี้ยงดูเด็กจะเป็นตายายมากกว่าปู่ย่า หลายครอบครัวเด็กเรียก ปู่ย่าตายาย ว่า “พ่อแม่” ทั้งนี้ครอบครัวแหว่งกลางมาจากแม่เด็กตั้งครรภ์ช่วงก่อนอายุ 20 ปี และหลังจากนั้นส่วนใหญ่เลิกราหย่าร้างกับพ่อเด็ก

ครอบครัวแหว่งกลางที่พ่อแม่ย้ายถิ่นเพื่อการทำงาน พ่อแม่เด็กกลับมาเยี่ยมบ้างในช่วงวันหยุดเทศกาล (1-5 วัน) หรือกลับมาอยู่บ้านเป็นช่วงๆ ในหน้าเก็บเกี่ยวผลิตทางการเกษตร (2-3 เดือน) หรือกลับมารับเด็กไปอยู่ด้วยช่วงสั้นๆ เมื่อปิดเทอม อย่างไรก็ตามมีเด็กบางรายไม่เคยเจอพ่อแม่เลยตั้งแต่เกิด หรือเคยเจอเพียง 1-2 ครั้งเท่านั้น

เงินที่พ่อแม่ส่งกลับมาเลี้ยงเด็กไม่ค่อยเพียงพอ ปู่ย่าตายายส่วนใหญ่ยังคงต้องทำงานภาคเกษตรเพื่อหาเลี้ยงปากท้อง และมีรายได้จากเงินช่วยเหลือของรัฐบาล (เบี้ยผู้สูงอายุ เบี้ยคนพิการ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ)

3. ผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ในครอบครัวแหว่งกลางพบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบล ร้อยละ 67.15 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.14 มีอายุ 60-64 ปี ร้อยละ 39.61 รองลงมา อายุ 65-69 ปี ร้อยละ 31.30 และอายุตั้งแต่ 70 ปีขึ้นไป ร้อยละ 29.10 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 89.35 ส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 52.68 คือ โรคความดันโลหิตสูงและเบาหวาน ร้อยละ 37.75

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับการขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ร้อยละ 73.51 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 69.81 มีรายได้ต่อเดือน 2,001-4,000 บาท ร้อยละ 24.86 นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีที่มาของรายได้มาจากลูกทำงานส่งมาให้ ร้อยละ 45.49 รองลงมาคือ เบี้ยผู้สูงอายุ/เบี้ยคนพิการ/เงินอุดหนุนจากรัฐ ร้อยละ 41.81 และการทำงานประกอบอาชีพ ร้อยละ 12.22 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจ รายได้พอดีกับรายจ่าย ร้อยละ 54.48 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนหนี้สินมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 42.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในบ้าน 3 คน ร้อยละ 33.33 มีหลานอายุไม่เกิน 18 ปี ที่อยู่ในความดูแล จำนวน 1 คน ร้อยละ 51.75 หลานที่อยู่ในความดูแล อายุ 11-15 ปี ร้อยละ 38.64 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชน ร้อยละ 69.3 อย่างไรก็ตามมีความถี่ที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ความรู้ต่างๆ ที่ อปท./โรงเรียน/หน่วยงานอื่นๆ จัดขึ้น จำนวน 1-5 ครั้ง ร้อยละ 55.64 หัวข้อกิจกรรมที่เคยเข้าร่วมส่วนใหญ่คือ กิจกรรมจิตอาสาพัฒนาชุมชน ร้อยละ 23.42

4. ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง

ในภาพรวมผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับกลางๆ ร้อยละ 77.1 และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ร้อยละ 21.5 และเมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า ด้านจิตใจเป็นองค์ประกอบที่ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากที่สุดร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมร้อยละ 24.3 ด้านสัมพันธภาพ ร้อยละ 23.1 และด้านสุขภาพกายร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ทั้งนี้มีผลที่น่าสนใจดังนี้

4.1ด้านสุขภาพกาย ส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว ความดันโลหิตสูง เบาหวาน หัวใจ มีการเจ็บปวดในการเคลื่อนไหวบ้าง เช่น ปวดขา ปวดเข่า ปวดหลัง แต่ยังสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ได้รับการตรวจรักษาพร้อมทั้งรับยาและการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่องจากรพ.สต./รพ.ประจำจังหวัด และได้รับการดูแลจาก อสม. อย่างสม่ำเสมอ

"...เบาหวาน ความดัน ไขมัน หัวใจ ครบทุกจุด ... ต้องเหมารถเข้าไปในเมือง (รพ.ประจำจังหวัด)..."

"...ก็แข็งแรงดีอยู่ มีโรคเบาหวานกับความดัน หาหมอประจำ 3 เดือนมารับยาที่อนามัย..."

4.2 ด้านจิตใจ แม้จะเหนื่อยแต่มีความภูมิใจและสุขใจที่ได้เห็นหลานเติบโต ทำให้ผู้สูงอายุมีคนช่วยดูแลและไม่ถูกทอดทิ้งให้อยู่เพียงลำพัง ลดความเหงา ความว้าเหว่ ส่วนใหญ่ได้รับการติดต่อจากลูกและได้รับเงินจากลูกที่ไปทำงานส่งกลับมาแต่จำนวนเงินไม่มาก ทั้งนี้ผู้สูงอายุมีความกังวลเกี่ยวกับพฤติกรรมเสี่ยงของวัยรุ่น และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาของหลาน

"...ดูแลหลานมาลำบากอยู่ แต่ก็เป็นความภูมิใจ ปลื้มใจที่ได้เลี้ยงดูหลาน ก็เลี้ยงตามมีตามเกิด แต่พ่อแม่เค้าก็โอนตังมาให้อยู่ ทีละ 2,000-3,000 ว่ากันไป เราก็ทำหน้าที่เราไป..."

"...มีความสุขอยู่ ยายก็ทนแต่ว่ามีความสุขอยู่กับหลานเพราะไม่ดื้อรู้ฟัง เมื่อเช้าก็กอด แล้วเวลาเขาไปโรงเรียนก็บอกรักนะจุ๊บๆ มีกำลังใจขึ้นนะ..."

4.3 ด้านสัมพันธภาพทางสังคม มีความใกล้ชิดกันในครอบครัว เพราะดูแลหลานตั้งแต่แรกเกิด อีกทั้งมีญาติพี่น้องอยู่ในละแวกเดียวกัน ไปมาหาสู่กัน ช่วยเหลือกันสะดวก ในระดับชุมชน/วัด/ อปท. มีการทำกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุ

"...ครั้งแรกเพื่อนชวนมา (โรงเรียนผู้สูงอายุ) เขาบอกว่าสนุกดีจะได้เบิกตา จะได้ไม่ต้องอยู่แต่บ้านอะไรอย่างนี้ มาทุกครั้งเลย จะทำให้ชีวิตดูดีเบิกบานขึ้น...."

4.4 ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมีอาชีพเกษตรกรรม สำหรับความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยนั้น ผู้สูงอายุมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการดูแลของผู้นำชุมชน อปท. ดูแลความสงบเรียบร้อยดี รวมทั้งได้รับการดูแลจาก อสม. ชรบ. อผส.

"...ส่งเงินกลับมาก็ไม่เท่าไหร่หรอกยายก็ต้องหารับจ้างเสริม ทำนาทำอะไรมาช่วย..."

"...มีอะไรเขาก็พาไปทำ มาอนามัยมีหมอ.."

5. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบทางสถิติ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตรายด้าน				
	สุขภาพกาย	จิตใจ	สัมพันธภาพทางสังคม	สิ่งแวดล้อม	ภาพรวม
1. เพศ					
- ชาย	23.56	22.25	10.15	27.72	90.40
- หญิง	22.04	21.32	9.41	26.56	85.72
t	3.702*	2.397*	3.557*	2.573*	3.364*
p-value	.000	.017	.000	.010	.001
2. ระดับการศึกษา					
- ประถมศึกษา	22.45	21.57	9.64	26.89	87.16
- มัธยมศึกษาขึ้นไป	23.27	22.19	9.92	27.80	89.75
- ไม่ได้เรียนหนังสือ	20.38	20.18	8.94	24.94	79.81
F	3.185*	1.868	1.458	2.702	3.700*
p-value	.042	.156	.234	.068	.026

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบทางสถิติ (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตรายด้าน				
	สุขภาพกาย	จิตใจ	สัมพันธภาพทางสังคม	สิ่งแวดล้อม	ภาพรวม
3. อายุ					
- อายุ 60-64 ปี	23.28	22.01	9.81	27.69	90.05
- อายุ 65-69 ปี	22.31	21.34	9.71	26.34	86.04
- อายุ 70 ปีขึ้นไป	21.43	21.32	9.55	26.84	84.91
F	13.910*	2.688	.890	6.090*	9.523*
p-value	.000	.069	.411	.002	.000
4. โรคประจำตัว					
- ไม่มีโรคประจำตัว	23.91	22.29	9.75	27.37	90.22
- มีโรคประจำตัว	21.22	21.01	9.54	26.46	84.29
t	7.568*	3.748*	1.069	2.258*	4.741*
p-value	.000	.000	.286	.025	.000
5. การขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ					
- ไม่ได้ขึ้นทะเบียน	22.99	22.29	9.59	27.12	88.79
- ได้รับการขึ้นทะเบียน	22.27	21.32	9.64	26.78	86.52
t	1.686	2.437*	-.222	.739	1.548
p-value	.093	.015	.824	.460	.123
6. อาชีพ					
- ไม่ได้ประกอบอาชีพ	20.99	20.42	9.52	25.96	83.40
- เกษตรกร	22.99	22.15	9.66	27.33	88.67
- รับจ้างทั่วไป	21.00	20.80	9.79	26.07	84.38
- อื่นๆ	22.15	19.56	9.33	25.23	83.00
F	6.959*	9.127*	.351	4.312*	4.852*
p-value	.000	.000	.788	.005	.003
7. รายได้ต่อเดือน					
- ไม่เกิน 2,000 บาท	22.30	21.53	9.88	26.49	86.24
- 2001-4000 บาท	22.61	21.32	9.55	26.50	86.02
- 4001-6000 บาท	22.93	22.56	9.92	27.68	91.03
- มากกว่า 6000 บาท	22.90	21.58	9.15	27.56	88.20
F	0.519	2.197	2.500	2.307	2.862*
p-value	0.669	0.088	0.059	0.076	0.037
8. ที่มาของรายได้					
- การทำงาน	25.23	23.46	10.40	28.76	95.91
- เบี้ยผู้สูงอายุ/เบี้ยคนพิการ/เงินอุดหนุนจากรัฐ	21.68	21.27	9.56	26.24	84.99
- ลูกทำงานส่งมาให้	22.54	21.43	9.50	26.97	87.35
F	18.577*	7.510*	4.606*	7.615*	12.625*
p-value	.000	.001	.011	.001	.000

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบทางสถิติ (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตรายด้าน				
	สุขภาพกาย	จิตใจ	สัมพันธภาพทางสังคม	สิ่งแวดล้อม	ภาพรวม
9. การเป็นสมาชิกองค์กร					
- ไม่เป็นสมาชิกองค์กร	22.20	21.37	9.48	26.62	26.62
- เป็นสมาชิกองค์กร	22.99	22.02	9.97	27.45	27.45
t	-1.937	-1.692	-2.174*	-1.868	-2.404*
p-value	.054	.091	.031	.063	.017
10. ความถี่ที่เข้าร่วมกิจกรรม					
- ไม่เคยเข้าร่วมเลย	22.26	20.97	9.82	26.93	87.00
- เข้าร่วม 1-5 ครั้ง	22.40	21.69	9.45	26.78	86.61
- เข้าร่วมมากกว่า 5 ครั้ง	23.14	22.39	10.12	27.50	90.23
F	1.451	3.617*	4.000*	0.911	2.247
p-value	.236	.028	.019	.403	.107

* The mean difference is significant at the 0.05 level

จากตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์สถิติ การทดสอบค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ การมีโรคประจำตัว การขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้ การเป็นสมาชิกองค์กร และความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ รายละเอียดดังนี้

1. ผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในทุกด้าน (ค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเพศชายสูงกว่าผู้สูงอายุเพศหญิง)

2. ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านสุขภาพและด้านภาพรวม (ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้เรียนหนังสือ/ประถมศึกษา)

3. ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านภาพรวม (ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-64 ปี มีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไป)

4. ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านสุขภาพ ด้านจิตใจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านภาพรวม (ผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวมีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว)

5. ผู้สูงอายุที่ได้รับการขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านจิตใจ (ผู้สูงอายุที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐมีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่ได้ขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ)

6. ผู้สูงอายุที่มีอาชีพต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านสุขภาพกาย ด้านจิตใจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านภาพรวม (ผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ/อาชีพอื่นๆ)

7. ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านภาพรวม (ผู้สูงอายุที่มีรายได้ 4,001-6,000 บาท มีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ไม่เกิน 2,000 บาท และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 2,001-4000 บาท)

8. ผู้สูงอายุที่มีแหล่งที่มาของรายได้ต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในทุกด้าน (ผู้สูงอายุที่มีรายได้จากการทำงานมีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่รอ

เงินจากลูก/รอเงินช่วยเหลือจากภาครัฐ)

9. ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกในองค์กรต่างๆ เช่น อสม. (อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน) ชรบ. (ชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน) อพม. (อาสาสมัครพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ประจำหมู่บ้าน) อผส. (อาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุ) ฯลฯ มีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านภาพรวม (ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกในองค์กรต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้เป็นสมาชิกองค์กรใดเลย)

10. ผู้สูงอายุที่มีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างกันมีคุณภาพชีวิตต่างกันในด้านจิตใจ และด้านสัมพันธภาพทางสังคม (ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้สูงอายุที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเลย)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางมีคุณภาพชีวิตระดับปานกลางซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าผู้สูงอายุจะมีคุณภาพชีวิตไม่ดี อาจเนื่องมาจากรูปแบบการเป็นครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนานที่แรงงานจะอพยพย้ายถิ่นของแรงงานเพื่อหางานทำ บทบาทในการเลี้ยงดูหลานของผู้สูงอายุจึงเป็นเสมือนทางออกโดยปกติของการเคลื่อนย้ายแรงงาน (Thianlai & Hutaphaed, 2019; Kwalamthan, Ayuwat, & Narongchai, 2019) จึงทำให้ผู้สูงอายุแม้ว่าจะอยู่ในครอบครัวแหว่งกลางระดับคุณภาพชีวิตจึงอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคลที่น่าสนใจที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางคือ รายได้ส่วนใหญ่ต่อเดือนเฉลี่ยเท่ากับ 5,560 บาท ซึ่งเป็นรายได้ที่สูงกว่าเส้นความยากจนของประเทศไทยในปี 2560 ถึงกว่า 1 เท่า (เส้นความยากจนปี 2560 เท่ากับ 2,686 บาทต่อเดือน) (Office of the National Economic and Social Development Board, 2018) เกือบครึ่งได้รับเงินจากลูกหลานทำงานส่งมาให้ (ร้อยละ 45.97) สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุที่ให้เหตุผลว่าพ่อแม่ของเด็กอพยพย้ายถิ่นเพื่อการทำงานและส่งเงินกลับมาเลี้ยงครอบครัว และสอดคล้องกับเหตุผลที่ Jampaklay et al. (2013) ได้ระบุว่าปัจจัยสำคัญที่ทำเกิดครอบครัวแหว่งกลางสูงขึ้นเนื่องจากแรงจูงใจในการทำงานหาเงินเกื้อหนุนครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ชนบท การย้ายถิ่นจึงถูกมองว่าเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับเด็ก เพราะจะช่วยให้มีชีวิตที่ดีขึ้นและการให้ปู่ย่าตายายดูแลเด็กว่าเป็นกลยุทธ์ภายในครัวเรือนที่มีเหตุผลเข้าใจได้ในทางเศรษฐกิจ (Jampaklay, Tangchonthip, & Richter, 2016) รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Lekfeakfuu & Matcharunboonmee (2018) ที่กล่าวว่าครัวเรือนแหว่งกลางจะได้รับเงินส่งกลับที่มีมูลค่ามากกว่าครัวเรือนอื่นๆ จากการที่พ่อแม่ออกจากบ้านเพื่อหาโอกาสทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นจึงต้องฝากลูกโดยเฉพาะอายุต่ำกว่า 5 ปี ไว้กับปู่ย่าตายายก่อให้เกิดการเสียโอกาสในด้านการสะสมทุนมนุษย์ของลูก แม้เงินที่ส่งกลับจะมีมูลค่าสูง แต่กลับไม่เพียงพอที่จะชดเชยช่องว่างทางการสะสมทุนมนุษย์ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์พบว่าลักษณะของการส่งเงินกลับของพ่อแม่เด็กนั้น ไม่ได้มีความต่อเนื่องหรือสม่ำเสมอในทุกเดือน ทำให้พบว่ายังมีผู้สูงอายุอีกว่าร้อยละ 40 ยังคงมีรายได้เพื่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันจากเบี้ยผู้สูงอายุ/เบี้ยคนพิการ/เงินอุดหนุนจากรัฐ และมีผู้สูงอายุถึง 1 ใน 4 ที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท และมีเพียงประมาณ 1 ใน 10 เท่านั้น ที่ผู้สูงอายุมีรายได้จากการประกอบอาชีพด้วยตนเอง (ส่วนใหญ่เป็นอาชีพเกษตรกรรม) และกว่า 3 ใน 4 ของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ทำให้ภาพรวมสะท้อนให้เห็นว่าครัวเรือนแหว่งกลางครึ่งหนึ่งตกอยู่ในเส้นความยากจนเป็นกลุ่มที่ต้องได้รับการช่วยเหลือ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะโอกาสในการหางานทำมีอยู่อย่างจำกัด ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอ ปัจจุบันแม้ว่าจะได้รับเงินช่วยเหลือจาก

ภาครัฐ หรือเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ/เบี้ยผู้พิการ รวมถึงได้ขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ก็ยังทำให้ผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางยังคงประสบอยู่กับความยากจน อย่างไรนั้นจากผลการศึกษาแม้ว่าผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางจะมีสัดส่วนการทำงานประกอบอาชีพเพียงร้อยละ 12.22 แต่กลับพบว่าคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุกลุ่มนี้ดีกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ สอดคล้องกับงานของ Srijakkot et al. (2016) ที่พบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุคือ ภาวะเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับรายได้ของผู้สูงอายุ กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่สามารถทำงานได้หรือสามารถทำงานหาเงินได้ด้วยตนเองจะมีคุณภาพชีวิตที่ดี และยังสอดคล้องกับงานของ Srithanee (2017) ที่กล่าวว่าภาวการณ์มีงานทำโดยเฉพาะผู้สูงอายุตอนต้นที่ยังมีสุขภาพที่แข็งแรงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบที่ดีต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ รวมทั้งงานวิจัยของ Jornburom & Suthawatnatch (2020) ที่ระบุว่าการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะสุขภาพจิตของผู้สูงอายุในครอบครัวข้ามรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นสิ่งที่รัฐบาลควรผลักดันมากกว่าการให้เงินอุดหนุนคือ การสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุจากการประกอบอาชีพ เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นให้มากขึ้น ซึ่งในประเด็นนี้เป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ประชากรสูงวัยของประเทศ (Secretariat of the Cabinet, 2019) แต่ทั้งนี้ประเด็นด้านการให้เงินอุดหนุนจากภาครัฐสำหรับผู้สูงอายุยังมีความจำเป็นที่จะช่วยเหลือคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ เพราะจากผลการสัมภาษณ์พบว่า เงินที่ได้จากรัฐทั้งเบี้ยยังชีพ/เบี้ยผู้สูงอายุ/เงินในบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ไม่เพียงนำมาใช้จ่ายในชีวิตประจำวันส่วนตัวของผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ยังเป็นเงินที่ใช้เพื่อให้หลานนำไปโรงเรียนอีกด้วย สอดคล้องกับผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในปี 2558 พบว่า การได้รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุทำให้โอกาสในการเป็นครัวเรือนยากจนลดลง (National Statistical Office, 2016) แต่ข้อสังเกตที่พบจากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุพบว่าหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐมีความไม่ชัดเจน รวมถึงไม่ทราบข่าวการขึ้นทะเบียนทำให้ลงทะเบียนไม่ทันเวลา อีกทั้งการใช้ดุลยพินิจของผู้ใหญ่บ้านประกอบคำรับรองทำให้ผู้สูงอายุที่อยู่ในฐานะยากจนหลายรายไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ

สิ่งสำคัญในการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางคือ การได้เป็นสมาชิกองค์กรต่างๆ เช่น อสม. ชรบ. อพม. อผส. ฯลฯ ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสัมพันธภาพทางสังคมและด้านภาพรวม ตลอดจนการที่ผู้สูงอายุได้มีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่นมากกว่า 5 ครั้ง มีคุณภาพชีวิตด้านจิตใจและด้านสัมพันธภาพทางสังคมที่ดี ดังนั้นควรมีสนับสนุนการรวมกลุ่มกันของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการสร้างการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นให้ผู้สูงอายุสามารถร่วมกลุ่มกันทำกิจกรรมด้วยตนเองมากขึ้นในท้องถิ่น ทั้งนี้จากผลการผู้สูงอายุพบว่า การทำกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุ เป็นรูปแบบการทำกิจกรรมที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จากงานวิจัยของ Sombutboon, Prakas, & Eiu-Seeyok (2019) ได้สรุปแนวทางการจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุควรคำนึงถึงกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการเคลื่อนไหวร่างกาย กิจกรรมที่สร้างความสดชื่นแจ่มใส กิจกรรมที่สร้างให้เกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าในตนเอง และกิจกรรมที่พบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน เป็นต้น ส่วนใหญ่กิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุดำเนินการจัดการโดย อปท. มากกว่าที่จะเกิดจากการจัดตั้งจากชมรมผู้สูงอายุ ทำให้งบประมาณในการดำเนินการจะใช้จากงบประมาณของท้องถิ่นและงบประมาณจากกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นหลัก ในการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุเป็นการจัดกิจกรรมจบเป็นครั้งๆ ไป ยังไม่มีระบบการติดตามประเมินผล

โครงการ และลักษณะของการฝึกอาชีพยังขาดช่องทางการวางขายเป็นเพียงกิจกรรมที่ฝึกให้ทำเพียงเท่านั้น แต่หากโรงเรียนผู้สูงอายุดำเนินการจากชมรมผู้สูงอายุ เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุบ้านสว่าง จังหวัดร้อยเอ็ด รูปแบบการดำเนินงานจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุดำเนินการเองเป็นหลัก สามารถดำเนินการเขียนของบประมาณจากหน่วยงานอื่นได้ด้วยตนเอง (จดทะเบียนเป็นองค์การสาธารณประโยชน์) ผู้สูงอายุมีส่วนในการขับเคลื่อนการเรียนรู้ด้วยตนเอง กลุ่มวิทยากรเป็นผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการเกษียณ สอดคล้องกับข้อคิดเห็นงานวิจัยของ Rojpaisarnkit & Kreingkaisakda (2017) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานเพื่อพัฒนาสุขภาวะผู้สูงอายุในชุมชนต้องดำเนินการภายใต้การสนับสนุนและความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายหนุนเสริมการดำเนินการผ่านการจัดการระบบการพัฒนาสุขภาวะผู้สูงอายุในชุมชน โดยมีกลไกการดำเนินงานคือ ระบบบริหารจัดการชมรมผู้สูงอายุ และการดำเนินการอย่างมีส่วนร่วม โดยมีแกนนำผู้สูงอายุและผู้สูงอายุจิตอาสาในชุมชนเป็นกลไกด้านทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ ดังนั้นควรมีการถอดบทเรียนโรงเรียนผู้สูงอายุกลุ่มนี้เป็นต้นแบบให้กับพื้นที่ข้างเคียง เพื่อผลักดันให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในโรงเรียนผู้สูงอายุให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันแนวโน้มการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุจะเป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานที่ทุกท้องถิ่นจะต้องมี เพื่อเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไทยให้ดีขึ้น

สรุปผล

1. ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตต่ำที่สุดคือ ด้านสุขภาพกาย เนื่องจากส่วนใหญ่มีโรคประจำตัวและต้องรับประทานยาและพบแพทย์อย่างต่อเนื่อง สำหรับค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตที่สูงที่สุดคือ ด้านจิตใจ เป็นเพราะการอยู่ในครอบครัวที่ต้องดูแลหลานทำให้รู้สึกไม่โดดเดี่ยวและมีความรู้สึกภาคภูมิใจ อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุก็ยังมีความกังวลเกี่ยวกับการหาเงินเพื่อใช้ดำรงชีวิตและกังวลเกี่ยวกับอนาคตทางการศึกษาของหลานด้วย

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลาง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา โรคประจำตัว การขึ้นทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ แหล่งที่มารายได้ สถานะทางเศรษฐกิจ การเป็นสมาชิกองค์กร และความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ในภาพรวมบทบาทการทำงานของภาครัฐ/อปท. ทั้งในเรื่องของการจ่ายเบี้ยยังชีพ การทำกิจกรรมผู้สูงอายุ ตลอดจนการดูแลของ อสม. เป็นส่วนสำคัญในการดูแลคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในครอบครัวแหว่งกลางในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.1 กิจกรรมที่จัดขึ้นของ อปท. ควรมุ่งเน้นการทำงานและการสร้างรายได้ของผู้สูงอายุ และระบบที่จะมารองรับ เช่น การหาตลาดรองรับ เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลอย่างมากต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

1.2 จัดโครงการเสริมสร้างทักษะสำหรับเจ้าหน้าที่อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน/อาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุเพื่อให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการดูแลเด็กในช่วงปฐมวัย-เด็กวัยรุ่นให้กับผู้สูงอายุที่เลี้ยงหลาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งถัดไป

ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการตามบริบทของผู้สูงอายุก่อนเป็นสำคัญ อีกทั้งควรมีการศึกษาล่วงหน้าในกลุ่มที่ยังไม่ใช่ผู้สูงอายุในขณะนี้แต่เป็นกลุ่มที่จะต้องเป็นผู้สูงอายุในวันหนึ่งข้างหน้า เพื่อจะได้มีการวางแผนในระดับนโยบายได้อย่างเหมาะสม

References

Jampaklay, A., Tangchonthip, K., & Richter, K. (2016). *The Impact of Internal Migration on Early Childhood Well-Being and Development: Baseline Results of Quantitative and Qualitative Surveys.* Bangkok: UNICEF Thailand.

Jampaklay, A., Vapattanawong, P., Tangchonthip, K., Richter, K., Phaiyapai, N., & Prasitprasom, C. (2013). *How are Your Children When Their Parents Migrate to the CLAIM Project.* Nakhon Pathom: Research Institute Population and Society, Mahidol University. [in Thai]

Jornburom, Y. & Suthawatnatch, S. (2020). Factors. Related to Mental Health Status of the Elderly in Transgenerational Family. *Thai Journal of Nursing, 69*(3), 20-26. [in Thai]

Kilenthong, W. (2020). *The Report of School Readiness for Childhood.* Bangkok: Institute for Policy Evaluation and Design (RIPED), University of the Thai Chamber of Commerce. [in Thai]

Kirdruang, P. (2019). *Well-Being and Economic Factors of Skipped-Generation Households in Thailand*. Bangkok: Thailand Science Research and Innovation (TSRI). [in Thai]

Kwalamthan, W., Ayuwat, D., & Narongchai, W. (2019). Happiness Elementsof Skipped-Generation Families in Rural North-eastern, Thailand. *KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences, 7*(3), 103-115. [in Thai]

Lekfeakfuu, N. & Matcharunboonmee, T. (2018). *The Role of Household Condition on Quality Development for Future Labor Force.* Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF) Press. [in Thai]

Peak, K., Im-em, W., & Tanthanaset, R. (2015). *Thai Population Situation Report B.E.2015: The Face of Thai Families of Young Age and Longevity.* Bangkok: United Nations Population Fund.

Mahatnirankun, S., Silpakit, P., & Poomphaisanchai, W. (1998). *Quality of Life of Thai People in the State of Economic Crisis*. Chiang Mai: Suan Prung Hospital. [in Thai]

Mahatnirankun, S., Tantipipatwatanasakul, V., & Poomphaisanchai, W. (1997). *Comparison of the Quality of Life Test of the World Health Organization: 100 Indicators and 26 Indicators*. Bangkok: Ministry of Public Health. [in Thai]

National Statistical Office. (2013). *Survey of Working Conditions of Population in the 3rd Quarter*. Bangkok: Office National Statistics. [in Thai]

National Statistical Office. (2016). The 2015 *Household Socio-Economic Survey, Whole Kingdom.* Bangkok: National Statistical Office. [in Thai]

National Statistical Office. (2019). *The 2019 Migration Survey*. Bangkok: National Statistical Office. [in Thai]

Office of the National Economic and Social Development Board. (2018). *Situation Analysis Report Poverty and Inequality in Thailand.* Bangkok: Office of the Development Board National Economy and Society. [in Thai]

Rerkrattanaprateep, S. & Songthap, A. (2018). Skipped-generation Households. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanity, 8*(3), 13-19. [in Thai]

Rojpaisarnkit, R. & Kreingkaisakda, W. (2017). Development of Guidelines for Implementation of the Community for Developing Well-being of the Elderly. *Journal of the Association of Researchers, 22*(1), 81-97. [in Thai]

Secretariat of the Cabinet. (2019). *Policy Statement of the Cabinet General Prayut Chan-o-cha Statement to Parliament.* Retrieved July 25, 2019, from http://www.soc.go.th/acrobat/history_62.pdf [in Thai]

Sombutboon, J., Prakas, N., & Eiu-Seeyok, B. (2019). Happiness of Thai Elderly in Thailand 4.0. *Journal of Phrapokklao Nursing College, 30*(2), 219-228. [in Thai]

Srijakkot, J., Silarat, M., Sangsuwan, J., Boonyaleepan, S., & Srisanpang, P. (2016). Quality of Life of Elderly People Who Work in Northeast Socio-Cultural Context. *Journal of Nursing and Health Care, 34*(2), 41-48. [in Thai]

Srithanee, K. (2017). Relationship between Health Literacy and Quality of the Elderly's Life at the Central Part of the North-East Thailand. *Journal of Health Systems Research, 11*(1), 26-36. [in Thai]

Thianlai, K. & Hutaphaed, W. (2019). Distance People: Communication of Skipped-Generation Household. *Journal of Social Development, 21*(1), 59-75. [in Thai]

Vanichbancha, K. (2001). *Statistical principles* (6th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]

Name and Surname: Uraiwan Runghairun
Highest Education: Master of Arts (Mass Communication), Thammasat University
Affiliation: Institute of Continuing Education and Human Resources of Thammasat University
Field of Expertise: Elderly and Quality of life

น้ำในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

THE IMPORTANCE OF WATER IN WAY OF LIFE RESIDENTS THE CANAL OF THE UPPER BANGKOKNOI, NONTHABURI PROVINCE

สำราญ จูช่วย
Sumran Juchooy
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
Faculty of Liberal Arts, Rajapruk University

Received: May 27, 2020 / Revised: October 20, 2020 / Accepted: October 26, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาและความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในมิติแห่งความสุข โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่เป็นบุคคลสำคัญ มีชื่อในทะเบียนราษฎร์และเป็นหัวหน้าครอบครัวที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน และเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) กับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่เป็นผู้นำชุมชน จำนวน 30 คน พบว่า 1) น้ำมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ด้านธรรมชาติที่สัมพันธ์กับอาชีพ ด้านความเชื่อเกี่ยวกับโลกและจักรวาลที่สัมพันธ์กับชะตาชีวิตคน ด้านศาสนา ความศรัทธาเชื่อในความผูกพันที่มีศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวภายใต้น้ำใจต่อกัน ด้านวัฒนธรรมประเพณีมีความพึงพอใจประเพณีทางน้ำที่เกี่ยวข้องเป็นภูมิปัญญาในวิถีชีวิต 2) น้ำมีความสัมพันธ์กับมิติแห่งความสุขในวิถีชีวิต ด้านความยืนยาวในชีวิตมากที่สุด ด้วยมีความสุขจากสังคมรอบข้าง รองลงมาเป็นมิติแห่งความสุข ด้านความพอใจในชีวิตที่พอเพียงแบบดั้งเดิม และมิติแห่งความสุข ด้านการมีประเพณีทางน้ำที่หลอมรวมให้กลมกลืนกับธรรมชาติที่มีอยู่ของชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

คำสำคัญ: น้ำในวิถีชีวิต ชุมชนริมคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี

Abstract

The objective of this research is to study the importance of water as related to local wisdom and way of life of residents in communities along upper Bangkok Noi Canal. This research was a mixed method research involving quantitative and qualitative research methodologies. In the quantitative research, a questionnaire was used as the research tool to collect data from the research sample consisting of 100 important persons, aged 40 years or over, who were family heads and whose names appeared in the civil registration. In the qualitative research, a focus group discussion was conducted involving 30 purposively selected community leaders.

Corresponding Author
E-mail: sumran.rc111@Gmail.com

The research tool was a form containing issues for focus group discussion. The research results show that (1) water is important as related to local wisdom and way of life of residents in communities along the upper Bangkok Noi Canal in Nonthaburi province as follows: the element of nature related to occupation, the element of beliefs concerning the world and the universe related to human faith, the religious element related to the faith in religion as the spiritual attachment under the care for the others, and the culture and tradition element concerning the satisfaction with water traditions related to the way of life wisdom; and (2) water is related at the top level to the way of life element of happiness in terms of longevity in life with the happiness from surrounding society, to be followed by the relationship with the element of happiness in terms of the satisfaction with the traditional sufficiency way of life, and the relationship with the element of happiness in terms of having the water traditions which are harmoniously combined with the existing nature of the communities along the upper Bangkok Noi Canal in Nothaburi province.

Keywords: Water in Way of Life, Community along Bangkok Noi Canal, Nonthaburi Province

บทนำ

สังคมไทยเป็นสังคมที่ต้องพึ่งพาน้ำมาตั้งแต่โบราณ ด้วยเป็นสังคมเกษตรกรรมที่ต้องพึ่งฟ้าฝนในการเพาะปลูกพืชพันธุ์ต่างๆ ในการดำรงชีพ รวมถึงการใช้น้ำเพื่อบริโภค และชำระร่างกายในชีวิตประจำวัน น้ำจึงเป็นที่มาของการเกิดวัฒนธรรมและประเพณีทางน้ำ การดำรงชีพ การค้าขาย การสัญจรตามวิถีคลองสายน้ำต่างๆ ในน้ำ นอกจากมีปลาแล้วยังมีสัตว์น้ำหลากหลายชนิดที่เป็นอาหารสำคัญของคนไทย และบ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ของสายน้ำมีที่อยู่อาศัยของคนไทย ด้วยคำพูดที่ว่า “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” (Phlainoi, 2017) สองสิ่งนี้เป็นที่มาของวิถีชีวิตคนริมน้ำ ทั้งยังเป็นวัฒนธรรมในการสื่อสาร ด้วยคำพูดกันอยู่ในเวลานี้ว่า “กินข้าวกินปลาหรือยัง” ข้าว ปลา และน้ำจึงเป็นของคู่กัน เมื่อมีน้ำก็มีปลา และมีนาก็มีข้าว ดังจะเห็นว่าการสร้างบ้านเมืองของคนไทยสมัยโบราณจะยึดชัยภูมิแหล่งน้ำเป็นสำคัญคือ จะต้องมีบึงใหญ่หรือมีแม่น้ำสายใหญ่ไหลผ่าน เพราะผู้คนต้องอาศัยน้ำในชีวิตประจำวัน วิถีชีวิตของคนไทยที่อาศัยอยู่ริมน้ำลำคลอง ต่างมีความสะดวกสบายในการใช้น้ำที่หลากหลาย การเรียนรู้ในวิถีการดำเนินชีวิตด้วยถูกสั่งสอน เกิดเป็นภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันสัมพันธ์กับน้ำ ครั้นเมื่อผู้คนขยับขยายขึ้นมาอยู่บนบกกันมากขึ้น และอยู่ไกลแม่น้ำออกไป จึงเกิดความจำเป็นต้องขุดคลองชักน้ำเข้าไปใช้ นอกจากนี้การเกษตรก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้น้ำมากขึ้น จะพึ่งน้ำฝนตามธรรมชาติ เพียงอย่างเดียวก็ไม่ได้ เพราะไม่มีความแน่นอน ด้วยเหตุดังกล่าวพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) จึงมีพระราชดำริให้มีการวางแผนปรับปรุงระบบชลประทานของประเทศให้ดีขึ้น ด้วยการขุดคลอง ทำรางน้ำ และปิดกั้นทำนบให้มีการทดน้ำ ใช้น้ำตามความต้องการ (Phlainoi, 2017) ดังจะเห็นว่า เมื่อปี ร.ศ. 90 (พ.ศ. 2414) รัฐบาลได้อนุญาตให้บริษัทขุดคลอง และคูนาสยามทำการขุดคลองในแถบทุ่งหลวง คลองรังสิต เมืองปทุมธานี ได้คลองยาวรวมกันประมาณ 12,000 กิโลเมตร และขุดลอกคลองต่างๆ เช่น คลองแสนแสบ คลองภาษีเจริญ คลองดำเนินสะดวก โดยขุดคลองให้ลึกไปอีก ทำให้การไหลของน้ำดียิ่งขึ้นเป็นการเรียนรู้เพื่อการอยู่รอด เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตคนที่ต้องพึ่งพาสายน้ำ

จวบกระทั่งปัจจุบันนี้

ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) พระองค์ทรงเป็นห่วงเกษตรกรที่ต้องอาศัยน้ำเป็นปัจจัยสำคัญ ได้ทรงเป็นพระราชภาระหาแหล่งน้ำ วิธีเก็บน้ำ หาวิธีป้องกันน้ำท่วม และการระบายน้ำ สิ่งเหล่านี้ถ้าไม่รีบแก้ไขอย่างจริงจังและโดยเร็วแล้ว ความแห้งแล้งกันดารการขาดน้ำก็จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอน เพราะต้นน้ำลำธาร ป่าเขา ถูกทำลายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันวิถีชีวิตของคนไทยที่เกี่ยวกับน้ำได้เปลี่ยนไปมาก น้ำที่เคยมีปลาก็เหลือน้อยลงหรือหมดไป ลำคลองที่มีน้ำเคยสะอาดใช้ดื่มกินได้ก็กลายเป็นคลองเน่าเหม็น ไม่มีใครคิดมาก่อนเลยว่าคนไทยจะต้องซื้อน้ำดื่ม ด้วยน้ำมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน (Aeusrivongse, 2016)

นอกจากนี้พระราชพิธีในสมัยโบราณ พระเจ้าแผ่นดินต้องประกอบพระราชพิธีเกี่ยวกับน้ำอยู่หลายเรื่อง แม้จะเป็นเพียงพระราชปฏิบัติเพื่อให้เกิดขวัญและกำลังใจก็ตาม เช่น ประเพณีแข่งเรือเสี่ยงทาย พระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระมหากษัตริย์ในอดีตจนถึงปัจจุบัน จำเป็นต้องใช้น้ำเสกเป็นพระพุทธมนต์หรือน้ำเทพมนต์ โดยใช้น้ำจากแม่น้ำสายสำคัญในการประกอบพระราชพิธี และในทางพุทธศาสนายังใช้น้ำประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น ประเพณีเทศน์มหาชาติ ซึ่งปฏิบัติหลังออกพรรษา ขณะน้ำยังท่วมทุ่ง ชาวบ้านจะเก็บดอกบัวมาประกอบพิธีในประเพณีเทศน์มหาชาติ และเดือน 12 น้ำจะทรงตัว เชื่อกันว่าวันเพ็ญเดือน 12 เป็นคืนพระจันทร์สว่าง ชาวบ้านจะมีความเชื่อที่ต่างกันไป แต่ที่ชาวบ้านลอยกระทงนั้นมีความเชื่อว่า เป็นการขอบคุณเทพแห่งสายน้ำที่ทำให้มนุษย์อยู่อย่างมีความสุข (Phlainoi, 2017) นอกจากนี้ความเชื่อเรื่องน้ำมนต์ศักดิ์สิทธิ์ยังเป็นคติในทางพุทธศาสนาที่ให้ขวัญกำลังใจ เมื่อได้รับการปะพรมน้ำมนต์จะทำให้ชีวิตดีขึ้น คนไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันจึงมีความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา เกิดความศรัทธาก่อให้เกิดความรัก เป็นมิติแห่งความสุขที่เกิดขึ้นภายใต้สายน้ำเดียวกันชุมชนเดียวกันภายใต้ชาติพันธุ์หลากหลายที่มาอยู่รวมกัน ปฏิบัติประเพณีต่างๆ ด้วยความเชื่อถือศรัทธา ความสุขกายและสุขใจ เป็นที่ยึดเหนี่ยวในการรวมกลุ่มชนให้มีการดำเนินชีวิตไปในทิศทางเดียวกัน

ด้วยความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิถีชีวิตริมคลองบางกอกน้อยตอนบนที่มีความเป็นอยู่เกี่ยวพันกับน้ำทุกขั้นตอนของชีวิตและมีภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตในชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐาน มีลักษณะขนานลำน้ำของคลองบางกอกน้อยสู่แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นสังคมหรือชุมชนหนึ่งที่มีกิจกรรมทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการกิน การดื่ม การพูด การเขียน การคิด การทำงาน การละเล่น การติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่ม เกิดการถ่ายทอดความรู้ในการประกอบอาชีพ การปรับตัวอยู่กับน้ำทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยมีวัฒนธรรมของสายน้ำเข้ามาเกี่ยวข้อง จากการเรียนรู้ การสั่งสอนเป็นภูมิปัญญาที่นำมาใช้ในการดำรงชีพ เกิดเป็นความสุขในครอบครัวตามแบบฉบับของการดำเนินชีวิตเกี่ยวข้องผูกพันกับสายน้ำ ดังนั้นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจึงสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน มีการเรียนรู้ในการอยู่ร่วมกับน้ำ มีความเชื่อโดยมีสายน้ำโอบล้อมชุมชนริมคลองบางกอกน้อย จึงเป็นชุมชนที่ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมประเพณีทางสายน้ำที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้ในอดีตและมีมิติแห่งความสุขที่เกิดขึ้นที่ควรศึกษาในวิถีชีวิตของคนริมน้ำ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของน้ำในมิติแห่งความสุขในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

จากหนังสือชีวิตริมคลองของ ส.พลายน้อย (Phlainoi, 2017) ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของคลองและวิถีชีวิตว่า คลองมีความจำเป็นอย่างมากในสมัยโบราณ ประชาชนอาศัยคลองเป็นที่ทำมาหากินมีวิถีการใช้น้ำในชีวิตประจำวัน เป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งในสมัยโบราณคนจะใช้แพเป็นที่อยู่อาศัย และใช้แพเพื่อการค้า คนที่อยู่แพส่วนมากเป็นชาวจีนมีอาชีพค้าขาย ส่วนแพของคนไทยใช้เป็นที่อยู่อาศัย แพค้าขายในสมัยก่อนมีสินค้าแทบทุกชนิดขาย เช่น ของแห้ง ของชำ และของป่า ซึ่งตลาดบกไม่มีขาย ดังนั้นคนที่มีบ้านเรือนอยู่ริมน้ำจึงเป็นประโยชน์ต่อชาวไร่ชาวสวนที่จะนำผลผลิตของตนออกมาจำหน่าย เพราะในสมัยก่อนการคมนาคมมีแต่ทางเรือ การขนส่งสินค้าต้องใช้เรือ ชีวิตของคนไทยในสมัยโบราณจึงผูกพันอยู่กับลำคลองมาก ชีวิตตามแม่น้ำลำคลองเริ่มซบเซาเมื่อการคมนาคมทางน้ำเริ่มหมดความสำคัญลงไป เนื่องจากมีการตัดถนน การขนส่งสินค้าจึงเปลี่ยนมาใช้รถเพราะรวดเร็วและสะดวกกว่าทางน้ำ รัฐบาลเมื่อสมัย 50 กว่าปีก่อนพยายามรักษาแม่น้ำลำคลองให้สะอาด จึงออกระเบียบห้ามให้มีแพและเรือลอยในลำน้ำ ด้วยเหตุนี้ผู้คนจึงอพยพขึ้นไปอยู่บนบก โดยจับจองพื้นที่สร้างที่อยู่อาศัยริมน้ำริมคลองเป็นหลัก

