



วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
Princess of Naradhiwas University
Journal of Humanities and Social Sciences

บทความวิจัย

- ❖ แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มออมทรัพย์ บ้านคลองทราย 972 บ้านคลองทรายใน ตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา
- ❖ รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้
- ❖ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ
- ❖ ชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล
- ❖ การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาล วัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- ❖ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
- ❖ ประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็ตามมุมมองของผู้บริโภค
- ❖ การวิเคราะห์ห่อภิมาณ : การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช
- ❖ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์
- ❖ คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา
- ❖ ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส
- ❖ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล
- ❖ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1
- ❖ กลุ่มของความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงในมุมมองของคนรัสเซีย: กรณีศึกษาผ่านสื่อบุคคล
- ❖ การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- ❖ การพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย

บทความวิชาการ

- ❖ สมรรถนะในยุคการเปลี่ยนแปลงของนักศึกษาวิชาชีพครู

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
Princess of Naradhiwas University
Journal of Humanities and Social Sciences

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
รับพิจารณาตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์
บทความพิเศษ และบทความปกิณกะ ทั้งนี้บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารอื่นใดมาก่อน
นับจากวันที่ผู้เขียนได้ส่งบทความต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการ

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการ สาขาหลักในด้านสังคมศาสตร์
ประกอบไปด้วยสาขาวิชาศิลปะและมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ และ
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ การจัดการและการบัญชี โดยมีสาขาวิชาย่อยดังนี้คือ ภาษา
และภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์ทั่วไป ศีทศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และ
บริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการ และการบัญชี
 2. เพื่อสร้างเครือข่ายทางวิชาการทั้งในสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพ
ที่เกี่ยวข้อง
 3. เพื่อตอบสนองพันธกิจหลักในการสร้างองค์ความรู้ และการเผยแพร่ผลงานวิจัย
และผลงานทางวิชาการของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สำนักงาน กองบรรณาธิการวารสาร
มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส 96000
โทร. 0-7370-9030 ต่อ 1611 โทรสาร 0-7370-9030
<http://journal/pnu.ac.th>, E-mail: pnu_jr@hotmail.com

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

ที่ปรึกษา

ศ. ดร.นพ.กระแส ชนะวงศ์
ผศ.ดร.จรรักษ์ พลาชัย
รศ.ดร.รสสุคนธ์ แสงมณี
ผศ.ดร.ปรีชา สะแลแม
อาจารย์ ดร.อาสลิห์ ทิเล
รศ.ดร.ศิริพันธุ์ ศิริพันธุ์
ผศ.ดร.สายทอง แก้วฉาย
อาจารย์มารีย๊ะ ปูเต๊ะ

กองบรรณาธิการ

ศ. ดร.อิมรอน มะลูลีม
ศ.ดร.จรัญ มะลูลีม
รศ.ดร.ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์
รศ.ดร.สังวรณ์ ังคกระโทก
รศ.ดร.อาฟีฟ ลาเต๊ะ
รศ.ดร.พัชลินจ์ จินนุ่น
Assoc. Pro f. Sr. Dr. Mohd. Nasrun Mohd. Nawi Universiti Utara Malaysia

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

Assoc. Pro f. Sr. Dr. Mohd. Nasrun Mohd. Nawi Universiti Utara Malaysia

มหาวิทยาลัยทักษิณ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยพะเยา

Universiti Kuala Lumpur

Universiti Kuala Lumpur

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สรวิทย์ อุสินยาง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รศ.ดร.อานิส พัฒนาปรีชาวงศ์
อาจารย์ ดร.โสภาวรรณ หนูกึ่ง

กองจัดการ

ผศ.เดชดนัย จัยชุม
อาจารย์ไพรวาท นิสะนิ
นางสาวนฤมล รัตนธานี
นางปิยนุช วัจนศิริ
นางสาวชมชียะห์ เจ๊ะสาเมาะ

ผศ.ดร.อนันต์ สงสม
ผศ.ดร.กันยปริน ทองสามสี
ผศ.ดร.ชอฮิบูลบะห์รี ปินโมง
ผศ.ดร.เก็จฉวา บุญปรการ
ผศ.ดร.กอบแก้ว จันทร์กึ่งทอง
ผศ.ดร.ดุขฎี นาคเรือง
ผศ.ดร.อิศรวิญญู รินโธสง
ผศ.ดร.นิมิต ชื่นสัน
อาจารย์ ดร.ทวีลักษณ์ พลราชม
อาจารย์ ดร.นริศรา ไพเจริญ
Dr. Syeliya Mohd Zaini
Dr. Syahro Syerina Syahrin
ผศ.ดร.โรสนี จริยะมาการ
ผศ.ดร.ธมยันตี ประยูรพันธ์
ผศ.ดร.ตรมีชี สาและ
ผศ.ดร.มุสลิม คาแรง
ผศ.เดชดนัย จัยชุม
ผศ.ซาฮิฏีน นิติภาค
อาจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ สังข์พันธ์
อาจารย์จรูญ เก้าแหวงกิจ
อาจารย์อรอนงค์ อิสระนรากุล

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

กำหนดออก

ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้
ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน
ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารที่มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเนื้อหาบทความ เพื่อลงตีพิมพ์อย่างน้อยจำนวน 2 ท่านต่อบทความ และบทความหรือข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ เป็นวรรณกรรมของผู้เขียน บรรณาธิการหรือมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 2 ของปีที่ 10 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2566) ในฉบับนี้มีบทความจำนวนทั้งสิ้น 17 บทความ โดยมีบทความวิชาการเพียงหนึ่งเดียว เป็นการศึกษาในเรื่องของสมรรถนะในยุค การเปลี่ยนแปลงของนักศึกษาวิชาชีพครู ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง และมีบทความ วิจัยจำนวน 16 บทความ ให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามาอ่าน ศึกษา และเรียนรู้ในการต่อยอดองค์ความรู้ ทางวิชาการได้ต่อไป

โดยทุกบทความที่ได้รับการเผยแพร่ในวารสารนั้น ได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ มาอย่างดีจากหลากหลายสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งบทความวิจัยในด้านศึกษาศาสตร์ มีการศึกษาในเรื่องของชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน เพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา และการวิเคราะห์ห่อภิมาณการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการได้ช ในด้านรัฐประศาสนศาสตร์ มีการศึกษาในเรื่องของแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน ด้านสังคมศาสตร์ทั่วไป มีการศึกษาในเรื่องของรูปแบบ การให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิม การพัฒนาแบบวัด เชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย ด้านภาษาศาสตร์ มีการศึกษาในเรื่องของ กลุ่มของความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงในมุมมองของคนรัศเซียกรณีศึกษาผ่าน สุนัข

นอกจากนี้ในด้านบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการ และการบัญชี มีการศึกษาในเรื่องของ ประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็ก ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม กลยุทธ์ส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ พึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร การพัฒนารูปแบบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ตลอดจนต้นทุนและ ผลตอบแทนของผ้าบาติก

วารสารยังคงยึดมั่นวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และกองบรรณาธิการ มีความมุ่งมั่น และตั้งใจอย่างเต็มเปี่ยมในการผลิตวารสารที่มีคุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาการ เช่นนี้ตลอดไป เพื่อการพัฒนาคุณภาพวารสารให้ผ่านเข้าสู่การประเมินเกณฑ์มาตรฐานในระดับ ที่สูงขึ้นในอนาคต

สารบัญ...

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University

Journal of Humanities and Social Sciences

บทความวิจัย	หน้าที่ Page	Research Article
แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 บ้านคลองทรายใน ตำบลยูโป อำเภอมือเืองยะลา จังหวัดยะลา อิสมาแอล มะซะแม สุภามาต เพชรรัตน์	1	Guidelines for the Application of Information Technology in Financial Institution: A case study of Ban Khlong Sai Saving Group 972, Baan Khlong Sai Nai, Yupo Subdistrict, Mueang District, Yala province Isamail Masamae Supamach Petchrat
รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิม แก่ผู้ลี้ภัยขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ อับดุลย์ลาเต๊ะ สาและ อับดุลรอหนิง ลือแต	17	A Model of Helping and Establishing Appropriate Muslim Identity for Muallafs of Muslim organizations in the Southern Border Provinces Abdullateh Saleah Abdullroning Suetair
ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ วรารณ ศรีสว วิเชศ คำบุญรัตน์	32	Engagement of Generation Y's Staff in International College, XYZ University Waraporn Srisuay Wichet Kambunrat
ชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรม การจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล ฮัสลินด้า หมดเหียด	55	Training Package for Developing Teacher's Skill in Creating Classroom Management Activity for Reducing Students' Misbehavior in Oob-om Kindergarten School, Satun Province Haslinda Madyed

สารบัญ...

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University

Journal of Humanities and Social Sciences

การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาล วัดธรรมิการาม (ปิยะเทวรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อัญญรัตน์ นามือง	72	Project Evaluation on Fostering Morals and Ethics in Watthummikaram Municipal School, Prachuap khirikhan Municipality, Prachuapkhirikhan District, Prachuapkhirikhan Province Anyarat Namuang
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรม เชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดชายแดนใต้ ธัญยากร ศรีสุข ธมยันตี ประยูรพันธ์	94	Innovation Leadership affecting Innovative Behavior of Personnel in Local Administrative Organizations in the Southern Border Provinces Tanyakorn Srisuk Thammayantee Phayoonpun
ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจ ขนาดเล็กตามมุมมองของผู้บริโภค พิเชษฐ์ พรหมใหม่	115	Effectiveness of Online Marketing Communication in Small Businesses from Consumers' Perspective Pichet Prommai
การวิเคราะห์ห่อภิมาน : การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วย การโค้ช กนกนิษฐ ธนัชพรพงศ์ นัชฎารัตน์ ณ นคร	134	The Meta-Analysis of Coaching Learning Process Management Kankanit Tanatpornpong Natchadarat Na Nakorn
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ย อินทรีย์เชิงพาณิชย์ ธรรักษ์ อินทรอุดม พิเชษฐ์ พรหมใหม่	156	Customer's Satisfaction towards the Development of Commercial Organic Fertilizer Packaging Trannaruch Inthara-Udom Pichet Prommai

สารบัญ...

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University

Journal of Humanities and Social Sciences

คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดสงขลา มังกร แก้วลอย พิเชษฐ์ พรหมใหม่ อรพรรณ จันทรินทร์	172	Service quality of artificial turf football field business in Songkhla Province Mangkorn Kaewloy Pichet Prommai Oraphan Chanin
ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ไฮดา สูดินปริดา	187	Cost and return of Nara Batik Group's Batik Fabrics Narathiwat Metropolis Haida Sudinpreeda
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล อารียา มินศรี มะดาโอะ สุลหลง	205	Effects of Marketing Mix Strategies on Halal Food Purchasing Decisions Areeya Minsri Madaoh Sulong
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม กิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 เอกพล ทองแก้ว อภิญญา รัตนไชย เสาวณีย์ เล็กบางพง ประจักษ์ เทพคุณ ภูธฤทธิ์ วิทยาพัฒนานุรักษ์ รักษาศิริ	220	Factors Affecting Satisfaction of Participants in the 1st Southern Goat Festival Ekkaphon Thongkaew Apinya Ratanachai Saowanee Lekbangpong Prajak Thepkun
กลุ่มของความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงใน มุมมองของคนรัสเซีย: กรณีศึกษาผ่านสุภาษิต ปริตต์ อรุณโอบษฐ์	239	A group of meanings that reflect the image of women from the perspective of Russian people: a case study of proverbs Parit Aroonoast

สารบัญ...