จะเห็นว่าน้ำเกี่ยวพันกับสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการกำหนดรูปแบบชุมชน และวิถีชีวิตตามความเป็นอยู่ของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ลักษณะภูมิศาสตร์ที่มีน้ำเป็นแกนสำคัญ น้ำจึงผูกพันแทรกซึมเกี่ยวข้องกับชีวิตคนไทยมานาน นับตั้งแต่เรื่องของพิธีกรรม วรรณกรรม นาฏศิลป์ จิตรกรรม ปฏิมากรรม ตลอดทั้งสถาปัตยกรรม รวมทั้งเรื่องของเศรษฐกิจของชุมชนที่ปรากฏออกมาในรูปแบบคล้ายกันในทุกๆ วัน บางครั้งวิถีชีวิตคนที่สัมพันธ์กับน้ำ และการดำเนินชีวิตของคนที่ต้องพึ่งพาอาศัยน้ำในการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆ ของแต่ละบุคคล แต่เป้าหมายที่แท้จริงของมนุษย์อาจไม่แตกต่างกัน นั่นก็คือ ชีวิตที่มีความเจริญงอกงามและมีความสุข จะต่างก็เพียงแต่วิธีการหรือวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งแต่ละบุคคลเลือกที่จะเดินทางไปสู่เป้าหมายของตนเอง การดำเนินชีวิตหรือวิถีชีวิตของแต่ละบุคคลย่อมเป็นผลมาจากแนวคิดที่เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ของบุคคลนั้นๆ ในรูปแบบวัฒนธรรม จึงหมายถึงทุกสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นรูปธรรมและเป็นนามธรรม สืบทอดมานับตั้งแต่อดีตผ่านการเรียนรู้ คิดค้น ดัดแปลง เพื่อสนองความต้องการและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ โดยมีวิวัฒนาการสืบทอดต่อกันอย่างมีแบบแผน เพื่อให้เกิดความเจริญ รุ่งเรือง และมั่นคงในสังคม (Sanguansangu, 2002) วิถีชีวิตและภูมิปัญญาจึงเป็นสิ่งสะท้อนถึงความสามารถของผู้คนในท้องถิ่นนั้น ที่เกิดจากการสั่งสมสติปัญญาความรู้ที่หลากหลาย และการปรับตัวผสมผสานให้เกิดความกลมกลืนกับธรรมชาติ การประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการอาศัยอยู่ริมน้ำลำคลองที่มีการสืบทอดเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ กระบวนการความรู้เหล่านี้ได้ผ่านการสั่งสมมาหลายชั่วอายุคนจนสืบทอดเป็นวิถีในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสังคมไทย ดังนั้นจะเห็นว่าการดำรงอยู่ในสังคมได้ โดยมีสังคมเป็นกรอบใหญ่ และแต่ละโครงสร้างทำหน้าที่ต่างๆ ในสังคมมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่างๆ มีการปรับตัวเข้าหากัน ดำเนินกิจกรรมภายใต้กรอบของวัฒนธรรมที่ยึดถือปฏิบัติเกิดเป็นการกระทำในทิศทางเดียวกัน ซึ่งวิถีชีวิตของคนไทยที่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมเดียวกัน เป็นสายใยเชื่อมโยงแนวคิด การกระทำ จะดำเนินไปตามสิ่งแวดล้อมวิถีธรรมชาติที่อยู่รอบตัว

การศึกษาเรื่องน้ำในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ได้ศึกษาตามกรอบแนวคิดความสำคัญของน้ำ และเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา และน้ำสัมพันธ์กับมิติแห่งความสุขที่ผู้วิจัยได้ลงศึกษาในเบื้องต้นจึงได้นำมาสร้างเป็นกรอบในการศึกษาที่ค้นพบประเด็นองค์ประกอบแห่งความสุข 3 ด้านด้วยกันคือ ด้านความยืนยาวในชีวิต ด้านความพอใจในชีวิต และด้านความต้องการบริโภคน้ำตามธรรมชาติ รวมถึงศึกษาภูมิปัญญาที่สั่งสมเป็น

ประสบการณ์สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตตามหลักการของนักวิชาการผู้รู้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายดังนี้

Thongdee (1999) ได้ให้แนวความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ในการปรับตัว และดำรงชีพในระบบนิเวศน์ หรือสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมที่ได้มีการพัฒนาสืบสานกันมา เป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวให้คนมีชีวิตรอดในสภาวะต่างๆ และได้แลกเปลี่ยนสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่น จากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กัน จึงรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น เป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีต ประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากิน และพิธีกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้ เป้าหมายก็คือ เพื่อให้เกิดความสุขทั้งในส่วนที่เป็นชุมชน หมู่บ้าน และในส่วนที่เป็นปัจเจกบุคคลของชาวบ้านเอง ถ้าหากเกิดปัญหาทางด้านความไม่สมดุลกันขึ้นก็จะก่อให้เกิดความไม่สงบสุข เกิดปัญหาในหมู่บ้านหรือชุมชน ซึ่งชาวบ้านรู้จักวิธีการทำนา ไถนา การเอาควายมาใช้ในการไถนา การรู้จักนวดข้าวโดยใช้ควาย รู้จักสานกระบุง ตะกร้า นำไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม้สอยในชีวิตประจำวัน รวมทั้งรู้จักนำดินขี้เกลือมาแช่น้ำ ต้มให้เหือดแห้งเป็นเกลือสินเธาว์ ก็เรียกว่าภูมิปัญญาทั้งสิ้น ภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่สั่งสมมาแต่อดีต ซึ่งในเหตุแห่งการเรียนรู้ด้านหนึ่ง นอกจากจะเป็นเรื่องของภูมิธรรมแล้วยังหมายถึงศักยภาพในการประสานความรู้ใหม่มาใช้ประโยชน์ด้วย ซึ่งเอื้อให้เกิดทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะสากล และลักษณะเฉพาะของเราเองให้เกิดองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับแนวคิด วิเคราะห์ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของตนเองจนหลอมรวมเป็นแนวความคิดในการแก้ปัญหาที่เป็นลักษณะของตนเองที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัยในการแก้ไขปัญหาการดำรงชีวิตที่เกิดเป็นมิติแห่งความสุข

World Health Organization (2017) ได้จัดประชุมเพื่อกำหนด “วิสัยทัศน์ประเทศไทย” เพื่อมุ่งสู่ “สังคมแห่งความสุขร่วมกัน” (Green and Happiness Society) โดยแนวทางการพัฒนายึดแนวปฏิบัติตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่ไปกับการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่ยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา และนำเสนอประเด็นที่จะก้าวไปสู่สังคมแห่งความสุขโดยพิจารณาองค์ประกอบของมิติแห่งความสุขไว้ดังนี้

“มิติแห่งความสุข” มีหลายระดับ ที่สำคัญจะต้องเริ่มมาจากตัวคนก่อน เป็นความสุขในระดับบุคคลที่เชื่อมโยงกับระดับครอบครัวได้ จากนั้นจึงขยายสู่ “ความสุขร่วมกัน” หรือความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในชุมชน ซึ่งจะมีปัจจัยองค์ประกอบที่เป็นตัวร่วมที่แต่ละชุมชนให้ความสำคัญมีทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพ “ภูมิสังคม” ของแต่ละพื้นที่ชุมชนเป็นสำคัญ ความหมายและองค์ประกอบของ “มิติแห่งความสุข” ในระดับปัจเจกบุคคลผลจากการระดมความคิดในทุกเวทีได้สะท้อนมุมมองของความสุขไปในทิศทางที่สอดรับกัน โดยให้ความสำคัญกับเรื่องของ “ตัวเราเอง” ก่อน ในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความสุขในตัวคน และสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวคน ในด้านที่จะส่งให้คนมีความสุข โดยมีความหมายและองค์ประกอบที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

1. สุขภาพแข็งแรง คนในชุมชนมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ ไม่เจ็บป่วย จิตใจดี อารมณ์ดี เข้าถึงธรรมะ ลดความโลภ โกรธ หลง ถือศีล ทำบุญทำทาน

2. ครอบครัวอบอุ่น มีความรักความเข้าใจกันในครอบครัว มีความสามัคคี ปรองดอง สมาชิกในครอบครัวอยู่พร้อมหน้า มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ไม่ย้ายไปอยู่ถิ่นที่อื่น

3. เศรษฐกิจดี มีอาชีพที่มั่นคง มีรายได้พอเพียง มีการออม ปลอดหนี้ มีอาชีพเสริม ดำรงชีวิตอยู่อย่างพอเพียงไม่ฟุ่มเฟือย พึ่งตนเองได้

4. มีหลักประกันในชีวิต มีปัจจัย 4 เพียงพอ ทั้งอาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และเครื่อง นุ่งห่ม และมีที่ดินทำกิน

5. สภาพแวดล้อมดี มีความสงบ มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ปลอดอบายมุข ปลอดยาเสพติด มีโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่งสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย มีการสื่อสารที่ดี มีหอกระจายข่าว มีเสียงตามสาย มีสาธารณูปโภค สาธารณูปการทั่วถึง มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ชุมชนไม่มีปัญหามลพิษด้านต่างๆ มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

6. สังคมชุมชนเข้มแข็ง ระบบการศึกษาของเยาวชนมีคุณภาพ น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชุมชน มีความเป็นกัลยาณมิตร มีผู้นำที่เข้มแข็งสามารถเข้าใจ เข้าถึงการพัฒนา มีการบริหารจัดการชุมชน มีเงินทุนสนับสนุนจัดการโครงการสาธารณะด้วยความโปร่งใส มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมพัฒนา มีการสร้างภาคีเครือข่ายบ้าน – วัด – โรงเรียน และจัดทำแผนชุมชนร่วมกัน

7. การมีจิตสำนึกประชาธิปไตย และความสมานฉันท์ มีความสามัคคี และมีความเป็นธรรมในชุมชน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เคารพในกฎระเบียบกติกาของสังคม รู้จักสิทธิหน้าที่ เสียสละเพื่อร่วมภูมิใจในการทำความดีให้แก่ชุมชน

วิธีการวัดความสุขและตัวชี้วัดมิติแห่งความสุขที่ประชุมในหลายเวทีได้เสนอแนะวิธีวัดความสุข และตัวชี้วัดความสุข ทั้งในระดับตนเองและระดับชุมชน โดยมีประเด็นที่สำคัญๆ ตัวอย่างเช่น วิธีการวัดความสุขในระดับตนเองและครอบครัว สามารถดำเนินการและวัดได้ โดยดูจากประเด็นสำคัญ อาทิ 1) ไม่ติดยาเสพติด 2) มีเงินออม 3) ครอบครัวอยู่พร้อมหน้ากัน 4) ขยันทำมาหากิน 5) ลดรายจ่าย 6) มีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง 7) ไม่มีหนี้สิน ที่ดิน และ 8) ภูมิใจในสิ่งที่ตนมี

ดังนั้นการวัดความสุขในระดับตนเองและครอบครัว ตลอดจนระดับชุมชนควรเป็นเรื่องที่ชุมชนคิดเอง กำหนดขึ้นเอง เป็นผู้ใช้ และช่วยกันกำหนดเกณฑ์การวัด โดยมีวิธีวัดและตัววัดที่เข้าใจง่าย สำหรับบทบาทภาครัฐควรเป็นผู้สนับสนุนกระบวนการขับเคลื่อนเพื่อให้ชาวบ้านมีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสนับสนุนการสังเคราะห์องค์ความรู้จากพื้นที่ชุมชนมาเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนา เพื่อเสริมสร้างความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในสังคมไทยได้ต่อไป ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ลงสำรวจพูดคุยกับบุคคลสำคัญในชุมชน ผู้รู้ในชุมชน ประเด็นที่น่าสนใจคือมิติแห่งความสุข ภายใต้องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบจากการใช้แบบสอบถามเบื้องต้นกับคนในชุมชนก่อนดำเนินการวิจัย คือ 1) ความยืนยาวของชีวิต 2) ความพอใจในชีวิต และ 3) ความต้องการบริโภคทรัพยากรน้ำตามธรรมชาติ

วิธีการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดของเขตการวิจัยออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่ คือ ริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี 2) ด้านเวลาระหว่างเดือนเมษายน-ธันวาคม พ.ศ. 2562 และ 3) ด้านเนื้อหา ศึกษาความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา ที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตคนในชุมชน และศึกษามิติแห่งความสุข เพื่อนำเสนอน้ำมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตคนในชุมชน ริมคลอง และเกิดมิติแห่งความสุขในแต่ละด้านอย่างไร นำมาเป็นต้นแบบองค์ความรู้จากชุมชนกำหนดแนวทางพัฒนาความเป็นอยู่อย่างมีความสุขในสังคมไทยต่อไป

ขอบเขตพื้นที่และประชากร

ผู้วิจัยเลือกชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี กำหนดเขตพื้นที่ชุมชนวัดชลอ ชุมชนวัดเขมาภิรตาราม และชุมชนวัดโบสถ์บน จังหวัดนนทบุรี ระบุพื้นที่อาศัยบ้านเรือนที่อยู่ขนานกับ

ลำคลอง กำหนดนับจากวัดชลอ วัดเขมาภิรตาราม วัดโบสถ์บนเป็นระยะทางเหนือใต้ประมาณ 1 กิโลเมตร จากวัดหรือบ้านเรือนที่ต้องสัมพันธ์กับวัดในกรณีการช่วยงานบุญที่วัด

ประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีเชื้อชาติไทย จีน พม่า และมอญ ที่อพยพมาตั้งรกรากอยู่ในชุมชนตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ตั้งถิ่นฐานประกอบอาชีพเกษตรกรรมและค้าขาย โดยอาศัยอยู่จนถึงปัจจุบัน และมีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร์ จำนวน 120 ครัวเรือน เป็นเชื้อชาติไทย 52 ครัวเรือน เชื้อชาติจีน 22 ครัวเรือน เชื้อชาติพม่า 20 ครัวเรือน และเชื้อชาติมอญ 26 ครัวเรือน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มประชากร 120 ครัวเรือน ที่เป็นผู้มีชื่อในทะเบียนราษฎร์ เป็นหัวหน้าครอบครัว และมีอายุ 40 ปีขึ้นไป ได้จำนวน 100 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน เป็นผู้นำชุมชน 3 คน ผู้ใหญ่บ้าน 3 คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล 3 คน และประชาชนทั่วไปในชุมชน 11 คน ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วมในการศึกษามิติแห่งความสุขของคนในชุมชน ในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีทางน้ำ กิจกรรมประจำวันที่เกี่ยวข้องกับน้ำ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับน้ำมีความสำคัญกับภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ซึ่งนำมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระยะเวลาของการอยู่อาศัย และการเข้าร่วมกิจกรรมทางน้ำ ลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในการดำเนินชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ริมคลองบางกอกน้อยตอนบน ได้แก่ ชีวิตประจำวัน การเรียนรู้ธรรมชาติริมน้ำ การทำกิจกรรมในพิธีทางสายน้ำ ลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับน้ำที่เรียนรู้สั่งสมมาจากอดีตที่ใช้ในการประกอบอาชีพ ความเป็นอยู่ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุม 4 ด้าน คือ 1) น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านสภาวะธรรมชาติ 2) น้ำมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านความเชื่อที่เกี่ยวกับโลก และจักรวาล 3) น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาด้านศาสนาความเชื่อ 4) น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความสำคัญของน้ำส่งผลต่อมิติแห่งความสุขของชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน ในด้านใดบ้าง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ หามิติแห่งความสุขในแต่ละด้านต่อไป ลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพถึงมิติแห่งความสุข ในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี โดยใช้ระเบียบวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยเตรียมประเด็นคำถามเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่ม เป็นคำถามหลัก 3 ลักษณะ คือ คำถามนำถึงความสำคัญของน้ำในวิถีชีวิตริมคลอง คำถามหลักในประเด็นน้ำมีความสัมพันธ์กับมิติแห่งความสุขในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน ซึ่งผู้วิจัยพบประเด็นจากการศึกษาจากแบบสอบถามเบื้องต้นพบว่า มิติแห่งความสุขมี 3 ด้าน คือ 1) ด้านความยืนยาวของชีวิต 2) ด้านความพอใจในชีวิต และ 3) ด้านความต้องการบริโภคน้ำตามธรรมชาติ นำมาเป็นข้อมูลสร้างคำถามเพื่อตรวจสอบประเด็นสำคัญของการสนทนากลุ่ม

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้วิธีการสังเกต (Observation) แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยเข้าร่วมสังเกตบรรยายกาศพิธีทางน้ำ การทำบุญที่วัด การประกอบอาชีพทางน้ำ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Portici pant Observation) สังเกตบริเวณงาน กิจกรรม อารมณ์ กริยาของผู้ร่วมพิธีหรือกิจกรรมทางน้ำ เพื่อตรวจสอบความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา และมิติแห่งความสุขที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตของคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ให้ชัดเจนขึ้น

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไปทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ต่อจากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 ตัวอย่าง โดยมีจำนวน 50 ข้อ หาค่า IOC รายข้อ ตามเกณฑ์ที่อยู่ระหว่าง .05-1.00 ตามวิธีของ Conbach (1972: 45-46) โดยมีผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด หาค่าโดยรวมเท่ากับ 0.801 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงนับว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การกำหนดข้อคำถามของหัวข้อ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) นำข้อคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของแบบสอบถามในเนื้อหามิติแห่งความสุขในแต่ละด้านให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษา ตรวจสอบความชัดเจน และความคลอบคลุม วัตถุประสงค์ของการวิจัย ปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำมาใช้ในการเก็บรวมข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นบุคคลทุกเชื้อชาติตามที่ระบุไว้ และเป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่เกิดจนมีอายุถึง 40 ปีขึ้นไป จำนวน 120 ครัวเรือน (Bangkhanoon Subdistrict Administration Organization, 2019) โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้มีชื่อในทะเบียนราษฎร์และเป็นหัวหน้าครอบครัว จำนวน 100 คน และกลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้บริหารส่วนตำบล และประชาชนทั่วไป รวมจำนวน 30 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากผู้บริหารเขตพื้นที่ศึกษา โดยทำหนังสือขออนุญาตไปยังองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลในพื้นที่และรวบรวมข้อมูลประชากรในเขตพื้นที่

1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือเก็บข้อมูลกับกลุ่มบุคคลที่อาศัยในเขตพื้นที่ชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

1.3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล สังเกตการณ์ เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ต่างๆ ทางน้ำ

2. การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1 ผู้วิจัยทำหนังสือเชิญผู้นำชุมชนวัดชลอ ผู้นำชุมชนวัดเขมาภิรตาราม กำนันผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มแม่บ้าน และบุคคลทั่วไปตามชื่อในทะเบียนราษฎร์ จำนวน 30 คน โดยกำหนดพื้นที่จากวัดชลอ เลียบขนานลำคลองไป 1 กิโลเมตร และชุมชนวัดเขมาภิรตาราม บ้านเรือนชุมชนเลียบขนานลำน้ำเจ้าพระยาระยะทาง 1 กิโลเมตร (Bangkhanoon Subdistrict Administration Organization, 2019)

2.2 ผู้วิจัยเชิญปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางขนุน ผู้นำชุมชนวัดชลอ และผู้นำชุมชนวัดเขมาภิรตาราม เป็นประธานการสนทนากลุ่ม โดย

ผู้วิจัยทำหน้าที่บันทึกข้อมูล โยงคำถามรายละเอียดเพิ่มเติมให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.3 ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในการกระตุ้นคำถาม คำตอบของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม เพื่อหาความสำคัญของน้ำกับมิติของความสุขในวิถีชีวิตประจำวัน บันทึกข้อมูล วิเคราะห์ และอภิปรายผลข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

1. น้ำมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

1.1 น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านสภาวะธรรมชาติ คนในชุมชนประกอบอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับน้ำ ด้านเกษตรกรรมมากที่สุด มีศาสตร์และศิลป์ในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกัน รองลงมาเป็นอาชีพการประมงจับสัตว์น้ำ และสัมพันธ์กับเวลาช่วงข้างขึ้นข้างแรม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของการจับสัตว์น้ำ การทำอาหารพื้นบ้าน รูปแบบวิถีชีวิตตลาดน้ำ การแปรรูปผลิตภัณฑ์พื้นบ้านเป็นภูมิปัญญาเกี่ยวข้องกับสายน้ำ เป็นแกนหลักในการดำเนินชีวิตร่วมกันรวมถึงความพอใจในธรรมชาติที่อยู่ร่วมกัน

ภาพที่ 1 แห่เทียนจำนำพรรษาทางน้ำ
(Bangkhanoon Subdistrict Administration Organization, 2019)

1.2 น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านความเชื่อเกี่ยวกับโลกและจักรวาล คนในชุมชนมีความเชื่อเรื่องน้ำสัมพันธ์กับดวงชะตาชีวิต วัน เดือน ปีเกิดเกี่ยวโยงกับการเกิดเคราะห์ร้ายหรือโชคลาภต่างๆ และสัมพันธ์กับธาตุน้ำของตัวคนและวัน เดือน ปีเกิดที่ตรงกับวันข้างขึ้นหรือข้างแรม เชื่อเรื่องการอาบน้ำมนต์เสริมกำลังใจ การสะเดาะเคราะห์ต่อดวงชะตาชีวิต และเชื่อในเรื่องของการพยากรณ์ดูดวงชะตาชีวิต เป็นความเชื่อที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งและกำลังใจ

1.3 น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านศาสนา ความศรัทธา และความเชื่อของคนในชุมชน เชื่อว่าน้ำเป็นสายสัมพันธ์เชื่อมถึงความสามัคคีจากการทำบุญตักบาตรร่วมกัน การรวมกลุ่มกันในชุมชน การปฏิบัติตนดี สร้างบุญกุศล โดยมีศาสนาเป็นกรอบของการทำดีได้ดี การปฏิบัติตนดีของคนจึงเป็นแบบอย่างที่ดีต่อกัน ภายใต้การนับถือศาสนาทุกศาสนาที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวของคนในชุมชน

1.4 น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณี คนในชุมชนมี

ความเชื่อเรื่องประเพณีการรวมกลุ่มกันด้วยความตั้งใจดีมีวัฒนธรรมประเพณีเดียวกัน มีความเชื่อถึงความซื่อสัตย์สุจริต จะทำให้ครอบครัวมีความเจริญก้าวหน้า ดังนั้นการประกอบอาชีพของคนในชุมชนจึงมีความซื่อตรงต่อกัน ไม่เอารัดเอาเปรียบ ไม่คดโกงสินค้า มีการประกอบอาชีพการเกษตรที่เที่ยงตรงและยั่งยืน การค้าขายที่ตรงไปตรงมา มีความจริงใจต่อกัน ประดุจเครือญาติที่เป็นครอบครัวเดียวกัน ภายใต้การอบรมสั่งสอนของแต่ละครอบครัวที่เชื่อว่าความสุจริตทำให้ชีวิตเจริญ และวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นต้นแบบของการรวมกลุ่มทำความดีต่อกัน เช่น ประเพณีทางน้ำ ทำบุญตักบาตรพระ 108 ทางน้ำ ประเพณีแห่เทียนจำนำพรรษาทางน้ำ เป็นสายสัมพันธ์ที่ดีในการใช้ชีวิตซึ่งกันและกัน น้ำคำในการพูดจาดีต่อกัน และน้ำจากลำคลองที่หลอมรวมความเป็นกลุ่มเดียวกัน

ภาพที่ 2 ประเพณีตักบาตรพระ 108 ทางน้ำ
(Bangkhanoon Subdistrict Administration Organization, 2019)

2. น้ำสัมพันธ์กับมิติแห่งความสุขในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

2.1 มิติแห่งความสุขในความยืนยาวของชีวิตคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี มีอายุยืนด้วยธรรมชาติของสายน้ำ มีสุขภาพและอารมณ์ที่ดีด้วยมีเพื่อน พี่ น้องที่ดี และมีเศรษฐกิจในครัวเรือนที่พอเพียงก่อให้เกิดความสุข

2.2 มิติแห่งความสุขในความพอใจในชีวิตคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี มีความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่มีความสุขจากความภูมิใจ และพอเพียงต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมตามแบบอย่างบรรพบุรุษ

2.3 มิติแห่งความสุขจากความต้องการบริโภคทรัพยากรน้ำตามธรรมชาติ คนในชุมชนมีความสุขจากการได้อยู่ในธรรมชาติของสายน้ำลำคลองที่อุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมประเพณีทางน้ำที่หล่อหลอมวิถีชีวิตให้กลมกลืนกับธรรมชาติของสายน้ำ และมีความสุขจากอาชีพที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรรวมถึงความสุขจากการเติบโตท่ามกลางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี

อภิปรายผล

ข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาเรื่อง น้ำในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และการลงภาคสนามนำมาสังเคราะห์เนื้อหา (Content Synthetic) อภิปรายผลได้ดังนี้

1. น้ำมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

วิถีชีวิตการเรียนรู้สืบทอดเป็นการปฏิบัติคล้ายๆ กัน ของคนในชุมชนในด้าน 1) ความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาอันเนื่องจากสภาวะธรรมชาติ มีอาชีพที่สัมพันธ์กับน้ำด้านการเกษตรมากที่สุด มีศาสตร์และศิลป์ในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกันมีความสำคัญต่ออาชีพ การจับสัตว์น้ำที่อาศัยภูมิความรู้ที่สั่งสอนกันมาจากบรรพบุรุษด้วยภูมิปัญญาที่ผูกพันกับธรรมชาติของน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับ Karnjanapun (2014) ที่อธิบายไว้ว่า การพัฒนาภูมิปัญญาให้เข้มแข็งจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นทางเลือกให้สังคมได้ เช่น ใช้ความสามารถของภูมิปัญญามาประยุกต์ใช้กับการดำรงวิถีชีวิตที่มีความเชื่อมโยงกับสายน้ำ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยเฉพาะอาชีพการสร้างงานสู่ตลาดชุมชนรูปแบบต่างๆ เช่นเดียวกับตลาดน้ำของคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ที่พัฒนาผลผลิตทางการเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่เป็นแหล่งรวบรวมภูมิปัญญาในทุกๆ ด้านไว้ด้วยกัน 2) ความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านความเชื่อในโลกเกี่ยวกับจักรวาลด้วยคนในชุมชนเชื่อว่าภูมิปัญญาของความเชื่อส่งผลต่อพิธีกรรมต่างๆ ในวิถีชีวิตให้อยู่ร่วมกันเป็นสังคมเดียวกันซึ่งสอดคล้องกับ Thongdee (1999) ที่อธิบายไว้ว่า ความเชื่อเป็นความสามารถ ความชัดเจนของกลุ่มชนที่สั่งสมเป็นประสบการณ์ก่อให้เกิดกำลังใจนำมาเป็นแกนหลักในการดำเนินชีวิตให้เกิดผลสำเร็จและใช้ภูมิความรู้ที่สั่งสมมาดำเนินชีวิตและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ongkasing (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ในวิถีชีวิตของชาวนา พบว่าการเรียนรู้จากภูมิปัญญาเป็นการสั่งสมให้เกิดประสบการณ์ในการปรับตัวดำรงชีพอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุขและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี มีภูมิปัญญาด้านอาชีพการเกษตร และการประมงที่สืบทอดชื่อเสียงด้านอาหาร และผลไม้ของชุมชน 3) ความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านศาสนาและความศรัทธา โดยคนในชุมชน เชื่อว่าน้ำเป็นสายสัมพันธ์เชื่อมโยงถึงความสามัคคีการรวมกลุ่มภายใต้น้ำใจซึ่งกันและกัน โดยมีศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Panchaowna (2008) ที่ได้ศึกษาวิถีชีวิต “คนสองน้ำ” จังหวัดระนอง พบว่า วิถีชีวิตคนระนองมีความสัมพันธ์กันในครัวเรือน คนในชุมชนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความผูกพันซึ่งกันและกัน มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ภายใต้ศาสนาและวัฒนธรรมเดียวกัน โดยมีสายน้ำเป็นภูมิปัญญาหลักในการดำเนินกิจกรรม และสอดคล้องกับ Thongdee (1999) ที่กล่าวว่า ความเชื่อเป็นพื้นฐานสำคัญยิ่งของมนุษย์ โดยเฉพาะความเชื่อทางศาสนายึดมั่นถือมั่นก่อให้เกิดความศรัทธาเป็นแกนสำคัญในการดำเนินชีวิต โดยมีองค์ประกอบในด้านพิธีกรรมผ่านการรดน้ำมนต์ การสะเดาะเคราะห์แฝงอยู่ในความเชื่อ 4) น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ที่เชื่อในการรักษาโรคด้วยน้ำมนต์ ก่อให้เกิดกำลังใจจากการเคารพผู้อาวุโส ความสำคัญของน้ำที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านประเพณี น้ำเป็นสายสัมพันธ์ก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี มีความซื่อสัตย์สุจริต โดยมีประเพณีทางน้ำเป็นศูนย์กลางในการหล่อหลอมของคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Juchooy (2012) ทำการศึกษาวิถีชีวิตคนในริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ที่สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า

วิถีชีวิตคนในชุมชนมีสังคมที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ภายใต้วัฒนธรรมประเพณีที่มั่นคงมีความรักในประเพณีพื้นบ้าน เมื่อย้ายไปอยู่ถิ่นอื่นจะกลับมาร่วมกันทำบุญในประเพณีสำคัญ เชื่อฟังคำสั่งสอนของผู้อาวุโสในชุมชน และร่วมกันพัฒนาริมคลองบางกอกน้อยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญและสอดคล้องกับ Phlainoi (2010) ที่กล่าวว่าประเพณีที่เกี่ยวข้องกับน้ำในพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระมหากษัตริย์เป็นพระราชพิธีที่คนไทยชื่นชมและซาบซึ้งในการใช้น้ำจากแหล่งน้ำ ที่เรียกว่า “เบญจสุทธิคงคา” มากที่สุด

2. น้ำสัมพันธ์กับมิติแห่งความสุขในวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี

ตั้งแต่อดีตคนริมคลองดำเนินชีวิตภายใต้ความสุขแห่งสายน้ำร่วมกันด้วยวิถีชีวิตริมคลองบางกอกน้อยตอนบนมีลำน้ำลำคลองเป็นสายเลือดหล่อเลี้ยงร่างกายและจิตใจดังนั้นมิติแห่งความสุขจึงเกิดจากองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) มิติแห่งความสุขในความยืนยาวของชีวิตคนในชุมชนมีสุขภาพดี อารมณ์ดี มีเพื่อน พี่ น้องที่ดี และมีเศรษฐกิจในครัวเรือนพอเพียง จึงเกิดความสุข ซึ่งสอดคล้องกับ Aeusrivongse (2016) ที่ได้อธิบายถึงความสุขด้วยบทบาทหน้าที่ของสมาชิกทุกคนในชุมชน เมื่ออยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขภายใต้กรอบของชุมชนที่เคารพนับถือกัน การมีสุขภาพที่ดี ร่างกายแข็งแรง มีสุขภาพจิตที่ดี มีเศรษฐกิจครัวเรือนที่พอเพียง มีอายุยืน ก่อให้เกิดมิติแห่งความสุขทำให้มีชีวิตยืนยาว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tansuchat (2016) ได้ศึกษาดัชนีวัดความสุขและความอยู่ดีมีสุขของสมาชิกชุมชนในมูลนิธิโครงการหลวงพบว่า ดัชนีความสุขของคนในกลุ่มตัวอย่างด้านเศรษฐกิจในครอบครัว และความมีสุขภาพที่ดีอายุยืนยาวเป็นความต้องการมากที่สุด ซึ่งคนในริมคลองบางกอกน้อยตอนบนส่วนใหญ่มีอายุยืนยาวถึง 90 ปี ร้อยละ 80 ของประชากรในชุมชน 2) มิติแห่งความสุขในความพอใจในชีวิตคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยมีวิถีชีวิตดั้งเดิม มีความพอเพียงและเกิดความสุข ซึ่งสอดคล้องกับ World Health Organization (2017) ได้ระบุถึงวิสัยทัศน์ประเทศไทยเพื่อมุ่งสู่สังคมแห่งการอยู่เย็นเป็นสุขไว้ว่า ระดับความสุขเป็นผลรวมของปัจเจกบุคคล มีความสุขความพอใจในชีวิต ความเป็นสุขของครอบครัวที่ดี มีสุข สุขภาพดี มีร่างกายที่แข็งแรงไม่เจ็บป่วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Apakaro (2010) ได้ศึกษาเรื่องตัวชี้วัดความสุขเพื่อการนำไปสร้าง และการใช้เพื่อชุมชนเป็นสุขพบว่า ความสุขของคนในชุมชนมีสุขภาพดี ครอบครัวอบอุ่น และมีการประกอบอาชีพที่ดีเป็นดัชนีที่วัดความสุขให้แก่ชุมชนแม้ว่าเวลาจะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตบางอย่างเมื่อมีความพอใจชีวิตจะมีความสุข และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Monyupanao & Zumitzavan (2019) ที่พบว่าความสุขเกิดเป็นเหตุผลที่สำคัญในแนวความคิดสร้างมิติแห่งความสุข ต้องคำนึงถึงตัวบุคคลโดยตรง รวมถึงครอบครัวที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ภายใต้ความพึงพอใจส่วนบุคคล จึงมีมิติแห่งความสุขตามมา และสอดคล้องกับ Juchooy (2018) ที่ศึกษาการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาทักษะชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า การเข้าใจถึงการดำเนินชีวิตของคนในอดีตที่มีความมั่นคงสามารถสร้างครอบครัวให้มีความสุข โดยมีพื้นฐานความสามัคคีและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันจะพบกับ “มิติแห่งความสุข” ได้เป็นอย่างดี 3) มิติแห่งความสุขความต้องการบริโภคน้ำตามธรรมชาติ คนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบนจังหวัดนนทบุรี มีน้ำเป็นสายสัมพันธ์ก่อให้เกิดความรักการได้อยู่ในธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมประเพณีทางน้ำที่หล่อหลอมวิถีชีวิตให้กลมกลืนกับธรรมชาติของสายน้ำ สอดคล้องกับ Jumsai Na Ayudhaya (2016) ที่อธิบายไว้ว่าน้ำก่อให้เกิดวัฒนธรรม น้ำก่อให้เกิดวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันระหว่างคนกับน้ำ เมื่อคนไทยมีชีวิตผูกพันกับสายน้ำลำคลอง จึงเป็นวัฒนธรรมความเชื่อเกิดเป็นประเพณีที่เกี่ยวกับน้ำ โดยจะเห็นว่าน้ำตามธรรมชาตินำไปใช้ในพิธีกรรมเป็นประเพณีปฏิบัติ เช่น ลอยกระทงประเพณีสงกรานต์ และในชีวิตประจำวันของคนไทย

จึงสอดคล้องกับ Bureau of the Royal Household (2019) ที่ได้อธิบายถึงความสุขของประชาชนที่อยู่ริมแม่น้ำได้มีโอกาสเห็นพระราชพิธีทางน้ำ เช่น พระราชพิธีกระบวนพยุหยาตราทางชลมารค พระราชพิธีเสด็จเลียบพระนครทางชลมารคของพระมหากษัตริย์ เกิดเป็นมิติของความอิ่มเอมใจของผู้ที่ได้พบเห็นและกระแสน้ำธรรมชาติที่เกิดเป็นแม่น้ำลำคลองเป็นบ่อเกิดให้มีวัฒนธรรม ประเพณีที่งดงามยิ่งของคนไทย

สรุปผล

น้ำมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา และสัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ในด้านธรรมชาติที่สัมพันธ์กับอาชีพ ด้านความเชื่อเกี่ยวกับโลกและจักรวาลที่สัมพันธ์กับชะตาชีวิตคน การดูดวง การสะเดาะเคราะห์ การอาบน้ำมนต์ ภายใต้สิ่งยึดเหนียวด้านศาสนาและความศรัทธา จึงเกิดความผูกพันซึ่งกันและกันที่มีน้ำใจไมตรีต่อกัน ปฏิบัติตนภายใต้ประเพณีเดียวกัน การปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา จึงเกิดเป็นภูมิปัญญาที่สั่งสมเรียนรู้จากคนรุ่นสู่รุ่นที่เกิดการปฏิบัติดี มีสายน้ำลำคลองเกี่ยวโยงสัมพันธ์ในวิถีชีวิต ทำให้เกิดมิติแห่งความสุขตามมาในวิถีชีวิตของคนที่มีอายุยืนยาว มีสังคมที่ดี มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อกัน ไม่คดโกงเอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน ทำให้คนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยมีความพอเพียงในวิถีชีวิตดั้งเดิม ด้วยประเพณีที่ดีงามทางน้ำหลอมรวมให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขกลมกลืนกับธรรมชาติ ผลจากการวิจัยนี้จึงสรุปให้เห็นความสำคัญของน้ำที่เชื่อมโยงต่อการดำเนินชีวิต เกิดภูมิปัญญาที่ให้ความรู้ความเชื่อและความสุขแห่งวิถีชีวิตที่น่าศึกษาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีดังนี้

1.1 หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี ควรเพิ่มช่องทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี เพื่อรู้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่สัมพันธ์กับน้ำและภูมิปัญญาของชุมชน

1.2 ชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี ควรร่วมกันอนุรักษ์ประเพณีทางน้ำของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ให้คงอยู่ด้วยการเผยแพร่กิจกรรมประเพณีและความสำคัญของน้ำที่มีความสัมพันธ์กับภูมิปัญญา มีมิติแห่งความสุขที่ควรส่งต่อไปยังรุ่นสู่รุ่น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรนำมิติแห่งความสุขของคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี เป็นแบบอย่างค้นหามิติแห่งความสุขของชุมชนอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์ความสุขที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน และใช้องค์ความรู้จากชุมชนริมน้ำ เป็นต้นแบบแห่งความสุขของคนในสังคม

2.2 ควรศึกษาวิจัยต่อยอดไปยังชุมชนอื่นๆ เพื่อศึกษาน้ำมีความสัมพันธ์กับภูมิปัญญาในวิถีชีวิตในชุมชนริมคลองหรือริมฝั่งแม่น้ำที่มีองค์ประกอบในด้านใดอีกบ้าง

References

Aeusrivongse, N. (2016). *Thai Non-thainess.* Bangkok: Matichon Publishing House. [in Thai]

Apakaro, S. (2010). *Networks: Nature, Knowledge and Management* (3rd ed). Bangkok: Learning and Empowerment for Healthy Communities Project (LCHCP). [in Thai]

Bangkhanoon Subdistrict Administration Organization. (2019). *Bang Kruai District: Community Survey Report.* Nonthaburi Province: Bangkhanoon. [in Thai]

Bureau of the Royal Household. (2019). *The Sacred Water: The Royal Coronation Ceremony B.E. 2562.* Bangkok: Department of Local Administration, Ministry of Interior. [in Thai]

Cronbach, L. J. (1972). *Essential of Psychological Testing* (3rd ed). New York: Harper and Row Publisher.

Juchooy, S. (2012). *The People's Way of Life in Upper klong Bangkok Noi Community Nonthaburi Province with Philosophy of Sufficiency Economy Concept* (Research Report). Nonthaburi, Rajapruk Univeristy.

Juchooy, S. (2018). Knowledge Management for Sufficiency Economy to Develop Life Skills. *Panyapiwat Journal, 10*(1), 176-186. [in Thai]

Jumsai Na Ayudhaya, S. (2016). *Water the Source of Thai Culture* (3rd ed.). Bangkok: NSP Printing Group. [in Thai]

Karnjanapun, A. (2014). *Rights to Access Resources: In the Resource Management Project Set.* Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF). [in Thai]

Monyupanao, A. & Zumitzavan, V. (2019). The Guidelines for Developing a Happiness in the Organization: A Case Study from Military Unit. *Panyapiwat Journal, 11*(1), 14-24. [in Thai]

Ongkasing, C. (2013). *Village Health Volunteers: Potentials and Roles in the Changing Contexts.* Nonthaburi Province: Health Systems Research Institute. [in Thai]

Panchaowna, P. (2008). The Way of Life of Khon Song Nam in Ranong Province. *Suratthani Rajabhat Journal, 15*(2), 97-109. [in Thai]

Phlainoi, S. (2010). *100 The Past* (Update ed.). Bangkok: Satapornbooks Co., Ltd. [in Thai]

Phlainoi, S. (2017). *Life Along the Canal.* Bangkok: Satapornbooks Co., Ltd. [in Thai]

Sanguansangu, N. (2002). *Rice Culture in Thai Society: Existence and Change.* Bangkok: Chulalongkorn University.

Tansuchat, R. (2016). *Index of Happiness and Well-being of the Population San Sai District.* Chiang Mai: Faculty of Economics Maejo University.

Thongdee, A. (1999). *Natural Heritage and Folk Wisdom Language and Culture Documentation, Phorphop 511.* Bangkok: Sahamick.

World Health Organization. (1986). *Ottawa Charter for Health Promotion.* Geneva: World Health Organization.

Name and Surname: Sumran Juchooy
Highest Education: Master of Education Program in Curriculum And Instruction, Phranakhon Rajabhat University
Affiliation: Rajapruk University
Field of Expertise: Humanities and Social Sciences

กระบวนการพัฒนาข้าวอัตลักษณ์ลำปางโดยการสร้างเสริมพลังการเรียนรู้เกษตรกร (ชาวนาอัจฉริยะ) ผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

THE DEVELOPMENT PROCESS OF LAMPANG IDENTITY RICE BY EMPOWERING FARMERS TO LEARN (SMART FARMER) THROUGH PARTICIPATORY ACTION RESEARCH

นันทินา ดำรงวัฒนกูล[1] พรชนก ทองลาด[2] ศิรญา จนาศักดิ์[3] จำเนียร มีสำลี[4] ปิยะรัตน์ ทองธานี[5] จักรชัยวัฒน์ กาวีวงศ์[6] กรรณิการ์ สายเทพ[7] และกาญจนา รัตนธีรวิเชียร[8]

Nanthina Damrongwattanakool[1], Pornchanok Tonglad[2], Siraya Janasak[3], Jumnian Meesumlee[4], Piyarat Tongtanee[5], Jakchaiwat Kaweewong[6], Kannika Saitep[7], and Kanjana Ruttanateeravichien[8]

[1,4, 5,6]คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

[2,3,7,8]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

[1, 4, 5,6]Faculty of Agricultural Technology, Lampang Rajabhat University

[2,3,7,8]Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Received: October 9, 2020 / Revised: January 13, 2021 / Accepted: January 19, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และความเชื่อมโยงตลอดโซ่อุปทานในการพัฒนาข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปาง ประชากร คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยไร้สารเคมีตำบลแจ้ซ้อน จำนวน 30 ราย ด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการพัฒนา “ชาวนาอัจฉริยะ” ผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน เกษตรกร และผู้ประกอบการ เพื่อเชื่อมโยงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ผลการวิจัยคือ 1) เกิดแนวทางการพัฒนาสินค้าข้าวของกลุ่มชาวนาอัจฉริยะให้มีอัตลักษณ์เฉพาะ มีมาตรฐานการปลูกและแปรรูปที่ตามระบบการรับรองที่ปลอดภัย และมีข้อมูลสนับสนุนข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนให้เป็นสินค้า GI ของจังหวัดลำปางหรือสินค้าในตลาด Niche Market 2) เกิดรูปแบบความร่วมมือระดับชุมชน ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชนด้านการปลูกข้าว กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อแสวงหากลไกการขับเคลื่อนร่วมกันคือ การนำจุดแข็งมาพัฒนาเป็นจุดเด่นและเป็นหลักสำคัญในการดำเนินงาน 3) การปฏิบัติการประยุกต์ใช้องค์ความรู้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการปลูกข้าวของชุมชนสู่ขั้นตอนการพัฒนาการปลูกข้าวด้วยมาตรฐานกลุ่มภายใต้การรับรองเครื่องหมายมาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัย 4) กระบวนการพัฒนาแบรนด์สินค้าข้าวของกลุ่มเกษตรกรให้มีอัตลักษณ์และเรื่องราวที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาและจุดขายที่ชัดเจนสนองตอบต่อตลาดยุคดิจิทัล เพื่อสื่อสารเรื่องราวข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน โดยกระบวนการกลุ่มของเกษตรกรเป้าหมาย

คำสำคัญ: กระบวนการเสริมสร้างพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนาชาวนาอัจฉริยะ ข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน

Corresponding Author

E-mail: nanthinap@live.com

Abstract

The purpose of this participatory action research was to develop a process of empowering the exchange of knowledge and the link throughout the supply chain in the development of Chae Son Mineral Water Rice to become Lampang identity rice. The population comprised 30 members of the community enterprise of chemical-free agriculture group in Chae Son -district who participated in the participatory learning process for development of "Smart Farmer" through an integrated learning process involving the state sector, private sector, farmers, and entrepreneurs to link the supply chain from the upstream, midstream, and downstream. The results of the research were as follows: (1) the creation of guidelines for development of rice products of the smart farmer group to have a unique identity, with a standard of planting and processing that follows a safe certifying system and with information to support the Chae Son Mineral Water Rice to become a GI product of Lampang province or a product in the niche market; (2) the creation of a community-level cooperation model involving local government organizations, community leaders, community local wisdom on rice cultivation, farmer groups, and entrepreneurs in order to seek the shared mobilization mechanism, i.e. taking the strong points to be developed to become the outstanding points and important principles of operation; (3) the practice of applying knowledge from the exchange of knowledge on rice cultivation in the community to become the steps of the development process of rice cultivation with the group standard under the certification mark of safe production standards; and (4) the creation of the process of developing the brand of rice products of the farmers group to have identity and story that reflect wisdom and clear selling points in response to the digital age market in order to communicate the story of Chae Son Mineral Water Rice through the group process of the target group farmers.