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University

Journal of Humanities and Social Sciences

การพัฒนาแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ใน ธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดน ภาคใต้ ทรงยศ สารภาพ ธีรวุฒิ บุญยโสภณ สุชาติ เชียงฉิน	260	The development of a model to promote SMEs entrepreneurs in the agro- processing industry in three southern border provinces Srongyot Sarapab Teravuti Boonyasopon Suchart Siengchin Somnoek Wisuttiapet
การพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทาง จิตของผู้สูงอายุไทย ธีระภัทรา เอกพาณิชย์สวัสดิ์ ธิดารักษ์ ลือชา	281	The Development of a Situation Test to Measure Psychological Well-Being of the Thai Elderly Teerapatra Ekphachaisawat Thidarak Luecha Nonglak Arnee Jitranan Sricharoen
บทความวิชาการ		Review Article
สมรรถนะในยุคการเปลี่ยนแปลงของนักศึกษาวิชาชีพครู กิตติยา รัตมีแจ่ม รุ่งนภา ตั้งจิตรเจริญกุล ศิโรจน์ ผลพันธิน	301	Competency in the era of teacher professional students Kittiya Rutsamejam Rungnapa Tangchitcharoenkhul Sirote Pholpuntin



**แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน
กรณีศึกษา กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 บ้านคลองทรายใน ตำบลยุโป
อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา**

**Guidelines for the Application of Information Technology in Financial
Institution: A case study of Ban Khlong Sai Saving Group 972, Baan Khlong
Sai Nai, Yupo Subdistrict, Mueang District, Yala province**

อิสมาแอล มะซะแม^{1*} สุภามาต เพชรรัตน์¹

Isamail Masamae^{1*}, Supamach Petchrat¹

(Received: October 10, 2022; Revised: November 24, 2022; Accepted: December 13, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 บ้านคลองทรายใน ตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ทั้งนี้ งานวิจัยดำเนินการร่วมกับสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขายะลา โดยการดำเนินการวิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน จำนวน 16 คน และสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน จำนวน 100 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหาเขียนบรรยายเชิงพรรณนาในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า 1) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันการเงินชุมชน ได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ ได้แก่ โปรแกรมบัญชีสถาบันการเงินชุมชนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการข้อมูล แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อ

¹วิทยาลัยชุมชนยะลา

¹Yala Community College

*Corresponding author. E-mail: Isamail@ycc.ac.th



การใช้งาน ประกอบกับบุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้และทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ รวมถึงพฤติกรรมความเคยชินในการใช้ระบบการทำงานด้วยมือมากกว่าการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน 2) แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชนโดยสรุปคือ 1) ควรเพิ่มจำนวนคอมพิวเตอร์เพื่อให้จำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน 2) ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้วยเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการแจ้งข่าวสารและกิจกรรมให้กับสมาชิกสถาบันการเงิน และ 3) ควรส่งเสริมให้คณะกรรมการมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่บุคลากรจนมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน

คำสำคัญ: สถาบันการเงินชุมชน เทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

Abstract

This research aims 1) to study the process of using technology in the community financial institution of the Ban Khlong Sai Saving Group and 2) to study the ways to develop information technology to use in the community financial institution. This is a mixed-method study which the samples included 16 financial institution committee and 100 members of community financial institution, selected by purposive sampling. The research instrument included a questionnaire and an interview form. The quantitative data were analyzed by statistics; frequency, mean, and standard deviation while the qualitative data were analyzed by content analysis. The results of this study showed that 1) the information technology was used in the community financial institution, for example, the account system. It was found that computers and its supporting devices were not enough for personnel, and some personnel were lack of knowledge and skills on computer program. They were familiar with manual system which could lead to mistakes 2) The ways to apply the information technology in work indicated three suggestions as follows: First, the numbers of computers should be arranged sufficiently for personnel. Second, the channels of communication with members of financial institution should be diverse and third, the personnel should be trained on knowledge and skills about information technology.

Keywords: Community financial institution, Information technology, Institution of saving group of Ban Khlong Sai 972



บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) เข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานของภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน รวมถึงองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน ที่เป็นระดับฐานรากของประเทศอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่คนในสังคมต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อนำพาประเทศให้ก้าวทันกระแสการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการพัฒนาคนให้มีความรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นวิธีหนึ่งที่สำคัญที่จะสร้างหรือพัฒนาคุณลักษณะการรู้เท่าทันให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการตัดสินใจได้ (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2548) รวมถึงการสร้างและพัฒนากลไกในระดับพื้นที่ให้เข้มแข็ง เชื่อมโยงกับส่วนกลาง เช่น พัฒนากลไกการสร้างความรู้ให้กระจายไปในระดับพื้นที่ต่าง ๆ เชื่อมโยงไปถึงชุมชน เพื่อเป็นแพลตฟอร์มให้คนไทยที่อยู่ทั่วประเทศได้ใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐจัดให้ ขจัดปัญหาเรื่องความห่างไกลในการเข้าถึง (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559) ดังนั้นหากองค์กรต่าง ๆ ในชุมชนได้มีการเรียนรู้และปรับตัวนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการดำเนินงานจะทำให้ประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในการสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ที่เน้นเสริมสร้างศักยภาพชุมชนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยการสนับสนุนการให้ความรู้ในการบริหารจัดการทางการเงินแก่ชุมชน การปรับองค์การการเงินของชุมชนให้ทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินในระดับหมู่บ้านตำบล ที่ทั้งการให้กู้ยืมและการออม และจัดตั้งโครงข่ายการเงินฐานรากโดยมีธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เป็นแม่ข่าย พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชนเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างการจัดการความรู้ในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ดังนั้นสถาบันการเงินชุมชนจึงเป็นองค์การเงินชุมชนจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการทางการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการแก่ประชาชนในชุมชน ซึ่งขาดโอกาสในการเข้าถึงและใช้บริการทางการเงินของสถาบันการเงินทั่วไปตามวัตถุประสงค์ หลักเกณฑ์ มาตรฐาน และรูปแบบซึ่งทางคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติกำหนดไว้โดยมีแนวความคิดจากเงินทุนที่ได้จากสมาชิก ได้แก่ เงินรับฝาก เงินหุ้น หรือเงินสนับสนุนจากภาครัฐ รวมไปถึงเงินกู้ยืมจากแหล่งอื่น นำมารวมกันตั้งสถาบันการเงินชุมชนแล้วบริหารจัดการเงินทุนเหล่านั้นให้เกิดผลกำไร



นำผลกำไรที่ได้มาพัฒนาสถาบันการเงิน จัดสรรสวัสดิการให้แก่ชุมชน และแบ่งปันผลประโยชน์ (สุวิทย์ คุณกิตติ, 2548)

สถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 เป็นอีกองค์กรการเงินชุมชนหนึ่งที่มีจุดเริ่มต้นจากคนในชุมชนมีความเห็นร่วมกันในการจัดตั้งกลุ่ม โดยมีความเห็นร่วมกันในการพัฒนาหมู่บ้านของตนเอง ให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วม ตระหนักถึงความสามัคคี มีการช่วยเหลือกันและกัน และสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการพึ่งพาตนเอง มีการออมเงิน ซึ่งประชาชนในหมู่บ้านส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยและมีรายได้ไม่แน่นอน ได้มีโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบได้อย่างสะดวก จากผลการดำเนินการประจำปี 2559 ของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 พบว่า ประชาชนเข้าเป็นสมาชิก จำนวน 282 คน มีเงินทุนหมุนเวียนในสถาบันการเงินชุมชน 4,426,204 บาท และข้อมูลถึง ณ วันที่ 22 เมษายน 2563 มีจำนวนสมาชิก 391 คน และมีเงินทุนหมุนเวียนในสถาบันการเงินชุมชน 6,393,932.11 บาท จากประชาชนในหมู่บ้านคลองทรายในทั้งหมด 560 คน (153 ครัวเรือน) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในระยะเวลากว่า 3 ปี สถาบันการเงินชุมชน มีสมาชิกเพิ่ม 109 คน คิดเป็นร้อยละ 38.65 และมีเงินทุนหมุนเวียนในสถาบันการเงินชุมชน เพิ่มขึ้น 1,967,728.11 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.46 จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นความก้าวหน้าของสถาบันการเงินชุมชน ที่มีเงินกองทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ทำให้ประชาชนและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพและรายได้อย่างทั่วถึงและนำผลกำไรมาจัดเป็นสวัสดิการต่าง ๆ ให้กับชุมชน รวมถึงเป็นการรักษาทุนของชุมชนไว้ในชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน ในการแก้ไขปัญหาทางการเงินได้อย่างทันที่ การดำเนินงานสถาบันการเงินชุมชนแห่งนี้ ได้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ โปรแกรมบัญชีสถาบันการเงินชุมชนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการข้อมูล เช่น เครื่องพิมพ์เอกสาร เครื่องพิมพ์สมุดบัญชี แสกนเนอร์ เป็นต้น เพื่อให้การทำงานถูกต้องและรวดเร็วขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ประกอบกับบุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้และทักษะในการใช้เครื่องและโปรแกรมต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมความเคยชินในการใช้ระบบการทำงานด้วยมือมากกว่าการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดความช้าช้อนในการปฏิบัติงาน และที่สำคัญวิทยาลัยชุมชนยะลา ยังเป็นสถาบันการศึกษาที่เป็นเครือข่ายและเป็นพี่เลี้ยงในการสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 เพื่อให้สถาบันการเงินชุมชนดังกล่าว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีรูปแบบการดำเนินงานที่มี



มาตรฐาน และสามารถจะเชื่อมโยงกับระบบการเงินของประเทศได้ ซึ่งเป็นเรื่องที่รัฐบาลให้ความสำคัญในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชนให้มีระบบการบริหารจัดการที่ดี ระบบการเงินที่ดี และช่วยลดปัญหาการฉ้อโกง หรือทุจริตได้ โดยหากดำเนินการสำเร็จจะสามารถช่วยเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน สามารถบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มความมั่นคงให้กับสถาบันการเงินชุมชน และจะส่งผลต่อระบบฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางด้านการเงินที่มีคุณภาพ และยั่งยืน อันจะส่งผลต่อการพัฒนากลุ่มเศรษฐกิจชุมชน ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางการเงินจากการเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 บ้านคลองทรายใน ตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดสถาบันการเงินชุมชนของสุวิทย์ คุณกิตติ (2548) คือสถาบันการเงินของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นโดยกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อให้บริการทางการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการแก่ประชาชนในชุมชน ซึ่งขาดโอกาสในการเข้าถึง และใช้บริการทางการเงินของสถาบันการเงินทั่วไป ตามวัตถุประสงค์หลักเกณฑ์ มาตรฐาน และรูปแบบ ซึ่งทางคณะกรรมการหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติกำหนดไว้โดยมีแนวความคิดจากเงินทุนที่ได้จากสมาชิก ได้แก่ เงินรับฝาก เงินหุ้น หรือเงินสนับสนุนจากภาครัฐ รวมไปถึงเงินกู้ยืมจากแหล่งอื่นนำเงินมารวมกันตั้งสถาบันการเงินชุมชน แล้วบริหารจัดการเงินทุนเหล่านั้นให้เกิดผลกำไร นำผลกำไรที่ได้มาพัฒนาสถาบันการเงิน จัดสรรสวัสดิการให้แก่ชุมชน และแบ่งปันผลประโยชน์คืนให้แก่สมาชิก

ในขณะที่แนวคิดเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ เทคโนโลยีทุกประเภทที่นำมาประยุกต์ใช้โดยอัตโนมัติเพื่อการรวบรวม การจัดเก็บ ประมวลผล และการถ่ายทอดสารสนเทศในรูปอิเล็กทรอนิกส์ที่อาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ทั้งด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และเน้นความสำคัญที่มนุษย์ในฐานะของผู้ใช้งาน ผู้สร้าง ผู้ควบคุม และผู้แสวงหาประโยชน์จากเทคโนโลยี (Zorkoezy, 1984; Lucas, 1997)

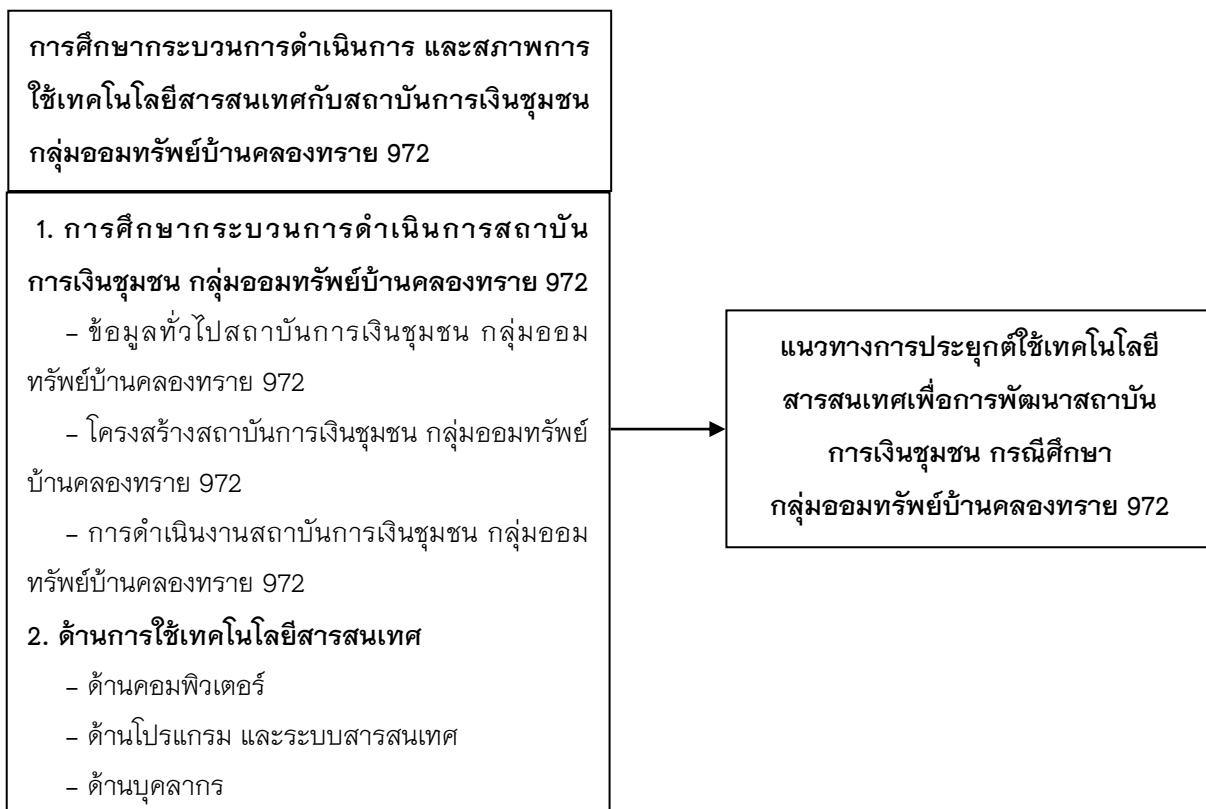
จากงานวิจัยของวิมล เอี่ยมปลัด (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ระบบงานสถาบันการเงินชุมชน” พบว่า สถาบันการเงินชุมชนมีนโยบายการให้บริการที่แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการทางการเงิน



และสถาบันการเงินชุมชนยังมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากรขาดการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ ซึ่งควรมีการกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และสุพัตรา วงเย็น (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับประมวลผลข้อมูลทางบัญชี กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่ ภาาอุตสาหกรรมการแห่งประเทศไทย พบว่าเจ้าหน้าที่ที่มีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทั้งในด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์

ทั้งนี้จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 บ้านคลองทรายใน ตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยมีกรอบแนวคิด ดังภาพประกอบที่ 1 เพื่อเป็นข้อมูลในพัฒนาการบริหารจัดการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมต่อการบริหารงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 จำนวน 16 คน และสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 จำนวน 391 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน จำนวน 16 คน และสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ที่ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.57 ของกลุ่มสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีข้อมูล que เก็บรวบรวมดังนี้

1. ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary data) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

2. ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม จากคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน และสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันการเงินชุมชน แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน และสภาพปัญหาและอุปสรรคของสถาบันการเงินชุมชน ผู้วิจัยได้สร้างและทดสอบเครื่องมือโดยการนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณ เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

2.2 แบบสัมภาษณ์ (Interview form) เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน แบบสัมภาษณ์ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการคือ เพื่อศึกษากระบวนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 และแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน

2.3 สนทนากลุ่ม (Focus group discussion) โดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนกลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 และสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน เมื่อผ่าน



กระบวนการโดยการรวบรวมแบบสอบถาม และวิเคราะห์ค่า IOC เรียบร้อยแล้ว คัดเลือกเฉพาะคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป นำมาสรุปประเด็นจากสภาพปัญหาในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 และนำเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินชุมชน และการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นแนวทางในการประยุกต์

วิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน ปี 2563 – เดือนตุลาคม ปี 2564 โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทางทฤษฎีแนวความคิดจากผลงานวิจัย โดยรวบรวมเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยศึกษาจากเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

ขั้นที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ดำเนินงานเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนกลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ที่ใช้บริการของสถาบันการเงินชุมชน

ขั้นที่ 3 การสนทนากลุ่ม การศึกษาขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยกำหนดประเด็นในการสนทนากลุ่ม โดยมีประเด็นหลักคือ การหาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน โดยดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนกลุ่ม จำนวน 16 คน และ สมาชิกสถาบันการเงินชุมชน 5 กลุ่ม จำนวนรวม 125 คน

และผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยวิธีหาค่าความถี่และร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจด้านต่าง ๆ โดยใช้สถิติ พรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่าง ๆ และวิเคราะห์เชิงคุณภาพ คือ สนทนากลุ่ม นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) และสรุปเนื้อหา



ผลการวิจัย

1. กระบวนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ผลการวิจัยปรากฏดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนกลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน มีจำนวน 16 คน โดยแบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน เพศหญิง จำนวน 14 คน โดยมีอายุเฉลี่ย 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 100 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 43.80 มีอาชีพที่เป็นรายได้หลัก คือ ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งคณะกรรมการในสถาบันการเงินชุมชน เป็นเวลา 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 93.80 โดยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตำแหน่งประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์ เสรฐัญญิก กรรมการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนา กรรมการฝ่ายสินเชื่อ และกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี สถาบันการเงินใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 87.50 และผ่านตัวแทนของสถาบันชุมชนที่มาร่วมประชุมประจำหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 87.50

สมาชิกสถาบันการเงินชุมชนกลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

สมาชิกสถาบันการเงินชุมชน จำนวน 100 คน โดยแบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 17 คน เพศหญิง จำนวน 83 คน โดยมีอายุเฉลี่ย 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 58.90 มีอาชีพที่เป็นรายได้หลัก คือ ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.00 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 3 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 77.00 ระยะทางจากที่พักอาศัยของสมาชิกถึงสถาบันการเงินชุมชนน้อยกว่า 1 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่ใช้บริการออมทรัพย์ (ฝาก-ถอน) คิดเป็นร้อยละ 92.00 และใช้บริการกู้ยืมเงิน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ความถี่ในการใช้บริการสถาบันการเงินชุมชน 1-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 94.00 สมาชิกได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านตัวแทนของสถาบันชุมชนที่มาร่วมประชุมประจำหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 74.00

ด้านที่ 2 ข้อมูลการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

จากผลการวิจัยพบว่า กระบวนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันการเงินชุมชนมีการนำเอาเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อื่น ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน โดยส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 81.3 และมีอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการ



ข้อมูล ได้แก่ เครื่องพิมพ์สมุดเงินฝาก เครื่องสแกน เป็นต้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ประกอบกับบุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้และทักษะในการใช้เครื่องและโปรแกรมต่าง ๆ ในส่วนระบบบัญชีที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้ระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชน ซึ่งพัฒนาโดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้งานโดยที่คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน การใช้งานระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 87.50 แต่มีบางส่วนที่จัดทำด้วยสมุดบัญชีของสถาบันด้วยมือมากกว่าการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน สถาบันการเงินชุมชนมีอินเทอร์เน็ตใช้งาน มีการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีเว็บไซต์ทำให้มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่อสมาชิกและบุคคลทั่วไป

2. แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

2.1 แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชนของคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนโดยภาพรวมคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนมีระดับการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ($\bar{x} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนมีการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการของระบบบัญชีของ ธ.ก.ส. ($\bar{x} = 3.88$) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ($\bar{x} = 3.60$). และมีระดับการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านอุปสรรค ($\bar{x} = 3.19$) ด้านกระบวนการนำระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชนไปใช้งาน ($\bar{x} = 3.17$) ด้านความรู้ ความสามารถของผู้ใช้บริการระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชน ธ.ก.ส. ($\bar{x} = 3.15$) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน

แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านความรู้ ความสามารถของผู้ใช้บริการระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชน ธ.ก.ส.	3.15	0.67	ปานกลาง
ด้านกระบวนการนำระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชนไปใช้งาน	3.17	0.58	ปานกลาง



ตารางที่ 1 แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน (ต่อ)

แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการของระบบบัญชีของ ธ.ก.ส.	3.88	0.64	มาก
ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	3.60	0.71	มาก
ด้านอุปสรรค	3.19	0.30	ปานกลาง
รวม	3.39	0.58	ปานกลาง

2.2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ของสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน โดยภาพรวมสมาชิกสถาบันการเงินชุมชนมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ($\bar{x} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเชื่อมั่นในการรับบริการ ($\bar{x} = 4.20$) ด้านการยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในสถาบันการเงินชุมชน ($\bar{x} = 3.97$) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ($\bar{x} = 3.93$) และด้านการให้บริการ และการติดต่อ/สอบถาม ($\bar{x} = 3.60$) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านความเชื่อมั่นในการรับบริการ	4.20	0.63	มาก
การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในสถาบันการเงินชุมชน	3.97	0.68	มาก
ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	3.93	0.72	มาก
ด้านการให้บริการ และการติดต่อ/สอบถาม	3.60	0.71	มาก
รวม	3.92	0.68	มาก



การศึกษาขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา และสรุปเนื้อหาที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม นำมาวิเคราะห์และสรุปเนื้อหาตามกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่ม พบว่า สถาบันการเงินชุมชน มีการใช้โปรแกรมบัญชี สถาบันการเงินชุมชนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร รวมทั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังนั้นเพื่อให้สถาบันการเงินชุมชนสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงาน จะทำให้ประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น จึงร่วมกันพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารสถาบันการเงินชุมชน โดยสรุปทั้ง 3 ด้าน คือ

1) ด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศของคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน จัดฝึกอบรมให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การซ่อมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น ระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชน และการดูแลระบบเครือข่ายเบื้องต้น เป็นต้น

2) ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรพัฒนาเว็บไซต์เพื่อใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับสมาชิก หรือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ โดยสถาบันต้องมีการพัฒนาให้ทันสมัย และเลือกใช้ระบบที่ใช้ต้นทุนไม่มาก และใช้งานง่าย เช่น เฟสบุคเพจ การทำแชตอัตโนมัติ (Line bot) หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่ทันสมัย และพัฒนาระบบสารสนเทศในการติดตามหนี้ แจ้งยอดคงเหลือ เป็นต้น

3) ด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ควรจัดซื้อคอมพิวเตอร์ และมีอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้มีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ สแกนเนอร์ และจัดทำแผนการซ่อมและบำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

อภิปรายผลการวิจัย

แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์ บ้านคลองทราย 972

1. ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเงินชุมชน ได้แก่ คอมพิวเตอร์ และมีอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการข้อมูล ได้แก่ เครื่องพิมพ์ สมุดเงินฝาก เครื่องสแกน เป็นต้น แต่ยังพบปัญหาและอุปสรรคในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ยังไม่เพียงพอต่อการใช้งานทำให้ต้องมีการจัดทำด้วยสมุดบัญชีของสถาบันแทน เพราะว่าการจัดระบบประมาณในการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้งานของสถาบันการเงินชุมชน เนื่องจากต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง อีกทั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ซึ่งมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา



ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของครรชิต มาลัยวงศ์ (2539) เรื่องทิศทางของสารสนเทศศึกษาของไทย พบว่า การจัดสรรงบประมาณในการจัดซื้อ พัฒนา และบำรุงรักษาด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีไม่เพียงพอ เนื่องจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย อีกทั้งส่งผลให้ระบบการทำงานก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา วังเย็น (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับประมวลผลข้อมูลทางบัญชี กรณีศึกษา เจ้าหน้าที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่และพนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีว่ามีความสะดวกสามารถช่วยให้มีเวลาเพิ่มขึ้นเพื่อไปปฏิบัติงานด้านอื่น ๆ

2. ผลการวิจัยแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 พบว่า บุคลากรของสถาบันการเงินชุมชน ยังขาดทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการบริหารจัดการองค์กรต่าง ๆ ทำให้การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารการเงิน การบัญชี และงานด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว ซึ่งบุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีอุปสรรค เช่น เกิดความล่าช้า และเกิดความผิดพลาด เนื่องจากบุคลากรไม่สามารถใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบบัญชี และซอฟต์แวร์ที่จำเป็นในการทำงานได้ ทำให้บุคลากรใช้ระบบการทำงานด้วยมือ ซึ่งใช้เวลาในการทำงานนาน และทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน จากปัญหาดังกล่าว ทางสถาบันการเงินชุมชนจำเป็นต้องมีการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรของสถาบันการเงินชุมชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมล เอี่ยมปลัด (2551) เรื่อง ระบบงานสถาบันการเงินชุมชน พบว่า สถาบันการเงินชุมชนยังมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากรขาดการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ ซึ่งควรมีการกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างชัดเจน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ DeLone and McLean (2003) กล่าวคือ ด้านคุณภาพของการบริการ เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการ หรือความสามารถในการแก้ปัญหา เป็นสาเหตุให้ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานอยู่ในระดับต่ำ เมื่อผู้ใช้บริการมีการรับรู้อยู่ในระดับต่ำ ทักษะคติในการใช้งานและความตั้งใจใช้งานจึงมีระดับต่ำตามไปด้วย นอกจากนี้ โปรแกรมการใช้งานในสถาบันการเงินชุมชน พัฒนาโดย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยทางธนาคารเป็นผู้ฝึกอบรมการใช้งานระบบ แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านการใช้งาน เช่น ความรู้ ความสามารถของ