Keywords: Process of Empowering Knowledge Exchange, Smart Farmer Development, Chae Son Mineral Water Rice

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2569 ในด้านยุทธศาสตร์ ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม มีเป้าหมายเพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงและนำเทคโนโลยีไปใช้ให้กับเกษตรกรรายย่อย จากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรแบบสมัยใหม่ รวมถึงวาระการเตรียมคนไทย 4.0 ในการสร้างเสริมโอกาสทางสังคมและการสร้างกลไกในระดับพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงยึดหลักการสร้างความเข้มแข็งจากภายในและเชื่อมสู่ประชาคมโลก จึงจำเป็นต้องสร้างกลไกในระดับพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก (Royal Thai Government, 2018)

ในการพัฒนากลไกระดับพื้นที่ของจังหวัดลำปาง ได้ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ เช่น พันธกิจของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง มีการขับเคลื่อนการเข้าถึงและนำเทคโนโลยีไปใช้กับเกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม ผลิตสินค้าเกษตรที่ให้ผลตอบแทนสูงเพื่อยกระดับรายได้เกษตรกร รวมถึงพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการบริหารจัดการหรือสนองการขยายตัวของอุตสาหกรรมเป้าหมายการค้า (Lampang Provincial Commercial Office, 2014) เพื่อตอบสนองพันธกิจต่างๆ ที่กล่าวมาจึงได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับสังคม จึงมีการศึกษาและพัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกันเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการส่งออกข้าวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1” (Damrongwattanakool et al., 2018) โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลายภาคส่วน เช่น กลุ่มเกษตรกร เกษตรกรผู้สนใจการส่งออกข้าว กลุ่มผู้ส่งออกข้าว หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรลำปาง จำกัด หจก.แสงรุ่งเรืองทรัพย์ไพศาล สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวลำปาง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด (สกต.ลำปาง) สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ลำปาง รวมถึงผู้บริหารการส่งออกข้าวไทย ได้แก่ นายกสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย นายเจริญ เหล่าธรรมทัศน์ เป็นต้น

จากสถานการณ์ในการวิจัยครั้งนั้นพบว่า ตลาดที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการส่งออกข้าวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ได้แก่ ตลาดเฉพาะ (Niche Market) เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ถือครองที่ยากต่อการดำเนินการรวมกันเป็นนาแปลงใหญ่ที่มีขนาดมากกว่า 1,000 ไร่ และมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือ การสนับสนุนการส่งออกข้าวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ควรเริ่มต้นจากการหาตลาดปลายน้ำที่ชัดเจนและพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจการส่งออกข้าวพร้อมลงทุนและสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการทำงานในตลาดออนไลน์ภายใต้การสนับสนุนของคณะกรรมการดำเนินงานภาครัฐ ภาคการศึกษาและภาคเอกชน ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น สำนักงานเกษตรจังหวัด ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวจังหวัด ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ข้าว สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สมาคมส่งออกข้าวไทย เพื่อบูรณการการทำงานระดับหน่วยงาน

ประเด็นปัญหาที่ควรได้รับการพัฒนาต่อยอดในโครงการวิจัยนี้ ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรเป้าหมายยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาตน หรือเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการค้าข้าว รวมถึงผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆ ในตลาดยุคดิจิทัลยังขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิตข้าวตามความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจร ซึ่งกระบวนการผลิตจะเน้นการผลิตแบบดั้งเดิม ขาดการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ดีขึ้น 2) เกษตรกรมีพื้นที่ปลูกข้าวที่โดดเด่นจากสายน้ำแร่ธรรมชาติแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยไร้สารเคมี ตำบลแจ้ซ้อน ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นของจังหวัดลำปาง รวมถึงคุณค่าทางโภชนาการของข้าวสายน้ำแร่มีความน่าสนใจมีแร่ธาตุและสารต้านอนุมูลอิสระที่ดีต่อสุขภาพมากกว่าในพื้นที่การปลูกปกติ

3) การปลูกข้าวใช้กระบวนการอินทรีย์ที่ยังขาดมาตรฐานการรับรองอย่างเป็นระบบ 4) การตลาดยังขาดสภาพคล่อง ขาดเงินหมุนเวียน 5) ขาดการทำงานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานเพื่อเชิดชูอัตลักษณ์ ซึ่งความโดดเด่นของข้าวในพื้นที่จังหวัดลำปางที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์คือ ข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน ข้าวสายน้ำแร่หนึ่งเดียวในประเทศ

จากความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่า หนึ่งในเกษตรกรเป้าหมายคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยไร้สารเคมี เป็นกลุ่มเป้าหมายชุมชนในเขตพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์สายน้ำแร่แจ้ซ้อน ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง มีความต้องการการหนุนเสริมการพัฒนาเกษตรกรอย่างครบวงจรสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปาง ภายใต้การสนับสนุนบทบาทของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ทีมงานวิจัยจึงเน้นกระบวนการสร้างเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความเชื่อมโยงตลอดโซ่อุปทานในการส่งเสริม และพัฒนาด้วยการขับเคลื่อนพัฒนาเกษตรกรสู่ “ชาวนาอัจฉริยะ” เพื่อข้าวอัตลักษณ์ลำปางผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และกลุ่มเกษตรกรที่เน้นการจัดการความรู้ และนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายกำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาเกษตรกรสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปางตลอดโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และความเชื่อมโยงตลอดโซ่อุปทานในการพัฒนาข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปาง

ทบทวนวรรณกรรม

จากการพัฒนาต่อยอดกลุ่มเกษตรปลอดภัยไร้สารเคมี ตำบลแจ้ซ้อน เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนกระบวนการพัฒนาเกษตรกรอัจฉริยะสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปาง มีการเน้นทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change: TOC) คือ วิธีการเฉพาะสำหรับการวางแผน (Planning) การมีส่วนร่วม (Participatory) และการประเมินผล (Evaluation) ที่ใช้ในการประกอบการเชิงสังคม หรือภาครัฐเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงนอกจากกำหนดเป้าหมายแล้ว คือ การทำแผนที่ (Maps) ย้อนกลับเพื่อระบุปัจจัยที่จำเป็น (Brest , 2010) โดยมีนักวิชาการ นักขับเคลื่อนทางสังคม พัฒนาทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงในการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ดังนั้นทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงอธิบายกระบวนการเปลี่ยนแปลงโดยสรุปการเชื่อมโยงเชิงสาเหตุหรือความคิดริเริ่ม เช่น ผลลัพธ์ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว การเปลี่ยนแปลงที่ระบุจะถูกวางแผน เป็น “เส้นทางผลลัพธ์ หรือ Outcomes Pathway” แสดงผลแต่ละรายการในความสัมพันธ์เชิงตรรกะหรือปัจจัยเชิงสาเหตุเช่นเดียวกับการไหลตามลำดับเหตุการณ์ การเชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์นั้นถูกอธิบายโดย “เหตุและผล” โดยนวัตกรรมของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงอยู่ที่ 1) การสร้างความแตกต่างระหว่างผลลัพธ์ที่ต้องการและที่เกิดขึ้นจริง 2) การกำหนดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานร่วมกัน ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนและประเมินร่วมกัน (Clark & Taplin, 2012) ซึ่งสอดรับกับกลไกกระบวนการการพัฒนาโซ่อุปทานข้าว ในการจัดการความรู้ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในลักษณะกระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process: CMP) ที่เน้นการวางแผนกระบวนการจัดการความรู้ต่างๆ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง และสนับสนุนให้เกิดการปรับตัวและการยอมรับพร้อมทั้งสร้างศักยภาพใหม่ๆ เพื่อรองรับให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตามเป้าหมายที่วางไว้ จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือ ปัจจัยภายนอกทั้งนโยบายภาครัฐ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และปัจจัยภายในที่เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น การปรับระบบการทำงาน การใช้เทคโนโลยีใหม่ การตลาดดิจิทัล การเกษตรแบบ

แม่นยำ เป็นต้น ดังนั้นกระบวนการสร้างเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งนี้จึงเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และกระบวนการทำงานได้มุ่งเน้นถึงปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กรที่จะมีผลกระทบต่อการสร้างเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการจัดการความรู้ (Office of the Public Sector Development Commission and the National Productivity Institute, 2004) รวมถึงการเสริมสร้างพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามหลักการของ The Knowledge Management Institute Foundation (2019) ซึ่งได้กำหนดเป็นสามขั้นตอนคือ ขั้นตอนแรกเป็นการทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้นำหรือผู้บริหารเรียกว่าเป็น Executive Overview Session เพื่อให้เกิดความตระหนักว่า เรื่องนี้เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องร่วมรับผิดชอบไม่ตกอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง รวมถึงชี้ให้เห็นว่าทุกคนมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จนี้ในลักษณะ Overview Session โดยกำหนดเป็นเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลง เช่น เน้นการนำเสนอภาพใหญ่ให้กลุ่มเกษตรกรและภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนร่วมกันให้เห็นพลังของการเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการขับเคลื่อน ทำให้กลุ่มเกษตรกรและภาคีเครือข่ายเห็นความสำคัญของประเด็นศึกษา เช่น การมีองค์ความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์มีรายได้สูงกว่าการใช้สารเคมี อาทิ ผลการศึกษาของ Ketpirune (2012) หรือ National Science and Technology Development Agency (2017) ก็สะท้อนว่าการผลิตข้าวอินทรีย์ต้นทุนต่ำโดยอาศัยเทคโนโลยีที่เหมาะสมและภูมิปัญญาของเกษตรกร ทำให้มีรายได้สูงกว่าการใช้สารเคมี ในระยะแรกเริ่มนี้จะต้องจัดให้มีชุมชนนักปฏิบัติหรือ CoP (Community of Practice) ในพื้นที่ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน และการอำนวยให้เกิด “วัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้” ขึ้น โดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกันภายใต้บรรยากาศแบบเป็นกันเองในลักษณะ Action Learning ผ่านการทำกิจกรรมและการสะท้อนการเรียนรู้ร่วมกัน (Reflection) จึงเป็นการสร้างความตระหนักในความเป็นเจ้าของและความมุ่งมั่น ส่วนขั้นตอนที่สองเป็นการพัฒนาผู้ที่จะมาเป็นกำลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ขั้นตอนที่สามคือการทำให้คนทำงาน ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านนั้นๆ ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อาจเรียกวงนี้ว่า CoP (Community of Practice) คือ พื้นที่ที่คนทำงานด้านเดียวกันมารวมตัวกัน พูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จะได้กลายเป็นวัฒนธรรมที่ยั่งยืน ในที่นี้คือ ชุมชนที่รวมกลุ่มทำเกษตรอินทรีย์ และพลังภาคีเครือข่ายที่มีความรู้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีพันธกิจขององค์กรในเรื่องที่ใกล้เคียงกันมาร่วมแลกเปลี่ยน แบ่งปัน เรียนรู้ในกิจกรรมที่ร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อไปทดลองใช้แล้วนำผลที่ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่ม และเครือข่ายอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ความรู้นั้นๆ ถูกยกระดับขึ้นเรื่อยๆ ผ่านการปฏิบัติ ประยุกต์ และปรับใช้ตามแต่สภาพแวดล้อมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในการทำงานของกลุ่ม (McDermott & Archibald, 2010)

นอกจากนี้มีการศึกษาของ Chantharat & Maikaensarn (2019) ที่ระบุว่าการพัฒนาศักยภาพของโซ่อุปทานข้าวควรสร้างแนวปฏิบัติที่ดีทั้งในส่วนของต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตข้าวให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นโอกาสของการพัฒนาทุนทางสังคมด้านการพัฒนาโซ่อุปทานข้าวให้เชื่อมโยงกับกระแสเทคโนโลยีที่พลิกผัน เพื่อตอบรับการตลาดดิจิทัล และเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายยังขาดการเตรียมความพร้อมต่อองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ เพื่อรักษาคุณภาพการผลิตและเพิ่มผลผลิตข้าวปลอดภัยให้มากขึ้น ภายใต้ยุคเทคโนโลยีครอบงำการดำรงชีวิต เศรษฐกิจที่เน้นการพลิกโฉมรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบห่วงโซ่คุณค่า และการเน้นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ภายใต้การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมในการพัฒนาและเรียนรู้ ในลักษณะของกระบวนการวิจัยบนฐานของปรัชญาและคุณค่าที่เน้นกลุ่มเกษตรกรอยู่ที่ศูนย์กลาง (People Centered) และมีจุดยืนที่จะ

สร้างพลังอำนาจให้แก่ชุมชน (Empowerment) ด้วยกระบวนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม (Participatory) ผ่านวิธีการวิจัยเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนสภาพ (Transformation) ของกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย สอดคล้องกับการปรับประยุกต์สู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2569 ด้านการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ชุมชน จังหวัดและสถานศึกษา รวมถึงยึดหลักการสร้างความเข้มแข็งจากภายในและเชื่อมสู่ประชาคมโลก โดยใช้พลังประชารัฐ (Royal Thai Government, 2018) รวมถึงจุดเด่นของพื้นที่ เช่น การเชื่อมโยงวิถีท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์กับอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน เพื่อให้สอดรับกับบริบทชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวและพบว่าช่วงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2561 อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนติดอันดับ 1 ใน 10 ของอุทยานแห่งชาติที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด และวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนก็ติดอันดับ 1 ใน 5 ของอุทยานแห่งชาติที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด (Kaoded, 2019)

วิธีการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีประชากร ได้แก่ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยไร้สารเคมี ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง จำนวน 30 ราย ข้อมูลที่ใช้ คือ ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หลักฐานจากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) การสังเกต การสนทนากลุ่ม โดยรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) โดยคัดเลือกจากผู้มีประสบการณ์ตรงคือ เกษตรกรเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการได้และเป็นกลุ่มที่มีลักษณะหลายๆ ประการคล้ายคลึงกัน (Homogeneity) และถูกเชิญให้มาร่วมวงสนทนาอย่างเป็นธรรมชาติ โดยมีจำนวน 8 ถึง 10 คน 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทั้งจำนวนและลักษณะข้อมูลที่ต้องการ สามารถปรับปรุงวิธีการสัมภาษณ์และสามารถอธิบายสิ่งที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่เข้าใจและได้ข้อมูลที่ไม่ได้วางแผนมาก่อน 3) เวทีระดมความคิดเห็น ด้านการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นว่าตรงตามเนื้อหาที่ต้องการและสามารถวัดได้ตรงกับที่ต้องการจะวัดในลักษณะของความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เป็นการมองโดยส่วนรวมว่าเครื่องมือหรือชุดของคำถามหรือแบบสัมภาษณ์นั้น ครอบคลุมเนื้อหาที่จะวัดอย่างถูกต้องครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยประเด็นคำถามทีมวิจัยสร้างขึ้นเอง แล้วทดลองโดยนำไปตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาของเครื่องมือนั้นๆ ภายหลังการตรวจสอบจะนำข้อแนะนำมาแก้ไขปรับปรุงจนกว่าจะได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญ โดยความเห็นพ้องต้องกันของผู้เชี่ยวชาญ แสดงถึงการมีความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือนั้น ส่วนเทคนิคและวิธีการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสังเกต การจดบันทึก การสนทนากลุ่ม และใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลจากทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change: TOC) คือ ร่วมกันวิเคราะห์ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ผลผลิต และผลกระทบ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรวจสอบจากระบบสามเส้าคือ ตรวจสอบจากบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมถึงการสังเคราะห์ วิเคราะห์ข้อมูลเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ขณะเดียวกันการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เน้นกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จึงเน้นการสะท้อนความต้องการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยไร้สารเคมี ตำบลแจ้ซ้อน มาเป็นแกนกลางการพัฒนาร่วมกับภาคีเครือข่าย โดยชุมชนเป็นศูนย์กลางผ่านกระบวนการเสริมพลังแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน หลังจากนั้นก็สะท้อนสู่ภาคีเครือข่าย เช่น การสะท้อนแง่คิดการจัดกิจกรรมต่างๆ ผ่านโครงการชาวนาอัจฉริยะด้วยสื่อดิจิทัล การสร้างพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการพัฒนาชาวนาอัจฉริยะด้วยการนำเกษตรกรต้นแบบด้านระบบควบคุม

คุณภาพภายใน ทำการตรวจคุณภาพข้าว สารเคมีต่างๆ ตามมาตรฐานกำหนด เพื่อควบคุมกระบวนการผลิตให้ปลอดภัยตามมาตรฐานอินทรีย์ เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถนำเสนอในรูปแบบตารางเปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการวิจัยกระบวนการพัฒนาเกษตรกรโดยการสร้างเสริมพลังการเรียนรู้สู่การเป็นผู้ผลิตข้าวคุณภาพ

การเปลี่ยนแปลง	ก่อนดำเนินการวิจัย	หลังดำเนินการวิจัย
1. กระบวนการจัดการทางการตลาดสู่ยุคดิจิทัล	เน้นการขายในกิจกรรมต่างๆ ของจังหวัด ขาดการสื่อสารเนื้อหาผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ	เกิดการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดออนไลน์และมีผลิตภัณฑ์นำเสนอขายในระบบออนไลน์ โดยให้เกษตรกรและผู้ประกอบการได้เรียนรู้การสร้างเนื้อหาให้น่าสนใจ และสร้างการสื่อสารผ่านภาพ และคลิปวิดีโอสั้นๆ และรู้จักแพลตฟอร์มออนไลน์ที่นิยมในประเทศ และต่างประเทศ และเกิด Page “ข้าวดีนครลำปาง The Signature Rice of Lampang” ขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลข้าวปลอดภัยจากเกษตรกรโดยตรงที่สามารถส่งเสริมการขายได้อีกแนวทางหนึ่ง
2. การทำงานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานในพื้นที่และจังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์ข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน	มีการทำงานแบบแยกส่วน ต่างคนต่างทำ	เกิดการวางแผนการทำงานร่วมกัน และแต่งตั้งคณะกรรมการการทำงานร่วมกัน ผ่านข้อตกลงในลักษณะ Memorandum of Understanding หรือ MOU ระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางกับภาคีเครือข่าย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้าวอัตลักษณ์ลำปาง ที่เน้นการร่วมคิดและเน้นข้อค้นพบ ด้านคุณประโยชน์ของข้าวสายน้ำแร่และพื้นที่ของอุทยานแจ้ซ้อน (แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลำปาง) ในการสร้างจุดเด่นและเรื่องราวของสินค้าข้าวอัตลักษณ์ลำปาง จากกลไกการทำงานร่วมกัน เช่น เกษตรจังหวัดลำปาง ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว พาณิชย์จังหวัด สหกรณ์การเกษตรห้างฉัตร องค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน เป็นต้น
3. การเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานอินทรีย์	มีการทำเกษตรอินทรีย์แต่ไม่มีกระบวนการเข้าสู่มาตรฐาน	1. เกิดการขับเคลื่อนการเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ โดยความร่วมมือจากภาคีเครือข่าย และเกษตรกรต้นแบบด้านระบบควบคุมคุณภาพภายในโดยเน้นการตรวจคุณภาพข้าว สารเคมีต่างๆ ตามมาตรฐานกำหนด เพื่อควบคุมกระบวนการผลิตให้ปลอดภัยตามมาตรฐานอินทรีย์ 2. ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในระบบการตรวจรับรองหรือการรับรองแบบมีส่วนร่วม Participatory Guarantee System (PGS)
4. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และ Story ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการพลิกฟื้นวิถีการท่องเที่ยวและประเพณีแรกนาของคนในชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการสื่อสารการท่องเที่ยวและเรื่องราวผ่านข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน	ยังไม่มีการดำเนินการ	1. เกิดการอบรมด้านการตลาดออนไลน์และมีผลิตภัณฑ์นำเสนอขายในระบบออนไลน์ผ่านเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการทำสื่อ เนื้อหาสินค้า คุณค่าข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน โดยมี Page กลางในการนำเสนอ The Signature Rice of Lampang 2. การพัฒนาการรับรู้เรื่องราวข้าวดีนครลำปาง...ข้าวสายน้ำแร่ แจ้ซ้อน: เชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในงานแจ้ซ้อนม่วนใจ๋ ครั้งที่ 1 ภายใต้ชื่องาน “วิถีชาวนาไทย เพื่อคุณภาพชีวิต ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน” จัดกิจกรรม ณ แปลงนาอินทรีย์บ้านหลวง หมู่ที่ 5 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยมีภาคีเครือข่ายหนุนเสริม เช่น นายอำเภอเมืองปาน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน หัวหน้าอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน มีภาคีเครือข่ายร่วมกิจกรรมทั้งเยาวชน และกลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงเวทีเสริมสร้างพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้าน “เกษตรอินทรีย์ วิถีพอเพียง เคียงคู่แจ้ซ้อน” โดยเชื่อมโยงวิถีท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์กับอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการวิจัยกระบวนการพัฒนาเกษตรกรโดยการสร้างเสริมพลังการเรียนรู้สู่การเป็นผู้ผลิตข้าวคุณภาพ (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลง	ก่อนดำเนินการวิจัย	หลังดำเนินการวิจัย
5. นวัตกรรมกระบวนการแปรรูปข้าว และการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จากการนำเกษตรกร และผู้ประกอบการมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	ยังไม่มีการดำเนินการ	1. การผลิตเบเกอรี่จากแป้งข้าวไรซ์เบอร์รี่ โจ๊กข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน เครื่องดื่มข้าวกล้องงอก 2. การแปรรูปข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนได้รับมาตรฐานการแปรรูปด้านหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารอย่างปลอดภัย (Good Manufacturing Practice: GMP) และมาตรฐานควบคุมดูแลความปลอดภัยในทุกกระบวนการผลิตอาหาร (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP)

จากกระบวนการเสริมสร้างพลังการเรียนรู้ด้วยกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากพลังภาคีเครือข่าย มีผลกระทบที่สำคัญดังนี้

1. ผลกระทบเชิงเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วย 1) เกิดผลิตภัณฑ์ข้าวที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวลำปาง (Lampang Rice) เรียกว่า ข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน ซึ่งเป็นออร์แกนิค 100 เปอร์เซ็นต์ แห่งเดียวในประเทศไทย ปัจจุบันพันธุ์ข้าวที่ปลูก ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวทับทิมชุมแพ ข้าว กข 43 และข้าวหอมล้านนา และอยู่ระหว่างการพิจารณาพันธุ์ข้าวที่ใช้กำหนดเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) ได้แก่ ข้าวหอมมะลิดำหนองคาย (กข 83) ให้เป็นลักษณะพันธุ์ที่ใช้ปลูกในพื้นที่เพื่อขอการรับรองข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติคือ เป็นแหล่งน้ำที่เป็นสายน้ำแร่จากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน และอาศัยความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนจนเกิดเป็นข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนคือ เกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสมาชิกกลุ่มที่ปลูกข้าวหรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว 2) ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนารูปลักษณ์สินค้าข้าว โดยเน้นการทำสื่อ เนื้อหา (Content) สินค้า คุณค่าข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน โดยมี Page กลางในการนำเสนอ The Signature Rice of Lampang และ 3) เกิดการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนการผลิตข้าวต่อไร่ของการทำนาแบบอินทรีย์และแบบเคมีของเกษตรกรพบว่า การคำนวณต้นทุนการผลิตข้าวเปลือก เจ้าของเกษตรกรที่เข้าร่วมอบรมโครงการชาวนาอัจฉริยะ ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวแบบอินทรีย์และแบบเคมี โดยพบว่าเกษตรกรที่ทำนาแบบอินทรีย์จะมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าการทำนาแบบเคมี ซึ่งนอกจากจะมีกำไรสุทธิที่สูงกว่าแล้ว สิ่งที่ได้มากกว่านั้นคือ เรื่องของสุขภาพทั้งเกษตรกรและความมั่นใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีผลพลอยได้จากการทำนาแบบอินทรีย์คือ สิ่งมีชีวิตจำพวกปูนา ปลาที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้สูงถึงปีละ 30,000 บาท แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวแบบอินทรีย์ยังไม่มีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอน ส่วนใหญ่จะสีและบรรจุถุงนำไปจำหน่ายในงานประชุมเครือข่าย หรืองานประชุมที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วม ไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตได้ครั้งละมากๆ ดังนั้นการหาช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์จึงมีความสำคัญ การรับประกันเรื่องราคา มีตลาดรองรับที่แน่นอน จะช่วยให้ผู้ผลิตข้าวแบบอินทรีย์มีความหวังและกำลังใจในการผลิตเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังจะเป็นการกระตุ้นให้การผลิตข้าวแบบอินทรีย์แพร่ขยายเพิ่มมากขึ้นได้

2. ผลกระทบเชิงสังคม ประกอบด้วย 1) เกิดสังคมผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตสายน้ำแร่แจ้ซ้อนเพิ่มขึ้น หรือขยายเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตในเขตสายน้ำแร่เพิ่มขึ้นภายใต้การหนุนเสริมของสำนักงานเกษตรอำเภอแจ้ซ้อน ถึงแม้ว่าการเกษตรแบบเคมีอาจสร้างรายได้ที่รวดเร็วแต่กับพบว่า การผลิตข้าวแบบอินทรีย์จำนวนปุ๋ยในนาเพิ่มขึ้น และสามารถเก็บขายได้ปีละ 30,000 บาท โดยขายให้กับเกษตรกรในตำบลแจ้ห่ม ซึ่งผลิตน้ำปูมากที่สุดในจังหวัดลำปาง และเป็นสินค้าประจำท้องถิ่นในราคา 60 บาท/กิโลกรัม 2) เกษตรกรและชุมชนจำนวน 25 ราย ได้รับความรู้เพิ่มเติมในการเรียนรู้และปฏิบัติการผลิตสารชีวภัณฑ์ใช้เองได้ในกลุ่ม และยังขยายผลด้านการผลิตปุ๋ยหมักแบบเติมอากาศสู่พื้นที่อื่นๆ 3) เกิดเกษตรกรต้นแบบในการเป็นตัวอย่างและขยายผลเกษตรอัจฉริยะสู่เกษตรกรข้างเคียง จำนวน 25 ราย ภายใต้การหนุนเสริมของสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองปาน และองค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน 4) เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดทำ Content สำคัญในตลาดดิจิทัล ทำให้พบจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของกลุ่ม และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะดำเนินการต่อไป และ 5) เกิดพันธมิตรเครือข่ายในการขับเคลื่อนกิจกรรมเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นคือ อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ชุมชนบ้านแม่แจ๋ม ชุมชนบ้านป่าเหมี้ยง ซึ่งเป็นชุมชนโอทอปนวัตวิถีในการร่วมสนับสนุนกิจกรรม “การท่องเที่ยววิถีอินทรีย์ Organic Tourism” ที่มีนักวิชาการและปราชญ์ชุมชนเข้าร่วมสานพลังความรู้ เช่น “วิถีอินทรีย์กับชีวิตที่สมดุล” โดยประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน “นิเวศป่า รักษาสมดุลชีวิต” โดยหัวหน้าอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” โดยตัวแทนจากบ้านแม่แจ๋มและบ้านป่าเหมี้ยง “การท่องเที่ยววิถีอินทรีย์” โดยกลุ่มเกษตรอินทรีย์จากเวทีเสวนาได้สร้างเสริมพลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างป่าไม้กับชุมชนที่มีประเพณีวัฒนธรรมร่วมกันมาอย่างยาวนานที่คนรุ่นหลังจะต้องอนุรักษ์และสืบทอดต่อไป พร้อมการผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ให้ผู้คนได้เรียนรู้ความสำคัญของธรรมชาติ ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติโดยไม่เบียดเบียนกันและกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษากระบวนการเสริมสร้างพลังแห่งการเรียนรู้ ความเชื่อมโยงตลอดโซ่อุปทานในการพัฒนาข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปาง โดยเน้นการเสริมสร้างพลังแห่งการเรียนรู้กับภาคีเครือข่าย ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์จังหวัดลำปาง 2) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง 3) สหกรณ์การเกษตรห้างฉัตร 4) สำนักงานเกษตรจังหวัดลำปาง และ 5) องค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน โดยใช้กระบวนการเป็นการสร้างความตระหนัก (Awareness) สร้างการมีส่วนร่วม (Participation) และความมุ่งมั่น (Commitment) ของทีมคณะกรรมการขับเคลื่อน โดยอาศัยการจัดการความรู้และเสริมสร้างพลังการเรียนรู้ ซึ่งเป็นไปตามหลักการของ The Knowledge Management Institute Foundation (2019) ดังนี้

ขั้นตอนแรก เน้นการทำความเข้าใจกับประชากรเป้าหมาย ประชากรเป้าหมายคือ ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการของจังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นความร่วมมือกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ภายใต้การบริหารความรู้ร่วมกัน เรื่อง “การพัฒนาโซ่อุปทานข้าวเพื่อตอบสนองการตลาดยุคดิจิทัล” ของ Damrongwattanakool et al. (2018) ซึ่งเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์จังหวัดลำปาง โดยร่วมกันสะท้อนสภาพปัญหา ความต้องการของกลุ่มและนำไปผนวกกับกระบวนการขับเคลื่อนร่วมกับภาคีเครือข่าย เรียกว่าเป็น Executive Overview Session หรือเน้นการนำเสนอภาพใหญ่

ให้กลุ่มเกษตรกรและภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนร่วมกัน มีรูปธรรมเพื่อให้เห็นพลังของการนำการจัดการความรู้เข้ามาใช้ในการขับเคลื่อน ทำให้กลุ่มเกษตรกรและภาคีเครือข่ายเห็นความสำคัญของประเด็นศึกษา เช่น การมีองค์ความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์มีรายได้สูงกว่าการใช้สารเคมี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ketpirune (2012) หรือ National Science and Technology Development Agency (2017) ก็สะท้อนว่าการผลิตข้าวอินทรีย์ต้นทุนต่ำ โดยอาศัยเทคโนโลยีที่เหมาะสมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ ทำให้มีรายได้สูงกว่าการใช้สารเคมี ขณะเดียวกันยังเน้นการทำงานสอดรับกับพันธกิจ (Mission) ของภาคีเครือข่าย ทั้งสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง สหกรณ์การเกษตรห้างฉัตร สำนักงานเกษตรจังหวัดลำปาง และองค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสามารถผลักดันเป็นข้าวอัตลักษณ์ของลำปางได้ ทางทีมภาคีเครือข่ายจึงร่วมกันเลือกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลแจ้ซ้อน มาเน้นการพัฒนาเป็นข้าวอัตลักษณ์ลำปาง และเกิดความตระหนักว่าเรื่องนี้เป็นสิ่งที่ภาคีเครือข่ายและเกษตรกรต้องร่วมรับผิดชอบ โดยร่วมเป็นกลไกของการพัฒนา อีกทั้งชี้ให้เห็นว่าพลังภาคีเครือข่ายมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จนี้และสะท้อนว่าความรู้อะไรสำคัญต่อพันธกิจหรือวิสัยทัศน์ของแต่ละองค์กร ซึ่งความรู้ที่สำคัญสะท้อนในรูปของบันทึกข้อตกลงความร่วมมือสนับสนุนโครงการการขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานข้าวคุณภาพ ระหว่างสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง สำนักงานเกษตรจังหวัดลำปาง ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวลำปาง สหกรณ์การเกษตรห้างฉัตร องค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน และมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผลจากการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือพร้อมปฏิบัติการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการทำงานร่วมกัน การจัดลำดับความสำคัญและวางแผนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ และภาคีเครือข่ายว่าจะจัดการหรือเลือกทำหรือขับเคลื่อนร่วมกัน ข้อตกลงร่วมมือสนับสนุน เช่น สหกรณ์การเกษตรห้างฉัตร ร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง สนับสนุนการตลาด โดยการรับซื้อข้าวถึงแหล่งผลิตจากเกษตรกรเป้าหมาย และสนับสนุนงบประมาณสำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลแจ้ซ้อน ในการนำเสนอ The Signature Rice of Lampang ที่เน้นพิธีแรกนาเพื่อสืบทอดแก่เยาวชน ตำบลแจ้ซ้อน มีการแข่งขันเกี่ยวข้าว ปลูกข้าวนาโยน ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน ส่วนภาคีเครือข่ายอื่นๆ เน้นความร่วมมือในการสนับสนุนทีมงาน เพื่อเรียนรู้การตลาดออนไลน์และมีผลิตภัณฑ์นำเสนอขายในระบบออนไลน์ผ่านเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์โดยเน้นการทำสื่อ Content สินค้า คุณค่าข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน โดยมี Page กลาง ดังนั้นในการจัดการความรู้ในขั้นตอนนี้ได้อาศัยเครื่องมือคือ การจัดให้มีชุมชนนักปฏิบัติ หรือ CoP ทำให้เห็นภาพผู้ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมใน CoP นั้นๆ และเน้นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ในที่นี้คือ ชุมชนที่รวมกลุ่มทำเกษตรอินทรีย์ และพลังภาคีเครือข่ายที่มีความรู้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีพันธกิจขององค์กรในเรื่องที่ใกล้เคียงกันมาร่วมแลกเปลี่ยน แบ่งปันเรียนรู้ในกิจกรรมที่ร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อไปทดลองใช้แล้วนำผลที่ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่ม และเครือข่ายอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ความรู้นั้นๆ ถูกยกระดับขึ้นเรื่อยๆ ผ่านการปฏิบัติ ประยุกต์ และปรับใช้ตามแต่สภาพแวดล้อมของกลุ่ม จนปัจจุบันกลายเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ McDermott & Archibald (2010)

โดยลักษณะการรวมตัวของชุมชน นักปฏิบัติของกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย ยังเน้นการร่วมกันอย่างสมัครใจ เชื่อมโยงกันโดยกิจกรรมทางสังคมที่มีการกำหนดบทบาทของกลุ่มที่ชัดเจน และบทบาทของการส่งเสริมจากภาคีเครือข่ายเพื่อให้การทำงานยั่งยืนในระดับหนึ่ง ผลการศึกษาครั้งนี้ที่สะท้อนในรูปของบันทึกข้อตกลงความร่วมมือสนับสนุนของภาคีเครือข่าย

จึงเป็นความร่วมมือหรือความเข้าใจระหว่างหน่วยงานร่วมกัน และเกิดกลไกสำคัญทำให้การทำงานยั่งยืนในระดับหนึ่ง การเกิดของชุมชนนักปฏิบัติทั้งเกษตรกรเป้าหมาย และภาคีเครือข่าย มีลักษณะการทำงานคล้ายทีมเครือข่ายผสมผสานกัน เน้นการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันและกัน ซึ่งขั้นตอนแรกนี้เป็นการทำความเข้าใจในระดับผู้บริหาร/ภาคีเครือข่ายและกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย เป็นการสร้างความตระหนักการมีส่วนร่วม สร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) และความมุ่งมั่น (Commitment) ในเรื่องการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) จากกลุ่มภาคีเครือข่ายและเกษตรกรเป้าหมาย หรือตามเอกสารข้อตกลงร่วมมือสนับสนุน โดยเน้นกลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ตำบลแจ้ซ้อน ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน สถานที่ท่องเที่ยวที่เน้นน้ำพุร้อนและต้นทางของคุณค่าของสายน้ำแร่แจ้ซ้อนที่สำคัญของจังหวัดลำปาง ภายใต้การร่วมกันนำเสนอ Story ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือ “ข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน ปลูกในบริเวณที่มีแม่น้ำมอญไหลผ่าน โดยมีต้นกำเนิดจากขุนเขาแม่มอญไหลผ่านอุทยานน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนในพื้นที่กว่า 3 ไร่ รวมเป็นสายน้ำแร่สู่แม่น้ำมอญ หล่อเลี้ยงต้นข้าวของชุมชนที่ดูแลกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนด้วยความใส่ใจ”ดังนั้นขั้นตอนนี้จึงถือเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการ Implement KM ให้ได้รับความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องตามหลักการและขั้นตอนของ The Knowledge Management Institute Foundation (2019)

ขั้นตอนที่สอง มุ่งเน้น “การพัฒนา Knowledge Facilitator” การพัฒนา Knowledge Facilitator หรือที่ The Knowledge Management Institute Foundation (2019) เรียกว่า Workshop โดยทีมวิจัยทำหน้าที่ “อำนวยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้” ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรกับภาคีเครือข่าย โดยทีมวิจัยสร้าง “การอำนวยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้” ให้ครอบคลุมทุกกิจกรรมของการขับเคลื่อน ภายใต้การใช้เทคนิคมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน และการอำนวยให้เกิด “วัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้” ขึ้นมาภายในองค์กร โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบ Action Learning คือ เรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรม ดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และปฏิบัติการ จำนวน 3 หลักสูตร ได้แก่ 1) Train to the Trainer เพื่อพัฒนาและเตรียมความพร้อมในการอบรมผู้ประกอบการค้าข้าวที่ตอบสนองความต้องการของตลาดยุคดิจิทัล สำหรับอาจารย์และทีมวิจัย 2) การพัฒนาเกษตรกรสู่ชาวนาอัจฉริยะ สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์จังหวัดลำปาง 3) การพัฒนาผู้ประกอบการค้าข้าวยุคดิจิทัล ขณะเดียวกันยังเน้นการลงพื้นที่หารือกับเครือข่ายการทำงานและเกษตรกรเป้าหมาย พร้อมสำรวจเส้นทางสายน้ำแร่แจ้ซ้อน การเชื่อมโยงช่องทางการตลาดกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และการเรียนรู้นอกพื้นที่ เช่น สามพรานโมเดล จังหวัดนครปฐม กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ตำบลหาดกรวด และเทศบาลหาดกรวด จังหวัดอุตรดิตถ์ เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ ข่วงผญา กิจกรรมการนำข้าวมาเชื่อมโยงกับวิถีธรรมชุมชนของกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย ปฏิบัติการทำสารชีวภัณฑ์ตลอดจนกระบวนการพัฒนาเกษตรกร คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ คือ การเชื่อมโยงสู่การพัฒนาโรงสี และพัฒนาผู้ประกอบการค้าข้าว เพื่อสะท้อนความต้องการของลูกค้าและผู้ผลิตให้ตรงกัน เป็นต้น

2. การสะท้อนการเรียนรู้ร่วมกัน (Reflection) มีการบันทึกจัดเก็บความรู้ในรูปของเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นการพัฒนาผู้ที่เป็นกำลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นบทบาทของการอำนวยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในฐานะเป็นผู้เสริมพลังเรียนรู้ คือ เน้นการทำหน้าที่เป็นผู้ “เติมพลัง” (Catalyst) เป็นผู้ “ประสานเชื่อมโยง” (Coordinator) และเป็น “นักขายภาพอนาคต” (Merchant of Foresight) เพื่อให้เกิดเป้าหมายการเสริมพลังความรู้และพัฒนากลไกการขับเคลื่อนร่วมกัน

ขั้นตอนที่สาม เส้นทางการทำงาน หรือ Roadmap เมื่อทีมภาคีเครือข่ายจากทีมผู้บริหารของแต่ละภาคีเครือข่ายลงนามในเอกสารความร่วมมือมีความพร้อม ทีมวิจัยมีเส้นทางการทำงาน หรือ Roadmap (จากขั้นตอนแรก) แล้วแสวงหาคนเชี่ยวชาญคนทำงาน หรือผู้ที่มีประสบการณ์ด้านนั้นๆ เช่น ครูต้นแบบจากกลุ่มเกษตรกรจากชุมชนต้นแบบ เช่น วิสาหกิจชุมชนบ้านหาดกรวด ชุมชนต้นแบบผู้ผลิตข้าวเพื่อส่งออกของกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านหาดกรวด จังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งมีศักยภาพพร้อมในการเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดความรู้ ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม รวมถึงยังเป็นต้นแบบที่ประสบผลสำเร็จในการผลิตข้าวสู่มาตรฐานส่งออก ภายใต้การส่งเสริมจากเทศบาลตำบลหาดกรวด ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันและผลที่เชื่อมโยงการทำงานร่วมกันทำให้เกิดชุมชนนักปฏิบัติขึ้น (Community of Practice) จากการตั้งกลุ่มสื่อสารกันทางไลน์ซึ่งก็คือ พื้นที่ที่กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการและทีมงานมารวมตัวกันพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกันและกัน

ขณะเดียวกันการจัดการความรู้ และเสริมสร้างพลังแห่งการเรียนรู้ในการเป็นผู้ผลิตข้าวที่มีมาตรฐานและสร้างผู้ประกอบการค้าข้าวรายใหม่ให้กับชุมชนที่ตอบสนองความต้องการตลาดยุคดิจิทัล 4.0 ยังสอดคล้องกับการบริหารการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงในการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงอธิบายกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงโดยสรุปการเชื่อมโยงเชิงสาเหตุหรือความคิดริเริ่ม เช่น ผลลัพธ์ระยะสั้น กลาง และระยะยาว การเปลี่ยนแปลงที่ระบุจะถูกวางแผน เป็น “เส้นทางผลลัพธ์ หรือ Outcomes Pathway” แสดงผลแต่ละรายการในความสัมพันธ์เชิงตรรกะหรือปัจจัยเชิงสาเหตุเช่นเดียวกับการไหลตามลำดับเหตุการณ์ การเชื่อมโยงระหว่างผลลัพธ์นั้นถูกอธิบายโดย “เหตุผล” หรือการอธิบายว่าเพราะเหตุใดผลลัพธ์หนึ่งจึงคิดว่าเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นสำหรับสิ่งอื่น โดยนวัตกรรมของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงอยู่ที่ 1) การสร้างความแตกต่างระหว่างผลลัพธ์ที่ต้องการและที่เกิดขึ้นจริงและ 2) การกำหนดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานร่วมกัน ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนและประเมินร่วมกันซึ่งเป็นไปตามหลักการของ Clark & Taplin (2012)

สรุปผล

กระบวนการพัฒนาข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนสู่ข้าวอัตลักษณ์ลำปางได้ใช้กระบวนการจัดการความรู้และเสริมสร้างพลังการเรียนรู้ในการเป็นผู้ผลิตข้าวที่มีมาตรฐาน และสร้างผู้ประกอบการค้าข้าวรายใหม่ให้กับชุมชนในตลาดดิจิทัล รวมถึงใช้กระบวนการบูรณาการตลอดโซ่อุปทานการผลิตข้าวคุณภาพได้เครือข่ายผู้ผลิตข้าวคุณภาพในอำเภอต่างๆ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องร่วมกันพิจารณาลักษณะเด่น สินค้าข้าวอัตลักษณ์ลำปาง จนเกิดเป็นข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนหนึ่งเดียวในประเทศที่มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน บรรจุภัณฑ์ถูกยกระดับให้มีมาตรฐานสากล และใช้การสื่อสารสินค้าข้าวในตลาดดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านภาคีเครือข่ายที่ร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ และการขับเคลื่อนกลุ่มเกษตรกรด้วยการประสานงานเสริมพลังของภาคีเครือข่าย นำไปสู่การยกระดับกลุ่มเกษตรกรในการผลิตข้าวสู่มาตรฐาน และการตลาดออนไลน์ที่ตอบโจทย์ผู้ประกอบการยุคดิจิทัลได้ ดังนั้นการขับเคลื่อน โซ่อุปทานข้าว จะต้องอาศัยการประสานงานเสริมพลัง และกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการส่งเสริมด้านการตลาด ที่เชื่อมโยงกับการดึงพลังเยาวชนมามีบทบาทในการร่วมพัฒนาการตลาดยุคดิจิทัลของกลุ่ม แต่ขณะเดียวกันก็ค้นพบจุดเด่นบางพื้นที่อาศัยการขับเคลื่อนการตลาดดิจิทัลของกลุ่มเกษตรกรจากเยาวชน ทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควร 1) ศึกษาและพัฒนากลุ่มเกษตรกรเยาวชนให้มีบทบาทส่งเสริมผู้ประกอบการค้าข้าวการตลาดยุคดิจิทัลในพื้นที่อื่นๆ 2) ควรเน้นการเจาะลึกลงสู่ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา แล้วเชื่อมโยงสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการของข้าวสายน้ำแร่สู่นวัตกรรมการแปรรูปด้านวิทยาศาสตร์การอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าหรือการยกระดับสินค้าข้าวสายน้ำแร่สู่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จังหวัดลำปาง เพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของชุมชน เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) สัญญาทุน สวก. เลขที่ 06/2563

References

Brest, P. (2010). *The Power of Theories of Change.* Retrieved April 26, 2019, from http://sc4ccm.jsi.com/wp-content/uploads/2016/07/The-Power-Of-Theories-Of-Change.pdf

Chantharat, M. & Maikaensarn, V. (2019). Upstream Supply Chain Analysis of Sangyod Muang Phatthalung Rice Using Scor Model. *Panyapiwat Journal, 11*(1), 127-136. [in Thai]

Clark, H. & Taplin, D. (2012). *Theory of Change Basics: A Primer on Theory of Change.* New York: Acknowledge.