เจ้าหน้าที่ดูแลระบบสถาบันการเงินชุมชน ในเรื่องเกี่ยวกับบัญชี และระบบสารสนเทศ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นคนในชุมชนที่ขาดทักษะด้านการบัญชีและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ขาดความชำนาญและเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย และยังขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊คเพจ หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่ทันสมัย เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับสภาพร แสงสุโพธิ์ และสมคิด แก้วทิพย์ (2557) เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนกรณีศึกษาสถาบันการเงินชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชนโดยสรุปได้ 3 ประเด็น คือ 1) ด้านฮาร์ดแวร์ ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการปฏิบัติงานและมีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน 2) ด้านซอฟต์แวร์ ต้องพัฒนาให้ทันสมัยตอบสนองต่อการใช้งานในทุกระดับ และ 3) ด้านบุคลากร ต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ อย่างต่อเนื่องและพร้อมต่อการปฏิบัติงาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. สภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 คณะกรรมการในสถาบันการเงินชุมชน ยังขาดบุคลากรที่มีทักษะความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในส่วนการบริหารและการปฏิบัติงาน ทำให้การใช้งานระบบสารสนเทศที่มีอยู่ยังไม่สามารถใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. คณะกรรมการในสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 มีคอมพิวเตอร์ที่มีไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ทำให้ต้องมีการจัดทำด้วยสมุดบัญชีของสถาบันแทน
3. คณะกรรมการในสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972 ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้วยเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการแจ้งข่าวสารและกิจกรรมให้กับสมาชิกสถาบันการเงิน
4. คณะกรรมการในสถาบันการเงินชุมชน ควรมีจัดการอบรมให้มีความรู้ ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่บุคลากร เช่น การซ่อมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น เป็นต้น



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สถาบันการเงินชุมชนควรจัดฝึกอบรมให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิเช่น การซ่อมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น ระบบบัญชีสถาบันการเงินชุมชน และการดูแลระบบเครือข่ายเบื้องต้น เป็นต้น

1.2 สถาบันการเงินชุมชนควรมีการจัดซื้อคอมพิวเตอร์ และมีอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้มีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน

1.3 สถาบันควรจัดทำระบบสารสนเทศในการติดตามหนี้ แจ้งยอดคงเหลือ หรือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ โดยสถาบันต้องมีการพัฒนาให้ทันสมัย และควรเลือกใช้ระบบที่ใช้ต้นทุนไม่มาก และใช้งานง่าย การจัดทำเว็บไซต์สถาบันการเงิน และการทำแชทอัตโนมัติ (Line bot) เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนก่อนและหลังการฝึกอบรม

2.2 ควรศึกษาและพัฒนากลุ่มออมทรัพย์อื่น ๆ เพื่อให้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเช่นเดียวกับสถาบันการเงินชุมชน กลุ่มออมทรัพย์บ้านคลองทราย 972

รายการอ้างอิง

- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). *พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคงมั่งคั่งและยั่งยืน*. กรุงเทพฯ.
- ครรชิต มาลัยวงศ์. (2539). *ฐานปัญญาไทยในโลกสากล*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน กระทรวงศึกษาธิการ และศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). *การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- วิมล เอี่ยมปลัด. (2551). *ระบบงานสถาบันการเงินชุมชน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)* มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- สถาพร แสงสุโพธิ์ และสมคิด แก้วทิพย์. (2557). *การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชนกรณีศึกษาสถาบันการเงินชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.



- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564). สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dlink.php?nid=6422
- สุพัตรา วังเย็น. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ที่ใช้สำหรับประมวลผลข้อมูลทางบัญชี กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- สุวิทย์ คุณกิตติ. (2548). หลักการพัฒนากองทุนเป็นสถาบันทางการเงิน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- Lucas, C.H. (1997). *Information Technology for Management*. New York: McGraw-Hill.
- Zorkoezy, P. (1984). *Information Technology: An Introduction*. New York: Van Nostrand Reinhold.



รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิม ในจังหวัดชายแดนภาคใต้

A Model of Helping and Establishing Appropriate Muslim Identity for Muallafs of Muslim organizations in the Southern Border Provinces

อับดุลลียะห์ เต๊ะ สาและ^{1*} อับดุลรอนิง ลือเต๊ะ¹

Abdullateh Saleah^{1*}, Abdullroning Suetair¹

(Received: October 19, 2022; Revised: December 9, 2022; Accepted: January 12, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นตัวแทนจากองค์กรมุสลิม 10 องค์กร จำนวน 20 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยอิงตามกรอบการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ 1. ออกหนังสือรับรองการนับถือศาสนาอิสลาม 2. การเรียนรู้อิสลาม 3. การฝึกอ่านอัลกุรอาน 4. การจ่ายชะกาตและการบริจาค 5. การจัดตั้งกองทุนมุอัลลัฟ และ 6. การส่งเสริมอาชีพและปัจจัยยังชีพขั้นพื้นฐาน ข้อเสนอแนะ ควรให้ทุกอำเภอมีศูนย์ช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุอัลลัฟ โดยให้ชมรมอิหม่ามประจำอำเภอเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

คำสำคัญ: องค์กรมุสลิม อัตลักษณ์มุสลิม มุอัลลัฟ

¹คณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

¹Faculty of Islamic Sciences, Prince of Songkla University

*Corresponding author. E-mail: abd.lateh@hotmail.com



Abstract

This research is a qualitative research. The objective of this study was to study the patterns of Muslim organizations in providing assistance and building a Muslim identity to Muallafs in the southern border provinces. Data were collected from representatives of 20 Muslim from 10 Muslim organizations through in-depth interviews. Data were analyzed by content analysis based on in-depth interview framework. The results showed that to help and build a Muslim identity to Muallafs in the southern border provinces include: 1) Issuing a certificate of adherence to Islam 2) Learning Islam 3) Practice reading the Quran 4) Paying Zakat and Donating 5) Establishing the Muallafs Fund and 6) Promoting occupation and basic subsistence. Therefore, it is suggested that every district should have a center to help and build Muallafs identity by giving the district Imam club being a caretaker and responsible under the supervision of the Provincial Islamic Committee to be appropriate to the context of each area.

Keywords: Muslim Organization, Muslim Identity, Muallafs

บทนำ

ผู้ที่ได้รับฮิยาอะฮฺ (ทางนํ้า) จากพระผู้เป็นเจ้าให้ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตสู่อิสลาม เรียกว่ามุอัลลัฟ คือผู้บริสุทธิที่สังคมมุสลิมจะต้องดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด แม้แต่ชะกาทของมุสลิมก็จำเป็นจะต้องมอบให้แก่เขา เมื่อเดินหน้าเข้าสู่อิสลามแล้ว ต้องมั่นคงไม่เปลี่ยนแปลง (ชมรมผู้บริหารมัสยิดเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร, 2555) มุอัลลัฟเป็นคำที่ปรากฏในคัมภีร์อัลกุรอาน คือบรรดาผู้ที่มีความต้องการในการทำให้หัวใจของพวกเขาเหล่านั้นเอนเอียงไปสู่อิสลาม หรือทำให้หัวใจของพวกเขาเหล่านั้นมั่นคงในอิสลามหรือด้วยการยุติการประสงคร้ายต่อบรรดามุสลิม หรือมุ่งหวังประโยชน์ของพวกเขาในการปกป้องมุสลิม หรือช่วยเหลือมุสลิมให้มีชัยชนะเหนือศัตรูของพวกเขา เป็นต้น (Yusuf al-Qaradawiy, 2006) อัลกุรอานได้กล่าวว่า “คนที่มีหัวใจของเขาเหล่านั้นหรือหัวใจของสุเจ้าเอนเอียงมาสนใจอิสลาม” คนที่มีหัวใจเอนเอียงมาสนใจรับอิสลามมีสิทธิ์ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุน องค์การสามารถดูแลบุคคลนี้ได้ การปฏิบัติตัวของมุอัลลัฟหลายคน เมื่อเข้ารับอิสลามแล้วก็ทำตัวเหมือนมุสลิมโดยทั่ว ๆ ไป จากการศึกษางานวิจัย พบว่า ปัญหาที่ส่งผลกระทบหลังจากเข้ารับอิสลามของมุอัลลัฟ คือ ปัญหาจากครอบครัว เพื่อน และการใช้ชีวิตในสังคม และการไม่ยอมรับจากมุสลิมเดิมบางคน ปัญหามุอัลลัฟเปลี่ยนใจไปสู่อิสลามเดิมหลังจากเข้ารับอิสลาม ปัจจัยที่กลับไปสู่อิสลามเดิมมีหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ถ้าเข้ารับอิสลามเพราะการแต่งงาน เมื่อชีวิตการแต่งงานล้มเหลวจะเป็นเหตุผลหนึ่ง



ที่ให้กลับไปสู่ศาสนาเดิม แต่หากเข้ารับอิสลามเพราะความอยากรู้ ปัญหาการปรับเปลี่ยนเล็กน้อย เพราะมีการเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง เช่น การทำความเข้าใจกับครอบครัวเมื่อเปลี่ยนแล้ว ปัญหาจะน้อย แต่ถ้าไม่มีการเตรียมการที่ดีกับตัวเองและคนรอบข้าง บางครั้งไม่สามารถอดทน การทดสอบนั้นได้ เพราะผลกระทบหรือบททดสอบหลายคนเจอไม่เหมือนกัน บางคนเจอกับครอบครัว พ่อแม่ไม่ยอมรับ บางคนเจอกับเพื่อนไม่ยอมรับก็ต้องออกจากกลุ่มหรือสังคมนั้นไป บางคนเจอกับหัวหน้าไม่ยอมรับก็ต้องออกจากงาน (ต่อเหล็บ โอราหมหลง, 2557)

ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส มีประชากรทั้งสิ้น 1,995,244 คน ซึ่งแยกเป็นจังหวัดปัตตานี 694,023 คน จังหวัดยะลา 518,139 คน และจังหวัดนราธิวาส 783,082 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 83 นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้พื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีเอกลักษณ์ทางสังคมและวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ (กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน, 2561) ในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีองค์กรมุสลิมที่ให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิม ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด มัสยิด มุสลิมส่งเสริมจริยธรรมปัตตานี มุสลิมเพื่อการพัฒนาสังคม ชมรมมุสลิมมัสยิดกลางจังหวัดปัตตานี ศูนย์เด็กกำพร้า ผู้ยากไร้และมุสลิม ดารุลฟาอูร์ อำเภอบางปะกง จังหวัดยะลา และชมรมอิหม่ามประจำอำเภอบางปะกง เป็นต้น สำหรับการช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิม ได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม การจัดการเรียนการสอนอัลกุรอาน จัดเลี้ยงอาหารให้กับมุสลิมที่ขาดแคลน และจ่ายชะกาตให้กับมุสลิมเหล่านั้น จากการศึกษาข้อมูลจากองค์กรมุสลิมในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เกี่ยวกับรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิม ยังไม่ปรากฏรูปแบบที่ชัดเจน โดยให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมจะเป็นเพียงบางช่วงเวลาเท่านั้น ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากองค์กรมุสลิมให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมเป็นบางช่วง โดยยังไม่ปรากฏเป็นรูปธรรม ด้วยเหตุนี้องค์กรมุสลิมจึงบทบาทสำคัญที่จะให้ความช่วยเหลือแก่มุสลิมได้เรียนรู้ถึงอัตลักษณ์มุสลิมได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้



การทบทวนวรรณกรรม

อัตลักษณ์มุสลิม

นิยามของอัตลักษณ์มุสลิม คือ กลุ่มชาติพันธุ์ทางศาสนา (Ethnos religious group) กลุ่มหนึ่งที่มีความสัมพันธ์แนบแน่นอยู่กับศาสนาอิสลาม โดยผ่านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่ติดตัวมาแต่กำเนิดกับอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมซึ่งถูกกำหนดโดยหลักการศาสนาอิสลามซึ่งอยู่เหนือเชื้อสายชาติพันธุ์ทั้งหมด นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงการสร้างอัตลักษณ์มุสลิมของบุคคล ครอบครัว และชุมชนเป็นสิ่งที่สะท้อนออกมาจากมุสลิมโดยมีรากเหง้ามาจากศาสนาอิสลาม (จิรศักดิ์ โสะสัน, เยาวลักษณ์ อภิชาติวัลลภ และมณีนัย ทองอยู่, 2551)

นิยามมูอัลลัฟ

คำว่า มูอัลลัฟ ใช้เรียกบุคคลที่เข้ารับนับถืออิสลามใหม่ ๆ มูอัลลัฟ คือ ผู้ที่อัลลอฮ์ทรงเปิดหัวใจของพวกเขาให้ได้รับทางนำที่ถูกต้อง เมื่อบุคคลหนึ่งเข้ารับอิสลามจึงเปรียบเสมือนบุคคลนั้นเกิดใหม่ เพราะความผิดบาปทั้งหลายของเขาอัลลอฮ์จะทรงให้อภัย ซึ่งต่างจากมุสลิมโดยกำเนิดเพราะความผิดบาปของพวกเขาเริ่มนับตั้งแต่เมื่อพวกเขาบรรลุนิติภาวะตามหลักการอิสลาม คือชายเริ่มผันเปี่ยงและผู้หญิงเริ่มมีประจำเดือน (สมัคร กอเซ็ม, 2557) มูอัลลัฟ ตามการเรียกขานในสังคมไทย คือ ผู้ที่ปฏิญาณตนเข้ารับนับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งชีวิตของเขาก่อนหน้านี้จะเข้ารับอิสลามนั้นเขาเคยนับถือศาสนาพุทธหรือศาสนาอื่น ๆ มาก่อน ในบริบทของสังคมไทยการเรียกมุสลิมใหม่ว่า มูอัลลัฟ ส่วนใหญ่จะเรียกไปตลอดชีวิต ซึ่งไม่น่าจะถูกต้อง เนื่องจากคำว่ามูอัลลัฟน่าจะใช้เรียกในช่วงแรก ๆ ที่ประกาศตัวเข้ารับอิสลามเท่านั้น เมื่อเขาเข้ามาอยู่ในร่มเงาของอิสลามแล้ว วิถีชีวิตของเขาเปลี่ยนไปทำให้อิสลามของเขามีความแข็งแกร่ง มีที่พึ่งทางจิตใจ คำว่ามูอัลลัฟไม่น่าจะถูกนำมาเรียกอีกต่อไป สังคมมุสลิมควรเรียกเฉพาะผู้เข้ารับอิสลามในช่วงเดือนแรก ๆ หรือปีแรก ๆ เท่านั้น หลังจากนั้นไม่ควรเรียกมูอัลลัฟอีกต่อไปเพราะต้องการให้มูอัลลัฟมีความสนิทสนมคุ้นเคย มีทัศนคติที่ดีต่อมุสลิมและมีความรู้สึกพึงพอใจต่ออิสลามโดยปราศจากความรู้สึกแปลกแยกว่าเขาเป็นมุสลิมประเภทชั้นสอง (ปริญญา ประหยัดทรัพย์, 2562)

การให้ความช่วยเหลือมูอัลลัฟ

การให้ความช่วยเหลือมูอัลลัฟ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการรู้จักเป็นรายบุคคล เพื่อจะให้การดูแลช่วยเหลือได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ศาสนาอิสลามได้ส่งเสริมการให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติความดีงามต่าง ๆ อัลลอฮ์ ได้ตรัสไว้

ความว่า “และพวกเจ้าจงช่วยเหลือกันในเรื่องที่เป็นคุณธรรมและความยำเกรง และจงอย่าช่วยกันในเรื่องที่เป็นบาป” (อัลมาอิดะฮ์, 5:2)



อิบนุกะษีรฺ (Ibn Kathir, 1999) ได้อธิบายว่า พระองค์ทรงบัญชาใช้ให้ปวงบ่าวผู้ศรัทธาช่วยเหลือเกื้อหนุนต่อกันในการปฏิบัติความดีงามต่าง ๆ นั่นคือคุณธรรม และให้ละทิ้งความเลวต่าง ๆ ขณะเดียวกันพระองค์ทรงห้ามการยุยงส่งเสริมอธรรมทุกรูปแบบที่ก่อให้เกิดบาปและที่เป็นข้อห้ามทางศาสนา

มุฮัลลัฟได้ปรากฏในอัลกุรอ่าน อัลลอฮ์ ได้ตรัสว่า :

ความว่า “แท้จริงท่านทั้งหลายนั้น สำหรับบรรดาผู้ที่ยากจนและบรรดาผู้ที่ขัดสนและบรรดาเจ้าหน้าที่ในการรวบรวมมัน และบรรดาผู้ที่หัวใจของพวกเขาสนิทสนมและในการไถ่โทษ และบรรดาผู้ที่หนีสินล้นตัว และในทางของอัลลอฮ์ และผู้ที่อยู่ในระหว่างเดินทางทั้งนี้เป็นบัญญัติอันจำเป็นซึ่งมาจากอัลลอฮ์ และอัลลอฮ์ นั้นเป็นผู้ทรงรอบรู้ ผู้ทรงปรีชาญาณ” (อัตเตาบะฮ์, 9: 60)

อัลกุรอ่านโองการนี้ ได้ระบุว่า มุฮัลลัฟ เป็นหนึ่งในแปดจำพวกที่มีสิทธิ์ได้รับทานชะกาต และการเป็นมุฮัลลัฟ อัลลอฮ์จะยกโทษบาปในอดีตของเขา อัลลอฮ์ได้ตรัสไว้

ความว่า “จงกล่าวเถิด (มุฮัมมัด) แก่บรรดาผู้ที่ปฏิเสธศรัทธาว่า หากพวกเขาหยุดยั้งสิ่งที่แล้วมา ก็จะถูกอภัยให้แก่พวกเขาและหากพวกเขากลับ (ต่อต้าน) อีก แท้จริงนั้นแนวทางของคนก่อน ๆ นั้นได้ผ่านมาแล้ว” (อัลอัมฟาละ, 8:38)

การศรัทธาของมุฮัลลัฟทำให้ได้รับความพึงพอใจ ความช่วยเหลือและเกียรติในโลกนี้และโลกหน้า ดังที่อัลลอฮ์ ตรัสว่า

ความว่า “แท้จริงเราจะช่วยเหลือบรรดาเราะสุลของเราและบรรดาผู้ศรัทธาอย่างแนบแน่น ทั้งในชีวิตของโลกนี้และวันที่ปวงพยานจะยืนขึ้นเป็นพยาน” (ซอฟิร: 51)

อัลลอฮ์ตรัสอีกว่า

ความว่า “วันนี้การชะฟาอะฮ์ จะไม่เกิดประโยชน์อันใด นอกจากผู้ที่พระผู้ทรงกรุณาปรานีทรงอนุญาตแก่เขา และพระองค์ทรงพอพระทัยในคำพูดของเขาเท่านั้น” (ฏอฮา, 20: 109)

จากอายะฮ์ดังกล่าว แสดงการได้รับความช่วยเหลือคือ การมีชัยชนะในโลกนี้และโลกหน้า นอกจากผู้ที่อัลลอฮ์ทรงให้สิทธิ์แก่เขาและพระองค์ทรงพอพระทัยในคำพูดของเขาเท่านั้น คือคำกล่าวลาอิลาฮะฮ์อัลลอฮ์ และการชี้ว่าการชะฟาอะฮ์นั้นจะไม่เกิดขึ้นกับผู้ที่ไม่นอกเหนือจากมุฮัมมัดหมายถึง บรรดาผู้ปฏิเสธศรัทธา ท่านนบีได้กล่าวอีกว่า

ความว่า “พวกท่านทุกคนล้วนมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบ และพวกท่านทุกคนต้องถูกสอบสวนจากหน้าที่ความรับผิดชอบนั้น ผู้นำมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อประชาชนในปกครองของเขา และเขาต้องถูกสอบสวนถึงความรับผิดชอบต่อประชาชนด้วย และบุรุษ (สามี พ่อบ้าน) มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อสมาชิกในครอบครัว และเขาต้องถูก



สอบสวนถึงความรับผิดชอบต่อสมาชิกในครอบครัวด้วย และทาสรับใช้มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบดูแลทรัพย์สินของผู้เป็นนาย และเขาจะถูกสอบสวนถึงความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินนั้นด้วย และสตรี (ภรรยา, แม่บ้าน) มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบดูแลบ้านให้สามี และนางต้องถูกสอบสวนถึงความรับผิดชอบนั้น ๆ ด้วย” (บันทึกโดยอัลบุคอรี หะดีษหมายเลข 2554 และมุสลิม หะดีษหมายเลข 1829)

ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟ เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบ (อะมานะฮ์) ของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือมุอัลลัฟ และในอิสลามได้กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้รับมอบหมายและไว้วางใจ ไม่ว่าจะเป็นความรับผิดชอบต่อหน้าที่ อัลลอฮ์ทรงกำหนดให้ "อะมานะฮ์" ความรับผิดชอบต่อหน้าที่เป็นคุณลักษณะที่ดีและเป็นส่วนหนึ่งของการศรัทธาที่สมบูรณ์ และเป็นคุณสมบัติหรือจรรยาบรรณประการหนึ่งของผู้ศรัทธาที่จะได้รับชัยชนะและความสำเร็จในวันกิยามะฮ์

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ

ความหมายของรูปแบบ

รูปแบบ (Model) หมายถึง แบบจำลองสภาพความจริงที่สร้างขึ้น เพื่อใช้แทนแนวคิดหรือปรากฏการณ์ที่ได้ศึกษา โดยใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจความจริงของปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้อย่างถ่องแท้ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งที่อาศัยความร่วมมือจากบุคคลหรือกลุ่มคนในองค์กร ด้วยการอาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนองค์ความรู้ที่มีอยู่ ทั้งที่เป็นความรู้ที่ชัดเจน และความรู้ที่ฝังลึก ผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ร่วมกัน และฝังความคิด แสดงความเชื่อมโยงขององค์ประกอบและแนวทางการพัฒนาโดยมีคู่มือในการดำเนินงานตามรูปแบบที่กำหนดไว้ (พิรัชมา ระวรายริน, 2560; อัลยานี วาโดร์, 2560; จรูณี แสงหวัง, 2562)

การพัฒนารูปแบบ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1. องค์ความรู้และแหล่งความรู้ต่าง ๆ 2. กระบวนการ 3. เทคโนโลยี 4. การสื่อสาร 5. การประเมินผล (อัลยานี วาโดร์, 2560) ส่วนขั้นตอนการสร้างรูปแบบ โดยมีขั้นตอนในการสร้าง คือ 1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ทฤษฎีและเทคนิคการจัดรูปแบบกิจกรรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบ 2. เลือกทฤษฎีและเทคนิคที่เหมาะสมกับรูปแบบ 3. กำหนดออกแบบที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบ 4. ดำเนินการสร้างรูปแบบ คือ ขั้นตอนเริ่มต้นการมีส่วนร่วม ขั้นตอนดำเนินการการใช้กิจกรรมกลุ่ม ขั้นสรุปและประยุกต์หลักการ (ดวงฤดี พ่วงแสง, 2558)

ผู้วิจัยสามารถสรุปรูปแบบ เป็นแนวทางที่ผ่านการพัฒนาขึ้นจากหลักการ แนวคิด และวิธีการดำเนินงานอย่างมีระบบสามารถยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของ



องค์ประกอบเหล่านั้น และนำไปใช้เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้ สำหรับการพัฒนารูปแบบนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีในการสร้างรูปแบบ โดยนำเอาข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดความสัมพันธ์ของกระบวนการ องค์ประกอบของรูปแบบ โดยกำหนดข้อเสนอของรูปแบบเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปผลสำหรับอธิบายรูปแบบที่เกิดขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษารูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ผู้ให้การสัมภาษณ์หลัก (Key informants)

ผู้ให้การสัมภาษณ์หลักในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 20 ท่าน จากองค์กรมุสลิม จำนวน 10 แห่ง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้การสัมภาษณ์หลักแบบเจาะจง ได้แก่ 1) สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดปัตตานี 2) สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดยะลา 3) สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดนราธิวาส 4) ชมรมอิมามอำเภอหรือเสาะ จังหวัดนราธิวาส 5) ชมรมมุสลิมพัลลภกลางจังหวัดปัตตานี 6) มูลนิธิส่งเสริมจริยธรรมจังหวัดปัตตานี 7) มูลนิธิเพื่อการพัฒนาสังคม อำเภอปะนาเระ จังหวัดปัตตานี 8) มัสยิดตะอาวันบางปู จังหวัดปัตตานี 9) ศูนย์เด็กกำพร้า ผู้ยากไร้และมุสลิม ดารุลฟาฎัร จังหวัดยะลา และ 10) มหาวิทยาลัยฟาฏอนี ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