Damrongwattanakool, N., Thonglard, P., Janasak, S., Tikapanya, T., Chompoo, M., & Mesumree, J. (2018). *Guidelines for Promoting Rice Exports in the Northern Region 1* (Research Report). Lampang: Lampang Province Commercial. [in Thai]

Kaoded. (2019). *Chae Son National Park, Lampang Ranked in the Top Ten of the National Parks with the Most Tourists*. Retrieved January 4, 2019, from https://today.line.me/th/article/%94-nYYJjg [in Thai]

Ketpirune, O. (2012). Persuasion in Planting Organic Rice with Research. *Journal of Community Development Research*, *5*(1), 117-119.

Lampang Provincial Commercial Office. (2014). *Mission.* Retrieved April 6, 2020, from http://www.aecthaibiz.com/province/main.html?pv=52 [in Thai]

McDermott, R. & Archibald, D. (2010). Harnessing Your Staf's Informal Networks. *Harvard Business Review, 88*(3), 82-89.

National Science and Technology Development Agency (NSTDA). (2017). *Guidelines for Knowledge Management that Meet International Standards*. Retrieved August 7, 2020, from https://nstda.or.th/th/nstda-knowledge/knowledge-management/12623-km-talk [in Thai]

Office of the Public Sector Development Commission and the National Productivity Institute. (2004). *Knowledge Management from Theory to Practice*. Bangkok: SE-ED Publishing Co., Ltd.

Royal Thai Government. (2018). *20 Year National Strategy*. Retrieved November 10, 2018, from http://www.thaigov.go.th/ebook/contents/detail/72#book/ [in Thai]

The Knowledge Management Institute Foundation. (2019). *Summary of Important Steps to Implement KM in Your Organization.*Retrieved September 27, 2020, from https://kmi.or.th/kmknowledge/ [in Thai]

Name and Surname: Nanthina Damrongwattanakool
Highest Education: Doctor of Science (Food Science and Technology), Chiang Mai University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: Local Food Product Development

Name and Surname: Pornchanok Thonglard
Highest Education: Doctor of Philosophy (Business Administration), Ramkhamhaeng University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: Accounting and Management

Name and Surname: Siraya Janasak
Highest Education: Doctor of Philosophy in Business Administration, Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: Business Administration

Name and Surname: Jumnian Meesumlee
Highest Education: Doctor of Philosophy in Agronomy, Chiangmai university
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: Agricultural Technology

Name and Surname: Piyarat Tongtanee
Highest Education: Master's degree Agriculture Extension, Maejo University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: Agriculture Extension

Name and Surname: Jakchaiwat Kaweewong
Highest Education: Doctorate degree (Ph.D.), Kasetsart University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: Soil Science, Fertilizer management and Soil management for food safety

Name and Surname: Kannika saithep
Highest Education: Doctor of Business Administration, Naresuan University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: International Business

Name and Surname: Kanjana Ruttanateerawichien
Highest Education: Master of Science (Internet and Information Technology), Naresuan University
Affiliation: Lampang Rajabhat University
Field of Expertise: E-commerce and Digital Marketing

A REVIEW AND COMPARISON OF LEADING LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT SOFTWARE PACKAGES

Roumporn Thongrassamee Aarnes
Faculty of Logistics and Aviation Technology, Southeast Bangkok College

Received: June 26, 2020 / Revised: November 9, 2020 / Accepted: November 12, 2020

Abstract

This article aimed to present mathematical techniques and technological application for logistics and supply chain management. By applying quantitative statistics data regarding Transportation Problem and Linear Programming, a software package, QM for Windows, and Excel Solver tool were applied to identify appropriate models and the best alternative for decision-making procedure. Besides, this is to point out strengths and limitations of the program, along with the necessity of mathematical and statistical background knowledge, which would be applicable as solutions for quantitative data problems and to device the programs for faster solutions.

Keywords: Quantitative Statistics Software Package, Logistics and Supply Chain Management, QM for Windows, Solver Excel

Introduction

Economic and financial crisis and the floating exchange rate of the Thai Baht can be factors affecting manufacturing system globally. Therefore, cost reduction for efficiency manufacture to satisfy customers' need has been considered. Accordingly, logistics and supply chain play an important role for entrepreneurs. Accordingly, logistics activities including assembling, sourcing, moving, stocking, and transporting between the point of origin and the point of consumption by reducing cost and increasing profits occur. It is also expected to efficiently reduce cost by assembling raw material among channel partners and businesses' storage of goods, sourcing, manufacture planning, and distributing in order to gain highest benefit from natural resources (Watnaprasert, 2019: 7-16). Logistics management is that part of supply chain management which is advantageous for overall cost reduction in supply chain process (Sorat, 2007: 74-75). To achieve, logistics activities in institutes, organizations or companies should generate highest profits or lessen cost to promptly and thoroughly respond to customers' needs (Sangdee, 2017: 8-9). With these activities, quantitative and qualitative statistical data collection are conducted to analyze and establish strategic

Corresponding Author
E-mail: rp2004_t@hotmail.com

plan in relation to resources management, marketing and operation. These would assist decision-making process in running cooperation business and logistics management including route selection for inbound and outbound goods and daily manufacture control, for instance. To reduce cost and increase manufacturer value, data concerning investment from logistics activities such as cost of sales, inventory, warehouse management, purchasing process, order quantity, and transportation have been quantitatively collected to indicate an ultimate solution for cost reduction, profit upsurge and being in accordance with business plan.

By aiming at minimizing cost and rising profit, the logistics activities include manufacturing, storing and transporting which relate to Linear Programming because it can be the best problem-solving technique under certain conditions. Also, this can be applied to some other problem-solving techniques and become a fundamental tool in business, society, industry, and so on (Hillier & Lieberman, 1995: 67). Analytical guidelines and supply chain research would apply Linear Programming for optimizing delivery route and might experience limitations and significant values. Even though there are complexities in mathematical calculations, computer programs can greatly help analyze the data in nowadays (Bowersox, Closs, & Cooper, 2010: 353). Efficient and widely accepted tools used by companies for solving supply chain problems usually involve with linear techniques in operational plans as they generate good returns under certain conditions (Chopra & Meindl, 2002: 105). With economic factors and technological advancement, it is crucial to be competitive, credible and responsive. Besides, companies should be driven by new technologies in order to be more efficient and to reduce cost by applying data to Microsoft Excel under consideration of conditions or limitations to calculate certain values and opt for smart option and most economical route which is worth for delivery. It is concluded that the application of technology can accommodate and improve the speed in work process with more accuracy and credible (Vongsaroj & Rattanawong, 2020). Wonginta, Wangrungwichaisri, & Kantasa-ard (2020) investigated a Milk-Run of transport cost reduction and increase routing management efficiency in the case of auto parts manufacturing company. The study focuses on two routing management techniques; Saving Algorithm and sales staff transportation issues by applying Linear Programming and creating mathematical model to explore the ultimate protocol. This is one of the techniques that researchers and a great number of business organizations use to analyze quantitative data for prime alternative. It is also found that the model of sales staff transportation issues consumes less time in delivery by applying Linear Programming than Saving Algorithm method. Apart from device software program in the investigation, background knowledge of mathematics is also required in solving logistics and supply chains problems as a person who can analyze data should be able

to possess mathematical processes for an associative thinking, analytical and creative skills. Analysts should also explain and symbolically convey variables, equations, inequations, relations, and limitations, for example. With necessity of mathematics in daily life, employment and solutions for the future, it can also further comprehension and be employed for some other field study (Sangpom, 2015: 214).

Transportation, as an essential activity in merchandise distribution, knows a large range of approaches, destined to try to optimize the process. The main problems the logistics people are confronted with, in their attempt to achieve an optimal distribution of the products to the final clients are the following: to minimize the transportation distances, the costs and the last, but not the least, and the transportation time. The advantages of QM program package one can enumerate the following: Its reduced size, but also the fact that the computer it works on does not need to be of a great performance. The QM software package can be applied in order to solve a varied range of problems (Tatiana, 2009). The use of Excel Solver in solving such as linear and nonlinear programming, manufacturing, transportation, financial, and planning to find the optimal solution of optimization problems. Optimization problems in many fields can be modeled and solved using Excel Solver. It does not require knowledge of complex mathematical concepts behind the solution algorithms. This way is particularly helpful for students who are non-math majors and still want to take theses courses (Chandrakantha, 2014).

The Microsoft Excel Solver become the most widely distributed and almost surely the most widely used general purpose optimization modeling system and most often used to solve problems in industry. Use of the Solver in Education have become the preferred tool for teaching quantitative methods to course based on learning modeling by doing. They include many traditional examples from the operations management area of business: production and inventory planning, distribution inventory models, finance, and marketing (Daniel et al., 1998). In this globalization era all companies are trying to improve their competitiveness among others by optimizing their operational processes. This is made to increase their revenues and to reduce their costs. A logistics company engaged in export may optimize the space in the rack. In actual conditions, operators and the warehouse staffs use best practices in determining the items filled into the rack (puzzling), to decide what items to be filled into the rack. This study will use a software of Decision Support System (DSS) to calculate the optimization, namely, QM for Windows. QM software will be used to get the optimization. This is known as good software in calculating packing optimization in container. The target of this study will be a proof that by using the software the job will be easier and better results compared to using best practice (Purba, Indarto, & Aisyah, 2018). According to the curriculum for Logistics and

Supply chain management, especially the aspect of management and science, at Southeast Bangkok College there was a subject concerning data analysis for quantitative statistics (Southeast Bangkok College, 2020). For this subject, lecturers recommended books and software programs including technological tools for calculating. Each tool has different characteristics and ease of use. Lecturers also consider aptitude and competence of users with a different background in mathematics.

As aforementioned, this article; therefore, aimed to present the application of technology in data analysis of logistics management and supply chains with quantitative statistical data of Transportation Problem and Linear Programming, together with a software package, QM for Windows, and Solver Excel tool. This is to point out some benefits and necessities of mathematical background for quantitative data in order to diminish concerns and apply the program to faster solutions.

Quantitative Statistics and Software Package

To analyze quantitative data, mathematical background knowledge is required for calculation. Analysts should also be able to select the statistic which can solve the problems according to the objectives.

The author used an in-depth interview with lecturers who taught logistics and supply chain and other related subjects in regard to the selection of software used in teaching. It is found that the lecturers selected the fourth ranked software in accordance with the following factors: aptitude of the instructor, characteristics of the ease of use, limitations of the software usage on variable number (Solver in Excel can accept a maximum of 200 variables), suitability for the users' basic knowledge of mathematics, capability of adjusting or writing more as the user wants, and no cost to use the software. The teachers will supplement their operations by using software for learning, work and research. Additionally, the instructors introduced software which was convenient and easy to use. It was QM for windows. This software could be utilized with logistic and supply chain decision-making models. To use the software, the basic mathematical knowledge of the learners may not be necessary. For those who have a basic mathematical basis and know the agreement details of the model, Solver is preferred in Excel. This is because users must be able to write formulas or calculations as needed in cells. Both types of software are popularly used in logistics and supply chains, including administration and management science and engineering.

For this article, the quantitative statistic should reduce the concerns over Transportation Problem and Linear Programming with mathematical calculation. Thereby, lacking the background knowledge could be an obstacle on the investigation. However, at the present time, software packages are available to assist solving problems. This investigation has also applied a software package, QM for Windows, and Solver Excel tool for calculation.

Solutions for Transportation Problem

A transportation, or shipping, problem involves determining the amount of goods or number of items to be transported from a number of origins (or supply location) to a number of destinations (or demand location). The objective usually is to minimize total costs or distances. Constraints in this type of problem deal with capacities or supplies at each origin and requirements or demands at each destination. Therefore, quantitative data for solutions for Transportation Problem is presented in Example 1 and 2.

Example 1

Demand / Supply	1	2	3	a_i
1	8	5	6	120
2	15	10	12	80
3	3	9	10	80
b_j	150	70	60	280

1. There are 3 solutions from mathematics calculation.

1.1 A solution from Northwest Corner (N-W) Method.

Demand / Supply	1	2	3	a_i
1	8 **120**	5	6	120
2	15 **30**	10 **50**	12	80
3	3	9 **20**	10 **60**	80
b_j	150	70	60	280

The lowest transportation cost is reported by Northwest Corner (N-W) = 120x8 + 30x15 + 50x10 + 20x9 + 60x10 = 2,690.

1.2 A solution from Least cost (Minimum Cost) (L-C) Method.

Demand / Supply	1	2	3	a_i
1	8	5 70	6 50	120
2	15 70	10	12 10	80
3	3 80	9	10	80
b_j	150	70	60	280

The lowest transportation cost is reported by Least cost (Minimum Cost) (L-C) = 70x15 + 80x3 + 70x5 + 50x6 + 10x12 = 2,060.

1.3 A solution from Vogel's Approximation Method (VAM).

Demand / Supply	1	2	3	a_i
1	8 70	5	6 50	120
2	15	10 70	12 10	80
3	3 80	9	10	80
b_j	150	70	60	280

The lowest transportation cost is reported by Vogel's Approximation Method (VAM) = 70x8 + 80x3 + 70x10 + 50x6 + 10x12 = 1,920.

2. A solution from Software Package, QM for Windows, is presented in figure 1.

solution value = $1920	Destination 1	Destination 2	Destination 3
Source 1	70		50
Source 2		70	10
Source 3	80		

Figure 1 A result of the lowest transportation cost from QM for Windows is 1,920.

3. A solution from Solver Excel tool is presented in figure 2.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2	Demand	1	2	3	ai					
3	Supply									
4	1	8	5	6	120					
5	2	15	10	12	80					
6	3	3	9	10	80		Min	1920		
7	bj	150	70	60	280		constraint			limit
8							r1	120	=	120
9	Demand	1	2	3	ai		r2	80	=	80
10	Supply						r3	80	=	80
11	1	x11	x12	x13	120		c1	150	=	150
12	2	x21	x22	x23	80		c2	70	=	70
13	3	x31	x32	x33	80		c3	60	=	60
14	bj	150	70	60	280					
15										
16	Demand	1	2	3	ai					
17	Supply									
18	1	70	0	50	120					
19	2	0	70	10	80					
20	3	80	0	0	80					
21	bj	150	70	60	280					
22										

Figure 2 A result of the lowest transportation cost from Solver Excel tool is 1,920.

Figure 1 and 2 show that QM for Windows and Solver Excel tool reported the lowest transportation cost at 1,920 which is equivalent to a calculation from VAM. Even though analysts calculated with N-W, L-C or VAM, the result from the program showed the calculation at the lowest cost as in the requirement. However, the program did not indicate the calculation method, and different method of mathematical calculations show differences in the lowest transportation cost.

Example 2

Demand / Supply	1	2	3	a_i
1	3	5	25	300
2	7	4	5	200
b_j	100	150	250	500

From Example 2, the lowest transportation cost was calculated by N-W = 2,175, L-C = 1,725 and VAM = 1,650.

solution value = $1650	Destination 1	Destination 2	Destination 3
Source 1	100		200
Source 2		150	50

Figure 3 A result of the lowest transportation cost from QM for Windows is 1,650.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2	Demand	1	2	3	ai					
3	Supply									
4	1	3	5	2.5	300					
5	2	7	4	5	200		Min	1650		
6	bj	100	150	250	500		constraint			limit
7							r1	300	=	300
8	Demand	1	2	3	ai		r2	200	=	200
9	Supply						c1	100	=	100
10	1	x11	x12	x13	300		c2	150	=	150
11	2	x21	x22	x23	200		c3	250	=	250
12	bj	100	150	250	500					
13										
14	Demand	1	2	3	ai					
15	Supply									
16	1	100	0	200	300					
17	2	0	150	50	200					
18	bj	100	150	250	500					
19										

Figure 4 A result of the lowest transportation cost from Solver Excel tool is 1,650.

From Example 1 and 2, it is found that the lowest transportation cost can be calculated by each method (N-W, L-C and VAM), and it is possible to select the method that indicates the lowest cost.

However, QM for Windows and Solver Excel tool can only present the lowest transportation cost without indicating the calculation method even though analysts used the programs to solve the problem.

Solutions form Linear Programming

The Structure of Linear Programming can be divided into 3 important parts including 1) Decision Variable means levels or values of variables used as options to optimize the solutions, and the value must be greater than or equal to zero; 2) Objective Function is a mathematical function of a Decision Variable function mostly found in cost and profit function, for example; and 3) Constraint or Restriction are used for Decision Variable when it is constrained or restricted in equation or inequation. Quantitative statistical data for solutions form Linear Programming is presented in Example 3.

Example 3: A product manufacturing company produces 2 merchandises, P_1 and $P_{2,}$ from 2 kinds of raw material, M_1 and M_2 To manufacture, P_1 is a mixture of 20 g. of M_1 and 40 g. of M_2 Also, P_2 is a mixture of 30 g. of M_1 and 30 g. of M_2 P_1 creates $1 profit, and P_2 creates $1.50 profit. If the company receives no greater than 1,200 g. of M_1 and no greater than 1,800 g. of M_2 per day, how would the company create a manufacturing plan to generate highest profit?

Graph Solution (Mathematical calculation) Set x_1 as the capacity of daily P_1 production, and x_2 as the capacity of daily P_2 production. From the data, the model for problems can be described as follow.

Objective Function Max. $Z = x_1 + 1.5\,x_2$

Constraint $20x_1 + 30\,x_2 \le 1{,}200$ $40x_1 + 30\,x_2 \le 1{,}800$ $x_1, x_2 \le 0$

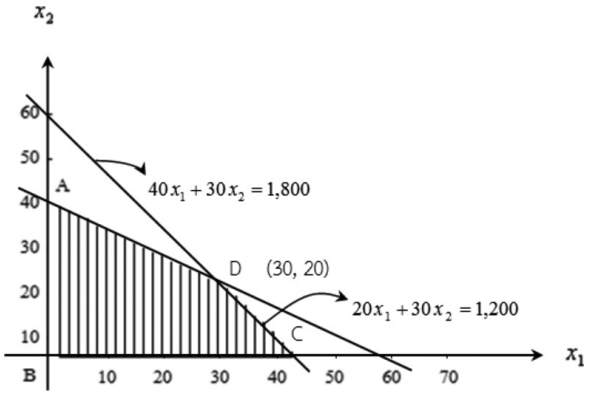


Figure 5 Solutions from Linear Programming with Graph

From figure 5, it is found that the ABCD square area is the possible answers. The points were set as A (0, 40), B (0, 0), C (45, 0) and D (30, 20) which are in accordance with the objective as to gain the most profit. When the value was added in Objective Function, the highest profits were shown in 4 points, 60, 0, 45 and 60, respectively. Therefore, point A and C make highest profit at $60 which indicate 2 ultimate cases.

1. P_2 will be the only product for manufacturing in the total number of 40 items.

2. 30 items of P_1 and 20 items of P_2 can be manufactured. These would generate $60 highest profit.

3. Solutions from Software Program, QM for Windows, have been reported in figure 6.

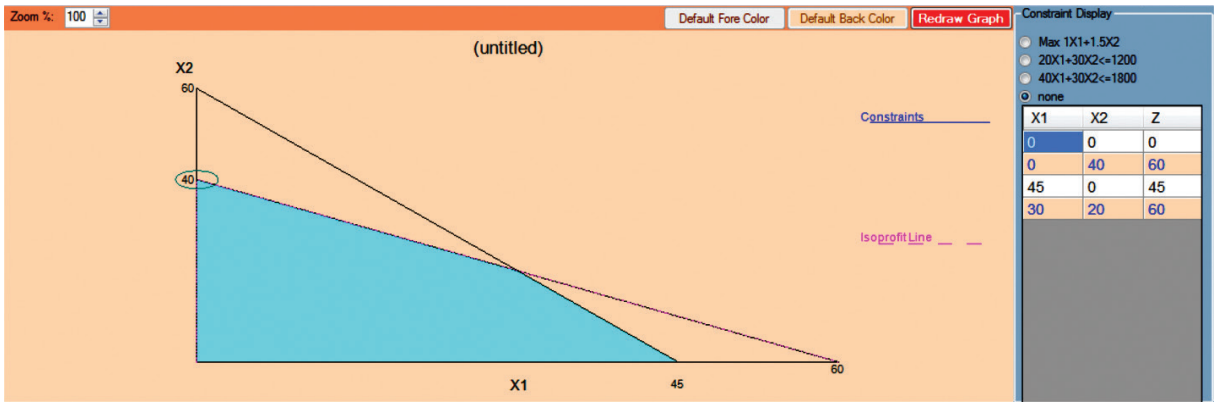


Figure 6 Solutions from QM for Windows

From figure 6, it is found that QM for Windows has reported all possibilities from which analysts can select the result with the highest profit of $60 by the following options.

1. P_2 (x_2) will be the only product for manufacturing in the total number of 40 items.

2. 30 items of $P_1(x_1)$ and 20 items of $P_2(x_2)$ can be manufactured. These would generate $60 highest profit.

3. Solutions from Solver Excel too have been reported in figure 7.

	A	B	C	D	E	F
1						
2						
3		A	B			
4	q prod	0	40			
5				TOTAL		LIMIT
6	PROFIT	1	1.5	60		
7	C	20	30	1200	<=	1200
8	D	40	30	1200	<=	1800
9						

Figure 7 Solutions from Solver Excel Tool

From figure 7, it is found that Solver Excel tool has reported a result which is consistent with the aim of $60 highest profit in 1) P_2 (x_2) will be the only product for manufacturing in the total number of 40 items. In sum, from Sample 3, mathematical calculation from graph and QM for Windows have reported all possibilities. Analysts are allowed to opt for the solution which best suits their strategic or business plan. However, Solver Excel tool has specifically indicated the result which shows the highest profit only.

Conclusions

In the models for logistics and supply chain decisions, the software can be used as a component of analysis. It was found that Solver in Excel software is popularly designed to find optimized solutions. It is widely used in business, industry, and education. It is usually used as a tool to teach basic quantitative analysis (Daniel et al. 1998). With this software a user has to write procedures. Using simple mathematical knowledge can help solve problems for learners or users who do not have the ability in basic mathematics (Chandrakantha, 2014). The other software which helps to calculate the operating time with accurate results is QM for Windows. It can be applied in order to solve a varied range of problems (Tatiana, 2009). As a result, the project manager can effectively control the timing of the operating resources, making the project to be successfully completed. (Nithikarnjanatharn & Sawang-Ngam, 2018).

The mathematical calculation and Software Package, QM for Windows and Solver Excel tool can be summarized as follow.

1. Employing Linear Programming and mathematical formula for transportation

problems assists analysts in decision making for results of all methods as conducted. However, analysts should have mathematical background for accuracy investigation by themselves.

2. For QM for Windows, analysts should insert the data, numbers of sources, numbers of Destination and Transportation. With or without solution selections, there will be single result indicated by the program without a specification of calculation method. For Linear Programming, analysts should insert Decision Variable, Objective Function, and Constraint or Restriction. All probabilities will be presented as shown by mathematical calculation.

3. For Solver Excel tool, analysts should prepare data and add to cells. They should recognize process of results calculation and source and destination limitation in order that one value will be reported without a specification of calculation method. For Linear Programming, analysts should prepare for Linear Programing structure and insert to Decision Variable, Objective Function and Constraint or Restriction to cells. There will be a single case which relates to the objective reported even though there are more than one case as in the table.

Table 1 A Summary of Usage, Strengths and Limitations of the Methods

Items	Mathematical Calculation	QM for Windows	Solver Excel Tool
1. Thorough Understanding for Model Calculations/ Solutions	Necessary	Unnecessary	Necessary
2. Limitations and Conditions of the Model/Solutions	Necessary	Necessary	Necessary
3. Results from Solutions for Transportation Problems	All results are reported with calculation methods.	Results are reported without calculation methods.	Results are reported without calculation methods.
4. Results from Linear Programming Solutions	All results relating to the objective is reported.	All results relating to the objective is reported.	A single result relating to the objective is reported.

Finally, nevertheless the analysts opt for, whether mathematical calculation or Software Programming, they should understand its foundation, difficulties, limitations and possess mathematical background and numbers of possibility. When the results are reported, the analysts might require all cases to make a decision which is suitable for the conditions or limitations in operation, or the program can offer one best solution based on objectives.

Therefore, knowing other options might assist in making decision and beneficial to market share or product lines creation to serve various groups of customers instead of having one target group, for instance. The writer hopes that this article would be useful to university students, researchers, those who have interest in Logistics and Supply Chain.

References

Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2010). *Supply Chain Logistics Management* (3rd ed.). Singapore: McGRAW-HILL.

Chandrakantha, L. (2014). *Using Excel Solver in Optimization Problems*. Retrieved September 18, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/267557388

Chopra, S. & Meindl, P. (2002). *Supply Chain Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Chodchuang, N., Suthummanona, S., Penjumrus, P., & Auckara-aree, K. (2019). The Study of Transportation Costs for Latex Pillows of Agricultural Community Enterprise in Southern Thailand Delivered to the Shop in Phuket. *Thai Industrial Engineering Network Journal*, *5*(2), 55-66. [in Thai]

Daniel, F. D., Lasdon, L., Watson, J., & Waren, A. (1998). *Design and Use of the Microsoft Excel Solver*. Retrieved September 18, 2020, from https://pdfs.semanticscholar.org/438b/20b780683f3b496bd75fe6e2d3080ddca763.pdf

Hillier, F. S. & Lieberman, G. J. (1995). *Introduction to Operations Research* (6th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Nithikarnjanatharn, J. & Sawang-ngam, T. (2018). The Time Delay Control of the Technique PERT/CPM TOT Public Company Limited Case Study: The Project to Install Speed Fiber to the x (FTTx) at the NGV Stations PTT Pathum Thani. *SWU Engineering Journal, 13*(1), 13-26. [in Thai]

Purba, H, H., Indarto, K, S., & Aisyah, S. (2018). *Optimization of Packing in Steel Rack with Integer Programming to Improve Rack Filling Ratio*. Retrieved September 23, 2020, from http://jsaer.com/download/vol-5-iss-2-2018/JSAER2018-05-02-198-209.pdf

Sangdee, K. (2017). *Introduction to Logistics and Supply Chain Management.* Bangkok: RMUTTO. [in Thai]

Sangpom, W. (2015). Mathematical Connections for Learner's Knowledge Creation. *Journal of Education Naresuan University, 17*(4), 210-215. [in Thai]

Sorat, T. (2007). *How to Apply Logistics and Supply Chain Management?* Bangkok: V-Serve Logistics. [in Thai]

Southeast Bangkok College. (2020). *Curriculum 2020*. Bangkok: Southeast Bangkok College. [in Thai]

Tatiana, P. (2009). *The QM Software Package-The Transportation Programme.* Retrieved September 22, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/227487053

Vongsaroj, P. & Rattanawong, W. (2020). *Development Application to Optimize and Reduce the Cost of Delivery. Case Study: Kanokproduct Co., Ltd*. Retrieved June 10, 2020, from https://engineer.utcc.ac.th/upload/Personel/Publication/wanchai_rat/275_1516936115_90436344.pdf [in Thai]

Watnaprasert, K. N. (2019). *Principle of Engineering Logistics and Supply Chain Management*. Bangkok: Intellectuals. [in Thai]

Winyangkul, S., Na Lampang, P., Anan-uea, P., Watchara Wattanarawee, W., Kaewpia, T., Kamtaeja, S., & Putakamnerd, C. (2020). An Optimization of quantity for Loading: A Case Study of Thanapiriya Co., Ltd. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, *6*(1), 16-33. [in Thai]

Wonginta, T., Wangrungwichaisri, C., & Kantasa-ard, A. (2020). *Transport Cost Reduction and Vehicle Routing Improvement in a Milk-Run of Automotive Parts Manufacturing in Thailand.* Retrieved June 10, 2020, from https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/kbej/article/download/117006/93765 [in Thai]

Name and Surname: Roumporn Thongrassamee Aarnes
Highest Education: Ed.D. (Higher Education), Srinakharinwirot University
Affiliation: Southeast Bangkok College
Field of Expertise: Mathematics, Statistics, Quantitative Analysis, Operation Research, and Higher Education

ศักยภาพมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21

THE POTENTIAL OF THAI TOURIST GUIDE IN THE 21ST CENTURY

อภิไทย แก้วจรัส
Apithai Kaewjarus
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

Received: November 27, 2020 / Revised: June 1, 2021 / Accepted: June 8, 2021

บทคัดย่อ

จากการเข้าร่วมประชาคมอาเซียนของประเทศไทย ทำให้ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในอนาคตนักท่องเที่ยวจะมีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม เชื้อชาติ และรูปแบบการท่องเที่ยว ทำให้อาชีพมัคคุเทศก์เป็นเสมือนอาชีพที่เป็นต้องการของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบชัดเจนคือ มัคคุเทศก์ไทยขาดทักษะทางด้านภาษา และมีจำนวนไม่เพียงพอที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงทำให้ไม่สอดคล้องกับคุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์ที่มีศักยภาพ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพของมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 โดยมีเนื้อหาในการนำเสนอเกี่ยวกับความเป็นมาและจุดประสงค์ของมัคคุเทศก์ไทย ความสำคัญของมัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยว สาเหตุที่ทำให้มัคคุเทศก์เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์ คุณลักษณะที่ดีในอาชีพมัคคุเทศก์ยุคศตวรรษที่ 21 จริยธรรมของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21 บทบาทของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21 และแนวทางในการปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทยเพื่อให้เข้ากับศตวรรษที่ 21 นอกจากนั้นในศตวรรษที่ 21 มัคคุเทศก์จะต้องมีความหลากหลายในทักษะต่างๆ ดังเช่น การเรียนรู้ภาษาที่สาม (นอกจากเหนือจากภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) มีความรู้ลึกซึ้งรอบด้าน ทั้งศิลปะ ดนตรี วัฒนธรรม และประเพณีโดยรวม รวมทั้งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้สำหรับการบรรยาย และการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการอย่างคล่องแคล่ว เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นเพื่อไม่ให้ประเทศไทยเสียโอกาสในการเพิ่มรายได้เข้าประเทศ จึงควรพัฒนามัคคุเทศก์ไทยให้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้และพัฒนาศักยภาพของตนในทักษะที่จำเป็น และทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงเสมอ

คำสำคัญ: ศักยภาพมัคคุเทศก์ คุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์ ศตวรรษที่ 21

Abstract

As Thailand has joined the ASEAN Economic Community, such action affects tourism industry and tourist guides. In the future, tourists will be more diverse in culture, ethnicity, and tourism pattern. This projection seems to imply that the tourist guide is a required career in

Corresponding Author
E-mail: apithaikae@pim.ac.th

the hospitality and tourism industry. The obvious problems are that Thai tourist guides lack language skills, and there are not enough Thai tourists to cope with the large numbers of tourists visiting Thailand. The lack of language skills is one factor that obstructs Thai tourist guides from becoming the tourist guide with potential. The objective of this article is to present the potential of Thai tourist guide in the 21st century. The contents for presentation are as follows: the background and objectives of Thai tourist guide, the importance of tourist guide for tourists, causes of tourist guide requirement for hospitality and tourism industry, required qualifications of tourist guide, good characteristics in the tourist guide career in the 21st century, ethics of tourist guide in the 21st century, roles of tourist guide in the 21st century, and guidelines for adaptability of tourist guide in the 21st century. In addition, in the 21st century, tourist guide must have various skills such as fluency of the other alternative language besides Thai and English, profound knowledge in all fields including arts, music, culture, and traditions. Tourist guides also have to equip themselves with knowledge on new tourist routes and tourist attractions in order to increase their knowledge in description and presentation of tourist information. They also need to have skills in using modern technology for providing their services more efficiently in order to cope with the changing world contexts. Therefore, in order to prevent Thailand from losing the opportunity to earn more income for the country, Thai tourist guides should be developed to be enthusiastic in exploring new knowledge and developing their potential in necessary skills, and always to be up to date to cope with current changes.

Keywords: Tourist Guide Potential, Tourist Guide Qualifications, 21st Century

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการได้ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ระบุว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีจำนวน 38.28 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.54 จาก พ.ศ. 2560 ทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 2.01 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.63 จาก พ.ศ. 2560 เป็นผลมาจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาค ยกเว้นภูมิภาคตะวันออกกลางและภูมิภาคโอเซียเนีย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 164.24 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.61 จาก พ.ศ. 2560 ทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 1.01 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.94 จาก พ.ศ. 2560 รวมประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2561 ทั้งสิ้น 3.02 ล้านล้านบาท สรุปได้ว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (Ministry of Tourism and Sport, 2020) ซึ่งจากสถิติการเพิ่มขึ้นนักท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลต่อการขยายตัวธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการในการที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว หากกล่าวถึงอาชีพมัคคุเทศก์เริ่มขึ้นจากการนำเที่ยวของบริษัทการท่องเที่ยวต่างๆ ในทวีปยุโรป เริ่มขึ้นตั้งแต่กลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 ซึ่ง Dabut (2019) ได้กล่าวว่า อาชีพมัคคุเทศก์เริ่มต้นจากบริษัทโทมัส คุก (Thomas Cook) ซึ่งเป็นบริษัท

นำเที่ยวธุรกิจนำเที่ยวแห่งแรกของโลก ได้มีการจัดนำเที่ยวโดยทางรถไฟในประเทศอังกฤษ และต่อมาได้ขยายการท่องเที่ยวไปในประเทศอื่นๆ ซึ่งการนำเที่ยวให้แก่คนเป็นจำนวนมากนั้น จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์คอยบริการและดูแลอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อความต้องการ สำหรับประเทศไทยนั้นอาชีพมัคคุเทศก์ถือว่าเริ่มมีการแพร่หลายมากขึ้นในสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (Suwanpimon, 2013) เนื่องจากมีชาวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ ทหาร สงครามเวียดนามที่มาอยู่ประจำจากการรบจึงทำให้เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในอดีตเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้บริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นและขยายตัวมากขึ้นตามลำดับ หลังจากการสิ้นสุดลงของสงครามเวียดนามส่งผลทำให้มีนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ทั้งฝั่งทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ออสเตรเลีย และเอเชีย เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น จึงทำให้เกิดความต้องการมัคคุเทศก์ที่รู้ภาษาต่างประเทศอื่นๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน สเปน อิตาเลียน ญี่ปุ่น และภาษาจีน เป็นต้น โดยระยะเริ่มแรกที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ในประเทศไทยนั้น สถานภาพของอาชีพมัคคุเทศก์ยังไม่เป็นที่ได้รับการยอมรับมากนัก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2502 (Sucharinphong, 2011) องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ในสมัยนั้นได้เริ่มมีการพัฒนาสถานภาพของมัคคุเทศก์โดยการจัดอบรม และมีการขยายการอบรมไปยังสถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาคด้วยในปี พ.ศ. 2504 โดยเป็นความร่วมมือกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปิดหลักสูตรอบรมมัคคุเทศก์ (Pummanee, 2014) หลักสูตรประเภทต่างๆ มีการอบรมและทดสอบความสามารถเพื่อขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพขึ้น เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2518 เพื่อเป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบอาชีพที่ได้มาประชุมพบปะหารือกัน (Professional Tourist Guide Association of Thailand, 2020) และยังมีการขยายตัวในระดับภูมิภาค มีการรวมตัวกันในรูปแบบชมรมมัคคุเทศก์ของแต่ละจังหวัดที่มีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เหตุนี้เองจึงทำให้อาชีพมัคคุเทศก์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Dabut, 2019)

ความสำคัญของมัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยว

มัคคุเทศก์นับว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อประเทศชาติในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความสำคัญที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสังคม วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่อนักท่องเที่ยว เป็นผู้ชี้แนะอธิบายสิ่งต่างๆ สร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในท้องถิ่น (Zillinger, Jonasson, & Adolfsson, 2012) ตอบคำถามทุกเรื่องที่นักท่องเที่ยวสงสัยอยากรู้ตลอดจนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว เสริมสร้างประสบการณ์การเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว (Howard, Smith, & Twaithes, 2001) ได้รับความสะดวกสบาย และป้องกันดูแลแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลุล่วงด้วยดี ความสำคัญของมัคคุเทศก์ที่มีต่อสิ่งต่างๆ (Wongsirichat, 2019) มีดังนี้

1. มัคคุเทศก์จะเป็นผู้อธิบายประวัติข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจ คอยตอบข้อซักถามจากนักท่องเที่ยว เป็นที่ปรึกษาได้ในทุกเรื่องที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ

2. นักท่องเที่ยวจะได้ประหยัดเวลาไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีมัคคุเทศก์คอยอธิบายให้ข้อมูลอยู่แล้ว

3. มัคคุเทศก์เป็นผู้สร้างกิจกรรมระหว่างการเดินทางให้เกิดความสนุกสนานในการท่องเที่ยวสร้างสวรรค์การเดินทางให้มีชีวิตชีวาทำให้นักท่องเที่ยวได้แสดงออกอย่างมีความสุข ได้ผ่อนคลายไม่เบื่อหน่ายในการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวครั้งนั้นประทับใจมากกว่า

4. นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวด้วยความปลอดภัยมากกว่า เนื่องจากมัคคุเทศก์จะเป็นผู้คอยดูแลตักเตือนให้นักท่องเที่ยวระมัดระวังในการท่องเที่ยวในจุดที่ควรระมัดระวังหรืออาจเป็นอันตราย

5. นักท่องเที่ยวจะลดความเสี่ยงจากความไม่รู้ไม่เข้าใจในการท่องเที่ยว เช่น ลดความเสี่ยงในการหลงทางหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ เมื่อมัคคุเทศก์คอยชี้แนะอยู่

6. มัคคุเทศก์จะเป็นผู้คอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในแทบทุกๆ เรื่อง เช่น ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ ช่วยต่อรองราคาสินค้า เก็บรักษาพาสปอร์ตแทนนักท่องเที่ยว ช่วยขนสัมภาระ เป็นต้น

7. มัคคุเทศก์ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ไม่ละเลยต่อสิ่งที่ควรรู้

8. มัคคุเทศก์จะเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าแทนนักท่องเที่ยว เช่น ถ้านักท่องเที่ยวทำพาสปอร์ตหาย ก็ช่วยติดต่อไปยังสถานฑูต หรือกรณีนักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุสามารถปฐมพยาบาลเบื้องต้น และถ้าเจ็บป่วยก็ต้องดูแลรักษาพาส่งโรงพยาบาล เป็นต้น

9. มัคคุเทศก์เป็นผู้คอยรักษาเวลาอันมีค่าแก่นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวตามโปรแกรมที่ระบุ จัดสรรเวลาการท่องเที่ยวแต่ละจุดได้อย่างเหมาะสม

สาเหตุที่ทำให้มัคคุเทศก์เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากในยุคศตวรรษที่ 21 จากการคาดการณ์ของ World Tourism Organization (UNWTO) ระบุว่าใน พ.ศ. 2573 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเป็นจำนวน 1.8 พันล้านคน และคาดการณ์ว่าอนุภาคภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไม่ต่ำกว่า 187 ล้านคน (World Tourism Organization, 2020) ดังนั้นรัฐบาลให้ความสำคัญโดยมีนโยบายส่งเสริมนักท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ต่างๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการนำแนวทางเพิ่มรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศให้ดีขึ้น ส่วนในปี พ.ศ. 2561 รัฐบาลได้มีแผนการดำเนินการช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองอีกครั้ง เห็นได้จากแคมเปญ Amazing Thailand Go Local ตามที่ได้เห็นในสื่อต่างๆ (Nuansra et al., 2018)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้มัคคุเทศก์เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงกล่าวได้ว่ามัคคุเทศก์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเลยทีเดียว ซึ่งอาชีพมัคคุเทศก์ถือว่าเป็นอาชีพที่มีความสำคัญมากในการเป็นตัวกลางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย (Jittangwattana & Kaewkham, 2015) และอาจเป็นส่วนหนึ่งให้พวกเขาเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้งเมื่อมีโอกาส เพราะเนื่องจากมัคคุเทศก์เป็นผู้ที่มีบทบาทในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่ไม่สะดวกในการเตรียมการเดินทางมีความต้องการเดินทางมากขึ้น อีกทั้งมัคคุเทศก์จะคอยช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงโดยไม่ละเลยสิ่งสำคัญใดๆ โดยมัคคุเทศก์จะเป็นคนให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ (Jelena, 2018) และช่วยลดความกังวลให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องการจัดสรรเวลา ความสะดวกสบายในการเดินทางการท่องเที่ยวในทุกๆ ครั้ง ถือว่าเป็นการลดความกังวลอย่างหนึ่งที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย (Hansen & Mossberg, 2017) ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไม่มีความกังวลในการเที่ยวจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานและความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวครั้งนั้น อีกทั้งมัคคุเทศก์ยังสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวประหยัดเวลาในการเดินทาง และไม่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ด้วยตนเองระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Gali & Camprubi, 2020) นอกจากนั้นจะเห็นได้ว่ามัคคุเทศก์ยังถือว่าเป็นผู้นำในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสร้าง

ภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย (Adventure Travel Trade Association, 2017) เนื่องจากมัคคุเทศก์จะต้องเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตนภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการแสดงออก ความคิดเห็น เจตคติ หรือการกระทำ ย่อมเปรียบเสมือนภาพสะท้อนของคนในชุมชนหรือคนทั้งประเทศ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Pond, 1993) ด้วยเหตุนี้มัคคุเทศก์ไทยจึงควรมีคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ และด้านความรู้ทางวิชาชีพเฉพาะ/หลัก โดยคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ทั้ง 4 ด้าน เป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความเชี่ยวชาญในอาชีพจากการมีความรู้ความเข้าใจในงาน สามารถเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วส่งผลให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพได้ (Wongsawat, 2014)

คุณสมบัติของการเป็นมัคคุเทศก์

จากที่เกริ่นไว้ข้างต้นแล้วนั้นว่าคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ที่ดีจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทักษะ ด้านเจตคติ ด้านความรู้ทางวิชาชีพ มีรายละเอียดดังนี้ (Chaleachorn & Wongphan, 2019)

1. ด้านบุคลิกภาพ หมายถึง การมีคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลทั้งในด้านกายภาพ อารมณ์ สภาพจิตใจและด้านสังคม เช่น การแต่งกายที่เหมาะสม เสื้อ กระโปรง หรือกางเกง ควรให้อยู่ในสภาพที่ควรจะเป็นทั้งรูปร่าง ลักษณะ และสีสันนอกจากความสะอาดเรียบร้อยแล้ว ควรคำนึงถึงกาลเทศะในการใช้เสื้อผ้าชุดนั้นๆ ด้วย การมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีอัธยาศัย ความตรงต่อเวลา กิริยามารยาท การมีมนุษยสัมพันธ์และคุณธรรม จริยธรรมที่บุคคลแสดงออกในการพูดจาจะอยู่ในสายตาของนักท่องเที่ยวตลอดเวลาที่เขาอยู่กับเรา มัคคุเทศก์จึงต้องให้ความสำคัญต่อการอยู่ในที่สาธารณชนให้มาก โดยเฉพาะระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ (Chaleachorn & Wongphan, 2019)

2. ด้านความรู้ การสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ความชำนาญที่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการปฏิบัติงานฝึกฝนจนสามารถปฏิบัติได้เป็นทักษะที่ใช้สำหรับการสร้างความสัมพันธ์และการบริการและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมและพัฒนาทักษะที่จำเป็น ทันการเปลี่ยนแปลงเสมอ เช่น ความรู้ลึกซึ้งรอบด้าน และถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ความเชื่อ นาฏศิลป์ดนตรีและอุปนิสัยหรือวัฒนธรรมประเพณีโดยรวม รวมทั้งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มพูนทักษะทางด้านการสื่อสาร การบรรยาย การนำเสนอข้อมูล การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการ เป็นต้น เพื่อให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ประทับใจ (Saechan, 2017)

3. ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบต่ออาชีพมัคคุเทศก์ อาชีพมัคคุเทศก์เป็นอาชีพที่สำคัญอาชีพหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา มัคคุเทศก์เป็นผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลให้บริการตลอดจนให้ความรู้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้มัคคุเทศก์ควรจะต้องรับผิดชอบอีกหลายด้าน เช่น การวางแผนการบริการด้านการนำเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พัก ด้านสันทนาการ ตลอดจนการประสานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น (Phakpraphai & Chaiya, 2017)

4. ด้านความรู้ทางวิชาชีพเฉพาะ/หลัก หมายถึง การมีความรู้ในเนื้อหาสาระทางวิชาการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความสามารถในการนำความรู้เชิงวิชาการไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ในการเป็นมัคคุเทศก์ให้ประสบความสำเร็จ มีความรู้ เกร็ดความรู้ทั่วไปเพื่อเสริมการบรรยายแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง สำหรับ

ประเทศไทยอาชีพนี้ถือเป็นอาชีพสงวน ที่ผู้คนให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ ถึงแม้ว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีเงินเดือน ไม่มีสวัสดิการใดๆ แต่สิ่งที่จะได้รับจากการนำเที่ยวนั้นมันมีความท้าทาย การที่จะก้าวสู่วิชาชีพนี้ได้ไม่ถือว่ายากและก็ไม่นับว่าง่ายนัก อยู่ที่ใจรักและหมั่นฝึกฝน หาความรู้ หาประสบการณ์จากผู้ที่อยู่ในวิชาชีพนี้อยู่แล้วก็จะช่วยลัดขั้นตอนการเรียนรู้ได้มาก การเรียนรู้ความหมายความสำคัญของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ มัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับแรกๆ ของการก้าวสู่วิชาชีพ (Wannathanom, 2019)

คุณลักษณะที่ดีในอาชีพมัคคุเทศก์ยุคศตวรรษที่ 21

การเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีนั้นจะต้องมีคุณสมบัติพิเศษหลายๆ อย่างประกอบกัน เช่น ความมีใจรักในงานบริการวิชาชีพมัคคุเทศก์ (Adventure Travel Trade Association, 2017) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีศิลปะในการพูดและการสื่อความหมาย (Cohen, 1985) มีความอดทน มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซื่อสัตย์ สามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ จะช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (Chen, Weiler, & Black, 2018) มัคคุเทศก์เป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดเกือบตลอดเวลาของการนำเที่ยวในแต่ละครั้ง ดังนั้นในการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์จะเป็นไปโดยธรรมชาติ ไม่มีการฝืนปฏิบัติ หรือทำหน้าที่หวังเพียงเฉพาะค่าตอบแทน มัคคุเทศก์ที่ดีต้องมีคุณสมบัติ 3 ประการ ได้แก่ (Prawatmuang, 2017)

1. มนุษยสัมพันธ์ดี รู้เขารู้เรา ต้องรู้ว่านักท่องเที่ยวของเราเป็นใคร เป็นชาติใด มีลักษณะนิสัยโดยทั่วไปเป็นอย่างไร มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่ออะไร เพื่อที่จะได้ปรับตัวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นได้ และให้การบริการที่เหมาะสมเป็นที่ถูกใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบซื้อของมากกว่าชาติอื่น จะต้องจัดเวลาในการซื้อของมากขึ้นกว่ากลุ่มอื่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษชอบให้ตรงเวลาเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ มีน้ำใจพร้อมที่จะบริการเสมอ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และเห็นอกเห็นใจ ในขณะเดียวกันก็จะต้องอดทดอดกลั้นไม่แสดงอารมณ์และกริยามารยาทที่ไม่ดีออกมาให้นักท่องเที่ยวเห็น ต้องควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ มีความรับผิดชอบ มัคคุเทศก์ต้องคอยดูแลเอาใจใส่สุขภาพและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว เมื่อมีปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ เช่น ติดต่อส่งข่าวสารกลับประเทศ การสื่อสารกับคนในท้องถิ่น มัคคุเทศก์จะต้องช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเข้าใจระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ อธิบายให้เห็นถึงความแตกต่างของความเชื่อ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม พื้นฐานการศึกษา และลักษณะร่วมของคนแต่ละชาติ และไม่ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจหรือความเข้าใจผิดระหว่างชาติ โดยไม่แสดงความดูถูกหรือยกย่องวัฒนธรรม หรือบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งทำให้เกิดความเป็นกันเองระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว ทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีความสุข (Dabut, 2019)

2. มีใจรักในงานบริการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ ซึ่งมัคคุเทศก์ต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือมีใจรัก มีความเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งการทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความกระตือรือร้น และสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ โดยให้นึกถึงการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวไว้เป็นหลัก การทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่คือ การสร้างสุขในการให้บริการ นอกจากนั้นมัคคุเทศก์ยังต้องมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการที่อบอุ่นให้ความสนใจและกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เอาใจใส่ พูดจาสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเขามีความสำคัญเป็นผลให้เขาเกิดความพอใจ ในการรับบริการและที่สำคัญต้องรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจ

เรา มีความรับผิดชอบในหน้าที่ตั้งใจปฏิบัติงานให้มีคุณภาพมากที่สุด อดทนต่อปัญหา พยายามปรับปรุงแก้ไขในส่วนบกพร่องของตนเองและรักษามาตรฐานการทำงานที่ดีให้ได้ตลอดไป (Wannathanom, 2019)

3. มีศิลปะในการพูด ซึ่งการพูดจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมัคคุเทศก์ เนื่องจากการพูดของมัคคุเทศก์จะต้องมีวาทศิลป์ มีหลักการ มีเหตุผล มีตลกขบขัน มีตัวอย่าง มีการอ้างอิง มีไหวพริบปฏิภาณ ถึงจะเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็อาศัยความสามารถเฉพาะตัวของมัคคุเทศก์ด้วย ซึ่งมัคคุเทศก์ต้องมีการเตรียมตัวที่ดีสำหรับการอธิบาย การลำดับเนื้อหาถ่ายทอดด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รู้จักกาลเทศะ ควรพูดเรื่องใด เวลาใด ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับเพศ วัย และสถานการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วย (Dabut, 2019)

นอกจากนี้สำนักงานลูกเสือแห่งชาติ (National Scout Organization of Thailand, 2020) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศกับมัคคุเทศก์ดังนี้ มัคคุเทศก์ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นข้อมูลข่าวสารสำคัญในการท่องเที่ยวทั้งตัวนักท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ใช้การวางแผนก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทางท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สื่อใหม่ (New Media) แทนสื่อแบบเก่าเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการเดินทางท่องเที่ยวโดยการนำสื่อออนไลน์มาใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับ Somnuxpong (2018) นโยบายประเทศไทย 4.0 มีการระบุถึงความสำคัญของการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานมัคคุเทศก์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้งานแอปพลิเคชันในการจองตั๋วเข้าชมสถานที่ การจองโรงแรม ตั๋วเครื่องบิน การสแกนคิวอาร์โค้ดข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ของสถานที่ท่องเที่ยวในการอธิบายนำชมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการนำชมของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21

จริยธรรมของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21

มัคคุเทศก์ถือเป็นอาชีพที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวแทนของประเทศในการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับประเทศ ดังนั้นเพื่อธำรงไว้ซึ่งความมีเกียรติศักดิ์ศรี และความเชื่อถือ ในอาชีพมัคคุเทศก์ ในฐานะที่เป็นตัวแทนของประเทศ เป็นทูตวัฒนธรรม และทูตสันติภาพ มัคคุเทศก์จึงควรมีจริยธรรมในการปฏิบัติงานดังนี้ (Wannathanom, 2019)

1. ความตระหนักในหน้าที่ และความรับผิดชอบ มัคคุเทศก์พึงปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยเต็มกำลังความสามารถ และมีความรับผิดชอบตลอดเวลาที่ปฏิบัติงานจนกระทั่งส่งนักท่องเที่ยวสู่ที่พักโดยสวัสดิภาพ ไม่ทอดทิ้งให้นักท่องเที่ยวเผชิญโชคโดยลำพังหรือละเลยไม่เอาใจใส่ดูแลให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2. ความซื่อสัตย์สุจริต มัคคุเทศก์ไม่พึงปล่อยให้ความโลภ ความเห็นแก่ได้เข้าครอบงำ และถือโอกาสจากความไว้วางใจของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเสียประโยชน์ เช่น นำนักท่องเที่ยวไปซื้อของเฉพาะร้านที่จ่ายค่าป่วยการพิเศษที่ไม่เป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ากับราคาที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย ผลของการกระทำนี้กระทบไม่เฉพาะชื่อเสียงของมัคคุเทศก์เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อไปถึงบริษัทนำเที่ยวที่มัคคุเทศก์สังกัด และเลยไปถึงชื่อเสียงของประเทศชาติและคนในชาติด้วย (Department of Tourism, 2020)

3. ความรู้จักประมาณตน มัคคุเทศก์พึงเข้าใจว่าตนอยู่ในฐานะผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นผู้รับบริการเสมือนนายจ้าง จึงไม่ควรตีตนเสมอกับนักท่องเที่ยว ทั้งด้วยกิริยา ท่าทาง ความประพฤติ และวาจา เช่น ไม่ตะโกนหรือตบมือดังๆ เพื่อเรียกนักท่องเที่ยว ไม่แสดงอาการขัดเคือง หรือเบื่อหน่าย เมื่อนักท่องเที่ยวพลาดเวลานัดหมาย ไม่เกรี้ยวกราด เอาแต่ใจ เมื่อนักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามกำหนดการ ทั้งไม่ร่วมโต๊ะรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มกับนักท่องเที่ยว โดยไม่ได้รับการเชื้อเชิญ เป็นต้น หากเกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้น มัคคุเทศก์ควรสามารถหาทางออกอย่างละมุนละม่อม

ไม่ก่อให้เกิดความหมางใจแก่นักท่องเที่ยว

4. ความเข้าใจเพื่อนมนุษย์ มัคคุเทศก์พึงเข้าใจว่า มนุษย์ทุกคนปรารถนาความรัก ความเอาใจใส่ดูแล ต้องการให้เห็นว่าตนเป็นคนสำคัญ จึงควรปฏิบัติตนต่อนักท่องเที่ยวอย่างเสมอหน้า เอาใจใส่ดูแลอย่างทั่วถึง ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ระมัดระวังที่จะไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกระทบกระเทือนใจโดยมิได้เจตนา เช่น การเล่าเรื่องตลกของชาติต่างๆ ที่อาจกลายเป็นการดูหมิ่นเจ้าของชาตินั้น เป็นต้น พึงยึดหลักการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว

5. ความเมตตากรุณา ปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุข มัคคุเทศก์พึงเข้าใจจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวว่าต้องการความสุขและความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้มัคคุเทศก์ก็เป็นผู้สามารถสนองความประสงค์ได้ โดยกระตือรือร้นและเต็มใจ ไม่ก่อทุกข์ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเล่าเรื่องส่วนตัวหรือความทุกข์ร้อนเพื่อขอความเห็นใจ

6. ความประพฤติและกิริยามารยาทมัคคุเทศก์จะต้องมีความประพฤติที่ดี และมีกิริยา มารยาทที่สุภาพ ไม่ควรเสพของมึนเมา หรือสูบบุหรี่ขณะปฏิบัติหน้าที่ แสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวทุกคนที่อยู่ในความดูแลของตนแต่ให้อยู่ภายในขอบเขตที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่ประพฤติตนในทางชู้สาวกับนักท่องเที่ยวอย่างเด็ดขาด

7. ความเอาใจใส่ในการปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ไม่ทิ้งงานหรือมอบให้ผู้อื่นปฏิบัติหน้าที่แทนโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ไม่แสดงกริยาอาการเบื่อหน่าย หรือเฉื่อยชา แต่ต้องยิ้มแย้มแจ่มใสขณะปฏิบัติหน้าที่ ไม่แสดงสีหน้าบึ้งตึงหรือแสดงอาการโกรธเกรี้ยว แม้จะไม่พอใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ตาม และที่สำคัญคือ ต้องไม่ทะเลาะหรือโต้เถียงกับนักท่องเที่ยวโดยเด็ดขาด

8. การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สิ่งที่มัคคุเทศก์อธิบายแก่นักท่องเที่ยว ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง มิใช่เป็นข้อมูลที่ผิดๆ อันเกิดจากการเดาหรือการรับฟังมาจากผู้อื่นที่มิใช่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข้อมูลที่ได้จากหลักการปฏิบัติตนของมัคคุเทศก์อยู่แล้ว หากให้ข้อมูลผิดๆ อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่อาชีพมัคคุเทศก์โดยรวมได้

9. การตรงต่อเวลา การตรงต่อเวลาถือเป็นมารยาทที่สำคัญอย่างหนึ่ง และมัคคุเทศก์ควรจะต้องตรงต่อเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ไม่ว่าในการไปรับนักท่องเที่ยวจากสนามบินหรือโรงแรมที่พัก การกำหนดเวลาเดินทางไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ การส่งนักท่องเที่ยวกลับโรงแรมที่พักหรือจุดหมายปลายทางหรือที่สนามบิน รวมทั้งการนัดหมายเวลากับนักท่องเที่ยว ในกรณีอื่นๆ การผิดนัดหรือไม่ตรงเวลานอกจากจะเป็นการเสียมารยาทแล้ว ยังอาจเกิดความเสียหายในการปฏิบัติงานด้วย

10. การไม่กล่าวตำหนิหรือให้ร้ายป้ายสีผู้อื่น มัคคุเทศก์พึงไม่กล่าวตำหนิ ติเตียน หรือให้ร้ายป้ายสีต่อการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์คนอื่นๆ รวมทั้งการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยวใดๆ ให้นักท่องเที่ยวฟังอย่างเด็ดขาด

บทบาทของมัคคุเทศก์ในศตวรรษที่ 21

การปฏิบัติงานในอาชีพมัคคุเทศก์จะต้องมีการแสดงออกในหลายบทบาท ได้แก่ บทบาทครู (Teacher Role) โดยมัคคุเทศก์ต้องทำหน้าที่อธิบายเรื่องราวต่างๆ ทางด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ (Pond, 1993) บทบาทนักจิตวิทยา (Psychologist Role) มัคคุเทศก์จะต้องรู้จิตวิทยาของนักท่องเที่ยวว่าต้องการอะไร บทบาทนักแสดง (Actor Role) ในการนำเที่ยวมัคคุเทศก์จะต้องสวมบทบาทของนักแสดงในบางครั้งเพื่อสร้างบรรยากาศการนำเที่ยวให้มีชีวิตชีวายิ่งขึ้น บทบาทนักการทูต (Diplomat Role) มัคคุเทศก์ต้องรู้ว่าควรอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศหรือท้องถิ่นของตนให้นักท่องเที่ยวฟัง บทบาทของผู้นำ (Leader Role) ต้องมีความสามารถและเทคนิคในการนำและควบคุมกลุ่มนักท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามรายการนำเที่ยว บทบาทของนักอนุรักษ์ (Conservationist

Role) มีความรับผิดชอบและเป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ บทบาทของผู้ประสานงาน (Collaborator Role) (Jajakula, 2011) ทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม สามารถประสานความรู้สึกทั้งสองฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกัน บทบาทของเจ้าของบ้าน (Host Role) ให้การต้อนรับ เอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างจริงใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา พยายามสร้างบรรยากาศแห่งความสนุกสนาน และเป็นกันเองให้แก่นักท่องเที่ยว รู้ปัญหา และความต้องการของบุคคลอื่น เต็มใจให้คำแนะนำด้วยไมตรีจิต บทบาทของนักสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว (Communicators Role) (Black & Chen, 2019) เล่าเรื่องราวต่างๆ อย่างถูกต้องและมีทักษะแปล สื่อสารให้ถูกต้อง ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องดึงความสามารถในแต่ละบทบาทออกมาใช้ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น กรณีต้องนำเที่ยวนักท่องเที่ยวมาจากต่างประเทศ หรือนำนักท่องเที่ยวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ภารกิจที่มัคคุเทศก์ต้องปฏิบัติในการนำเที่ยวจะมีขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การไปรับนักท่องเที่ยว ณ จุดรับนักท่องเที่ยวหรือจุดรับเข้า ขั้นตอนการนำเที่ยว และส่งนักท่องเที่ยวกลับยังโรงแรมที่พัก หรือจุดหมายปลายทางจนกระทั่งส่งกลับในที่สุด โดยทั่วไปแล้วมัคคุเทศก์ในฐานะผู้นำเที่ยวประเภทนี้ จะมีหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ หน้าที่การรับเข้านักท่องเที่ยว (Transfer-In) และหน้าที่การนำเที่ยว (Tourist Guide) หน้าที่การส่งออกนักท่องเที่ยว (Transfer-Out) เป็นต้น (Varakulwit, 2015)

แนวทางการปรับตัวของมัคคุเทศก์ไทยเพื่อให้เข้ากับศตวรรษที่ 21

จากกระแสโลกาภิวัตน์และการปรับตัวของประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น (Kosol & Suttawet, 2014) วัตถุประสงค์และรูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น การท่องเที่ยวส่วนบุคคลขยายตัวมากขึ้น และปัญหาที่พบคือ การศึกษาไทยไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ประเทศเพื่อนบ้าน ประวัติศาสตร์ไทยที่เกี่ยวกับเพื่อนบ้านมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเป็นชาตินิยม คนไทยจำนวนมากมีทัศนคติที่ไม่เป็นมิตรหรือดูหมิ่นประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้คนไทยไม่รู้จักประเทศเพื่อนบ้านและขาดความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนอย่างแท้จริง จึงทำให้มัคคุเทศก์กำลังประสบปัญหาทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ ปัญหาในเชิงคุณภาพคือ ระบบการศึกษาผลิตมัคคุเทศก์ที่ขาดคุณภาพอย่างรุนแรง ทำให้มีบัณฑิตเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่สามารถทำงานได้จริง ขณะที่ปัญหาในเชิงปริมาณคือ มัคคุเทศก์มีไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูง (Udomdham-mabhakdi, 2014) เห็นได้จากในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคมากขึ้น และในอนาคตนักท่องเที่ยวในภูมิภาคจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ไทยขาดแคลนมัคคุเทศก์ในภาษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ดังนั้นมัคคุเทศก์ต้องมีการเรียนรู้อย่างน้อย 3 ภาษา (นอกเหนือจากภาษาไทยและอังกฤษ) เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไป หากไม่เร่งพัฒนามัคคุเทศก์ภาษาประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ภาษามลายู ภาษาเวียดนาม ไทยจะเสียโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวจากเพื่อนบ้าน และหากมีการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ไทยอาจเสียโอกาสออกไปทำงานในประเทศจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เนื่องจากขาดทักษะทางภาษา นอกจากนั้นมัคคุเทศก์ไทยควรมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้และพัฒนาศักยภาพของตน (Pongyat & Pocharee, 2018) ในทักษะที่จำเป็นทันการเปลี่ยนแปลงเสมอ เช่น ความรู้ลึกซึ้งรอบด้าน และถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ความเชื่อ นาฏศิลป์ ดนตรี และอุปนิสัย หรือวัฒนธรรมประเพณีโดยรวม รวมทั้งแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเส้นทาง

และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มพูนทักษะทางด้านการสื่อสาร การบรรยาย การนำเสนอข้อมูล การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว (Limsakunwanich, 2019) ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน (Al-Okaily, 2021) เป็นต้น เพื่อให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว และในอนาคตมัคคุเทศก์จำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น โดยการเรียนรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสามารถส่งเสริมทำการตลาดการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวมูลค่าสูง (Nejmeddin, 2020) และสร้างเครือข่ายกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้บริการเฉพาะด้าน เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับบริการด้านการแพทย์ ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การรักษาโรคที่สำคัญๆ ความเชี่ยวชาญของแพทย์และโรงพยาบาล ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือก (เช่น การนวดแผนไทย สมุนไพร) เพื่อให้คำแนะนำกับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ป่วยหรือญาติของผู้ป่วยได้ หรือการเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจและการตลาด ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ตลาดสินค้าและบริการบางประเภท ความรู้เกี่ยวกับแหล่งผลิตแหล่งวัตถุดิบ ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบการจัดตั้งกิจการและดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้ เป็นต้น (Chareonwongsak, 2020) นอกจากนั้นมุ่งการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าจากประสบการณ์การท่องเที่ยว (Weiler & Black, 2015) เข้าถึงวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นนั้นอย่างลึกซึ้ง โดยมีมัคคุเทศก์เป็นสื่อกลาง เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตลอดการเดินทางและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Ababneh, 2017)

บทสรุป

อาชีพมัคคุเทศก์ถือว่าเป็นอาชีพที่มีความสำคัญมากเป็นตัวกลางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย โดยมัคคุเทศก์จะเป็นคนให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เป็นผู้ที่อำนวยความสะดวกตลอดการเดินทาง หากนักท่องเที่ยวเกิดปัญหา มัคคุเทศก์ต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ababneh, 2016) นอกจากการเป็นมัคคุเทศก์ที่คอยให้คำแนะนำดูแลนักท่องเที่ยวแล้ว คุณสมบัติและคุณลักษณะ จริยธรรมของการเป็นมัคคุเทศก์ที่มีศักยภาพนั้น จะต้องมีองค์ประกอบในทุกๆ ด้านประกอบกัน ดังนั้นในอนาคตมัคคุเทศก์เป็นทั้งผู้จัดการโปรแกรมการท่องเที่ยว ผู้สร้างเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และนักจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรมต่างๆ (Alazaizeh et al., 2019) มัคคุเทศก์จำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยสามารถบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นการตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องกับยุคที่ 21 ที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์เป็นการท่องเที่ยวที่ไร้พรมแดน ทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวเสมือนจริง มัคคุเทศก์จึงจำเป็นต้องรู้จักใช้เทคโนโลยี แอปพลิเคชันต่างๆ ในการนำเที่ยว นอกจากนี้การปรับตัวของประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายทั้งทางด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรมมากขึ้น ดังนั้นศักยภาพของมัคคุเทศก์ไทยในศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพทั้งในด้านบุคลิกภาพ ความรู้สมรรถนะหลัก และสมรรถนะรอง การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ และทัศนคติต่อวิชาชีพในงานมัคคุเทศก์อยู่ตลอดเวลานั่นเอง

References

Ababneh, A. (2016). Tour Guides and Job Related Problems, Analysis and Evidence from Jordan. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 18*(2), 1-18.

Ababneh, A. (2017). Tour Guides and Heritage Interpretation: Guides' Interpretation of the Past at the Archaeological Site of Jarash, Jordan. *Journal of Heritage Tourism, 13*(3), 257-252.

Adventure Travel Trade Association. (2017). *Guide Qualification Performance Standard.* Retrieved March 1, 2021, from https://cdn.adventuretravel.biz/wp-content/uploads/2015/09/ATTA_AdventureTravelGuideStandard-A4_04SEP15R009.pdf

Alazaizeh, M., Malek, M., Jamaliah, M., Mgonja, J., & Ababneh, A. (2019). Tour Performance and Sustainable Visitor Behavior at Cultural Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(11), 1708-1724. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1658766

Al-Okaily, N. (2021). A Model for Tour Guide Performance. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration,* Advance Online Publication. https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1905584

Black, R. B. & Chen, H. (2019). Exploring Theoretical Engagement in Empirical Tour Guiding Research and Scholarship 1980-2016: A Critical Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 19*(1), 95-113.

Chaleachorn, N. & Wongphan, C. (2019). The Desirable Characteristics of Thai Tourist Guide to Enter the ASEAN Community in Perspective of Tourism Business Operators in Bangkok. *Journal of Rattana Bandit University, 14*(1), 1-14. [in Thai]

Chareonwongsak, K. (2020). *ASEAN and Globalization: Thai Tourist Guides' Adaptations*. Retrieved January 12, 2020, from https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/50602

Chen, H., Weiler, B., & Black, R. (2018). Exploring Knowledge-building in Tour Guiding Research: A Content Analysis of Empirical Papers on Tour Guiding 1980-2015. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 37*, 59-67.

Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research, 12*(1), 5-29.

Dabut, R. (2019). *How to Create Educational Media for Principle of Tourist Guide Subject*. Bangkok: Phetkasem Management Technological College. [in Thai]

Department of Tourism. (2020). *Regulation of the Commission of Tourism Business and Guide on the Standards of Tourism Business Operation and Standards for the Performance of Duties of Tour Guides and Tour Leaders*. Retrieved January 12, 2020, from https://www.dot.go.th/new/inform/detail/2785 [in Thai]

Gali, N. & Camprubi, R. (2020). Guiding: A Comprehensive Literature Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 20*(4), 317-334.

Hansen, A. H. & Mossberg. L. (2017). Tour Guides' Performance and Tourist' Immersion: Facilitating Consumer Immersion by Performing a Guide Plus Role. *Scandinavian Journal and Tourism, 17*(3), 259-278.

Howard, J., Smith, B., & Twaithes, J. (2001). Investigating the Roles of the Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies, 12*(2), 32-39

Jajakula, N. (2011). *Tourism Industry: Tourism Industry and Tour Guiding* (2nd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. [in Thai]

Jelena, F. (2018). Outdoor Guiding as Hospitality Work. *Annals of Tourism Research, 73*, 197-199.

Jittangwattana, B. & Kaewkham, P. (2015). *Tour Business*. Nonthaburi: Fernkaluang Printing and Publishing Limited Partnership. [in Thai]

Kosol, O. & Suttawet, C. (2014). Sustainable Tourism Management for Supporting ASEAN Economic Community. *Journal of Politics and Governance, 4*(1), 220-232. [in Thai]

Limsakunwanich, R. (2019). *Characteristics of Outbound Tourist Guides Required by Thai Tourists.* Bangkok: Dhonburi Rajabhat University. [in Thai]

Ministry of Tourism & Sport. (2020). *Tourism Statistic Report.* Retrieved January 15, 2020, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411 [in Thai]

Nation Scout Organization of Thailand. (2020). *Guide Scout*. Retrieved January 12, 2020, from https://pubhtml5.com/tlvd/gaca [in Thai]

Nejmeddin, A. I. (2020). The Importance of Tour Guides in Increasing the Tourists at a Tourist Destination. *Polytechnic Journal of Humanities and Social Sciences, 1*(1), 18-23. https://doi.org/10.25156/ptjhss.v1n1y2020.pp18-23

Nuansra, M., Sukpetch, K., Seanyen, T., & Chiangkatol, W. (2018). The Potential of Thai Tourist Guides and Promoting the Increase of Revenue from Tourists. *Journal of International and Thai Tourism, 14*(1), 1-16. [in Thai]

Phakprakphai, C. & Chaiya, P. (2017). A Study on Relationships between the Types of Leaderships on Thai Tourist Guides' Potentials. *Veridian E-Journal Silapakorn University, 10*(1), 219-232. [in Thai]

Pond, K. (1993). *The Professional Guide-Dynamics of Tour Guiding*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Pongyat, C. & Pocharee, L. (2018). The Competency of Tour Guide Affecting the Strength of Preference of Vietnamese Tourists in Ubonratchathani Province. *Journal of Mahasarakham University, 50*(14), 174-180. [in Thai]

Prawatmuang, R. (2017). *The Strategies for Local Wisdom, Identity and Lanna Cultural for Self-Suffiency Economy in Hotel Business Management*. Bangkok: Rajaphat Suan Dusit. [in Thai]

Professional Tourist Guide Association of Thailand. (2020). *Background of Tourist Guide.* Retrieved January 15, 2020, from https://pegthaiguides.com

Pummanee, T. (2014). *Tourism Industry*. Bangkok: Ramkhamhaeng University. [in Thai]

Saechan, W. (2017). The Skills of Thai Tour Guides Who Take Care Chinese Tourists' in Case Study Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *The 4th Neu National and International Conference 2017*. Khonkaen: North Eastern University. [in Thai]

Somnuxpong, S. (2018). Trend and Tourism Marketing 4.0 in Thailand. *Veridian E-Journal Silapakorn University, 10*(3), 2055-2068. [in Thai]

Sucharinphong, P. (2011). *Tour Guiding*. Bangkok: Kasetsart University. [in Thai]

Suwanpimon, K. (2013). *Principle of Tour Guide*. Bangkok: Seangdow. [in Thai]

Udomdhammabhakdi, K. (2014). *Quality Promotion and Protection Career Tour Guides in the Travel Industry of Thailand.* Thesis in Master of Arts Program in International Trade and Law and Economics, Thammasat University, Bangkok. [in Thai]

Varakulwit, S. (2015). *Tourism Industry.* Bangkok: Waewvow Printing. [in Thai]

Wannathanom, C. (2019). *Principle of Tourist Guide and Tour Leader* (3rd ed.). Bangkok: Seangdow. [in Thai]

Weiler, B. & Black, R. (2015). The Changing Face of The Tour Guide: One-Way Communicator to Choreographer to Co-Creator of The Tourist Experience. *Tourism Recreation Research, 40*(3), 364-378. https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1083742

Wongsawat, S. (2014). *Guidelines of The Tourist Guide Potential Development toward Thai Tourist Guide Standard and ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals ACCSTP (A Case Study of Koh Samui, Surat Thaini).* Thesis in Master's Thesis of Tourism Management, Prince of Songkhla University, Songkhla. [in Thai]

Wongsirichat, N. (2019). *Problems and Solution for Tourist Guides Working with Chinese Tourist*. Retrieved January 12, 2020, from http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57930265.pdf [in Thai]

World Tourism Organization. (2020). *Tourism towards 2030 Global Overview*. Retrieved January 15, 2020, from https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414024

Zillinger, M., Jonasson, M., & Adolfsson, P. (2012). Guided Tours and Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 12*(1), 1-7.

Name and Surname: Apithai Kaewjarus
Highest Education: Master of Arts Program (Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA)
Affiliation: Panyapiwat Institute of Management
Field of Expertise: Tourism Management

บทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร

THE ROLE OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN INTERNAL BRANDING CONCEPT

ศิระ ศรีโยธิน
Sira Sriyothin
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Faculty of Management Science, Silpakorn University

Received: August 8, 2020 / Revised: Januray 8, 2021 / Accepted: Januray 14, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีเป้าหมายที่จะอธิบายเกี่ยวกับบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่สามารถส่งผลต่อผลลัพธ์ด้านทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นถึงผลลัพธ์ต่อการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร และวิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบบูรณาการ การพัฒนาประสิทธิภาพของการฝึกอบรมพนักงาน การกำหนดผลตอบแทนที่จูงใจ การพัฒนาวิธีการเผยแพร่ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพไปสู่พนักงาน และการกำหนดวิธีการคัดสรรพนักงานที่สอดคล้องกับพันธะสัญญาของแบรนด์

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสร้างแบรนด์ภายในองค์กร การบริหารการตลาด

Abstract

This paper aims to explain the role of human resource management that can have the effects on employee attitudes and behaviors based on the internal branding concept. The human resource management to connect with the outcome of the internal branding creation and the practice of human resource management were the following: the integrative human resource management, the development of efficiency of employee training, the determination of motivating remuneration, the efficient dissemination of data to employees, and the determination of employee screening method that is consistent with the brand obligation.

Keywords: Human Resource Management, Internal Branding Concept, Marketing Management

Corresponding Author
E-mail: sira@ms.su.ac.th

บทนำ

องค์กรธุรกิจบริการในปัจจุบันใช้แนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร (Internal Branding Concept) ผ่านพนักงานผู้ให้บริการเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยพนักงานผู้ให้บริการมีบทบาทสำคัญต่อการถ่ายทอดพันธะสัญญาของแบรนด์ (Brand Promise) ผ่านพฤติกรรมของผู้ให้บริการไปสู่ผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ นำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริการและองค์กรผู้ให้บริการ และส่งผลต่อเนื่องถึงความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ของผู้บริโภคในระยะยาว (Ind, 2017; Punjaisri, Evanschitzky & Wilson, 2009; Ravens, 2014; Sriyothin, 2016)

แนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรได้ถูกนำไปใช้ในธุรกิจบริการหลายแห่ง กรณีตัวอย่างขององค์กรธุรกิจบริการที่ประสบความสำเร็จในการนำแนวคิดไปปรับใช้คือ สายการบิน “Southwest Airlines” ที่นำแนวคิดนี้ไปช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่แตกต่างในสายตาของผู้บริโภค เป้าหมายส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ความเป็นสายการบินที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานในการให้บริการ และเต็มไปด้วยชีวิตชีวาของพนักงานผู้ให้บริการนำมาซึ่งความพึงพอใจทั้งผู้บริโภคเป้าหมายที่เป็นผู้รับบริการ (Liu, Ko, & Chapleo, 2017; Vatankhah & Darvishi, 2018) นอกจากนี้การศึกษาของ Vatankhah & Darvishi (2018) ยังพบผลดีของการนำแนวคิดไปปรับใช้โดยพบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนด้วยเช่นเดียวกัน ทำให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุนในหุ้นของ “Southwest Airlines” เพิ่มขึ้นด้วย

Vatankhah & Darvishi (2018) ได้ศึกษาวิธีปฏิบัติการของ “Southwest Airlines” พบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จมาจากวิธีการปฏิบัติการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ที่มีประสิทธิภาพ นำมาซึ่งผลลัพธ์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร ความสำเร็จของ Southwest Airlines ดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการด้านการตลาดท่านอื่นๆ เรื่องบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรด้วยเช่นกัน (Cheung, Kong, & Song, 2014; Du Preez & Bendixen, 2015; Ind, 2017; Ravens, 2014; Suomi et al., 2019)

อย่างไรก็ตามแม้จะมีการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับผลลัพธ์เชิงทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานผู้ให้บริการ ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร แต่จะพบว่า งานวิจัยเกือบทั้งหมดเป็นการศึกษาในบริบทของต่างประเทศไม่ใช่ประเทศไทย

ดังนั้นบทความนี้จึงมีเป้าหมายที่จะนำเสนอที่มา กระบวนการและผลลัพธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่นำไปใช้ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร เพื่อจุดประกายให้นักวิจัยการตลาดในประเทศไทยนำมาศึกษาวิจัยในบริบทของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยหวังว่าจะเป็นการช่วยพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการในประเทศไทยต่อไป

แนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร

ความสำเร็จของการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้านั้น มุ่งเน้นการสื่อสารพันธะสัญญาของแบรนด์สินค้าไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติที่ดีต่อสินค้า และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตามมา อย่างไรก็ตามการมุ่งเน้นสื่อสารไปยังผู้บริโภคดังกล่าวพบว่า มีประสิทธิผลน้อยลงเมื่อนำมาใช้สร้างแบรนด์ให้กับธุรกิจบริการ (Punjaisri, Evanschitzky, & Wilson, 2009; Sriyothin, 2016)

การศึกษาของ Sriyothin (2016) ได้ศึกษาปัญหาความล้มเหลวในการสร้างแบรนด์ในธุรกิจบริการและพบสาเหตุสำคัญคือ ธุรกิจบริการเหล่านั้น

มุ่งเน้นสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายโดยละเลยการสื่อสารไปยังพนักงานผู้ให้บริการ ทำให้พนักงานผู้ให้บริการไม่มีความเข้าใจในพันธะสัญญาของแบรนด์ ส่งผลให้ไม่เกิดทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ และไม่สามารถถ่ายทอดพฤติกรรมการให้บริการที่ดีไปสู่ลูกค้าตามพันธะสัญญาของแบรนด์ได้

ดังนั้น Sriyothin (2016) ได้เสนอให้ธุรกิจบริการให้ความสำคัญกับการสื่อสารพันธะสัญญาของแบรนด์ไปยังพนักงานผู้ให้บริการควบคู่ไปกับการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งก็คือการให้ความสำคัญกับ “แนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร” นั่นเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการตลาดอีกหลายท่านด้วยเช่นกัน (Ind, 2017; Punjaisri, Evanschitzky, & Wilson, 2009; Ravens, 2014) Sriyothin (2017) ได้ให้ความหมายของแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรไว้ดังต่อไปนี้

“การสร้างแบรนด์ภายในองค์กรเป็นกระบวนการสร้างแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) โดยพยายามให้พนักงานภายในองค์กรมีความเข้าใจในคุณค่าของแบรนด์ขององค์กรที่ต้องการมอบให้กับลูกค้า ซึ่งนักการตลาดเรียกว่าพันธะสัญญาของแบรนด์ (Brand Promise) และกระตุ้นให้พนักงานเหล่านั้นแสดงพฤติกรรมเพื่อนำเสนอพันธะสัญญาของแบรนด์เหล่านั้นไปสู่ลูกค้าภายนอก”

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นนั้นจะพบว่าการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรมุ่งเน้นให้พนักงานในองค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับแบรนด์ (Employee Brand Attitudes) ซึ่งจากการศึกษาของ Punjaisri, Evanschitzky, & Wilson (2009) และ Sriyothin (2017) พบว่า ประกอบด้วยทัศนคติสำคัญ 3 ทัศนคติ ได้แก่ ความมุ่งมั่นของพนักงานที่มีต่อเป้าหมายของแบรนด์ (Employees’ Brand Commitment) ความรู้สึกว่าแบรนด์เป็นส่วนหนึ่งของตนเองของพนักงาน (Employees’ Brand Identification) และความจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อแบรนด์ (Employees’ Brand Loyalty) ทัศนคติดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ดีต่อการถ่ายทอดพันธะสัญญาของแบรนด์ไปสู่ผู้บริโภคที่รับบริการ (Employee Brand Behaviour) ต่อไป

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

การศึกษาของ Bach & Edward (2013) และ Boxall & Purcell (2016) พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการบูรณาการองค์ความรู้ที่สำคัญ 3 ศาสตร์ ประกอบด้วย การบริหารงานบุคคล อุตสาหกรรมสัมพันธ์ และแรงงานสัมพันธ์

ในระยะแรกของการพัฒนาองค์ความรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้น นิยามของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังมีความหลากหลาย (Boxall & Purcell, 2016) อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า การศึกษาของ Boxall & Purcell (2016) คือนักวิชาการที่ให้นิยามของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง (Wilkinson, Redman, & Dundon, 2017) โดยนิยามดังกล่าวสามารถสรุปความได้ดังต่อไปนี้

“การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง องค์ความรู้ในการจัดการพนักงานในองค์กรเพื่อให้เกิดความได้เปรียบการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นพัฒนาวิธีปฏิบัติที่จะทำให้พนักงานในองค์กรพัฒนาความรู้ความสามารถและความตั้งใจในการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยวิธีปฏิบัติที่พัฒนาขึ้นนั้นจะให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั้น”

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์จะเริ่มจากการวางแผนวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กร และนำวิธีปฏิบัติดังกล่าวไปใช้ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การทำงานของพนักงานในองค์กรสามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบ

ในการแข่งขันเหนือกว่าองค์กรคู่แข่งขัน

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นยังพบว่า มีความหลากหลายของวิธีปฏิบัติที่นำไปใช้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Pfeffer (1998) ได้จำแนกวิธีปฏิบัติออกเป็น 7 วิธี ได้แก่ การสร้างความมั่นคงในการจ้างงาน การคัดสรรและจ้างงานบุคลากรใหม่ให้องค์กร การพัฒนาทีมบริหารตนเองของพนักงานและการจัดโครงสร้างองค์กรที่เกิดการกระจายอำนาจ การกำหนดค่าตอบแทนเพื่อให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะขั้นที่สูงขึ้นของพนักงาน การฝึกอบรมอย่างเข้มข้นให้กับพนักงาน การลดช่องว่างสถานภาพของพนักงานในองค์กร และการเผยแพร่ข้อมูลสำคัญขององค์กรไปยังพนักงานอย่างโปร่งใสและทั่วถึง

นอกจากการพัฒนาวิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ดังกล่าวข้างต้น นักวิชาการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์อีกหลายท่าน ยังได้ทำการศึกษาต่อเนื่องถึงผลลัพธ์ที่มีต่อองค์กรโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจบริการ โดยผลการศึกษาที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

การศึกษาของ Chao & Shih (2016) และ Wikhamn (2019) ได้แสดงให้เห็นถึงผลเชิงประจักษ์ของอิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลโดยตรงต่อสมรรถนะที่เพิ่มขึ้นต่อการให้บริการลูกค้าขององค์กร การศึกษาของ Bondarouk, Harms, & Lepak (2015) และ Nurlina et al. (2020) พบว่า ทำให้พนักงานในองค์กรเกิดแรงจูงใจและพัฒนาทักษะการทำงานเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มคุณภาพการให้บริการของพนักงาน การศึกษาของ Stahl et al. (2019) พบว่า ส่งผลโดยตรงถึงความพึงพอใจของผู้ถือหุ้น ผู้บริโภคและพนักงานภายในองค์กร การศึกษาของ Wikhamn (2019) พบว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและส่งผลโดยตรงต่อไปยังความพึงพอใจในบริการของลูกค้าเป้าหมายขององค์กรตามมา

บทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร

สาเหตุที่การบริหารทรัพยากรมนุษย์สามารถส่งผลตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรได้นั้นมีอยู่ 2 สาเหตุ ได้แก่ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ช่วยพัฒนาระบบควบคุมการทำงานของพนักงานในองค์กรให้ทำงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร และเป็นเครื่องมือการพัฒนา “สาร (Message)” ที่สื่อสารไปยังพนักงานภายในองค์กร ที่มีอิทธิพลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับพนักงานตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Punjaisri (2008) ที่พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ช่วยให้เกิดการสื่อสารพันธะสัญญาของแบรนด์ไปยังพนักงานผู้ให้บริการ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจ เกิดทัศนคติที่ดี และส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการนำเสนอบริการที่ดีไปยังลูกค้าผู้รับบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบการศึกษาวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

Kotler et al. (2017) พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาทัศนคติและการนำเสนอบริการของพนักงานในองค์กรต่อการนำเสนอบริการที่ดีให้กับลูกค้าเป้าหมาย

การศึกษาของ Iyer (2018) และ Suomi et al. (2019) พบว่า มีอิทธิพลต่อทัศนคติของพนักงาน ได้แก่ ความรู้สึกว่าแบรนด์เป็นส่วนหนึ่งของตนเองของพนักงานและความจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อแบรนด์ ส่งผลต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมในการถ่ายทอดพันธะสัญญาของแบรนด์ไปยังลูกค้าเป้าหมายได้ และส่งผลต่อเนื่องทำให้ลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ

วิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลให้เกิดผลลัพธ์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า วิธีปฏิบัติที่ใช้มีความสอดคล้องกับวิธีปฏิบัติที่ได้กล่าวถึงในการศึกษาของ Pfeffer (1998) ที่ได้อธิบายไว้ในหัวข้อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การคัดสรรและจ้างงานบุคคลากรใหม่ให้องค์กร

การศึกษาของ Lovelock & Wirtz (2015) และ Jones & George (2019) ระบุว่าการคัดสรรงานบุคลากรใหม่เป็นวิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญที่มีบทบาทต่อการให้บริการที่ดีของพนักงานไปยังลูกค้าเป้าหมายในการถ่ายทอดพันธะสัญญาของแบรนด์ไปสู่ลูกค้าเป้าหมาย

การศึกษาของ Bach & Edwards (2013) และ Boxall & Purcell (2016) พบว่า การคัดสรรพนักงานที่ดีคือ วิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยามนุษย์ที่นำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันโดยกระบวนการคัดสรรพนักงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นจุดเริ่มต้นในการส่งสารเกี่ยวกับเป้าหมายของแบรนด์ไปสู่ผู้สนใจสมัครงานในองค์กรตั้งแต่เริ่มต้น ทำให้สามารถคัดเลือกพนักงานใหม่ที่มีทัศนคติที่สอดคล้องกับเป้าหมายของแบรนด์ หรือคัดเลือกพนักงานใหม่ที่พร้อมจะปรับตัวให้เข้ากับเป้าหมายของแบรนด์ได้ต่อไป

การศึกษาของ McKenna (2020) เสนอวิธีปฏิบัติของการคัดสรรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวนั้น ต้องเริ่มจากการวิเคราะห์งาน (Job Analysis) เพื่อพิจารณาบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในตำแหน่งงานนั้น ทำให้ได้คุณสมบัติของพนักงานที่ต้องการ ส่งผลไปถึงการพัฒนาวิธีการคัดเลือกที่เหมาะสมต่อมา

2. การเผยแพร่ข้อมูลสำคัญขององค์กรไปยังพนักงานอย่างโปร่งใสและทั่วถึง

การศึกษาของ Narteh & Odoom (2015) ได้ระบุถึงความสำคัญของการเผยแพร่ข้อมูลสำคัญขององค์กรไปยังพนักงานอย่างโปร่งใสและทั่วถึง โดยพบว่า มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อแบรนด์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ McKenna (2020) ที่เสนอแนะให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดวิธีปฏิบัติในการเผยแพร่ข้อมูลไปยังพนักงาน ตั้งแต่ขั้นการเริ่มต้นการคัดสรรพนักงานใหม่เรื่อยมาจนกระทั่งรับพนักงานเข้าทำงานแล้ว และควรให้ความสำคัญกับช่องทางการสื่อสารทุกช่องทาง ที่จะสามารถเข้าถึงพนักงานในองค์กรทุกคนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลไปพร้อมกันด้วย โดย McKenna (2020) พบว่า การเผยแพร่ข้อมูลขององค์กรไปสู่พนักงานนี้ จะทำให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นที่มีต่อเป้าหมายของแบรนด์ ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร

การศึกษาของ Sriyothin (2017) พบว่า ข้อมูลสำคัญที่ควรเผยแพร่ให้กับพนักงานที่ส่งผลลัพธ์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร ได้แก่ วิสัยทัศน์องค์กร เป้าหมายการตลาด งบการเงิน แผนการพัฒนาบุคลากร และผลตอบแทน โดยช่องทางในการสื่อสารไปยังพนักงานที่สำคัญในปัจจุบันคือ การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. การฝึกอบรมอย่างเข้มข้นให้กับพนักงาน

การศึกษาของ Noe et al. (2014) พบว่า การฝึกอบรมนอกจากจะเป็นวิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ช่วยพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงานแล้ว การฝึกอบรมยังเป็นเครื่องมือการส่งสารเกี่ยวกับพันธะสัญญาของแบรนด์ที่มีต่อลูกค้าให้พนักงานได้รับรู้อีกด้วย ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายของแบรนด์ และส่งผลไปถึงพฤติกรรมการถ่ายทอดบริการที่ดีไปยังลูกค้าตามพันธะสัญญาของแบรนด์ด้วยเช่นกัน

การศึกษาของ Noe et al. (2014) ได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า คุณภาพบริการที่ดีของธุรกิจบริการที่มีไปถึงลูกค้าเป้าหมายนั้น มีสาเหตุมาจากทักษะส่วนตัวของพนักงานผู้ให้บริการร่วมกับการฝึกอบรมการที่ได้รับของพนักงานผู้ให้บริการ นอกจากนั้นการฝึกอบรม

เป็นการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานสำหรับการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าเป้าหมายแล้ว ยังช่วยจุดประกายให้พนักงานในองค์กรมุ่งมั่นพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำงานและพัฒนางานในความรับผิดชอบให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ สิ่งสำคัญต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ส่งผลต่อความได้เปรียบการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และองค์กรมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

การศึกษาของ McKenna (2020) ได้เสนอแนะวิธีปฏิบัติการฝึกอบรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ดังกล่าว โดยให้หัวหน้างานพัฒนาทักษะการโค้ช (Coaching) และการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) นำไปใช้กับพนักงานที่ตนดูแล โดยทักษะทั้งสองจะมุ่งเน้นให้หัวหน้างานฝึกตั้งคำถาม ฝึกให้ลูกน้องหาคำตอบ และดึงศักยภาพและประสิทธิภาพของลูกน้องออกมาใช้อย่างเต็มที่

4. การกำหนดค่าตอบแทนเพื่อให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะในขั้นที่สูงขึ้นของพนักงาน

การศึกษาของ Noe et al. (2014) พบว่า การกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมเป็นแรงจูงใจสำคัญให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นที่มีต่อเป้าหมายของแบรนด์ และเกิดความจงรักภักดีที่มีต่อแบรนด์ นอกจากนั้นยังพบว่า ทัศนคติที่เกิดขึ้นนี้จะส่งผลต่อเนื่องไปถึงพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีต่อลูกค้าอีกด้วย

การศึกษาของ McKenna (2020) ได้เสนอแนะให้ผู้บริหารให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ รางวัลตอบแทนการทำงาน เช่น พนักงานดีเด่น พนักงานอายุงานยาวนาน พนักงานที่ไม่เคยขาดลามาสาย เป็นต้น รวมถึงรางวัลตอบแทนด้านสังคม เช่น รางวัลขวัญใจเพื่อนร่วมงาน รางวัลให้ความช่วยเหลือกับสังคม เป็นต้น ซึ่งสามารถส่งผลประสิทธิภาพในการให้บริการที่ดีไปสู่ลูกค้าได้

โดยสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรนั้น สามารถจำแนกกลยุทธ์ออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่หนึ่งเกี่ยวข้องกับการดึงดูดพนักงานใหม่ (Attraction) ประกอบด้วย การคัดสรรและจ้างงานบุคคลากรใหม่ให้องค์กร กลุ่มที่สองเกี่ยวข้องกับการรักษาพนักงาน (Retention) ประกอบด้วย การเผยแพร่ข้อมูลสำคัญขององค์กรไปยังพนักงานอย่างโปร่งใสและทั่วถึง และการกำหนดค่าตอบแทนเพื่อให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะในขั้นที่สูงขึ้นของพนักงาน และกลุ่มที่สามเกี่ยวข้องกับการพัฒนาพนักงาน (Development) ประกอบด้วย การฝึกอบรมอย่างเข้มข้นให้กับพนักงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับในการทำวิจัยและการนำไปใช้เกี่ยวกับบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ในองค์กร

1. การใช้วิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบบูรณาการ

การนำวิธีปฏิบัติของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไปปรับใช้ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรนั้น ผู้บริหารธุรกิจจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการใช้วิธีปฏิบัติร่วมกันแบบบูรณาการ เนื่องจากผลลัพธ์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรนั้นไม่สามารถพึ่งพาวิธีปฏิบัติใดวิธีหนึ่งได้เพียงวิธีเดียว (Jones & George, 2019; Noe et al., 2014)

2. การใช้วิธีปฏิบัติการฝึกอบรมอย่างเข้มข้นให้กับพนักงาน

2.1 การฝึกอบรมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกัน ทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์และฝ่ายบริหารการตลาด ในการร่วมพิจารณาออกแบบพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับพนักงานผู้ให้บริการ (Sriyothin, 2016)

2.2 การฝึกอบรมเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องตลอดอายุการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ เนื่องจากในสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบันความได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นอยู่กับการนำเสนอบริการที่ดีและแตกต่างจากคู่แข่งขัน ดังนั้นการติดตามกลยุทธ์การนำเสนอบริการของคู่แข่งและสภาพแวดล้อมทางการตลาดอื่นๆ และนำมาปรับปรุง

พัฒนาการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการอยู่เสมอ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การบริการมีความโดดเด่นและแตกต่าง (Sriyothin, 2016)

2.3 การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมต้องเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญ 3 ส่วน ประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์กร การวิเคราะห์ลักษณะงานของพนักงานผู้เข้าอบรม และการวิเคราะห์ภูมิหลังของพนักงานก่อนที่จะพัฒนามาเป็นหลักสูตรการฝึกอบรมให้กับพนักงานผู้ให้บริการ (McKenna, 2020)

3. วิธีปฏิบัติในการให้ค่าตอบแทนเพื่อให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะในขั้นที่สูงขึ้นของพนักงาน

3.1 การกำหนดค่าตอบแทนเป็นวิธีปฏิบัติที่สำคัญ ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาให้ค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นอย่างรอบคอบและโปร่งใส (Noe et al., 2014)

3.2 การกำหนดค่าตอบแทนเพื่อบรรลุเป้าหมายตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรนั้นสามารถทำได้ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ การกำหนดค่าตอบแทนเป็นตัวเงิน และการกำหนดค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน (McKenna, 2020) ซึ่งการศึกษาของ McKenna (2020) พบว่า การกำหนดค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงินมีบทบาทให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานผู้ให้บริการ ไม่แตกต่างจากการใช้การกำหนดค่าตอบแทนเป็นตัวเงิน

4. วิธีปฏิบัติการเผยแพร่ข้อมูลสำคัญขององค์กรไปยังพนักงาน

4.1 “สาร” หรือ “ข้อมูลสำคัญ” ที่เผยแพร่ไปสู่พนักงานในช่องทางต่างๆ นั้น จะต้องมีความถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพราะจะทำให้พนักงานในองค์กรไม่เกิดความสับสน ทำให้เกิดการรับรู้ มีทัศนคติที่ดี และนำไปสู่การถ่ายทอดพฤติกรรมการบริการที่ดีไปสู่ผู้บริโภคเป้าหมาย (Sriyothin, 2016)

ข้อมูลที่นำเสนอไปยังพนักงานนั้นสามารถแบ่งแหล่งที่มาของข้อมูลออกได้เป็น 2 แหล่งข้อมูล ได้แก่ แหล่งข้อมูลที่อยู่ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญก็คือ ความสอดคล้องกันในเรื่องของความถูกต้องของข้อมูลจากทั้ง 2 แหล่ง ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้พนักงานเกิดความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมายขององค์กร รวมถึงพันธะสัญญาของแบรนด์ที่มีต่อลูกค้าเป้าหมายขององค์กรโดยไม่เกิดความสับสนในข้อมูล (McKenna, 2020)

4.2 การเผยแพร่ข้อมูลไปยังพนักงานในองค์กรนั้น ต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบสองทางระหว่างพนักงานและผู้บริหาร เนื่องจากจะเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้บริหารได้เปิดใจพูดคุย ซักถามข้อสงสัยในข้อมูลสำคัญขององค์กรในด้านต่างๆ และร่วมกันแก้ปัญหาการทำงาน อันจะนำมาซึ่งความมุ่งมั่นของพนักงานที่มีต่อเป้าหมายของแบรนด์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร (Noe et al., 2014)

5. วิธีปฏิบัติการคัดสรรและจ้างงานบุคลากรใหม่ให้องค์กร

5.1 ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อทำความเข้าเข้าใจ “พันธะสัญญาของแบรนด์” ที่มีต่อลูกค้าขององค์กรก่อนที่จะเริ่มต้นการคัดสรรงานบุคลากรใหม่ การศึกษาดังกล่าวจะทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ถึงความต้องการขององค์กรเกี่ยวกับทัศนคติและทักษะจำเป็นเบื้องต้นของพนักงานผู้ให้บริการที่ต้องการรับเข้ามาทำงาน (Sriyothin, 2016)

5.2 ตัวอย่างของทักษะสำคัญของพนักงานผู้ให้บริการที่ควรใช้พิจารณาคัดสรรและจ้างงานบุคคลากรใหม่ ได้แก่ ทักษะทางสังคม และทักษะเกี่ยวกับมุมมองความคิด (McKenna, 2020)

5.3 ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการสื่อสาร “พันธะสัญญาของแบรนด์” ให้กับผู้ที่สนใจสมัครรับการคัดสรรเป็นพนักงานรับทราบล่วงหน้า เนื่องจากจะช่วยให้ผู้สมัครพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมของตนในเบื้องต้นว่ามีความสอดคล้องกับ “พันธะสัญญาของแบรนด์” ที่จะต้องนำเสนอให้กับลูกค้าเป้าหมายหรือไม่ และในกรณีที่ผู้สมัครพิจารณาแล้วว่าตนอาจจะยังไม่มีคุณสมบัติที่สอดคล้อง ผู้สมัครจะได้ทำการ

พิจารณาต่อว่ามีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของตนเองเพื่อให้สอดคล้องหรือไม่ (Sriyothin, 2016)

6. การศึกษาวิธีปฏิบัติอื่นๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ในองค์กร

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรพบว่า ยังมีวิธีปฏิบัติการของการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างน้อย 3 วิธี ที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาหาความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรมากนัก ได้แก่ การสร้างความมั่นคงในการจ้างงาน การพัฒนาทีมบริหารตนเองของพนักงานและการจัดโครงสร้างองค์กรที่เกิดการกระจายอำนาจ และการลดช่องว่างทางสถานภาพของพนักงานในองค์กร

7. การศึกษาบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ในองค์กรในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา

จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรนั้นพบว่า การศึกษาวิจัยเกือบทั้งหมดทำในประเทศพัฒนาแล้ว ดังนั้นการศึกษาในบริบทของประเทศกำลังพัฒนาโดยเฉพาะในประเทศไทยจะเป็นการช่วยพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวให้กว้างขวางมากขึ้น และยังเป็นการทำให้เกิดการนำความรู้ไปใช้พัฒนาองค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจบริการในประเทศไทยให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสร้างการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนตามมา

บทสรุป

การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับการนำไปปรับใช้กับแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบการแข่งขันโดยเฉพาะในธุรกิจบริการ ซึ่งผู้บริหารธุรกิจบริการควรมุ่งเน้นความสำคัญในสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ การบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบบูรณาการ การพัฒนาประสิทธิภาพของการฝึกอบรมพนักงาน การกำหนดผลตอบแทนที่จูงใจ การพัฒนาวิธีการเผยแพร่ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพไปสู่พนักงาน และการกำหนดวิธีการคัดสรรพนักงานที่สอดคล้องกับพันธะสัญญาของแบรนด์

นอกจากนี้สำหรับนักวิชาการที่สนใจศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ หัวข้อสำคัญที่ควรพิจารณาศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ การหาความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับผลลัพธ์ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร และการศึกษาประเด็นดังกล่าวในบริบทที่แตกต่างโดยเฉพาะองค์กรในประเทศกำลังพัฒนา

References

Bach, S. & Edwards, M. R. (2013). *Managing Human Resources: Human Resource Management in Transition*. London: John Wiley & Sons Ltd.

Bondarouk, T., Harms, R., & Lepak, D. (2015). Does e-HRM Lead to Better HRM Service? *The International Journal of Human Resource Management*, *28*(9), 1332-1362.

Boxall, P. & Purcell, J. (2016). *Strategy and Human Resource Management*. London: Palgrave MacMillan.

Chao, M. & Shih, C. T. (2016), Customer Service-focused HRM Systems and Firm Performance: Evidence from the Service Industry in Taiwan. *International Journal of Human Resource Management*, *29*(19), 2804-2826.

Cheung, C., Kong, H., & Song, H. (2014). How to Influence Hospitality Employee Perceptions on Hotel Brand Performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *26*(8), 1162-1178.

Du Preez, R. & Bendixen, M. T. (2015). The Impact of Internal Brand Management on Employee Job Satisfaction, Brand Commitment and Intention to Stay. *International Journal of Bank Marketing*, *33*(1), 78-91.

Ind, N. (2017). *Branding Inside Out: Internal Branding in Theory and Practice*. London: Kogan Page.

Iyer, P., Davari, A., & Paswan A., (2018). Determinants of Brand Performance: The Role of Internal Branding. *Journal of Brand Management, 25*, 1-15.

Jones, G. R. & George, J. M. (2019). *Contemporary Management*. New York: McGraw Hill.

Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2017*). Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore: Prentice-Hall.

Liu, G., Ko, W. W., & Chapleo, C. (2017). Managing Employee Attention and Internal Branding, *Journal of Business Research, 79*, 1-11.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2015). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New York: Pearson Education.

McKenna, E. (2020). *Business Psychology and Organizational Behavior*. London: Routledge.

Narteh, B. & Odoom, R. (2015). Does Internal Marketing Influence Employee Loyalty? Evidence from the Ghanaian Banking Industry. *Services Marketing Quarterly, 36*(2), 112-135.

Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2014). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (9th ed.). New York: McGraw Hill.

Nurlina, N., Situmorang, J., Akob, M., Quilim, C. A., & Arfah, A. (2020). Influence of e-HRM and Human Resources Service Quality on Employee Performance. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 7*(10), 391-399.

Pfeffer, J. (1998). *The Human Equation: Building Profits by Putting People First.* Cambridge, MA: Harvard Business Press.

Punjaisri, K. (2008). *Brand Promise Delivery from the Customer Interface Employees' Perspective*. Doctoral Dissertation, The University of Strathclyde.

Punjaisri, K., Evanschitzky, H., & Wilson, A. (2009). Internal Branding: An Enabler of Employees' Brand Supporting Behaviors. *Journal of Service Management, 20*(2), 209-226.

Ravens, C. (2014). *Internal Brand Management in an International Context.* New York: Springer.

Sriyothin, S. (2016). *Influence of Internal Communication on Employees' Brand Outcomes*. Doctoral Dissertation, The University of Salford.

Sriyothin, S. (2017). *Internal Branding and Competitive Advantage*. *Veridian E-Journal, 10*(2), 1011-1024. [in Thai]

Stahl, G. K., Brewster, C. J., Collings, D. G., & Hajro, A. (2019). Enhancing the Role of Human Resource Management in Corporate Sustainability and Social Responsibility: A Multi-stakeholder, Multidimensional Approach to HRM. *Human Resource Management Review, 30*(3), 1-16.

Suomi, K., Saraniemi, S., Vähätalo, M., Kallio, T. J., & Tevameri, T. (2019). Employee Engagement and Internal Branding: Two Sides of the Same Coin? *Corporate Reputation Review*, *11*, 1-16.

Vatankhah, S. & Darvishi, M. (2018). An Empirical Investigation of Antecedent and Consequences of Internal Brand Equity: Evidence from the Airline Industry. *Journal of Air Transport Management, 69*, 49-58.

Wikhamn, W. (2019). Innovation, Sustainable HRM and Customer Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management, 76*, 102-110.

Wilkinson, A., Redman, T., & Dundon, T. (2017). Human Resource Management: A Contemporary Perspective. In A. Wilkinson, T. Redman, & T. Dundon (Eds.), *Contemporary Human Resource Management: Texts and Cases* (5th ed.). Harlow: Pearson.

Name and Surname: Sira Sriyothin
Highest Education: Doctor of Philosophy in Marketing, University of Salford, UK.
Affiliation: Faculty of Management Science, Silpakorn University
Field of Expertise: Business Management and Marketing Management

A CHANGE IN EDUCATIONAL ADMINISTRATION THROUGH A BUSINESS APPROACH: AN EFFECTIVE LEADERSHIP PERSPECTIVE

การเปลี่ยนแปลงการบริหารทางการศึกษาโดยผ่านวิธีการทางธุรกิจ: มุมมองภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ

Siriwan Khamyon[1] and Wasalee Chatsuthipan[2]
ศิริวรรณ คำยนต์[1] และเวสาลี ชาติสุทธิพันธุ์[2]
[1]Graduate School of Human and Sciences, Assumption University of Thailand
[2]Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University of Thailand
[1]คณะมนุษยศึกษา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ [2]คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

Received: April 1, 2020 / Revised: November 24, 2020 / Accepted: December 4, 2020

Abstract

This academic paper describes how a new leadership perspective can help to facilitate a change for educational administration through integrating a business approach called the five rules of leadership code. This approach helps the educational organizations survive in this rapidly changing world. Leadership, leadership code framework, the need to change of management, and factors for improvement (i.e. credibility, culture of the organization, confidence, communicative, and collaborative competences) are discussed as they help to enhance changes in the educational organization through a business approach. In a perspective of effective leadership, this new business approach is supposed to present a modern aspect of management in the educational organizations by comparing to the past. It provides more effective solutions in this time of disruptive world environment when a change is essential. To have a positive and effective change in the organization, it requires having an effective leader to lead a change into the correct way.

Keywords: Change, Administration, Leadership Code, New Business Approach, Education

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้อธิบายถึงมุมมองภาวะผู้นำแนวใหม่ที่สามารถช่วยเปลี่ยนแปลงการบริหารทางการศึกษาผ่านการบูรณาการวิธีการทางธุรกิจที่เรียกว่า กฎห้าข้อของรหัสภาวะผู้นำ ซึ่งเป็นกฎที่ช่วยให้องค์กรการศึกษาสามารถบริหารจัดการในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ การเปลี่ยนแปลงในองค์กรการศึกษาผ่านวิธีการทางธุรกิจนี้จะพิจารณาภาวะผู้นำ กรอบเกณฑ์ของภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงการจัดการ และปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการพัฒนา เช่น ความน่าเชื่อถือ วัฒนธรรมขององค์กร ความมั่นใจ ความสามารถในการสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน ซึ่งคาดว่าวิธีการทางธุรกิจใหม่ในมุมมองของภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะนำเสนอ

Corresponding Author
E-mail: wasaleecht@au.edu

รูปแบบที่ทันสมัยของการจัดการในองค์กรการศึกษาโดยเปรียบเทียบกับวิธีการที่ผ่านมาได้ อีกทั้งจัดหาวิธีการแก้ไขที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับช่วงเวลาที่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้องค์กรการศึกษาจะต้องมีผู้นำที่มีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยใช้วิธีการที่ถูกต้อง และนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกและมีประสิทธิภาพของแต่ละองค์กร

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลง การบริหาร รหัสภาวะผู้นำ วิธีการทางธุรกิจใหม่ การศึกษา

Introduction

As the present rapid change of the conomic environment and workforce crisis, there are many changes in a working environment not only in the business field but also in the educational field. Many organizations employ a lots of various workforce which lead to high competition in the marketplace each year. Therefore, many employers seek to find a better quality of employees or offer some benefits to keep the business afloat, meaning that many leaders of the organizations are struggling with similar challenges to live up to the current disruptive situation. Additionally, some researchers have mentioned the conflict management that employers find difficulties in leading employees to achieve the goals or getting employees to be proactive over a long period of time (Avolio & Gardner, 2005; Friedman, 2007; Ulrich, Zenger, & Smallwood, 1999; Vroom & Jago, 2007).

Therefore, it is important for leaders to alter the traditional perspective mindset to a new one which is more effective and suitable to the current situation. In order to do this, it requires a different leadership approach since leadership is one of the most important elements of the whole organizational management used to handle various expectations of organizational performance. As in the past, leadership in general normally focused on who a leader is, what a leader knows, and what a leader does (Ulrich, Zenger, & Smallwood, 1999). In another word, the approach that was often implemented in the past is known as the Be-Know-Do model which focuses on the leader's character and values ("Be"), his competencies ("Know"), and his decisions and actions ("Do") (Webber, 2015). Having mentioned above, Ulrich & Smallwood (2007) posited a single leadership framework resulting in five leadership rules called The Leadership Code which provides a modern synthesized approach to be an effective leader by developing both individual and organizational leadership skills. Many business companies have already integrated this approach into their management such as the Results-Based Leadership Group (the RBL Group). Consequently, it is needed to change the school management technique in order to get effective leaders who can form the organization to deal with all disruptive activities. It requires leaders to have credibility, understanding in organizational culture, confidence, and communicative and collaborative competences; in which the effective leaders can focus on as their primary

factors for improvements. If leaders failed to analyze, it would cause the organization fail. Thus, the purpose of this academic paper is to describe how a new leadership perspective helps to facilitate a change in educational administration.

Effective Leadership Perspective

Many researchers from around the world have kept on studying about the topic of leadership (Kuchler, 2008). There are several definitions of leadership which refer to different meanings. Nonetheless, the definition of the word "leadership" in general is the idea of presenting the ability to influence people. As mentioned in the article of Yulk in 2010, the impact of having the ability to influence people could help the leaders themselves to encourage followers to be ready in facing a change in the future. Thus, the definition of leadership would mean having power of individuals who can influence other people to change according to what being instructed such as values, moral, or attitudes. Therefore, an individual who has a strong leadership ability would be recognized as a good model to a perspective of employees since a good leader can bring employees to achieve the goals, encourage followers not to be afraid of the future changes, and gain trust among employees. Furthermore, this concept is also emphasized by the similar idea of Northouse (2010) that leaders who hold a strong leadership ability would be able to build strength in influencing people to achieve the common goal effectively for the organization.

Besides that, an effective leader can be defined by the characteristics or the way the organization being managed as well. Furthermore, an effective leader is explained as the ability to demonstrate behaviors that expect other people to emulate (Ulrich & Smallwood, 2007; Wasim & Imran, 2010). This factor supports that an effective leader is usually recognized as the one who can foresight a clear vision and enable to identify challenges of the organization. As a result, the leader is able to manage the organization effectively and appropriately in the future, while being aware of up-to-date information regarding the change of the world.

In conclusion, leadership is a process in which leaders demonstrate their power, skills, knowledge, and abilities to lead the followers into the correct or desired direction related to the goal of the organization. Additionally, an effective leader should hold strong leadership skill that contains particular characteristics such as integrity, passion, trust, together with the ability to function the individual's capability and the organization's need. All of these characteristics are to achieve the objectives of the organization and keep it stand in this rapid changing environment.

Leadership Code Framework as a New Business Approach

Researchers have attempted to define the factors which form someone to be a great leader. However, the research is endless and new leadership books seem to emerge regularly. As studying a leadership theories, they makes

two things abundantly clear. First, one who wants to be a great leader must demonstrate the desired behavior for others to emulate; and second, a leader enables their followers to excel their own goals. Ulrich, Smallwood, & Sweetman (2008) mentioned that those who wish to become great leaders must follow five essential rules of leadership code which consists of strategist, executor, talent manager, human capital developer, and personal proficiency.

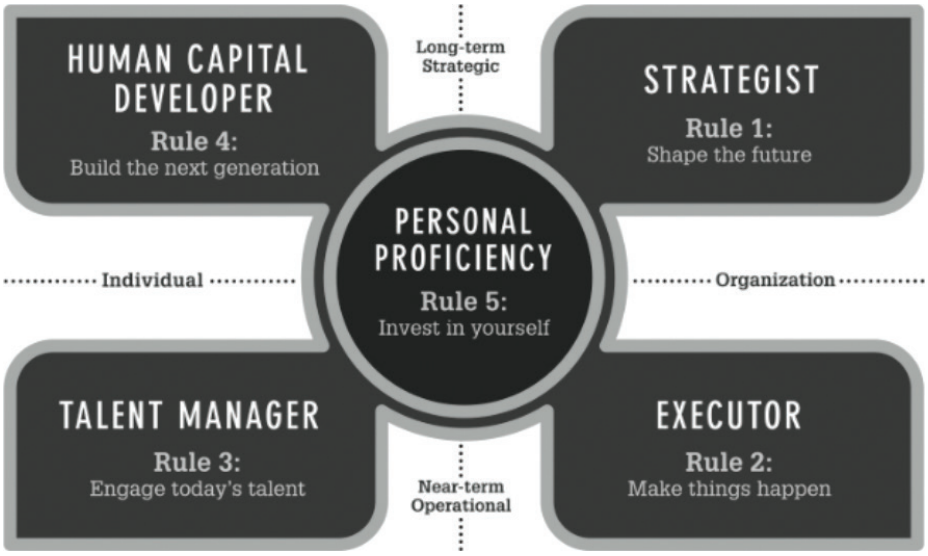


Figure 1 The leadership code (Ulrich, Smallwood, & Sweetman, 2008)

First, strategist refers to a long-term organizational approach which focuses on the future organization. Second, executor refers to a near-term organizational approach which sets a clear priorities and accountabilities to make things done. Third, talent manager refers to a near-term individual approach of engaging employee hearts, hands, and minds. Forth, human capital developer refers to a long-term individual approach of keeping a clear link between the future strategy and the competencies. Last, personal proficiency refers to the center model which connects all four domains together as presenting the actions of effective leaders (Result-based Leadership Group, 2010). Related to this code, the qualities of the leaders generally vary based on different situations appropriated to a particular task.

As considered the leadership code framework, near-term individual requirements include a positive working environment, a communication with all stakeholders, and a satisfaction of vision and mission; while near-term organizational requirements include a change in management, a team building, and a decision making based on protocols. On the other side, long-term individual requirements include creating customer-centric strategies and other strategies that are relevant to the activities and setting the future point of view. Long-term organizational requirements

include encouraging professional networks, managing the career management, and developing the future workforce to align with the future needs of the organization. Notably, personal proficiency is set at the center of the framework to indicate that the real effective leaders invest in personal development and remain self-awareness, as presented in Figure 1 (Ulrich, Smallwood, & Sweetman, 2008).

Additionally, based on Ulrich, Smallwood, & Sweetman (2008), the leadership code explained that the effective leaders need to have innovative strategies, forge long-term relationships with customers, execute the strategy, build high performing teams to adapt their behavior, and succeed in individuals and the organization. Besides, the key of the leadership code is to shape the foundation of an effective leadership. Therefore, this leadership code is a modern approach which is an appropriate management in this new era, comparing to other previous approaches used by various organizations.

Need to Change of Management

Generally, many organizations are facing the difficulties in learning something new to their organizations as it is called a change. A change is always the obstacles to the employees' works. Most employees hardly accept a change due to the fact that it pulls them out from their comfort zone which causes them to feel uneasy and unconfident. Employees want to have a security in life; therefore, a change in the organization would force them to adjust their usual behaviors and highly learn new skills and knowledge. For instance, if the director suddenly announces all employees to start work at 7.30 a.m. instead of 8.30 a.m., some employees will be late due to their daily habits. This example can be applied as well in the organization that many employees generally perform their duties according to the given direction from one point to another point. When the given direction is suddenly changed, it is quite difficult for all employees to get familiarized with new tasks within a short time of adjustment (Lorenzoni, Nicholson-Cole, & Whitmarch, 2007).

Accurately, it is difficult to implement something new in the organization or change in management of the organization. Due to the fact that each employees have different abilities to adapt themselves, some persons might do it immediately while others might require a long time to adjust themselves as they need to change their habits. As a result, this scenario shows that a leader of the organization should acquire skills to communicate and collaborate with other employees for the purpose of having a long-term development (Wuestman & Casey, 2015).

Moreover, educational organizations in Thailand are encountering with this high challenging situation. Most schools still keep on the traditional management technique by controlling of employees' actions, especially in Thailand, employees are not known the preference of hierarchy and the relationship of becoming a leader with power and authority. As a result, this way of management might not

be fully suitable to the current trend in this rapidly changing world (Yukongdi, 2010).

According to Khan (2016), the term of changes in management can be identified as an approach of dealing with changes on individuals and the organization, which are based on their own style. The organization can implement and adjust management effectively if it provides opportunities to compete and get advantages in this disruptive environment. According to Hritz (2008), there are three phrases of need to change of management that the organization needs to be aware of for surviving. The first one is adapting of changes, which is needed when employees willingly commit to changes. The second one is controlling of changes, which is needed when there is a sign requiring a new implementation. The last one is the effect of changes, which is important when the organization seeks to endure changes.

As a result, leadership and management are two different aspects; management focuses on managing which all actions are being controlled by a single person known as a boss. In another word, employees perform in accordance with what is given to them. In contrast to leadership, employees are coached towards the organizational goals by ensuring that all employees are assigned to the right tasks and position. Then, they can perform tasks with full of their skills, knowledge, and talents. There is also a change in leadership strategies according to the current trends when it is necessary. Unlike management, it merely follows the traditional rules of management approach.

Factors for Improvement

Many researchers have mentioned that the terms of leadership normally refers to the ability in encouraging, motivating, and influencing people in part of values, beliefs, or behaviors. The strong leadership skills of an effective leader would be able to apply changes into the organization easily (Atkinson & Mackenzie, 2015; Ulrich & Smallwood, 2007; Wasim & Imran, 2010; Yulk, 2010). According to Baczek (2013), in order to manage employees effectively, an effective leader should pay attention on bridging expectation of the organization and behaviors of employees. Therefore, it is important to a leader taken into account certain factors for improvement to connect a leader and employees in their organization (Dan, 2010).

1. Credibility

It is an important factor in being a leader. It is for a leader to gain trust among employees, which helps to increase the performance and the commitment of employees and the organization in overall. If employees give credibility to their leader, he is considered to be an effective leader. Furthermore, according to Stacey, Paul, & Alice (2011), only effective leaders can create changes in the organization and be accepted by employees because people normally trust the one who can bring them to the correct way. In another word, a leader who often forces his employees cannot gain credibility from them. This causes a difficulty to

integrate a change for the better organization. In addition, when credibility occurs between employees and an employer (leader), a positive relationship bridges them together and leads to increase their performance. In turn, there is no good improvement if there is no credibility towards a leader.

2. Culture in the organization

When there is credibility between employees and their leader, there is a culture. In another word, culture requires credibility to form the organization. It means that leadership forms good culture. An effective leader with strong leadership skills and knowledge can create a positive culture in the organization because there is credibility which can create motivation and inspiration among employees. Moreover, a positive culture of the organization does not only enhance performance and commitment of employees towards the organization but also influences a better change in attitudes and behaviors of employees. A positive culture in the organization develop performance in overall and reduce high rate of turning over in the organization. It also helps to facilitate solving challenges of the internal level in the organization. As there is no discrimination on the grounds of race, religion, politics and the like, which creates a clean atmosphere in a working place, it decreases problems at the internal level of the organization. At the same time, there is a positive side effect that encourages employees to collaborate teamwork. Nonetheless, a positive culture in the organization provides healthy environment for employees to work, inspires them not to be afraid of changes and gives credibility to their leader for a better improvement (Ulrich & Smallwood, 2007).

3. Confidence

There are various reasons of being confident. An effective leader is responsible to encourage and motivate employees to seek for more knowledge and develop their skills through various strategies, in which sometimes it requires changes in their behaviors and attitudes. In fact, confidence is one technique to increase performance of the organization in overall. Furthermore, being confident is not only for employees but also for all people who are in the position of leader. Leaders should be a good role model for followers. They should also participate in training programs that enhance their leadership skills, especially while the generation of employees are changing, which cause some factors impact the succession of the organization. Furthermore, employees should have trainings in order to perform tasks effectively and to facilitate changes in the organization. Later on, employees can increase productivity and performance successfully.

As being mentioned that there is endless on when to stop developing confidence, an effective leader as well as employees require to keep on improvement and challenges to cultivate their abilities to handle all tasks in the rapidly changing world. Due to the fact that if the organization or a leader stops developing themselves, it would result in having insufficient skills and knowledge to handle situations in the

marketplace nowadays. In another word, the organization will surely be fading itself from the working environment. For instance, the Nokia Company was popularize and ranked as the best mobile phone in the world. As the world keeps changing, the Nokia Company might be hardly confident to adjust itself to a new trend of customers including business markets. Later on, the Nokia Company has erased from the best rank, which people might not even recognized at this present time. Altogether, an effective leader is required to be confident and to think differently in order to handle with lots of changes in the world, which are not only internal factors inside the company but as well as external factor of what is going on in the real business competitive world (Abou-Moghli, 2015; Lee, 2013; Park et al., 2014).

4. Communicative and collaborative competences

Asides from having credibility, understanding of culture in the organization, and being confident, an effective leader needs to be influent in working with other people. It requires employees to have effective, communicative and collaborative competences as these are the best way to bind teamwork and make changes in the organization. To achieve successfully changes, communicative and collaborative competences are significance for something new as it requires the effective leader to foster a positive culture in the organization where employees believe in his team and leader. This allows to prevent any interference for misunderstanding among the team.

An effective leader who wishes to integrate change into the organization should inspire employees to have connection with one another. With this perspective, employees have a chance to receive new thoughts and discover something differently. As a result, the organization have better outcomes through encouraging employees to work together and improve themselves by learning from other people. Furthermore, high position people can gain new knowledge from their employees. It shows humbleness of a leader to their employees; which help him gain credibility and bond the teamwork as a whole organization.

Nonetheless, leadership is not only about influencing or motivating people to follow the guideline but it also includes ability to set clear vision, mission, goals, and objectives of the organization to employees. Furthermore, an effective leader has the ability to set an approach that help employees to meet the target of the organization. Therefore, an effective leader plays a vital role in facilitating employees to go to the correct path of the organization's mission based on the instructed approach. This is possible when an effective leader is able to develop the ability not only in term of individual but the organization as well (Gilley, Dixon, & Gilley, 2008; Ulrich & Smallwood, 2007).

Solutions

Effective leadership stands for the essential role in running or managing the organization, especially in this particular rapidly changing world. The meaning is that the traditional approach of management might not be sufficient enough to overcome obstacles of the organization in this present time. Though many researchers have mentioned that leadership and management are two different elements, the organizations always recognize that there are no absolute strategies in handling all kinds of these challenges. As a result, it needs to search for a new strategy that is suitable for the organizations. Management is like a process which is based on the steps of planning, designing, modifying, controlling, and keeping the organization survive. Generally, most organizations are emphasized on doing exactly the instructed plan which is given by the higher authority in the organization.

On the other hand, effective leadership emphasizes on facilitating, coaching and guiding employees to the correct path for achieving the targets of the organization as well as encouraging them to complete their requirements willingly. Within the terms of new approach for effective leadership, a leader guides employees and performs it together in order to meet their aimed targets. It starts from oneself, as being introduced by the leadership code, to create leadership in the organization. An effective leader needs to model what employees are expected to do and, be confidential that they can do it. When an effective leader sets clear short-term and long-term goals for individuals and the organization, employees place confidence to work since they have already recognized expectations of what they should know and do. Thus, modeling the five rules of leadership code as a new approach for the educational organization can increase the ability of educational leaders to lead people in this rapidly changing world successfully.

As the ending goal of being a master for an effective leader is the ability to help employees lead other people respectively, a leader firstly set a clear vision of the organization, move on thinking how to achieve the goal, develop employees, and build the relationship. All steps are necessary to handle the current challenges and to be in readiness for something new. After that, a leader should make sure that the organization be able to stand in the changing world through forming the next generations with required talents. This is the final rule of the leadership code. In addition, the rapidly changing world requires the organizations and all stakeholders to make changes in order to survive; therefore, if any organizations ignore this fact, then it would result in collapse instead. As a result, an effective leadership is in charge of taking responsible to set clear goals for effective achievement in this kind of situation.

Even though an effective leadership brings success to the organizations, it is important to consider other related factors that might affect the possibility to achieve a change. Each employee has different characteristics, behaviors, attitudes, and

competences. Some might be easy to accept a new challenge that brings a better future, while some might be very hard to communicate and collaborate, especially in this rapidly changing world that most people are looking for their security. As a result, a new approach of an effective leader is the best approach to handle and overcome changes in the organizations. However, it is noted that there are no perfect answers to address these challenges.

Conclusions

Effective leadership is significant in handling a change in the organization. As the rapidly changing word, a change seems to be the only way to keep organization survive. Normally, it is difficult for employees to accept a change as it makes them feel uncomfortable and requires them to learn something new. Therefore, effective leadership would be one of the elements that can inspire employees to be ready, not be afraid of changes and look forwards to a new development of the organization. The case of the Nokia mobile company can be set as an example of why a change is important. It is also essential to be noted that not all changes can lead the organization success as it depends on what type of changes being made. As a viewpoint, Thai culture has a perspective of the educational institutions as non-business organizations which encounters to a change. Many schools consider to have a positive cash flow to get a capacity in keeping schools running. They still maintain a way of managing the organizations based on the traditional management technique which focuses only short-term profits and takes control over all actions in the organization. Many news report that most schools are closing down in this time due to several reasons (Mala, 2017; O'Connor & Nguyen, 2018; Tangkitvanich, 2013). One of the main reasons indicates that the school leaders who normally expertise in the educational fields may have less ability to manage school like a business persons who specialize in the management and know well how to keep the organization survive (Saengpassa, 2015). Therefore, it is very challenging for most school leaders to run school in this changing world. Hence, it is important to consider applying a business approach in the educational organizations in order to keep them afloat.

The five rules of leadership code in a business field is an approach that helps a leader to understand the whole part of the organization both in near-term and long-term vision. It also demonstrates a new aspect of both individual requirements and organization requirements. As a result, this new approach can form an effective leader who has the ability to gain credibility and encourage employees to collaborate on the targets willingly. Thus, its outcomes achieve other factors, such as building positive relationship with employees, easily. A positive relationship can create many profits to organizations as it allows a leader and employees to communicate and exchange ideas to one another. It is a positive effect on the side of employees as

they have a chance to share their thought. This is because they feel belonged to the organization (Atkinson & Mackenzie, 2015).

In conclusion, all leaders must improve their personal proficiency because lacking of credibility, culture of the organization, confidence, and communicative and collaborative competences would cause employees not to follow what is being instructed. Therefore, most successful leaders should practice to be excellent as said by the five rules of leadership code one by one: strategist, executor, talent manager, human capital developer, and personal proficiency. According to Ulrich, Smallwood, & Sweetman (2008), the more a leader is going high, the more he needs to be excellent in these domains. Hence, the effective leader is considered to be one of the main factors to make a change in the organization successfully.

References

Abou-Moghli, A. (2015). The Role of Organizational Support in Improving Employee's Performance. *International Business Research, 8*(2), 198-203.