1. เกณฑ์การเลือกองค์กรมุสลิม ได้แก่ 1) เป็นองค์กรมุสลิมที่ได้รับการยอมรับในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และ/หรือ 2) เป็นองค์กรมุสลิมที่ได้ดำเนินการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่น้อยกว่า 5 ปี

2. เกณฑ์การเลือกกลุ่มเป้าหมาย/ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ 1) ดำรงตำแหน่งประธานและหัวหน้าฝ่ายดูแลมุสลิมไม่น้อยกว่า 2 ปี และปัจจุบันยังดำรงตำแหน่งอยู่ 2) ดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายมุสลิมไม่น้อยกว่า 2 ปี และปัจจุบันยังดำรงตำแหน่งอยู่หรือผู้ที่ทำหน้าที่ในการช่วยเหลือมุสลิม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและการสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบ่งเป็นผู้บริหารองค์กรมุสลิม



ในการช่วยเหลือมุสลิม ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและการสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยอิงตามกรอบการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยเช่นกัน โดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย แบ่งประเภทตามเนื้อหาประเภทต่าง ๆ แล้วนำเสนอในรูปแบบรายงานเชิงพรรณนาวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (อัญญา พลตเปื้อง, 2013) คือ 1) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการถอดเทปที่ได้ทำการบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ทำการตรวจสอบข้อมูล และอ่านข้อมูลที่ถอดเทปเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้ทำการบันทึกไว้เพื่อการตรวจสอบเบื้องต้น 2) สร้างความเข้าใจความหมายที่ได้จากการถอดเทป ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาด้วยการพิจารณาประเด็นที่มีความสำคัญ 3) วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยจำแนกประเภทข้อมูลเป็นหมวดหมู่หรือประเภท จัดกลุ่มตามความสัมพันธ์และความสอดคล้องของข้อมูล 4) พิจารณาแต่ละประเด็นและความหมายของคำ และ 5) การจำแนกข้อมูลที่ได้ตามความหมายที่สามารถอธิบายความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและการสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิมขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยมีการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล เช่น ชื่อและนามสกุลจริงของผู้ให้ข้อมูลโดยก่อนการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและขออนุญาตดำเนินการสัมภาษณ์ รวมถึงแจ้งการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลได้รับทราบ และภายหลังการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตรวจสอบสิ่งที่ผู้วิจัยบันทึกทุกครั้งโดยกระบวนการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้ ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยเป็นเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย และให้ผู้ให้ข้อมูลหลักลงชื่อยอมรับ รวมทั้งเอกสารยินยอมเข้าร่วมวิจัยโดยมีหลักเกณฑ์ในการเข้าร่วมการวิจัยของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

1. เกณฑ์การคัดออกของผู้ร่วมการวิจัย สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ร่วมการวิจัยไม่สะดวกเข้าร่วมในการทำกิจกรรมสนทนากลุ่ม หรือตอบแบบสัมภาษณ์ไม่ครบตามที่ได้กำหนดไว้ในการวิจัย
2. เกณฑ์การถอนตัวของผู้ร่วมการวิจัย การเข้าร่วมในการศึกษาครั้งนี้เป็นไปโดยความสมัครใจ หากผู้ร่วมวิจัยไม่สมัครใจจะเข้าร่วมแล้ว สามารถถอนตัวได้ตลอดเวลา การขอถอนตัวออกจากการวิจัยจะไม่มีผลแต่อย่างใด ผู้ทำวิจัยอาจถอนผู้ร่วมการวิจัยออกจากการเข้าร่วมการวิจัย เพื่อเหตุผล



ด้านความปลอดภัย หรือเมื่อผู้สนับสนุนการวิจัยยุติการดำเนินงานวิจัย หรือในกรณีผู้ร่วมการวิจัยไม่สามารถปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ทำวิจัย

3. เกณฑ์การยุติการวิจัย คือ กรณีที่เกิดอันตรายหรือผู้ร่วมการวิจัยได้รับบาดเจ็บจากการเข้าร่วมวิจัย และผู้มีอำนาจอนุมัติยุติการวิจัย

4. การปฏิบัติของผู้ร่วมการวิจัยขณะเข้าร่วมในการทำวิจัย คือ การเข้าร่วมในการศึกษาค้นคว้าเป็นไปโดยความสมัครใจ และให้ข้อมูลของท่านแก่ผู้ทำวิจัยด้วยความสัตย์จริง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ และจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น แต่จะมีประโยชน์เฉพาะการศึกษาเท่านั้น

ผลการวิจัย

รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและการสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จากการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบและทำหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมต่าง ๆ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักของตัวแทนองค์กรมุสลิมเกี่ยวกับรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า

1. ออกหนังสือรับรองการนับถือศาสนาอิสลามผู้สนใจอิสลามและได้ปฏิญาณตนเข้ารับอิสลามเรียบร้อยแล้ว ทางสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดได้ออกหนังสือรับรองการนับถือศาสนาอิสลาม (มุอัลลัฟ) เพื่อใช้ประกอบในการทำบัตรประจำตัวประชาชน จึงจะปรากฏศาสนาอิสลามในบัตรประจำตัวประชาชน และหนังสือคำสั่งแต่งตั้งผู้จัดการศพของมุอัลลัฟ เพื่อป้องกันปัญหาในกรณีผู้ที่เข้ารับอิสลามกลับบ้านเกิดและได้เสียชีวิต ทางครอบครัวของมุอัลลัฟจะปฏิบัติพิธีกรรมในการจัดการศพตามศาสนาอื่น เมื่อมีหนังสือคำสั่งแต่งตั้งฉบับนี้ก็สามารถนำศพมาเพื่อปฏิบัติตามพิธีการจัดการศพตามศาสนาอิสลามต่อไป

2. การเรียนรู้อิสลาม การให้ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างหลักของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับหลักความศรัทธา (อะกีดะฮ์) หลักการปฏิบัติ (อิบาดะฮ์) และหลักคุณธรรมจริยธรรม (อิหฺซาน) ดังนี้

หลักความศรัทธา (อะกีดะฮ์) ที่ถูกต้องเป็นรากฐานสำคัญของอิสลาม มุอัลลัฟต้องเรียนรู้หลักการศรัทธาที่ถูกต้อง การศรัทธาเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตของมุสลิม โดยอิสลามได้กำหนดให้หลักการศรัทธา (อะกีดะฮ์) เป็นพื้นฐานในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมที่ครอบคลุม และในขณะเดียวกันความศรัทธาสามารถป้องกันมิให้เกิดความเบี่ยงเบนทุกชนิดทั้งปกป้องจากการหลงผิด ความคลางแคลงใจ และความสงสัยใด ๆ ที่อาจเข้ามาในความคิดของมุสลิม โดยความเบี่ยงเบน



มากมายทั้งในลักษณะการคิด การพูด และการกระทำ อันเนื่องมาจากความไม่เข้าใจต่อหลักการศรัทธาในอิสลามที่แท้จริง โดยหลักการศรัทธาของมุสลิม ได้แก่ การศรัทธาต่ออัลลอฮ์ การศรัทธาต่อมะลาอิกะฮ์ การศรัทธาต่อคัมภีร์ต่าง ๆ การศรัทธาต่อบรรดาศาสนทูต การศรัทธาต่อวันอาคิเราะฮ์ และการศรัทธาต่อเกาะดร์ หรือกฎสภาพการณ์ ดังนั้นจำเป็นที่มุอัลลัฟต้องทำความเข้าใจเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจและสามารถนำอิสลามสู่วิถีชีวิตได้อย่างครบถ้วนในทุก ๆ ด้าน

หลักการปฏิบัติ (อิบาดะฮ์) การปฏิบัติศาสนกิจ (อิบาดะฮ์) ที่ถูกยอมรับนั้นจะต้องสอดคล้องกับหลักความศรัทธาที่ถูกต้อง ต้องเป็นไปตามที่อัลลอฮ์ทรงกำหนดหรือบัญญัติแก่ปวงบ่าวให้ปฏิบัติ เพื่อเป็นการเข้าใกล้อัลลอฮ์ นอกจากนั้นต้องได้มาจากอัลลอฮ์ และเราะสูลของพระองค์เท่านั้น ดังนั้นในหลักการปฏิบัติของมุอัลลัฟจะต้องแสดงออกมาด้วยเจตนาอันบริสุทธิ์ใจและเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ และปฏิบัติศาสนกิจตามสิ่งต่าง ๆ ที่อัลลอฮ์สั่งใช้และละเว้นจากสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นข้อห้ามของอัลลอฮ์ โดยหลักการปฏิบัติสำหรับมุอัลลัฟ ได้แก่ การละหมาด การจ่ายชะกาต การถือศีลอด การประกอบพิธีฮัจญ์ รวมถึงการปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามในชีวิตประจำวัน

หลักคุณธรรมจริยธรรม (อิหฺซาน) เป็นการเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ เสมือนหนึ่งว่าอยู่เบื้องหน้าพระองค์ และแม้เรามองไม่เห็นพระองค์แต่พระองค์ก็ทรงมองเห็นเรา เป็นความรับผิดชอบที่ตัวของเราจะต้องควบคุมตนเองให้คิดและปฏิบัติตามคำสั่งใช้ของพระองค์ด้วยความศรัทธาและมั่นใจในศาสนาอิสลามจริยธรรมอันดีงามเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทุก ๆ คน

3. การฝึกอ่านอัลกุรอาน โดยใช้แบบฝึกหัดอ่านอัลกุรอานระบบกีรออาตีฮ์หรือระบบอิกเราะฮ์ โดยมีวิธีการคือ มีความบริสุทธิ์ใจ ตั้งใจอย่างแน่วแน่ มีความปรารถนาในการฝึกอ่านอัลกุรอานอย่างมุ่งมั่นเรียนรู้ความประเสริฐและความสำคัญของอัลกุรอาน เรียนอัลกุรอานกับผู้ที่มีความเข้าใจในเรื่องการอ่านและการออกเสียงที่ถูกต้อง และจัดเนื้อหาแบบฝึกอ่านเรียบเรียงจากง่ายไปหายากและประเมินความสามารถในการอ่านเป็นประจำสม่ำเสมอ

4. การจ่ายชะกาตและการบริจาค มุอัลลัฟเป็นบุคคลที่เพิ่งเข้ารับอิสลามใหม่ ๆ การศรัทธาที่มีต่ออิสลามยังไม่แน่นแฟ้นและมั่นคง ดังนั้นการจ่ายชะกาตให้แก่มุอัลลัฟ จึงเป็นการสร้างความแน่นแฟ้นให้หัวใจของเขามีศรัทธายิ่งขึ้น ช่วยเหลือและป้องกันมิให้เกิดอันตรายแก่เขา ดังนั้นส่วนหนึ่งจากสิทธิของมุอัลลัฟ คือ ชะกาต เพื่อจะได้ตั้งรกราก เป็นขวัญและกำลังใจ แสดงให้เห็นถึงน้ำใจไมตรีการต้อนรับสู่ครอบครัวอิสลามที่อบอุ่น ส่วนการกำหนดกฎเกณฑ์ของระยะเวลาในการรับชะกาตของมุอัลลัฟ องค์กรมุสลิมจะมีแนวทางปฏิบัติที่แตกต่างกันในการกำหนดระยะเวลาในการรับชะกาตของมุอัลลัฟ



5. การจัดตั้งกองทุนมุสลัฟ เพื่อการช่วยเหลือและดำเนินกิจกรรมสำหรับมุสลัฟ เช่น การเยี่ยมเยียนผู้ป่วย และผู้เสียชีวิต เป็นต้น และการให้ความช่วยเหลือมุสลัฟบรรเทาความเดือดร้อนเบื้องต้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสร้างการมีส่วนร่วมของสังคมในการช่วยเหลือมุสลัฟ

6. การส่งเสริมอาชีพและปัจจัยยังชีพขั้นพื้นฐาน เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ องค์กรมุสลิมได้ให้ความช่วยเหลือโดยจะพิจารณาคัดเลือกตามเกณฑ์ที่ทางองค์กรมุสลิมได้กำหนดไว้ เช่น รถเข็นขายของเพื่อใช้ในการค้าขายยาแฉบ อุปกรณ์และเครื่องมือทำขนมเค้กและอุปกรณ์ทำเบเกอรี่ เป็นต้น รวมทั้งเพิ่มทักษะทางวิชาชีพและเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานตามความถนัดและความต้องการของมุสลัฟ และช่วยเหลือด้านปัจจัยยังชีพขั้นพื้นฐาน ได้แก่ สถานที่พัก อาหาร เครื่องนุ่งห่มและอื่น ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยรูปแบบการให้ความช่วยเหลือและการสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลัฟขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปราย ดังนี้