Atkinson, P. & Mackenzie, R. (2015). Without Leadership There is No Change. *Management Services, 59*(2), 42-47.

Avolio, B. J. & Gardner, W. L. (2005). Authentic Leadership Development: Getting to the Root of Positive Forms of Leadership. *The Leadership Quarterly, 16*(3), 315-338.

Baczek, K. (2013). *Effective Leadership in Thailand: Exploratory Factor Analysis of Creativity, Need for Achievement, Emotional Intelligence, and Diversity.* Retrieved March 8, 2019, from http://www.lse.ac.uk/asiaResearchCentre/_files/ThaiGovScholarKamilaBaczek.pdf

Dan, C. (2010). Development of a Model to Enhance Effective Change Management in Education for Sustainable Development in Higher Education Institution, Can Tho University, Vietnam. *Journal of Education Naresuan University, 12,* 49-70.

Friedman, B. A. (2007). Globalization Implications for Human Resource Management Roles. *Employee Responsibilities and Rights Journal, 19*(3), 157-171.

Gilley, A., Dixon, P., & Gilley, J. W. (2008). Characteristics of Leadership Effectiveness: Implementing Change and Driving Innovation in Organizations. *Human Resource Development Quarterly, 19*(2), 153-169.

Hritz, C. (2008). Change Model. *Leadership Excellence, 25*(5), 14.

Khan, U. R. (2016). The Role of Leadership on Organizational Change. *International Journal of Management Science and Business Research, 5*(11), 88-95.

Kuchler, W. (2008). Perceived Leadership Behavior and Subordinates' Job Satisfaction in Midwestern NCAA Division III athletic departments. *The Sport Journal, 11*(2), Unpaginated.

Lee, D. (2013). *Nokia: The Rise and Fall of a Mobile Giant.* Retrieved March 14, 2019, from https://www.bbc.com/news/technology-23947212

Lorenzoni, I., Nicholson-Cole, S., & Whitmarsh, L. (2007). Barriers Perceived to Engaging with Climate Change Among the UK Public and Their Policy Implications. *Global Environment Change, 17*(3), 445-459.

Mala, D. (2017). *Private Schools at Risk of Closure.* Retrieved June 12, 2020, from https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1206605/private-schools-at-risk-of-closure

Northouse, P. G. (2010). *Leadership: Theory and Practice* (5th ed). Thousand Oaks: SAGE Publications.

O'Connor, J. & Nguyen, S. (2018). *The Pervasive Problem of Debt in Thailand and the Struggle to Survive for Those Hit by Bad Fortune.* Retrieved June 13, 2020, from https://www.thaiexaminer.com/thai-news-foreigners/2018/10/08/debt-in-thailand-loans-bankruptcy-teachers/

Park, Y. K., Song, J. H., Yoon, S. W., & Kim, J. (2014). Learning Organization and Innovative Behavior: The Mediating Effect of Work Engagement. *European Journal of Training and Development, 38*(2), 75-94.

Results-Based Leadership Group (RBL Group). (2010). *Leadership Code: What is Leadership.* Retrieved August 9, 2019, from https://michiganross.umich.edu/sites/default/files/uploads/RTIA/pdfs/dulrich_wp_what_is_leadership.pdf

Saengpassa, C. (2015). *Private Schools on Shaky Ground.* Retrieved June 12, 2020, from https://www.nationthailand.com/national/30251681

Stacey, M. C., Paul, J. T., & Alice, C. (2011). Trust and Distrust in Safety Leadership: Mirror Reflections? *Safety Science, 49*(9), 1208-1214.

Tangkitvanich, S. (2013). *Setting Up Future Failure.* Retrieved July 1, 2020, from https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/342521/education-system-ills-setting-up-future-failure

Ulrich, D. & Smallwood, N. (2007). *Leadership Brand: Developing Customer-focused Leaders to Drive Performance and Build Lasting Value.* Boston, MA: Harvard Business School Publishing.

Ulrich, D., Smallwood, N., & Sweetman, K. (2008). *The Leadership Code: Five Rules to Lead By.* Boston: Harvard Business School Publishing.

Ulrich, D., Zenger, J., & Smallwood, N. (1999). *Results Based Leadership.* Boston, MA: Harvard Business School Press.

Vroom, V. H. & Jago, A. G. (2007). The Role of the Situation in Leadership. *American Psychologist, 62*(1), 17-24.

Wasim, A. & Imran, A. (2010). The Role of Leadership in Organizational Change. *Logistics and Innovation Management, 3*(2), 9.

Webber, M. (2015). *Why I Don't Use the "Be, Know, Do" Model of Leader Development.* Retrieved June 12, 2020, from https://healthyleaders.com/why-i-dont-use-the-be-know-do-model-of-leader-development/

Wuestman, D. & Casey, J. (2015). Lean Leadership: Sustaining Long-term Process Change. *Strategic Finance, 96*(8), 15-16.

Yukl, G. A. (2010). *Leadership in Organizations.* New York: Prentice Hall.

Yukongdi, V. (2010). A Study of Thai Employees' Preferred Leadership Style. *Asia Pacific Business Review, 16*(1), 161-181.

Name and Surname: SiriwanKhamyon
Highest Education: Ph.D. Student in Educational Administration and Leadership Program, Assumption University of Thailand
Affiliation: Assumption University of Thailand
Field of Expertise: Foreign Languages, Curriculum and Instruction, and Educational Administration and Leadership

Name and Surname: WasaleeChatsuthipan
HighestEducation: Ph.D. in Higher Education, Chulalongkorn University
Affiliation: Assumption University of Thailand
Field of Expertise: Business Management and Higher Education

การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

AREA BASED EDUCATION MANAGEMENT OF PARTICIPATORY MANAGEMENT OF BASIC EDUCATION SCHOOL ADMINISTRATORS

วรชัย วิภูอุปรโคตร
Vorachai Viphoouparakhot
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
Faculty of Education, Bangkokthonburi University

Received: May 29, 2020 / Revised: November 4, 2020 / Accepted: November 9, 2020

บทคัดย่อ

การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ในพื้นที่ชุมชนเข้ามามี ส่วนร่วมกับรัฐในการจัดการศึกษาเพื่อมุ่งแก้ปัญหาโดยใช้โจทย์พื้นที่เป็นฐานใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องตามบริบทความต้องการของพื้นที่ในการสร้างผลสัมฤทธิ์ให้กับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานได้อย่างมีประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น สำหรับรูปแบบการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ด้วยการบริหารสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานจะต้องใช้ความสัมพันธ์การมีส่วนร่วมแนวระนาบของทุกภาคส่วนในพื้นที่ในการร่วมกันบริหารจัดการสถานศึกษา การจัดการเรียนการสอน การระดมทรัพยากร และความสัมพันธ์แนวตั้งของภาครัฐในการสนับสนุนกำกับดูแล โดยมีองค์ประกอบของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ ได้แก่ รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ การบรรลุผลประโยชน์ร่วมกัน ทรัพยากรในชุมชน ตลอดจนคณะทำงานและการบริหารจัดการ ส่วนปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้นต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนบนฐานข้อมูลความรู้ ทรัพยากรในพื้นที่และความเชื่อมั่นไว้วางใจ การมีกลไกในคณะทำงานที่เห็นภาพร่วมกันชัดเจนในระดับพื้นที่มุ่งสู่การเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้มีผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ การบริหารสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วม ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

The area-based educational management is the allowance of opportunity for all stakeholders in the community to participate with the state in educational management to solve area-based problems with the efficient uses of resources available in the area in accordance with the context of the area's needs in order to create greater achievement for basic education schools more effectively. As for the area-based participatory education management model, the basic education school administrators must use the horizontal relationship to allow all sectors in the area to participate in the management of the school, instructional management, and resource mobilization; while they must use the vertical

Corresponding Author
E-mail: Vorachaiv@siamtechno.ac.th

relationship of the state sector for supporting and monitoring. The components of the area-based participatory education management model are as follows: the model of community participation, the stakeholders in the area, the achievement of mutual benefits, resources in the community, the working group, and the management. In addition, the success factors must have clear goals based on the knowledge foundation, local resources and trust, and the having a mechanism in the working group that is clearly seen together at the area level with the aim to be a learning society with tangible results.

Keywords: Area-based Education Management, Participatory School Management, School Administrator

บทนำ

ประเทศไทยมีความจำเป็นต้องปฏิรูปการศึกษาเพื่อให้ระบบการศึกษาเป็นกลไกหลักสำคัญต่อการพัฒนาขับเคลื่อนประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (2561-2580) สู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมียุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อนโดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง (Government Gazette, 2018) ขณะเดียวกันสภาพปัจจุบันของระบบการศึกษาของประเทศไทยยังมีปัญหานับตั้งแต่ปัญหาความแตกต่างของคุณภาพสถานศึกษาแต่ละแห่งส่งผลต่อคุณภาพของคนไทยในแต่ละพื้นที่ แต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน รวมทั้งปัญหาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาในทุกระดับมีความแตกต่างกันทำให้เกิดจุดอ่อนด้านการบริหารจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่ยังไม่เหมาะสมตามแต่ละพื้นที่ การบริหารจัดการยังขาดความคล่องตัว ยังมีความเหลื่อมล้ำในด้านโอกาส และความเสมอภาคทางการศึกษา

การบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานจะมีการเพิ่มคุณภาพในทุกภารกิจ ทั้งการบริหารสถานศึกษา การจัดการเรียน การสอน การส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้เองตลอดชีวิต จึงต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานการศึกษาตามนโยบายปฏิรูปการศึกษาที่มีเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย 1) พัฒนาคุณภาพมาตรฐานการศึกษาและเรียนรู้ 2) เพิ่มโอกาสทางการศึกษาและเรียนรู้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ และ 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารและจัดการศึกษานำไปสู่ความเป็นเลิศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 หมวด 4 แนวการจัดการศึกษา มาตรา 29 ให้สถานศึกษาร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาอบรม เลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่างๆ เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ (Office of the National Education Commission, 2017: 4-15)

การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่เป็นแนวทางที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการเรียน การสอน การบริหารจัดการ และการใช้จ่ายงบประมาณทางการศึกษา ซึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างและระบบการจัดการที่ต้องได้รับการปรับปรุงเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะการบริหารจัดการสถานศึกษาขนาดเล็กซึ่งมีอยู่จำนวนมากที่มีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพของแต่ละพื้นที่ของประเทศไทย โดยการนำแนวคิดการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่มามีส่วนร่วมในการเพิ่มคุณภาพการศึกษาและลดภาระงบประมาณ เพื่อพัฒนาผู้เรียน พัฒนาการเรียนการสอน และพัฒนาครู การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศทางการศึกษาที่เชื่อมโยงกันเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ The Secretariat of the Council of Education (2017: 17) ได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการจัดการศึกษาและสนับสนุนการศึกษาตามแผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2560-2579 เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของภาครัฐโดยยึดหลักสำคัญในการจัดการศึกษา ประกอบด้วย หลักการจัดการศึกษาเพื่อปวงชน (Education for All) การจัดการศึกษาแบบเรียนร่วม (Inclusive Education) หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) และหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนของสังคม (All for Education) โดยยึดตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งประเด็นภายในประเทศ เช่น การสร้างเสริมคุณภาพให้คนทุกช่วงวัย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศ การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ชาติสู่การปฏิบัตินั้นในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 6: พัฒนาประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษามีเป้าหมาย เรื่อง โครงสร้าง บทบาท และระบบการบริหารจัดการการศึกษามีความคล่องตัว ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้มีตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น มีการปรับปรุงโครงสร้างและระบบบริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และสถานศึกษาให้มีเอกภาพ สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล มีระบบการบริหารจัดการศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยการให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาที่ตอบสนองความต้องการของพื้นที่ (The Secretariat of the Council of Education, 2017: 9-17)

การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่เป็นการปรับบทบาทการบริหารการศึกษาให้รัฐส่วนกลางหรือหน่วยงานระดับชาติติดสินใจเชิงปฏิบัติน้อยลงและถ่ายโอนกระจายบทบาททางการศึกษานั้นหรือการให้อิสระแก่หน่วยงานทางสังคมในพื้นที่ในระดับล่างมากยิ่งขึ้น ในการสร้างความรับผิดชอบของโรงเรียนต่อรัฐและชุมชน ช่วยขับเคลื่อนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ในชุมชนให้เข้ามาร่วมขับเคลื่อนการศึกษาเป็นระบบความสัมพันธ์ใหม่ที่รัฐและชุมชนในพื้นที่ร่วมด้วยช่วยกันจัดการศึกษา (The Secretariat of the Council of Education, 2016: 1-19) โดยการจัดการศึกษายุคโลกาภิวัตน์มีความจำเป็นต้องสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้มีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบที่หลากหลาย เรียนรู้ทุกที่ทุกเวลาและตลอดชีวิต ซึ่งพื้นที่จะตอบโจทย์นี้ได้ในการมีความยืดยุ่นคล่องตัวมีการใช้แหล่งทรัพยากรในท้องถิ่นมามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโรงเรียนด้วยการกระจายอำนาจให้สถานศึกษาให้ท้องถิ่น เอกชน และชุมชน โดยส่วนกลางลดบทบาทเพื่อตอบสนองความต้องการของคนและชุมชน

ผู้บริหารสถานศึกษาและครูเริ่มมีบทบาทในการกระจายอำนาจการบริหารงานของโรงเรียนโดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งแต่ละพื้นที่มีความหลากหลายและมีโจทย์ของการจัดการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นผลให้คุณภาพของผู้เรียนเป็นไปตามมาตรฐานเป้าหมายและตอบสนองต่อความต้องการของพื้นที่ สำหรับแนวคิดการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ Manosai (2018: 1-13) กล่าวถึงการปฏิรูปการศึกษาด้วยการนำแนวคิดการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่มาใช้โดยการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และทุกภาคส่วนมีอำนาจในการตัดสินใจ รวมทั้งออกแบบการจัดการศึกษาที่มุ่งแก้โจทย์ปัญหาของพื้นที่

ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถผลิตผู้เรียนที่มีคุณภาพ เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของบริบทพื้นที่ และในปัจจุบันสถานศึกษาขั้นพื้นฐานต่างๆ มักได้รับคำแนะนำให้มีการจัดทำการเรียนการสอนแบบผสมผสานด้วยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในพื้นที่เข้ามาร่วมในการจัดการศึกษา รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรในพื้นที่ ซึ่งจากผลการศึกษาของ Wongthai (2019: 1-3) พบว่า ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและครูต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาร่วมมือกับสถานศึกษาในการดำเนินงานและมีการกำหนดรูปแบบของความร่วมมืออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

1. แนวคิดการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารโรงเรียนแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

โดยมีหลักการจัดการศึกษา โดยมีการดำเนินงานดังนี้

การศึกษาต้องปรับตัวเองให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ สามารถนำองค์ความรู้บนโลกมาบูรณาการเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างๆ โดยผู้บริหารสถานศึกษาและครูมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกและชี้แนะแนวทางและอาจต้องเป็นผู้ร่วมเรียนรู้ไปพร้อมกับผู้เรียนด้วย โดยแนวทางการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพของผู้เรียนด้วยการบริหารสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในพื้นที่เข้ามาจัดการศึกษา การจัดสรรทรัพยากรในพื้นที่ การดึงศักยภาพของทุกภาคส่วนในพื้นที่เข้ามาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน การบริหารจัดการของโรงเรียนเพื่อเปลี่ยนแปลงการเรียนการสอนแบบดั้งเดิมมาเป็นการเรียนรู้เนื้อหาที่ต้องการตามโจทย์ของพื้นที่ ชุมชน และท้องถิ่นด้วยการศึกษาแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในพื้นที่อย่างบูรณาการเต็มที่

สำหรับแนวคิดการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารโรงเรียนแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานตามนิยามของ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา แนวคิด “การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่” (Area Based Education) เป็นการจัดการศึกษาที่เปิดโอกาสให้แก่ภาคส่วนต่างๆ เป็นผู้จัดการศึกษา โดยรัฐมีการกระจายอำนาจให้จังหวัดเป็นผู้จัดการศึกษา อาจดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการที่มาจากทุกภาคส่วน มีอิสระและอำนาจในการกำหนดและตัดสินใจ ร่วมออกแบบ สนับสนุนการพัฒนาการศึกษา ตลอดจนตรวจสอบการใช้ทรัพยากรการศึกษาและร่วมรับผิดชอบการจัดการศึกษาเป็นการกระจายอำนาจให้โรงเรียนมีอำนาจในการบริหารจัดการทรัพยากร กำหนดทิศทางวิชาการ ได้แก่ การบริหารและพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลตามศักยภาพและบริบทของพื้นที่ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ตอบสนองต่อโจทย์ปัญหาและความต้องการตามบริบทของพื้นที่ (The Secretariat of the Council of Education, 2020: 6-8) โดย Manosai (2018: 1-13) กล่าวถึงเป้าหมายของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่เพื่อสร้างความเท่าเทียมในโอกาส คุณภาพ และลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา โดย Thongkao (2015: 24-25) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “การจัดการศึกษาแบบยึดพื้นที่เป็นฐาน” มีแนวคิดสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) เป็นการจัดการศึกษา กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์การเรียนรู้ผสานกับสภาพทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม รวมทั้งทิศทางการพัฒนาท้องถิ่น ชุมชน และสังคมของพื้นที่ 2) ผู้บริหารสถานศึกษา ครู ผู้เรียน และผู้ปกครองมีส่วนร่วมกันในการเลือกหลักสูตรการเรียนตามความสนใจ ความถนัด และศักยภาพของตนเอง 3) ผู้บริหารสถานศึกษา ครู มีหน้าที่วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรการเรียนตามศักยภาพของผู้เรียนและศักยภาพของพื้นที่ รวมทั้งมีวิธีประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อการเรียนที่สอดคล้อง และตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและพื้นที่ 4) ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการสร้างความพร้อมด้านทรัพยากรในการจัดทำหลักสูตร จัดโปรแกรมการเรียน คู่มือการใช้หลักสูตร แผนการสอน

แบบบูรณาการ ห้องปฏิบัติการ พัฒนาสื่อการเรียนการสอนรูปแบบต่างๆ การจัดอบรมเพื่อพัฒนาความพร้อมในการใช้หลักสูตรให้แก่ครูในการพัฒนาการเรียนรู้ 5) การจัดการเรียน การสอน และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้แก่ผู้เรียนจะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่สร้างโอกาสผู้เรียนพัฒนาตนเองสู่การประกอบอาชีพสร้างรายได้

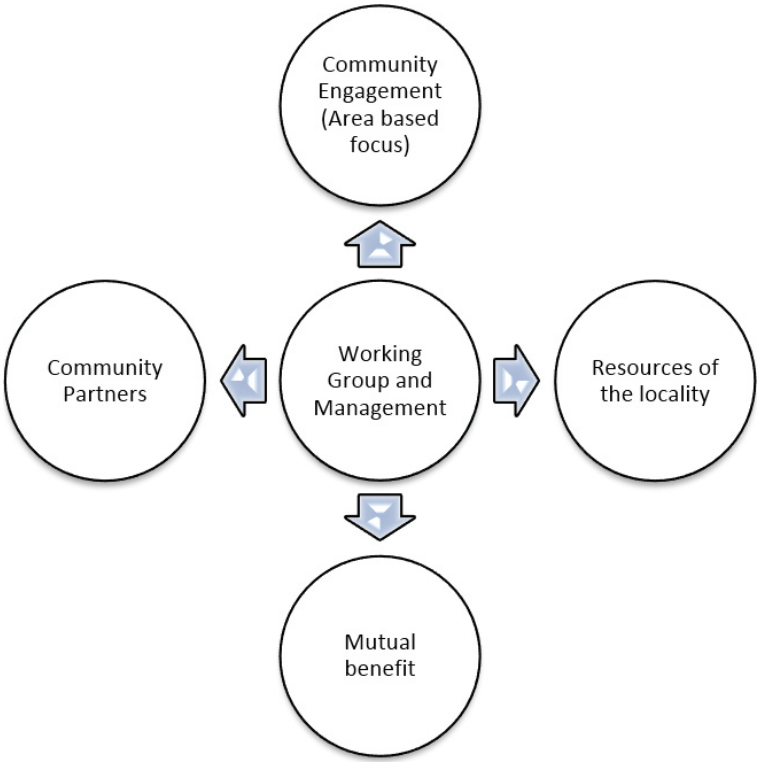
RSA Project (2010: 2-4) ได้เสนอแนวคิดการปฏิรูปการศึกษาของหลายประเทศพบว่า การจัดการศึกษาตามพื้นที่เป็นการออกแบบตามบริบทของพื้นที่ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ตามความต้องการและการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นนั้นๆ ในการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนโดยการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนร่วมกันระหว่างโรงเรียนกับพันธมิตรท้องถิ่น (Community partners) ทั้งองค์กร ชุมชน และกลุ่มคน ของแต่ละท้องถิ่นเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมที่ตอบสนองความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง ซึ่ง Renato de & Luiz (2014: 121-126) กล่าวว่า ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนในพื้นที่ขึ้นอยู่กับเครือข่ายสำคัญในการสื่อสารในการทำความเข้าใจในการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งระดับบนจากนโยบายภาครัฐและการสื่อสารกับภาคส่วนอื่นๆ ในพื้นที่ รวมทั้งการสื่อสารกันระหว่างโรงเรียน ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ของ Howard & Butcher (2007: 2-4) พบว่า การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของโรงเรียนกับชุมชน (Community Engagement) และการเรียนรู้ของนักเรียนทำให้ชุมชนเป็นองค์ประกอบหลักของการศึกษาของครูและนักเรียน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนกับโรงเรียนในการใช้รูปแบบของการจัดการร่วมกันคือ ความมุ่งมั่นของการจัดการตามเป้าหมายในการบรรลุผลประโยชน์ร่วมกันจากการมีส่วนร่วมของชุมชนกับโรงเรียน ซึ่ง The Secretariat of the Council of Education (2016: 86-113) ได้ถอดบทเรียนจากประเทศที่มีแนวโน้มของผลการจัดการศึกษาที่ดีขึ้น สรุปได้ว่าการกระจายบทบาทการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่นั้นมีหน่วยงานระดับนโยบายในการตัดสินใจอยู่ 3 ระดับ (Vertical Layered) คือ 1) ระดับชาติ (Top-down) ภาครัฐทำหน้าที่ในการกำกับทางนโยบาย จัดหาทรัพยากรทั้งด้านบุคลากรและงบประมาณ 2) ระดับกลาง (Implementation level) เป็นระดับการกระจายจากภาครัฐมายังระดับกลางสู่การปฏิบัติ และ 3) ระดับโรงเรียน เป็นการกระจายอำนาจสู่ระดับพื้นที่ ด้วยการสร้าง “การมีส่วนร่วมระดับแนวราบ” (Horizontal Layered) กับภาคส่วนอื่นๆ ในการจัดการศึกษาตามบริบทของพื้นที่ จากการศึกษาของ Hernthaisong, Sirisuthi, & Wisetrinthong (2017: 166-173) โดยการพัฒนาระบบการจัดการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการสภาพแวดล้อมการเรียนรู้สำหรับโรงเรียนโดยดึงชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมตัดสินใจและจัดการศึกษา โดยการกระจายบทบาทไปให้แก่ “พื้นที่” ต้องใช้เวลาอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมและสมัครใจทั้งโรงเรียนและชุมชนพื้นที่นั้นๆ

2. องค์ประกอบของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วม

การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่การบริหารแบบมีส่วนร่วมเป็นทิศทางการปรับตัวของการศึกษาไทยเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย รวมทั้งตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการกระจายอำนาจในการจัดการศึกษาตามหลักการปฏิรูปการศึกษาไทย โดยเริ่มต้นจากการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพให้เท่าเทียมกันแก่ทุกคนในประเทศ ด้วยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้ภาคส่วนในพื้นที่ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอนเพื่อการปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนรู้ใหม่ตามบริบทแต่ละพื้นที่ ดังนั้นทิศทางการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาต้องกระตุ้นให้ภาคส่วนอื่นๆ ในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา

จากแนวคิดการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในประเทศไทยของ The Secretariat of the Council of Education (2020: 8) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาปรับพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาการศึกษาในระดับพื้นที่ องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ประกอบด้วย 1) กลไกความร่วมมือของภาคส่วนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา 2) ข้อมูลที่จะช่วยชี้ปัญหา จัดลำดับความสำคัญและติดตามความก้าวหน้าว่าการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายหรือไม่ และ 3) แผนและโครงการเพื่อพัฒนาการศึกษาในพื้นที่เพื่อบูรณาการความร่วมมือ

องค์ประกอบของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่การบริหารแบบมีส่วนร่วม จากการวิเคราะห์สาระจากแนวคิด หลักการ บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Howard & Butcher (2007), Bunlungpattama (2008), RSA Project (2010), Renato de & Luiz (2014), Wedam, Quansah, & Debrah (2015), Thongkao (2015), Hernthaisong, Sirisuthi & Wisetrinthong (2017), Masathienwong et al. (2017), Manosai (2018) และ The Secretariat of the Council of Education (2020) แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของกาจัดการศึกษาเชิงพื้นที่การบริหารแบบมีส่วนร่วมให้การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ การบรรลุผลประโยชน์ร่วมกัน ทรัพยากรในพื้นที่ คณะทำงานและการบริหารจัดการ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วม

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Engagement) การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ (Area based Education Management) ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตามหลักการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบและร่วมรับผิดชอบโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน (Area based focus) ระหว่างสถานศึกษากับชุมชนในพื้นที่ โดยการสร้างการมีส่วนร่วมกันระหว่างสถานศึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคส่วนต่างๆ ในแต่ละชุมชนพื้นที่ ย่อมมี

รูปแบบแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสภาพปัญหาเป็นฐาน ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และวิถีความเป็นอยู่ของแต่ละพื้นที่ ดังนั้น Howard & Butcher (2007), Bunlungpattama (2008), RSA Project (2010), Thongkao (2015) และ Wedam, Quansah, & Debrah (2015) ในการดำเนินการสร้างการมีส่วนร่วมมีกระบวนการดำเนินการ ตามกรอบการจัดการแบบ PDCA ประกอบด้วย 1) การสำรวจข้อมูลและความต้องการของพื้นที่เป็นฐาน 2) การวางแผนตามวิสัยทัศน์และพันธกิจและร่วมพัฒนาทั้งสถานศึกษาและชุมชนในพื้นที่ 3) การกำหนดกิจกรรม แนวปฏิบัติ แนวทางการพัฒนาเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ 4) การตรวจสอบย้อนกลับ การประเมินผลเพื่อปรับปรุง และ 5) การสรุปผลกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างสถานศึกษากับชุมชนในพื้นที่

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ (Community Partners) เป็นปัจจัยสำคัญในการเป็นกลไกขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในสถานศึกษาและนอกสถานศึกษาในบทบาทต่างๆ จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องของ David & Diosdado (2006), Howard & Butcher (2007), Bunlungpattama (2008), RSA Project (2010), Renato de & Luiz (2014) และ Abreh (2017) บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ แบ่งออกเป็น 1) สถานศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู นักเรียนของสถานศึกษาในการสร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่นในชุมชน (Engage and Trust) มีความจริงใจ (Diosdado & David, 2007) ในการให้ความร่วมมือและเข้าใจจุดเด่น จุดด้อยของชุมชนในพื้นที่อย่างลึกซึ้งมีสัมพันธภาพที่ดีในรูปแบบต่างๆ กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ได้แก่ ผู้รับบริการ ผู้ปกครอง ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ ต่างมีความสำคัญในการร่วมกันมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนร่วมกันเพื่อพัฒนาพื้นที่ในบทบาทการมีส่วนร่วมด้านการศึกษา (Involved in education) ในการกำหนดความต้องการและมาตรฐานของสถานศึกษาในพื้นที่ การร่วมมือกันในการวางแผนพัฒนาสถานศึกษา การพัฒนาหลักสูตรเพื่อพื้นที่เพื่อตอบโจทย์พื้นที่ การเป็นแหล่งสนับสนุนทางทรัพยากรในพื้นที่เพื่อการสนับสนุนทั้งด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรม และจัดการศึกษาเพื่อตรงตามความต้องการ

3. การบรรลุผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefit) การจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมจะประสบความสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบด้านการบรรลุผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายระหว่างสถานศึกษากับชุมชนในพื้นที่ในการดึงดูดให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งการร่วมคิดร่วมลงมือทำและร่วมกันติดตามผลพัฒนาร่วมกันในพื้นที่ จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องของ Fusheini Adam (2005), Howard & Butcher (2007), Bunlungpattama (2008), RSA Project (2010), Renato de & Luiz (2014), Thongkao (2015), Abreh (2017), Hernthaisong, Sirisuthi, & Wisetrinthong (2017) และ Manosai (2018) เนื่องจากเกิดบรรยากาศการปฏิสัมพันธ์ที่ดีในพื้นที่ต่างได้รับผลประโยชน์ร่วมกันและร่วมชื่นชมยินดีในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของชุมชนได้รับการพัฒนาก็จะส่งผลดีต่อนักเรียนซึ่งเป็นลูกหลานผู้รับบริการในชุมชนจะทำให้เกิดเครือข่ายผู้นำแบบมีส่วนร่วมทั้งผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ปกครอง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนให้การสนับสนุน ร่วมกันแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ได้รับการส่งเสริมและการให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ในการพัฒนาแก้ปัญหาโดยมีสถานศึกษาเป็นจุดศูนย์กลางทางวิชาการในการร่วมกันพัฒนาวิชาชีพ ปราชญ์ ภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรมต่อยอดทางเศรษฐกิจ การดำรงชีวิตที่มีคุณภาพมากขึ้น จากผลการศึกษาของ Reed (2006) และ Diosdado & David (2007) พบว่า สร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่นร่วมกันในชุมชน ในการมีส่วนร่วมกันเพื่อพัฒนาพื้นที่ การมีโจทย์เป้าหมายที่ชัดเจนบนพื้นฐานความร่วมมือเกิดผลลัพธ์ทางบวก (Positive impact) สู่การเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning Community)

4. ทรัพยากรในชุมชน (Resources of the locality) ในการจัดการศึกษาโดยการยึดพื้นที่เป็นฐานเป็นการบูรณาการการใช้ทรัพยากรในชุมชนเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาและการให้สถานศึกษาเป็นแหล่งบ่มเพาะภูมิปัญญาและองค์ความรู้เพื่อชุมชนในพื้นที่และนำทรัพยากรอื่นๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นแหล่งเรียนรู้นอกชั้นเรียน โดยจากการศึกษาของ Thongkao (2015) โรงเรียนที่ตั้งอยู่ในฐานพื้นที่ต้องการจัดหลักสูตรบ่มเพาะและพัฒนาอาชีพเชิงบูรณาการเพื่อตอบสนองความสนใจของนักเรียนและความต้องการของชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ การให้โรงเรียนเป็นแหล่งความรู้ด้านการพัฒนาอาชีพตามภูมิปัญญาของท้องถิ่น เช่น ด้านการเกษตร ด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่รุ่นหลังอาจสืบทอดหรือให้ความสนใจน้อยลง บทบาทโรงเรียนจึงมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ การร่วมแก้ปัญหาตามโจทย์พื้นที่ จากการศึกษาของ Manosai (2018) เช่น การจัดการศึกษาจากกลุ่มความหลากหลายของชาติพันธ์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ การจัดอบรมวิชาชีพให้กับเยาวชนเพื่อการประกอบอาชีพในจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ในส่วน Howard & Butcher (2007) เน้นการพัฒนาทักษะของครูและผู้เรียนด้วยการใช้ทรัพยากรในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมสอนถ่ายทอดแบ่งปัน สร้างเสริมประสบการณ์และทักษะชีวิตให้ผู้เรียนพัฒนาตนเองให้ทันต่อความความก้าวหน้าทั้งทางวิทยาการก่อนออกสู่โลกเป็นจริงของการทำงาน ส่วนการศึกษา ของ RSA Project (2010) เป็นการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชุมชนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของชุมชน (Involved in education) ที่เป็นแหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรม (Culture and knowledge) เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรในพื้นที่ (Area based curriculum) การพัฒนาหลักสูตรร่วมกันระหว่างสถานศึกษากับชุมชน การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ยึดโยงเข้ากับสภาพของพื้นที่ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต และวัฒนธรรม โดยสถานศึกษาทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางแหล่งเรียนรู้มีปราชญ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาร่วมจัดการเรียนการสอนและใช้ทรัพยากรเพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้ให้ชุมชน (Local resource to support school)

5. คณะทำงานและการบริหารจัดการ (Working Group and Management) จากหลักการของ The Secretariat of the Council of Education (2020) ระดับนโยบายของภาครัฐ (Top-down) ลงมาสู่สถานศึกษาและภาคส่วนต่างๆ ในชุมชน และความพร้อมของชุมชนในแต่ละพื้นที่บนหลักการมีส่วนร่วมจากล่างสู่บน (Bottom up) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เครือข่ายการจัดการศึกษาโดยชุมชนประสบผลสำเร็จตั้งแต่ระดับภาครัฐ ส่วนกลาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้นำพื้นที่ ผู้บริหารสถานศึกษาและภาคส่วนต่างๆ

คณะทำงาน (Working group) เป็นคณะบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการบริหารจัดการมีบทบาทในการขับเคลื่อนระดับนโยบายสู่การปฏิบัติมีอยู่ 3 ระดับ (Vertical Layered) คือ

1. คณะทำงานระดับชาติ (Top-down) ได้แก่ ภาครัฐทำหน้าที่ในการกำกับทางนโยบาย จัดหาทรัพยากรทั้งด้านบุคลากรและงบประมาณ คณะทำงานอยู่ในรูปแบบหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการศึกษาของชาติ อาจมีการแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมาเฉพาะในลักษณะคณะกรรมการนโยบาย

2. ระดับกลาง (Decentralization level) เป็นการกระจายจากภาครัฐส่วนกลางมายังภาครัฐส่วนท้องถิ่นและพื้นที่จากระดับกลางสู่การปฏิบัติที่หน่วยงานของรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดตั้งขึ้นในลักษณะการเป็นคณะกรรมการในระดับเขตพื้นที่การศึกษา ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ เพื่อกระจายอำนาจสู่พื้นที่

3. ระดับสถานศึกษาและภาคชุมชนพื้นที่ (Implementation level) สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สถานศึกษาในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันอุดมศึกษาที่เป็นศูนย์กลางกระจายอำนาจสู่ระดับพื้นที่ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วม (Horizontal Layered) กับภาคส่วนอื่นๆ มีคณะทำงานแบบคณะกรรมการ

ในการจัดการโรงเรียน (School Management Committees) ประกอบด้วยสถานศึกษาและชุมชนในพื้นที่นั้นๆ

การบริหารจัดการ (Management) จากหลักการของวงจร PDCA ของ Deming สามารถประยุกต์ใช้สำหรับคณะทำงานในการบริหารจัดการ โดยสรุปจาก Howard & Butcher (2007), Bunlungpattama (2008), RSA Project (2010), Renato de & Luiz (2014), Thongkao (2015), Wedam, Quansah, & Debrash (2015), Abreh (2017), Masathienwong et al. (2017), Manosai (2018) และ The Secretariat of the Council of Education (2020) แต่ละขั้นตอน มีดังนี้

1. ขั้นตอนการวางแผน (P = Plan) ขั้นตอนการวางแผนครอบคลุมถึงการที่คณะทำงานสถานศึกษามีภาพลักษณ์ในการปฏิบัติงานที่ดี (Performance of the schools) สร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่น (Inspiration) ความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการมีส่วนร่วมและเข้ามาร่วมมือในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อการพัฒนาชุมชนพื้นที่ร่วมกันกับสถานศึกษา คณะทำงานต้องเปิดให้มีการส่วนร่วมในหลายรูปแบบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่จากตัวแทนของชุมชนในพื้นที่มาจากหลายภาคส่วน (Divers stakeholders) ที่ร่วมกันคิดแก้ไขปัญหาพัฒนาตามโจทย์พื้นที่

2. ขั้นตอนการปฏิบัติ (D = Do) คือ การลงมือปฏิบัติในการเปิดพื้นที่ร่วมกันพัฒนาเสริมสร้างการมีส่วนร่วม (Community engagement) ระหว่างสถานศึกษาและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่ การให้สถานศึกษาเป็นแหล่งการจัดการเรียนการสอน ออกแบบหลักสูตรเพื่อตอบสนองความต้องการของพื้นที่ (Area based curriculum) การให้ปราชญ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษาเพื่อการรักษาต่อยอดให้ภูมิปัญญาเหล่านั้นให้ยังคงอยู่คู่กับชุมชนพื้นที่ต่อไป โดยสถานศึกษาทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการ (Share management)

3. ขั้นตอนการตรวจสอบ(C = Check) คือ การประเมินผลที่ได้รับจากการร่วมกันเปิดพื้นที่ในการพัฒนาร่วมกันระหว่างสถานศึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ต้องมีขั้นตอนในการเปิดโอกาสการร่วมประเมินผลที่ได้รับว่าสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้รับบริการในพื้นที่หรือไม่ พบปัญหาและอุปสรรคใดเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร่วมกันโดยมีเป้าหมายสำคัญคือ ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefit)

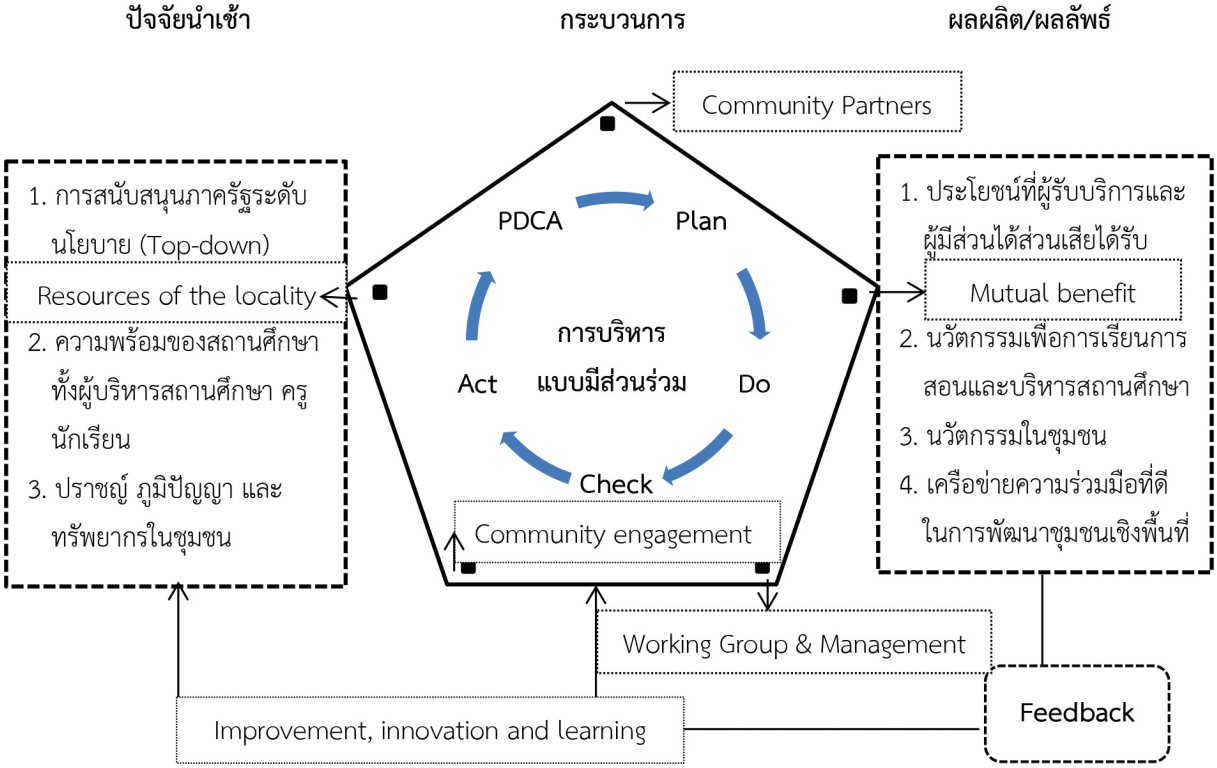
4. ขั้นตอนการดำเนินงานให้เหมาะสม (A = Action) คือ ขั้นตอนการดำเนินงานให้เหมาะสมจะพิจารณาผลที่ได้จากการตรวจสอบจากขั้นตอนที่ 3 ซึ่งมีอยู่ 2 กรณี คือ 1) ผลที่เกิดขึ้นจากการร่วมกันพัฒนาพื้นที่ระหว่างสถานศึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เป็นไปตามแผนหรือวัตถุประสงค์ความต้องการร่วมกันก็ให้นำแนวทางหรือกระบวนการปฏิบัตินั้นมาจัดทำให้เป็นมาตรฐาน 2) แต่ถ้าหากเป็นกรณีที่ไม่เป็นไปตามแผน ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ควรนำข้อมูลที่รวบรวมไว้มาวิเคราะห์และพิจารณาร่วมกันว่าควรจะดำเนินการอย่างไร มองหาทางเลือกใหม่โดยมีส่วนร่วมกับชุมชนพื้นที่

3. กลไกการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ร่วมกันระหว่างสถานศึกษาและชุมชนในพื้นที่ในการร่วมกันจัดการศึกษาด้วยหลักการกระจายอำนาจของภาครัฐส่วนกลาง (Decentralization) ให้บทบาทสถานศึกษาและชุมชนในพื้นที่มีส่วนร่วมกันในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ร่วมกันโดยให้สถานศึกษาเป็นศูนย์กลางในการสร้างการมีส่วนร่วมกันในชุมชนพื้นที่ ด้วยการร่วมคิดร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ (Community engagement) ด้วยหลักการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบร่วมกัน โดยพัฒนาระบบความรับผิดชอบด้วยการมีคณะทำงานในการบริหารจัดการตามนโยบายรัฐ ระดับนโยบาย

(Top-down)

โดยมีกลไกการขับเคลื่อนด้วยปัจจัยนำเข้า กระบวนการ นำไปสู่ผลเป้าหมายและผลลัพธ์ด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ในส่วนของปัจจัยนำเข้า ความสำเร็จของการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่บรรลุผลสำเร็จนั้น ปัจจัยนำเข้าต้องขึ้นกับ “ทรัพยากรในชุมชน (Resources of the locality)” ทั้งภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ผู้รับบริการอื่นๆ ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่ รวมทั้งทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาในท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่กระบวนการในการบริหารจัดการด้วยการมี “คณะทำงานและการบริหารจัดการ (Working Group and Management)” ที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนด้วย “การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Engagement)” โดยการใช้ “พื้นที่เป็นฐาน (Area based focus)” การมีองค์ประกอบสำคัญด้วยการมีสมาชิกในชุมชนพื้นที่เข้ามาเป็นผู้มีส่วนร่วม “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ (Community Partners)” กลไกสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการจัดการศึกษาในพื้นที่ (All for Education) และให้การศึกษามีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกคนในพื้นที่ (Education for all) ด้วยหลักการเปิดพื้นที่ร่วมกันพัฒนาการศึกษาด้วยการหารูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างสถานศึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเหมาะสมในพื้นที่ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายหลักสำคัญของทุกภาคส่วนในพื้นที่คือ “การบรรลุผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefit)” หัวใจสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมคือ การได้รับประโยชน์ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับเกิดนวัตกรรมเพื่อการเรียนการสอน การบริหารสถานศึกษา และการที่ชุมชนเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในชุมชน เกิดเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning community) เกิดภาคีเครือข่ายความร่วมมือที่ดีในการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ ในขณะเดียวกันทุกภาคส่วนในชุมชนพื้นที่ก็มีส่วนร่วมในการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกลไกการบริหารจัดการ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กลไกการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

บทสรุป

การบริหารสถานศึกษายุคนี้ต้องมีความเป็นพลวัตคือ การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของพื้นที่ ผู้ปกครอง ชุมชน และสังคมนั้นๆ เพื่อการเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนการเรียนรู้ทั้งระบบ เพื่อมุ่งการทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ การจัดการศึกษาจึงต้องอาศัยกระบวนการให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมภายในพื้นที่เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทและพื้นถิ่นของตนเองตามแนวทางประเทศไทย 4.0 ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายในพื้นที่ ดังนั้นสถานศึกษาที่จัดการศึกษาทุกระดับโดยมีผู้บริหารสถานศึกษาต้องปฏิบัติตามถือเป็นนโยบายหนึ่งที่สำคัญในการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา สนับสนุนทรัพยากรการศึกษาและให้สถานศึกษามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่โดยมีสถานศึกษาเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ในการร่วมเป็นคณะทำงานการวางแผนการบริหารจัดการในการดำเนินการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่หลักการของการมีส่วนร่วมที่สำคัญของชุมชนคือ หลักร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ ร่วมรับผิดชอบ นำไปสู่การบรรลุผลประโยชน์ร่วมกันในพื้นที่และชุมชนเกิดความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมในเชิงบูรณาการเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ ถ่ายทอด และต่อยอดการศึกษาสู่สังคม โดยปัจจัยความสำเร็จการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่ในการบริหารแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

1. การมีภาวะผู้นำอย่างสร้างสรรค์ (Leadership) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ครู ในการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนในชุมชนพื้นที่สู่ระดับการปฏิบัติ

2. การที่สถานศึกษาและชุมชนในพื้นที่มีโจทย์หรือเป้าหมายที่ชัดเจน (Area based focus and Mutual benefit) การเห็นภาพรวมร่วมกันและการมุ่งผลลัพธ์ที่บรรลุผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

3. รูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างสถานศึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเหมาะสมในพื้นที่ (Communitarian model of participation) การมีกลไกในการทำงานร่วมกัน รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ชัดเจน

4. การสร้างความศรัทธา แรงบันดาลใจ และระดับความเชื่อมั่น (Inspiration and Trust) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ให้เป็นเรื่องจิตสาธารณะมุ่งพัฒนาสู่การเป็น “ชุมชนแห่งการเรียนรู้”

References

Abreh, M. K. (2017). *Involvement of School Management Committees in School-based Management: Experiences.* Retrieved January 25, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/319931196

Bunlungpattama, T. (2008). The Role of People in Educational Management. *The City Journal, 4*(85), 30. [in Thai]

David, T. G. & Diosdado, M. S. (2006). *Effective Participatory School Administration, Leadership, and Management: Does It Affect the Trust Levels of Stakeholders?* Retrieved Jan 25, 2020, from https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1066691.pdf

Diosdado, M. S. & David, T. G. (2007). *Building Trust Among Educational Stakeholders through Participatory School Administration*. Retrieved February 15, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/242025714

Fusheini, A. (2005). *Community Participation in School Development: Understanding Participation in Basic Schools Performance in the Nanumba District of Ghana.* Retrieved March 5, 2020, from http://bora.uib.no/handle/1956/1145

Government Gazette. (2018). *National Strategy 2018-2037*. Retrieved Mar 20, 2020, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF [in Thai]

Hernthaisong, P., Sirisuthi, C., & Wisetrinthong, K. (2017). Development of Participative Management System in Learning Environment Management for Small Sized Primary Schools. *International Education Studies, 10*(2), 166-173.

Howard, P. & Butcher, J. (2007). *Community Engagement and Student Learning: Making Community a Core Element of Teacher Education*. Retrieved March 10, 2020 from https://www.researchgate.net/publication/2377 33338_Community_engagement_and_student_learning_Making_community_a_core_element_of_teacher_education

Manosai, M. (2018). Basic Education Reform and Spatial Education. *Journal of Education Science, 19*(1), 1-15. [in Thai]

Masathienwong, C., Leelawattanakul, P., Srisoui, K, & Watchirakuankhan, C (2017). *Research Coordination Project and Area Based Education Management Development* (Research Report). Bangkok: The Thailand Research Fund (TRF). [in Thai]

Office of the National Education Commission. (2017). *National Education Act 1999 Amendment (Version 2) 2002*. Bangkok: Office of Academic Affairs and Educational Standards. [in Thai]

Reed, L. (2006). *The Effect of Participation in School-facilitated Community Service Programmers Student's Self-Esteem, Sense of Community Engagement and Attitudes to Christianity*. Master of Education, Australian Catholic University.

Renatode, O. & Luiz, S. (2014). The Characteristics of Participation of the School Community in a Shared Management Model. *European Journal of Sustainable Development, 3*(3), 121-130.

RSA Projects. (2010). *The RSA Area Based Curriculum: Engaging the Local*. Retrieved January 20, 2020, from https://www.thersa.org/discover/publications-and-articles/reports/area-based-curriculum-engaging-the-local/Download

The Secretariat of the Council of Education. (2020). *Participation in Educational Management of Civil Society Stakeholders under the National Education Bill B.E.*. Bangkok: Prik Wan Graphic Co., Ltd. [in Thai]

The Secretariat of the Council of Education. (2017). *National Education Plan 2017-2036.* Bangkok: Prik Wan Graphic Co., Ltd. [in Thai]

The Secretariat of the Council of Education. (2016). *Area Based Education Management Model: Alternative Lessons and Success Conditions*. Ministry of Education, Bangkok: Prik Wan Graphic Co., Ltd. [in Thai]

Thongkao, K. (2015). Area-based Education Management: Concepts, Guidelines and Case Studies. *Suratthani Rajabhat Journal, 2*(2), 23-40. [in Thai]

Wedam, E., Quansah, J. Y. D., & Debrah, I. A. (2015). *Community Participation in Educational Infrastructure Development and Management in Ghana*. Retrieved March 15, 2020 from http://article.sapub.org/10.5923.j.edu.20150505.02.html

Wongthai, N. (2019). *Participatory Management of School Service Providers Under the Pathum Thani Educational Service Area Office 2.* Independent Study in Master of Education, Siam Technology College. [in Thai]

Name and Surname: Vorachai Viphoouparakhot
Highest Education: Ph.D. (Higher Education), Chulalongkorn University
University or Agency: Bangkokthonburi University
Field of Expertise: Higher Education, Educational Administration, Business Economics, and Public Administration

แนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0

THE FOUR PRACTICE GUIDELINES OF TEACHING AND LEARNING IN HIGHER EDUCATION ACCORDING TO THE PHILOSOPHY OF SUFFICIENCY ECONOMY FOR HIGHER EDUCATION 4.0 DEVELOPMENT

จรูญ เฉลิมทอง[1] และสิทธิพร เอี่ยมเสน[2]
Charoon Chalermtong[1] and Sittiporn Iamsen[2]
[1,2]คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
[1,2]Faculty of Education, Suan Dusit University

Received: June 15, 2020 / Revised: October 2, 2020 / Accepted: November 9, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้อธิบายถึงความสำคัญและแนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการของการประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาสู่การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 ประกอบด้วย การปรับคำอธิบายรายวิชาและรายละเอียดของเนื้อหา การปรับกิจกรรมการเรียนการสอน การปรับใช้สื่อการเรียนการสอน แหล่งเรียนรู้และอื่นๆ และการปรับการวัดผลและการประเมินผล เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของคณาจารย์และนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาให้มีการเสริมสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาและฐานสมรรถนะที่มั่นคงมั่งคั่งและยั่งยืนต่อการดำรงชีวิต ครอบครัว สังคม และประเทศชาติตลอดไป

คำสำคัญ: แนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการ การประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การอุดมศึกษา 4.0 ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

Abstract

This article explains the importance and four practice guidelines of how to apply the philosophy of sufficiency economy for instructional management in higher education toward development of higher education 4.0. The four guidelines include the adjustment of course syllabus and details of contents; adjustment of instructional activities; adjustment of the uses of instructional media, sources of learning, etc.; and adjustment of educational measurement and evaluation. All of these are for the benefits of developing the potentials of instructors and students in higher education institutions so that they can create educational innovations and basis of competencies for the security, prosperity, and sustainability of the well-being of their own living, their families, society, and nation.

Corresponding Author
E-mail: charoon_cha@dusit.ac.th, sittiporn_lam@dusit.ac.th

Keywords: Four Practice Guideline Processes, Philosophy of Sufficiency Economy, Higher Education 4.0, Security, Prosperity, Sustainability

บทนำ

การดำเนินการสำคัญเพื่อปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในรูปแบบของการจัดการเรียนการสอนสู่การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 โดยการสอดแทรกแนวคิดและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงบูรณาการเข้าไปกับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรระดับอุดมศึกษาประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผลการเตรียมพร้อมที่จะยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงทุกขณะ ความรอบคอบหรือความไม่ประมาทในการดำรงชีวิต และการประพฤติตนเป็นคนดีมีคุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหาด้วยความมีสติและมีปัญญา แนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 สามารถสร้างผลสัมฤทธิ์จากการประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของการเรียนการสอน คณาจารย์และนักศึกษาหรือผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษา ให้เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า มีคุณภาพ มีฐานสมรรถนะที่มั่นคงและยั่งยืนต่อการดำรงชีวิต การพัฒนาตนเอง ครอบครัว สังคม และประเทศชาติอย่างสมบูรณ์ตลอดไป โดยในการปฏิบัติการจัดการเรียนการสอนสามารถดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยวงจร PDCA ตั้งแต่เริ่มต้นจากการวางแผนดำเนินการ (P) การปฏิบัติการตามแผน (D) การตรวจสอบผลการปฏิบัติ (C) และการนำผลไปใช้ดำเนินการให้เหมาะสม (A) จนสิ้นสุด

การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 ให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงวิถีใหม่ สามารถพัฒนาให้ก้าวทันต่อองค์ความรู้อย่างพอเพียง พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันที่ดี และมีความรู้คู่คุณธรรม เพื่อก่อให้เกิดความรอบรู้วิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบรอบด้านสมบูรณ์ โดยการนำความรู้ความสามารถของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์หรือการค้นคว้ามาเชื่อมโยงกับการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาในแนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนของการจัดการเรียนการสอนต่อไป

แนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการในการจัดการเรียนการสอน

1. การปรับคำอธิบายรายวิชาและรายละเอียดของเนื้อหา

แนวทางปฏิบัติกระบวนการแรกคือ การปฏิบัติการปรับคำอธิบายรายวิชาและรายละเอียดของเนื้อหาในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา หมายถึง การดำเนินกระบวนการจัดกระทำคำอธิบายรายวิชาและเนื้อหาที่จะต้องสร้างสรรค์การบูรณาการสอดแทรกแนวคิดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงลงไปอย่างเหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนเพื่อการพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 โดยการประยุกต์และบูรณาแนวคิดของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาดำเนินการในกระบวนการการปรับคำอธิบายรายวิชาและรายละเอียดของเนื้อหาการเรียนการสอน ดังต่อไปนี้

1.1 การสร้างสาระการเรียนรู้ของรายวิชา เป็นการสร้างเนื้อหาสาระของวิชาที่ต้องการให้นักศึกษาหรือผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และสามารถปฏิบัติได้บรรลุตามจุดประสงค์ที่กำหนดโดยอาจารย์ผู้สอนอาจจะจัดเนื้อหารายละเอียดทั้งหมดตามหัวข้อที่กำหนดในแผนจัดการเรียนรู้ แต่ถ้าหากรายละเอียดของเนื้อหามีปริมาณมากก็สามารถจะจัดเฉพาะหัวข้อเรื่องนั้นๆ ไว้ และรวมหัวข้อเรื่องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้วย ส่วนรายละเอียดของเนื้อหา

ให้จำแนกแยกออกมาไว้ต่างหากในรูปของใบความรู้ ประกอบด้วย

1.1.1 ขั้นตอนการปฏิบัติการจัดทำหน่วยการเรียนแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ

1) การเริ่มต้นจากการกำหนดหน่วยการเรียนรู้

2) การวิเคราะห์เนื้อหาหรือกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยของการเรียนรู้ที่สามารถสอดแทรกแนวทางการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

3) การกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยการรวมในส่วนที่เป็นหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้าไปด้วย

4) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนเกี่ยวข้อง

5) การกำหนดเครื่องมือของการวัดผล วิธีการวัดผล และเกณฑ์การประเมินผลนักศึกษาหรือผู้เรียน

1.1.2 การดำเนินการสร้างสาระของการเรียนรู้ในรายวิชาเพื่อการพัฒนาให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการจัดการเรียนรู้ สำหรับการจัดการเรียนการสอนนั้นตามแนวคิดและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อันส่งผลที่สามารถช่วยให้คุณภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือผู้เรียนได้ก่อเกิดความสมบูรณ์ในทุกด้านของคุณภาพชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

1.2 การพัฒนาเนื้อหาสาระผ่านสื่อที่เอื้อต่อการเสริมสร้างปัญญา แนวคิด การพัฒนาศีลธรรม คุณธรรมและจริยธรรมและการใช้เทคโนโลยี โดยการบูรณาการผสมผสานกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเหมาะสม เพื่อการพัฒนานักศึกษาหรือผู้เรียนให้มีคุณค่าและคุณภาพอันเป็นทรัพยากรบุคคลที่สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างสมบูรณ์และมีศักยภาพต่อไป

1.3 การดำเนินกระบวนการจัดคำอธิบายรายวิชาและรายละเอียดของเนื้อหาการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา สามารถดำเนินการได้ตามแนวทางที่ปรากฏจากตัวอย่างต่อไปนี้

มหาวิทยาลัย .....

รายละเอียดของรายวิชา (Course syllabus)

รหัสวิชา ..... ชื่อวิชา .....

หน่วยกิต.....

(ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ) .....

หลักสูตร .....

คณะ .....

ภาคเรียนที่ ..... ปีการศึกษา .....

นักศึกษาภาค ( ) ปกติ ( ) พิเศษ ( ) สมทบ

อาจารย์ผู้สอน .....

คำอธิบายรายวิชา

.....

.....

ผลการเรียนรู้

ด้านความรู้ความคิด.....

.....

ด้านทักษะหรือกระบวนการ.....

.....

ด้านคุณลักษณะหรือเจตคติ.....

.....

การเสริมสร้างและบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ความพอประมาณ.....

.....

ความมีเหตุมีผล.....

.....

การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี.....

.....

สาระการเรียนรู้หลัก

หน่วยที่ ..... เวลาเรียน ..... คาบ .....

ตารางการจัดการเรียนการสอน

สัปดาห์ที่	หน่วยการเรียนรู้	ผลงาน	การวัดผล
1			
2			
3			
.			
.			
16	สอบปลายภาคเรียน		

สื่อการเรียนการสอน

.....

.....

แหล่งการเรียนรู้หรือวิทยากร

.....

.....

เอกสารประกอบการเรียนการสอน

.....

.....

การวัดและประเมินผล

1. การกำหนดคะแนน
   1.1 คะแนนระหว่างภาคการศึกษา %
   1.2 คะแนนปลายภาคการศึกษา %

2. เกณฑ์การวัดและประเมินผล
   ( ) อิงเกณฑ์ เกณฑ์คะแนน ดังนี้
   ผลการเรียน A คะแนน 85-100
   ผลการเรียน B+ คะแนน 79-84
   ผลการเรียน B คะแนน 73-78
   ผลการเรียน C+ คะแนน 67-72
   ผลการเรียน C คะแนน 61-66
   ผลการเรียน D+ คะแนน 55-60
   ผลการเรียน D คะแนน 50-54
   ผลการเรียน F คะแนน 0-49
   ( ) อิงกลุ่ม เกณฑ์คะแนนแบบ T-score

โดยสรุปแนวทางปฏิบัติสำคัญของกระบวนการปรับคำอธิบายรายวิชาและการปรับรายละเอียดของเนื้อหาการเรียนการสอนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ทำให้ประสบผลสำเร็จจนสามารถส่งเสริมให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเกิดประสิทธิภาพ จึงต้องดำเนินการกำหนดแนวทางการพัฒนาในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่กระบวนการปฏิบัติอย่างครอบคลุม ประกอบด้วย

1. คณาจารย์มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถ่องแท้ก่อนที่คณาจารย์จะได้เป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่นักศึกษาหรือผู้เรียนได้

2. คณาจารย์สามารถสอนให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้รู้และเข้าใจความพอเพียง โดยคณาจารย์ต้องมีความรู้ในความพอเพียง การอยู่อย่างพอเพียงก่อนและคณาจารย์ดำเนินการให้เกิดการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับนักศึกษาหรือผู้เรียน

3. คณาจารย์และนักศึกษาหรือผู้เรียนจะต้องมีสติในการเลือกรับข้อมูลต่างๆ การรู้จักที่จะต่อยอดองค์ความรู้ที่มีอยู่ หมั่นศึกษาเพิ่มพูนความรู้อย่างเป็นขั้นเป็นตอนและไม่ก้าวกระโดด โดยการเลือกรับข้อมูลต่างๆ นั้น จะต้องรู้จักพิจารณา รู้จักแก้ไขปัญหาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน รู้จักประเมินความรู้ และสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา

4. คณาจารย์และนักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับสภาพผลจากการเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ได้อย่างรอบคอบและระมัดระวัง

5. คณาจารย์และนักศึกษาหรือผู้เรียนจะต้องรู้จักความพอเพียง มีความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม สามารถใช้ชีวิตได้อย่างสมดุลตามแนวทางของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การมองเห็นคุณค่าของวัฒนธรรม และค่านิยมของความเป็นไทยในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้

2. การปรับกิจกรรมการเรียนการสอน

แนวทางปฏิบัติกระบวนการที่สอง คือ การปฏิบัติการปรับกิจกรรมการเรียนการสอน ในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา หมายถึง การดำเนินกระบวนการการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนบนฐานคิดของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่เหมาะสมโดยกลวิธีหรือกระบวนการของประเด็นสำคัญที่สามารถสร้างความตระหนักให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้เห็นความสำคัญของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 โดยการประยุกต์และบูรณาการแนวคิดของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาดำเนินการในกระบวนการการปรับกิจกรรมการเรียนการสอนดังต่อไปนี้

2.1 การจัดประสบการณ์หรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้นักศึกษาหรือผู้เรียนเป็นกำลังคนที่มีคุณธรรมนำความรู้ในระดับอุดมศึกษาโดยเน้นความพอเพียงของชีวิตที่เป็นคุณค่าทางคุณธรรมจริยธรรม สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของโลก ดังนั้นการดำเนินการจัดประสบการณ์หรือกิจกรรมต่างๆ ในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา อาจารย์ผู้สอนต้องดำเนินการจัดให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้เรียนรู้และหรือปฏิบัติตามจนสามารถบรรลุผลตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในแผน

การจัดการเรียนรู้ ตามกระบวนการในการปฏิบัติด้วยวงจร PDCA ได้แก่

P การมีแนวทางให้นักศึกษาหรือผู้เรียนมีส่วนร่วมและมีผลงานในกิจกรรม

D การดำเนินการตามแนวทางที่กำหนด

C การติดตามประเมินผลการดำเนินการ

A การนำผลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมต่อไป

2.2 การส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะ

และการพัฒนาทักษะคุณภาพชีวิตของนักศึกษาหรือผู้เรียน เพื่อให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้ตระหนักเข้าใจและปฏิบัติจนเกิดเป็นวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง สามารถเป็นผู้นำนักศึกษาพอเพียง เป็นผู้มีจิตอาสาเป็นผู้ส่งเสริมวิถีชีวิตอย่างพอเพียงบนพื้นฐานประชาธิปไตย และเป็นผู้เผยแพร่หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา อาจารย์ผู้สอนอาจจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในลักษณะของโครงการต่างๆ ได้แก่

2.2.1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2.2 การสืบสานวัฒนธรรมและประเพณีของไทย

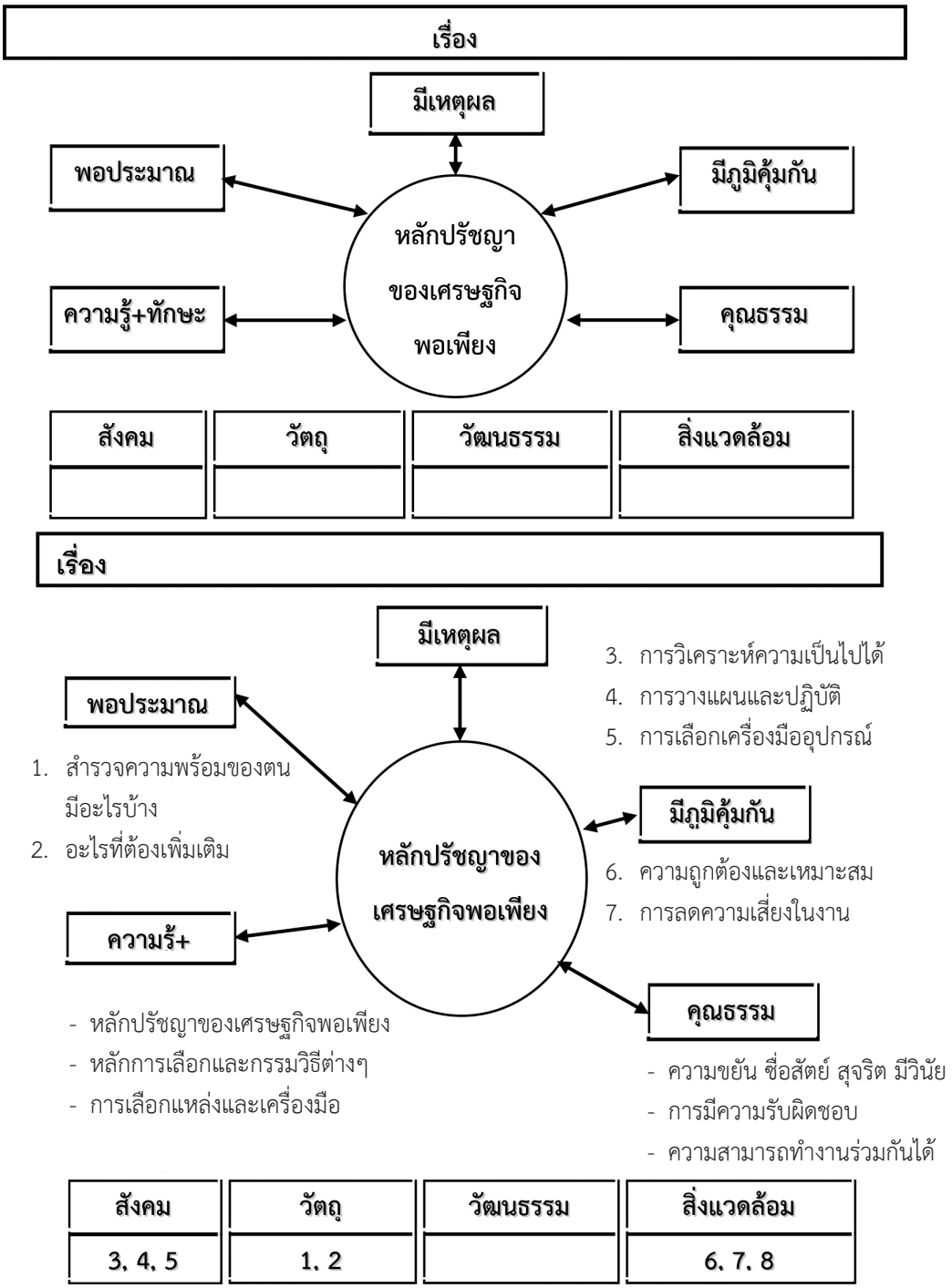
2.2.3 วิถีคนพุทธหรือศาสนาอื่นๆ

2.2.4 การสร้างลักษณะนิสัยของการประหยัดและการออมอย่างพอเพียง

2.2.5 การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

2.3 การส่งเสริมให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้มีโอกาสออกแบบกิจกรรมต่างๆ ตามความต้องการของนักศึกษาหรือผู้เรียน โดยมีความมุ่งหวังที่ต้องการให้นักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถหันมาดำรงชีวิตด้วยความพอประมาณ รู้จักตัวตน มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันตามแนวคิดของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นกระบวนการในการดำเนินการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา อาจารย์ผู้สอนจะต้องกระตุ้นชี้แนะและให้คำแนะนำกับนักศึกษาหรือผู้เรียน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เนื้อหาได้ถูกต้องตามหลักวิชาและการบูรณาการสอดแทรกแนวคิดที่สอดคล้องกับนักศึกษาหรือผู้เรียน อันได้รับความพร้อมและการอำนวยความสะดวกจากสถาบันอุดมศึกษา

2.4 การสร้างความรู้ความสนุกและความสุขในกิจกรรมการเรียนการสอน โดยอาจารย์ผู้สอนอาจจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดระบบคุณค่าหรือค่านิยมที่นับถือความดีงาม คุณธรรมและจริยธรรม และวิถีชีวิตหรือประเพณีของไทยในปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถคิดเป็น ทำเป็น และแก้ปัญหาได้ตามบริบทและเงื่อนไขต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน



2.5 ตัวอย่างกระบวนการปรับกิจกรรมการเรียนการสอน ในการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สามารถดำเนินการได้ตามแนวทางของกระบวนการปรับกิจกรรมการเรียนการสอน ได้แก่

2.5.1 การดำเนินกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับอุดมศึกษา

2.5.2 การดำเนินกระบวนการจัดทำรายละเอียดของกิจกรรมตามลักษณะการเรียนการสอนที่นักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถปฏิบัติและดำเนินการได้แบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับอุดมศึกษา

2.5.3 การดำเนินกระบวนการของการ

ปรับกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย

ขั้นนำ

1) การแจ้งจุดประสงค์และวิธีการการเรียนรู้ของเรื่องและรายวิชา.....

2) การนำเข้าสู่การเรียนรู้ของเรื่อง.....โดยการน้อมนำเอาหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เพื่อ.....

ขั้นกิจกรรม

1) การบรรยายเนื้อหาความรู้โดยการแสดงใบความรู้ที่.....เรื่อง..... การบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เรื่อง .....หรือ

2) การสาธิตโดยการแสดงใบงานที่..... เรื่อง .....หรือ

3) การมอบหมายงานหรือใบงาน เพื่อการปฏิบัติหรือการจัดทำหรือการบริการหรือการวางแผนหรือการกำหนด โดยให้บูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอเพียงพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันที่ดี มีเงื่อนไขความรู้คุณธรรมและผลกระทบที่เกิดขึ้น หรือ

4) การกำหนดให้นักศึกษาหรือผู้เรียนแบ่งกลุ่มๆ ละ 4-5 คน โดยมอบหมายให้ศึกษาตามใบความรู้ หรือ

5) การมอบหมายใบงานโดยการให้นักศึกษาหรือผู้เรียนทุกคนดำเนินการสรุปองค์ความรู้จากใบความรู้ข้างต้นของข้อ 1 หรือ

6) การมอบหมายใบงานโดยการให้นักศึกษาหรือผู้เรียนทุกคนศึกษาค้นคว้า เรื่องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมนำมาส่งในรูปของการรายงานอย่างสมบูรณ์ หรือ

7) การมอบหมายให้นักศึกษาหรือผู้เรียนร่วมกันสรุปองค์ความรู้ที่ได้ศึกษามาหรือการได้รับการเรียนรู้จากเรื่องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนและชีวิตประจำวันของนักศึกษาหรือผู้เรียน หรือ

8) การมอบหมายให้นักศึกษาหรือผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันคิดวิเคราะห์และวางแผนปฏิบัติการหรือการจัดกระทำตามที่กำหนดหรือความสนใจ โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หรือ

9) การมอบหมายโดยการให้นักศึกษาหรือผู้เรียนทุกคนสรุปผลที่ได้รับจากการนำความรู้เรื่องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน หรือ

10) การให้นักศึกษาหรือผู้เรียนของแต่ละกลุ่มสรุปขั้นตอนการปฏิบัติหรือการจัดกระทำ..... และการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ได้จริง

11) การสังเกตและบันทึกพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละกลุ่มและแต่ละคน

ขั้นสรุปและประเมินผล

1) การตรวจสอบความก้าวหน้าของนักศึกษาหรือผู้เรียนด้วยวิธีการต่างๆ

2) การมอบหมายให้นักศึกษาหรือผู้เรียนแต่ละคนหรือกลุ่มแสดงผลการเรียนรู้ โดยการ..... พร้อมร่วมกันสรุปการปฏิบัติ.....หรือ การจัดกระทำ.....หรือ การบริการ.....หรือ การวางแผน.....หรือ การกำหนด .....โดยการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้าไปด้วยวิธีการใด และเกิดผลกระทบอย่างไรบ้าง

3) การประเมินผลสำเร็จของนักศึกษาหรือผู้เรียนจากการปฏิบัติภาระงานหรือผลงานโดยอาจให้มีการนำเสนอในรูปของเอกสารหรือรายงานที่มีการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้ในการเรียนและชีวิตประจำวัน

2.5.4 การดำเนินกระบวนการของการ

ปรับกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยดำเนินกระบวนการตามรายละเอียดในใบมอบหมายงานดังตัวอย่างต่อไปนี้

ใบมอบหมายงาน ที่ .....

ชื่องาน .....

(ภาระงานและผลงาน)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. .....
2. .....
3. .....
4. การประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการ.....

.....

แนวทางการปฏิบัติงาน

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. กำหนดให้บูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.....

กำหนดเวลาส่งงาน ..... กิจกรรมพัฒนานักศึกษาหรือผู้เรียนที่สอดคล้องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

โดยสรุปแนวทางปฏิบัติสำคัญของกระบวนการปรับกิจกรรมการเรียนการสอนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ประสบผลสำเร็จจนสามารถก่อให้เกิดความตระหนักของนักศึกษาหรือผู้เรียนและสถาบันอุดมศึกษา จึงต้องดำเนินการพัฒนาปรับปรุงและการส่งเสริมให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเกิดประสิทธิภาพประกอบด้วย

1. ความพอประมาณกับศักยภาพของนักศึกษาหรือผู้เรียนและการเชื่อมโยงภูมิสังคมของสถาบันอุดมศึกษาและชุมชน การฝึกให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้คิดเป็นอย่างมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในด้านต่างๆ โดยการดำเนินกิจกรรมจะต้องสามารถนำไปสู่ความยั่งยืนของผลด้วย

2. การส่งเสริมให้นักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถใช้ความรู้อย่างรอบคอบและระมัดระวัง การฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่น อดทน มีความเพียร มีวินัย มีสัมมาคารวะ รู้จักทำประโยชน์ให้กับสังคม การร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และการสืบสานวัฒนธรรมไทย

3. การปรับใช้สื่อการเรียนการสอน แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ

แนวทางปฏิบัติในกระบวนการที่สามคือการปฏิบัติการปรับใช้สื่อการเรียนการสอน การปรับใช้แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ ในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา อันหมายถึงการดำเนินกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 ที่นำมาประกอบการจัดการเรียนรู้ให้กับนักศึกษาหรือผู้เรียนอย่างเหมาะสม โดยอาจารย์ผู้สอนจำเป็นจะต้องดำเนินกระบวนการการปรับใช้สื่อการเรียนการสอน การปรับใช้แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ นำมาประกอบการจัดการเรียนรู้ให้กับนักศึกษาหรือผู้เรียนในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาด้วยวิธีการที่สามารถสร้างให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้ปรับเปลี่ยนการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับ Active Learning ตามการปฏิบัติของวงจร PDCA ดังนี้

P การมีแนวทางของการใช้ การผลิต การเผยแพร่สื่อ และแหล่งการเรียนรู้

D การดำเนินการใช้สื่อตามแนวทางของการบูรณาการที่กำหนด

C การติดตามประเมินผลการดำเนินการ

A การนำผลที่ได้รับมาพัฒนาการใช้ การผลิต การเผยแพร่สื่อ และแหล่งการเรียนรู้

โดยการประยุกต์และบูรณาการแนวคิดของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาดำเนินการ

ในกระบวนการปรับใช้สื่อของการเรียนการสอน การปรับใช้แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ ในกิจกรรมการเรียนการสอนดังต่อไปนี้

3.1 การดำเนินการร่วมกันสร้างและพัฒนาสื่อ แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน จากอุปกรณ์ สื่อการเรียนการสอน และแหล่งวิทยาการประเภทต่างๆ โดยอาจารย์ผู้สอนกับนักศึกษาหรือผู้เรียน สามารถพัฒนาสื่อแหล่งเรียนรู้และอื่นๆ ผ่านเนื้อหาสาระของรายวิชาต่างๆ ที่เอื้อต่อการเสริมสร้างปัญญาแนวคิด คุณธรรมและจริยธรรม

3.2 การสร้างคนดีคนเก่งให้มีความรู้คู่คุณธรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาหรือผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้ โดยอาจารย์ผู้สอนดำเนินการจัดการเรียนการสอนผ่านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ ตามกระบวนการเรียนรู้ที่บูรณาการระหว่างความรู้ความเข้าใจ การพัฒนาสมรรถนะทางปัญญา ทักษะอาชีพ และการพัฒนาจิตใจทั้งด้านคุณธรรมและจริยธรรม

ดังนั้นโดยสรุปแนวทางปฏิบัติสำคัญของกระบวนการปรับใช้สื่อการเรียนการสอน การปรับใช้แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ ในการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาให้ประสบผลสำเร็จ จึงต้องดำเนินการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีประสิทธิภาพครบถ้วนด้วยวงจร PDCA ที่สามารถดำเนินการปรับเปลี่ยนลักษณะการเรียนการสอนและการปฏิบัติการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือผู้เรียนและสถาบันอุดมศึกษาได้

4. การปรับการวัดผลและการประเมินผล

แนวทางปฏิบัติกระบวนการสุดท้าย คือ การปฏิบัติการปรับการวัดผลและการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือผู้เรียน เพื่อการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะความพอเพียงของนักศึกษาหรือผู้เรียนไปสู่การพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 ดังนั้น อาจารย์ผู้สอนจำเป็นต้องดำเนินการเปรียบเทียบสมรรถนะของความพอเพียงด้านการรู้คิด ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษาหรือผู้เรียนจากการเรียนรู้ด้วยตนเองและการได้รับการถ่ายทอดมาจากอาจารย์ผู้สอนในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา โดยการประยุกต์และบูรณาการแนวคิดของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาดำเนินการในกระบวนการของการปรับการวัดผลและการประเมินผลของการจัดกิจกรรมในการเรียนการสอนดังต่อไปนี้

4.1 การวัดผลตามการปฏิบัติงานของนักศึกษาหรือผู้เรียน เพื่อการเสริมสร้างพัฒนาการนักศึกษาหรือผู้เรียนให้ก่อเกิดองค์ความรู้และความเข้าใจตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับอุดมศึกษาอย่างมีคุณภาพ ดังที่ปรากฏตามแผนภาพของการแสดงกระบวนการวัดผลแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านล่างนี้ โดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องดำเนินการวัดผลตามวงจร PDCA ได้แก่

P การมีเครื่องมือและวิธีการวัดผลการเรียนรู้

D การมีกระบวนการนำเครื่องมือไปดำเนินการวัดผลการเรียนรู้

C การมีกระบวนการติดตามการวัดผลการเรียนรู้

A การมีกระบวนการนำผลของการติดตามการวัดผลการเรียนรู้ไปดำเนินการพัฒนากิจกรรมของการเรียนการสอน

การจัดการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้เรียนโดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง วิชา..... เรื่อง.....เวลา.....ชั่วโมง								
การปฏิบัติ	ความพอประมาณ	การมีเหตุผล	การมีภูมิคุ้มกัน	ความรู้คุณธรรม	การคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อ			
					วัตถุ	สังคม	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม
การเตรียม 1. 2. การปฏิบัติ 1. 2. ผลลัพธ์								

4.2 การประเมินผลตามการปฏิบัติงานของนักศึกษาหรือผู้เรียนเพื่อการประยุกต์ องค์ความรู้และความเข้าใจให้มีการปฏิบัติตนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาหรือผู้เรียนอย่างเกิดผลคุณภาพ

โดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องดำเนินการประเมินผลอย่างครบถ้วนตามหัวข้อหรือประเด็นสำคัญนั้น และการอธิบายตามระดับของวงจร PDCA ได้แก่

P นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาเกิดความรู้ความเข้าใจ

D นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาสร้างการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจของสถาบันอุดมศึกษา

C นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาสามารถเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจให้ไปสู่ครอบครัว ชุมชน องค์กร หน่วยงาน และสังคม

A นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาสามารถนำความรู้ความเข้าใจและการประยุกต์ใช้ไปดำเนินการในชีวิตประจำวัน

แบบประเมินผล การปฏิบัติงานของนักศึกษาหรือผู้เรียนโดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง วิชา..... เรื่อง.....เวลา.....ชั่วโมง		
หัวข้อประเมิน	คำอธิบายคุณภาพ	ระดับ
1. ความสามารถในการปฏิบัติงาน 1.1 ..... 1.2 ..... 2. คุณภาพผลงาน 2.1	....	

4.3 การวัดผลและการประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาหรือผู้เรียนในด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

โดยอาจารย์ผู้สอนจะต้องดำเนินการวัดผลและการประเมินผลตามวงจร PDCA ได้แก่

P นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาเกิดความรู้ความเข้าใจได้ร้อยละ 75

D นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาสร้างส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจของสถาบันอุดมศึกษาได้ร้อยละ 50

C นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาสามารถเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ให้ไปสู่ครอบครัว ชุมชน องค์กร หน่วยงาน และสังคมได้ร้อยละ 50

A นักศึกษาหรือผู้เรียนในแต่ละรายวิชาสามารถนำความรู้ความเข้าใจและการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ร้อยละ 50

4.4 การประเมินทักษะการปฏิบัติงานหรือกิจกรรมการเรียนการสอน เป็นกระบวนการประเมินผลในทักษะการปฏิบัติงานหรือกิจกรรมแบบบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาหรือผู้เรียน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

4.4.1 ความสามารถในการปฏิบัติงานของนักศึกษาหรือผู้เรียน ได้แก่ การเตรียมการ การใช้เครื่องมือ ขั้นตอนการดำเนินงาน และท่าทางความคล่องแคล่ว

4.4.2 คุณภาพผลงานของนักศึกษาหรือผู้เรียน ได้แก่ ความถูกต้องสมบูรณ์ ความสวยงาม ความเรียบร้อย และความประณีต

4.4.3 พฤติกรรมของนักศึกษาหรือผู้เรียน ได้แก่ ความรับผิดชอบ ความปลอดภัย ความสะอาด และการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ดังนั้นโดยสรุปแนวทางปฏิบัติสำคัญของกระบวนการปรับการวัดผลและการประเมินผลในการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาให้ประสบผลสำเร็จ จึงต้องดำเนินการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการสอดแทรกแนวคิดและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีประสิทธิภาพครบถ้วนด้วยวงจร PDCA ที่สามารถดำเนินการปรับเปลี่ยนลักษณะการเรียนการสอนและการปฏิบัติการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือผู้เรียนและสถาบันอุดมศึกษาได้ดังนี้

1. การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งคุณภาพเพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เพียงใด และส่วนใดบ้างที่ยังมีไม่ประสบผลสำเร็จ อันถือว่าเป็นส่วนสำคัญในความหลากหลายของวิธีการวัดผลและการประเมินผลการศึกษา

2. การดำเนินการทดสอบเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนการเรียนรู้และหลังการเรียนรู้หรือการเรียนการสอนในด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ไปประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย โดยการใช้เครื่องมือแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจ แบบประเมินและเปรียบเทียบความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองก่อนและหลังการเรียนรู้

3. การสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาหรือผู้เรียนและการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นการพัฒนาสมรรถนะและคุณค่าวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงในสถาบันอุดมศึกษาและสังคมอย่างสร้างสรรค์มากอย่างยิ่ง

บทสรุป

การประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาตามทัศนะของผู้เขียนเพื่อการพัฒนาการอุดมศึกษา 4.0 จึงมีข้อเสนอแนะว่า ในการดำเนินการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ประสบผลสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพ

อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควรดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติ 4 กระบวนการ คือ 1) การปรับคำอธิบายรายวิชาและรายละเอียดของเนื้อหาในการจัดการเรียนและการสอน โดยการสร้างเนื้อหาสาระของวิชาที่สามารถบูรณาการผสมผสานหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นที่ต้องการของนักศึกษาหรือผู้เรียนจนก่อเกิดการเรียนรู้และการพัฒนาผ่านสื่อที่เอื้อต่อการเสริมสร้างปัญญา คุณธรรม และจริยธรรม 2) การปรับกิจกรรมของการเรียนการสอน โดยการกำหนดกรอบกิจกรรมและจัดทำรายละเอียดในกิจกรรมตามลักษณะของการเรียนการสอนที่นักศึกษาหรือผู้เรียนสามารถปฏิบัติได้จากการประยุกต์และการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3) การปรับสื่อการเรียนการสอน การปรับแหล่งเรียนรู้และอื่นๆ ในการนำมาประกอบการจัดการเรียนการสอน โดยการร่วมกันสร้างและพัฒนาสื่อ แหล่งเรียนรู้ และอื่นๆ ที่บูรณาการความรู้ ความเข้าใจ สมรรถนะทางปัญญา ทักษะอาชีพ และจิตใจด้านคุณธรรมและจริยธรรมอย่างสมบูรณ์ และ 4) การปรับการวัดผลและการประเมินผลการเรียนการสอน โดยการวัดผลและประเมินผลจากการเรียนรู้และการปฏิบัติงานของนักศึกษาหรือผู้เรียนให้มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติตนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

References

American Library Association. (2007). *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. Retrieved August 30, 2016, from http://www.ala.org/ala/acrl/acrlstandards/

Mascharat, T. (2007). *Learning Management Model According to the King's Philosophy of Sufficiency Economy.* Bangkok: Tharnaksorn Publishing Co., Ltd. [in Thai]

Moate, R. M. & Cox, J. A. (2015). Learner-centered Pedagogy Consideration for Application in a Didactic Course. *The Professional Counselor, 5*(3), 379-389. http://doi.org/10.15241/mm.5.3.379

Phiboonsarawut, P. (2007). *The Drive of Sufficiency Economy in Education.* Bangkok: The Research Project of Sufficiency Economy, Crown Property Bureau. [in Thai]

Puttakosa, K. (2011). *Handbook of Learning Community Development.* Bangkok: National Research Council of Thailand. [in Thai]

Ritcharoon, P. (2012). *Principles of Educational Measurement and Evaluation* (7thed.). Bangkok: House of Kermit Co., Ltd. [in Thai]

Saengprateepthong, W. (2013). *Measurement and Evaluation.* Nontaburi: College of Education, Sukhothaithammathirat University. [in Thai]

Sathboonshang, S. (2007). *Seven Steps of Practice to the Way of Sufficiency Economy* (2nd ed.). Bangkok: SE-ED Ucation. [in Thai]

The Office of the Education Council. (2019). *National Educational Standards 2018.* Bangkok: 21st Century. [in Thai]

Wiboonsri, Y. R. (2011). *Measurement and Test Design for Achievement* (10th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]

Name and Surname: Charoon Chalermtong
Highest Education: Doctor of Technical Education (Curriculum Research and Development), King Mongkut's University of Technology North Bangkok
University or Agency: Suan Dusit University
Field of Expertise: Educational Measurement and Evaluation: Research for Learning Development

Name and Surname: Sittiporn Iamsen
Highest Education: Doctor of Curriculum and Instruction with Specialization in TESOL, New Mexico State University, USA.
University or Agency: Suan Dusit University
Field of Expertise: Curriculum Design & Development: Teaching Pedagogy, English Language Teaching, and Classroom 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 ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ). *ชื่อการประชุม* (หน้าแรก-หน้าสุดท้าย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

Biswas, M. (2008). Confirmatory Factor Analysis of Iso Ahola's Motivational Theory An Appilicaiton 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,* หน้าที่นำมาอ้าง.

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://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index
E-mail: journal@pim.ac.th