องค์กรมุสลิมในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มีส่วนช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลัฟ คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างหลักของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับหลักความศรัทธา (อะกีดะฮ์) หลักการปฏิบัติ (อิบาดะฮ์) และหลักคุณธรรมจริยธรรม (อิหฺซาน) รวมถึงการปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามในชีวิตประจำวัน การทำความสะอาดและการชำระล้างสิ่งต่าง ๆ ตลอดจนหลักจริยธรรมและมารยาทต่าง ๆ ของอิสลาม การแต่งกายที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม การฝึกอ่านและท่องจำอัลกรุอาน บทราลิกถึงอัลลอฮ์ และการขอดุอา เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวิสุทธิ ปิลล้าเต๊ะ และฉันทัส ทองช่วย (2553) พบว่า ความพยายามในการดำรงอัตลักษณ์มุสลิม การจัดการความรู้ อาศัยการละหมาดเป็นฐานสำคัญในการจัดการ ใช้เวลาหลังละหมาดเป็นเวลาในการให้ความรู้ เนื้อหาความรู้เน้นไปที่การนำระบบวัฒนธรรมละหมาดไปใช้เป็นวิถีชีวิตนอกละหมาด และการจัดระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานด้วยชุมชนเองการสร้างวิถีชีวิต ใช้มัสยิดเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทุกด้าน โดยมีมัสยิดเป็นผู้ตรากฎระเบียบทางสังคม การให้การศึกษาและความรู้ซึ่งครอบคลุมในการสร้างอัตลักษณ์มุสลิม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรศักดิ์ โสะสัน และคณะ (2551) พบว่า การสร้างคุณค่าและความศรัทธาร่วมกัน โดยผ่านการใช้หลักคำสอนทางศาสนาอิสลาม บทบาทขององค์กรมุสลิม ซึ่งกลไกเหล่านี้ได้นำมาสู่การรวมกลุ่มของชุมชนมุสลิมบนพื้นฐานความศรัทธาร่วมกัน การสร้างอัตลักษณ์มุสลิมเป็นส่วนที่ถูกสร้างขึ้นผ่านภาพลักษณ์ทางกายภาพเพื่อให้ความเป็นมุสลิมมีความเด่นชัด ชะกาดและการบริจาคแก่มุสลัฟ การจ่ายชะกาดแก่มุสลัฟเป็นการสร้างความแน่นแฟ้น



ให้หัวใจของเขามีศรัทธายิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงน้ำใจไมตรีการต้อนรับสู่ครอบครัวอิสลามที่อบอุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยต่อเหลือบ โอราหมหลง (2557) พบว่า การดูแลมุอัลลัฟหลังจากเข้ารับอิสลาม ให้คำปรึกษาในเรื่องที่ไม่เข้าใจ ให้ความช่วยเหลือเป็นกันเอง สนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับศาสนา เช่น การเข้าค่ายมุอัลลัฟประจำปี จัดเลี้ยงอาหารให้กับมุอัลลัฟที่ขาดแคลนและจ่ายชะกาต ให้กับมุอัลลัฟ สำหรับการส่งเสริมอาชีพตามความถนัดของมุอัลลัฟ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ องค์กรมุสลิมได้ให้ความช่วยเหลือโดยจะพิจารณาคัดเลือกตามเกณฑ์ที่ทางองค์กรมุสลิมได้กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสะลือรี วาลี, อับดุลการิม อัสมะแอ, อับดุลเลาะ อูมา และ ฮัสบุลเลาะ อาคิสสกุล (2564) พบว่า ทางมัสยิดดารุลอามานได้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มมุอัลลัฟด้วยวิธีที่หลากหลาย การประสานงานให้ทีมงานทำ สนับสนุนอุปกรณ์เพื่อการประกอบอาชีพ รูปแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมุอัลลัฟโดยเน้นการแก้ปัญหาเฉพาะกรณีด้วยการจัดสวัสดิการการช่วยเหลือของมัสยิดแก่มุอัลลัฟที่ไม่สามารถประกอบอาชีพหรือสามารถประกอบอาชีพแต่มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตของครอบครัว มีการรับบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธาจัดสรรให้ทุกเดือน ผลักดันกองทุนมัสยิดให้เป็นบัญชีธนาคารโดยมีการกิจหนึ่งที่มีหน้าที่เฉพาะในการดูแลผู้ด้อยโอกาส ทุกปีมีการจัดระดมทุนเพื่อมุอัลลัฟ และบริหารจัดการทรัพย์สินวากัฟให้เกิดรายได้

สรุปผลการวิจัย

รูปแบบการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย 1. การออกหนังสือรับรองการนับถือศาสนาอิสลาม โดยสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดได้ออกหนังสือรับรองการนับถือศาสนาอิสลาม (มุอัลลัฟ) เพื่อใช้ประกอบในการทำบัตรประจำตัวประชาชนและระบุศาสนา และหนังสือคำสั่งแต่งตั้งผู้จัดการศพของมุอัลลัฟ 2. การเรียนรู้อิสลาม การให้ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างหลักของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับหลักความศรัทธา (อะกีดะฮ์) หลักการปฏิบัติ (อิบาดะฮ์) และหลักคุณธรรมจริยธรรม (อิหฺซาน) จำเป็นที่มุอัลลัฟต้องทำความเข้าใจเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติตามคำสั่งใช้ของอัลลอฮ์ด้วยความศรัทธา มั่นใจในศาสนาอิสลาม และสามารถนำอิสลามสู่วิถีชีวิตอย่างครบถ้วนในทุก ๆ ด้าน 3. การฝึกอ่านอัลกุรอาน โดยใช้แบบฝึกหัดอ่านอัลกุรอานระบบกีรออาตีฮ์หรือระบบอิกเราะฮ์ 4. การจ่ายชะกาต และการบริจาค การจ่ายชะกาตให้แก่มุอัลลัฟขององค์กรมุสลิมเป็นการสร้างความแน่นแฟ้นให้หัวใจของมุอัลลัฟมีศรัทธายิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงน้ำใจไมตรีการต้อนรับสู่ครอบครัวอิสลามที่อบอุ่น 5. การจัดตั้งกองทุนมุอัลลัฟ เพื่อการช่วยเหลือและดำเนินกิจกรรมสำหรับมุอัลลัฟ เช่น การเย็บเยียน



ผู้ป่วย ผู้เสียชีวิต เป็นต้น และ 6. การส่งเสริมอาชีพตามความถนัดของมุสลิม เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ องค์กรมมุสลิมได้ให้ความช่วยเหลือโดยจะพิจารณาคัดเลือกตามเกณฑ์ที่ทางองค์กรมมุสลิมได้กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ควรตระหนักถึงการดูแลและช่วยเหลือมุสลิมหลังจากที่เข้ารับอิสลาม โดยกำหนดนโยบายให้กับมัสยิดในการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิม

1.2 จัดตั้งศูนย์มุสลิมในการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิม โดยให้ชมรมอิหม่ามประจำอำเภอเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ทั้งนี้ควรคำนึงให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

1.3 ส่งเสริมการรวมกลุ่มของมุสลิม สามารถสร้างความสัมพันธ์ และพบปะพูดคุยระหว่างมุสลิมด้วยกัน ถ้ามหาวิทยาลัยซึ่งกันและกัน ปัญหาและอุปสรรค สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือ และการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมอาชีพแก่มุสลิม

1.4 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างมุสลิมกับมัสยิด โดยอิหม่ามต้องเอาใจใส่ต่อมุสลิมให้มีความสัมพันธ์กับมัสยิด ให้ความรู้ด้านศาสนาอิสลาม การอยู่ร่วมกันในชุมชนมุสลิม และควรให้ความตระหนักถึงการช่วยเหลือมุสลิมให้มากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการจ่ายชะกาตเท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมองค์กรมมุสลิมในพื้นที่ห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้เนื่องจากมีองค์กรมมุสลิมที่มีส่วนช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมแก่มุสลิม และกลุ่มมุสลิมด้วยเช่นเดียวกัน

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการให้ความช่วยเหลือและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมให้ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ ศาสนาและสังคม

2.3 ควรมีการศึกษาแนวทางการส่งเสริมให้ความรู้ด้านศาสนาอิสลามและการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มมุสลิม และการสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรมมุสลิมอย่างสม่ำเสมอ



รายการอ้างอิง

- กลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้. (2561). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน พ.ศ.2562-2564. กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้.
- จรูณี แสงหวัง. (2562). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำครูด้วยกระบวนการศึกษาชั้นเรียนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ปัตตานี.
- จิรศักดิ์ โสละสัน, เขาวลัษณ์ อภิชาติวัลลภ และมณีนัย ทองอยู่. (2551). นูรูลอิสลามแลกระบวนการสร้างชุมชนมุสลิมในพหุสังคมอิสาน. วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง, 4(1), 53-92.
- ชมรมผู้บริหารมัธยมศึกษาตอนจบจาก กรุงเทพมหานคร. (2555). คู่มือมุอัลลัฟ (มุสลิมใหม่) (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: ชมรมผู้บริหารมัธยมศึกษาตอนจบจาก.
- ดวงฤดี พวงแสง. (2558). รูปแบบการให้ความช่วยเหลือด้านจิตใจสำหรับเยาวชนที่ประสบภัยพิบัติจากอุทกภัยในการใต้ของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา.
- ต่อเหล็บ โอราหมลง. (2557). วิธีการตะวะฮ์ของมุสลิฮ์นิตินันท์แก่มุอัลลัฟ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ปัตตานี.
- ปริญญา ประหยัดทรัพย์. (2562). การดูแลมุสลิมใหม่ในชุมชนมุสลิมพื้นที่ชายฝั่งอันดามันหลังเข้ารับอิสลาม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 15(2), 86-98.
- พิรัชณา ระรวรรัตน์. (2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของชุมชนหัตถกรรมจักสานแบบสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตภาคกลาง. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- วิสุทธิ บิลล่าเต๊ะ และฉันทส ทองช่วย. (2553). กระบวนการดำรงอัตลักษณ์มุสลิมกับการสร้างชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดบ้านเหนือ. วารสารอัล-นุร (AL-NUR), 5(9), 55-66.
- สมัคร์ กอเซ็ม. (2557). ร่องรอยของความเป็นอื่น : มุสลิม “ชาวเขา” และการเมืองอัตลักษณ์ในกระบวนการเปลี่ยนศาสนา. วารสารสังคมศาสตร์, 26(1), 53-89.
- สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ. (2541). พระมหาคัมภีร์ อัลกุรอาน พร้อมคำแปลเป็นภาษาไทย. ชาอูดีอาร์เบีย: ศูนย์กษัตริย์พะฮัด เพื่อการพิมพ์อัล-กุรอาน แห่งนครมะดีนะฮ์.



- สะสือรี วาลี, อับดุลการีม อัสมะแอ, อับดุลเลาะ อูมา และฮัสบูลเลาะ อาคิสสกุล. (2564). *ต้นแบบการเรียนรู้และนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจชุมชนฐานรากโดยมีมัสยิดเป็นฐานในจังหวัดปัตตานี*. หน่วยบริหารและจัดการทุนวิจัยและนวัตกรรมด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.).
- อัญญา ปลดเปลื้อง. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยา. *Nursing Journal of The Ministry of Public Health*, 23(2),1-10.
- อัลยานี วาโดร์. (2560). *การพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านเว็บบล็อก ตามแนวคิดเพื่อช่วยเพื่อน เรื่องการวิจัยในชั้นเรียน สำหรับครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ปัตตานี.*
- Ibn Kathir. (1999). *Tafsir 'Ibn Kathir*. Riyad:Dar Tayyibah.
- Muslim bin al-Hajjaj. (1996). *Sahih Muslim*. Tahqiq Muhammad Fuaad Abd al-Baqiy. al-Riyad: Dar 'Alam al-Kutub.
- Yusuf al-Qaradawiy. (2006). *Fig al-Zakah*. al-Qahirah: Maktabah Whabah.



ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ

Engagement of Generation Y's Staff in International College, XYZ University

วราภรณ์ ศรีสุว^{1*} วิเชต คำบุญรัตน์¹

Waraporn Srisuay^{1*}, Wichet Kambunrat¹

(Received: September 20, 2022; Revised: November 15, 2022; Accepted: December 22, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรกลุ่มที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มบุคลากรเจเนอเรชั่นวาย ในคณะวิทยาลัยนานาชาติ จำนวน 52 คน โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google form และมีผู้ตอบกลับมาเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 96.15 ของบุคลากรทั้งหมด การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร และปัจจัยด้านระบบในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงานไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการสร้างและส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรให้กลุ่มบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในคณะวิทยาลัยนานาชาติ ได้แก่ ปรับรูปแบบการสื่อสารภายใน พัฒนาศักยภาพผู้นำ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและบุคลากร การสร้างบรรยากาศที่ดีภายในองค์กร สนับสนุนระบบและเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการทำงานส่งเสริมอบรมพัฒนาทักษะ สร้างระบบการประเมินผลงานให้มีมาตรฐาน และพัฒนาการวางแผนความก้าวหน้าและการเติบโตในสายงานให้แก่บุคลากร

¹คณะวิทยาลัยการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

¹ Faculty of Management, Panyapiwat Institute of Management, Nonthaburi, Thailand

*Corresponding author. E-mail: Waraporn.ssy@gmail.com



คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร บุคลากรเจนเอเรชั่นวาย มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

This research aims 1) to study the organizational engagement level of Generation Y staffs in International College, XYZ University and 2) to study factors that influencing organizational engagement level of Generation Y staff at International College, XYZ University. This study was conducted by an online survey with Google Form to 52 Generation Y staff, which 50 respondents (96.15% of total staff), replied the surveys back. Data were analyzed by descriptive statistics; mean and standard deviation, and multiple regression analysis to find factors influencing organizational engagement. The result indicated that the level of organizational engagement of Generation Y staff at International College, XYZ University was at a high level with average of 3.69, and there were 3 main factors that affected the level of engagement; personal and social factors, environmental factors and organizational factors with a statistically significant level at .05. In terms of job characteristics, there was no significant effect to the organizational engagement level of Generation Y staff in International College, XYZ University. In addition, the suggestions for building employee engagement in the organization were improving Internal communication, leadership development, strengthening relationship between supervisors and subordinates, building good working environment within organization, supporting on systems and technology at work, encouraging on acquiring new knowledge and skills, having a reliable system of performance evaluation and a development plan of career path for employees.

Keywords: Engagement, Generation Y, Private university

บทนำ

จากสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และค่านิยมที่เปลี่ยนไปตามกระแสสังคม องค์กรหลายภาคส่วนต่างพยายามเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์รูปแบบการทำงานในองค์กรให้มีความทันสมัย บวกกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในปัจจุบัน จึงเปรียบเสมือนตัวเร่งให้ทุกหน่วยงานต้องตระหนักถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจให้ไปสู่วิถีชีวิตแบบปกติใหม่



(New normal) อย่างก้าวกระโดด (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) ด้วยเงื่อนไขดังกล่าวเสมือนเป็นการบีบให้ทุกคนต้องปรับตัวและเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนมุมมอง รวมพัฒนาทักษะที่จำเป็น เพื่อตอบสนองรูปแบบการทำงานใหม่ (People Matter, 2022) และเพื่อให้ดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ได้อย่างราบรื่น ผนวกกับในปัจจุบันกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย กำลังเข้ามาเป็นบทบาทที่สำคัญต่อตลาดแรงงาน (Singh, 2017) ด้วยพฤติกรรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่แตกต่างไปจากกลุ่มคนเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby boomers) ที่สามารถเรียนรู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ชอบความชัดเจนในการทำงาน ไม่ยึดติดกับองค์กร มองหาช่องทางความสำเร็จที่รวดเร็วต่อตนเอง แต่ถ้าหากหมดไฟในการทำงาน (Burnout) หรือองค์กรไม่ตอบโจทย์ความต้องการต่อคนกลุ่มนี้ได้จะมีโอกาสเปลี่ยนงานได้บ่อยและตลอดเวลา (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นความท้าทายขององค์กรในการบริหารคนที่ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสารและเข้าใจมุมมอง และสร้างแนวทางในการรักษาแรงงานที่สำคัญที่ช่วยผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จ (พัชรา โพธิ์ไพฑูรย์, มนทิตรา เวชมงคลกร และอนันต์ชัย คงจันทร์, 2559)

คณะวิทยาลัษยานานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ กลุ่มคณาจารย์และบุคลากรสายงานสนับสนุนเป็นกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้บุคลากรทุกคนต้องทำงานที่บ้านและสลับกันเข้ามาทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้บุคลากรยังไม่สามารถปรับตัวกับรูปแบบการทำงานดังกล่าวให้ออกมาอย่างราบรื่น ซึ่งบางครั้งเกิดปัญหาไม่พึงพอใจทั้งในเรื่องของงานที่ได้รับมอบหมาย การติดต่อประสานงานร่วมกัน จนนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีความคลาดเคลื่อน และอุปกรณ์เทคโนโลยียังไม่ตอบโจทย์สอดคล้องต่อการทำงาน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้บุคลากรในคณะเกิดความรู้สึกท้อแท้ และหมดกำลังใจในการทำงาน อีกทั้งยังส่งผลต่อรายงานภาพรวมของความผูกพันต่อองค์กรและความพึงพอใจประจำปี 2564 ของคณะวิทยาลัษยานานาชาติ ที่ลดน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งกลุ่มบุคลากรเจนเอเรชั่นยานั้น นับว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบันในการช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ไปตามผลลัพธ์ของเป้าหมายและพันธกิจ หากองค์กรขาดหรือสูญเสียกำลังสำคัญเหล่านี้ไป อาจส่งผลให้องค์กรต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กร และเสียเวลาในการพัฒนาอบรมบุคลากรใหม่ให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาแนวทางการสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้กับบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในคณะวิทยาลัษยานานาชาติ ที่เป็นกลุ่มสำคัญต่อองค์กรให้คงอยู่กับองค์กรด้วยความรู้สึภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จต่อไปในอนาคต



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเจนเนอเรชั่นวาย และความผูกพันต่อองค์กร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เจนเนอเรชั่น (Generation)

ตามแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านให้คำจำกัดความคำว่า “เจนเนอเรชั่น” ไว้ว่า เป็นกลุ่มคนมีอายุไล่เลี่ยกัน เติบโตและมีประสบการณ์หรืออยู่ในเหตุการณ์ที่สำคัญในช่วงเวลาเดียวกัน รวมไปถึงบริบททางสังคมวัฒนธรรม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสภาพเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Magid Associates, 2012) โดยปัจจุบันแรงงานในองค์กรประกอบไปด้วย 4 เจเนอเรชั่น ได้แก่ 1) กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ส (Baby boomers) ที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2489-2507 2) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2508-2523 3) กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2524-2543 และ 4) กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี (Generation Z) เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2544-2555 (Zemka, Raines & Filipczak, 1999; Solomon, 2009; Dimock, 2019) ซึ่งงานวิจัยนี้มุ่งเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ที่ปฏิบัติงานในองค์กร จึงขอเสนอรายละเอียดเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพิ่มเติมดังนี้

เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

เจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มประชากรที่กำลังเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในตลาดแรงงาน และเป็นกลุ่มประชากรที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยพฤติกรรมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายนั้น มีทักษะการเจรจาต่อรองและแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเต็มใจ รักอิสระในการทำงาน มีความปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับจากหัวหน้างาน ต้องการหัวหน้างานที่เป็นรูปแบบของพี่เลี้ยงหรือโค้ช เนื่องจากคนกลุ่มนี้มักชอบที่จะแสดงความคิดเห็น จึงไม่ชอบการทำงานเป็นลักษณะการทำงานแบบการเคารพอาวุโส หรือการทำงานเป็นลำดับ และด้วยการเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีทำให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย สามารถเรียนรู้และคุ้นเคยกับอุปกรณ์เทคโนโลยีส่งผลให้มีทักษะที่สามารถทำงานหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ชื่นชอบความท้าทาย อีกทั้งมักแสวงหาโอกาสสำเร็จและความเติบโตที่รวดเร็วให้แก่ตนเอง (Zemka et al., 1999; Solomon, 2009; Dharma, 2010) ดังนั้น



จึงส่งผลให้กลุ่มคนดังกล่าวมีทัศนคติในการทำงานที่ไม่เน้นการคงอยู่กับองค์กร แต่มุ่งเน้นความสำเร็จและความมั่นคงต่อตนเอง (ธัญกิตติ์ จันทน์ศรี, 2557)

ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง การแสดงออกทางความรู้สึก อารมณ์และสติปัญญาที่มีต่อองค์กร และเป็นการแสดงออกในเชิงปรารถนาที่จะปฏิบัติงานด้วยทักษะและพลังที่เปี่ยมล้น เพื่อผลักดันเป้าหมาย ค่านิยมอย่างเต็มที่ และมีความยินดีอย่างยิ่งกับองค์กร เมื่อองค์กรประสบความสำเร็จพร้อมทั้งมีความยินดีที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมขับเคลื่อนองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จในอนาคต (International Survey Research, 2004; Liu, 2016)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

Hewitt Associates (2004) กล่าวถึงมุมมองการแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กร สามารถสังเกตได้จากการพูด (Say) คือการพูดถึงเรื่องแง่บวกขององค์กรต่อผู้อื่น การดำรงอยู่ (Stay) คือการปรารถนาที่จะคงอยู่กับองค์กร และสุดท้ายคือความพยายามอย่างเต็มความสามารถ (Strive) คือความมุ่งมั่น ตั้งใจทุ่มเท และการใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนองค์กร นอกจากนี้ 3 พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กรแล้ว ยังกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไว้ทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำ 2) ลักษณะงาน 3) สวัสดิการและค่าตอบแทนโดยรวม 4) วัฒนธรรม ค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร 5) คุณภาพชีวิต 6) โอกาสที่รับ และ 7) ความสัมพันธ์

Zigarmi, Houson, Witt and Diehl (2011) กล่าวถึงการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรซึ่งประกอบไปด้วยความคิด การรับรู้ และคุณค่าในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก โดยออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมแสดงออก เช่น ความรัก ความมุ่งมั่น และความปรารถนาและการมีส่วนร่วมที่จะทำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มความสามารถ

Hay Group (2011) ที่ได้เสนอปัจจัยที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไว้ดังนี้

1) กำหนดทิศทางให้ชัดเจน สื่อสารเป้าหมายขององค์กรให้บุคลากรอย่างชัดเจนเพื่อให้บุคลากรทราบและเข้าใจแนวทางการปฏิบัติ รวมถึงชี้แจงการประเมินผลงานที่จะต้องวัดผลให้บุคลากรทราบในแต่ละครั้ง

2) มุ่งเน้นคุณภาพและกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ในที่นี้คือการสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายขององค์กรให้ได้นั้น ก็ต่อเมื่อบุคลากรมีบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมเอื้ออำนวยในการทำงานให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ



3) ความเชื่อมั่นในภาวะผู้นำ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากรในองค์กร ซึ่งผลการดำเนินงานส่วนใหญ่มักขึ้นอยู่กับคุณภาพของผู้นำทุกระดับในองค์กร ซึ่งภาวะผู้นำนั้นมีอิทธิพลต่อการรับรู้องค์กรในภาพรวม และมีบทบาทสำคัญในการแสดงออกต่อองค์กร บทบาทของผู้นำนั้นจะเป็นเหมือนผู้ส่งสารที่สำคัญขององค์กรและแบ่งปันข้อมูลที่สำคัญไปสู่บุคลากรให้ปฏิบัติได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร

4) เคารพและยอมรับ ใ้วางใจในศักยภาพของตัวบุคคลในการปฏิบัติงาน ยกย่องชมเชยในความพยายามที่ทำงานจนประสบความสำเร็จ ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่กระตุ้นให้บุคลากรเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร

5) การสร้างวางแผนพัฒนาความก้าวหน้าในสายงาน โดยกระตุ้นให้บุคลากรตระหนักให้เห็นถึงการพัฒนาศักยภาพและทักษะของตนเพื่อไปนำสู่การเติบโตก้าวหน้าในสายงาน โดยการพัฒนาทักษะความสามารถของตน เปรียบเสมือนส่วนประกอบหนึ่งที่เป็นตัวทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้อีกด้วย

6) การจ่ายค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม การจัดระบบการประเมินผลการปฏิบัติ ประเมินค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ดีให้แก่บุคลากร เป็นพื้นฐานขอประสิทธิภาพขององค์กร และเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นและจูงใจให้บุคลากรพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพ โดยในส่วนนี้ หัวหน้าหรือผู้บริหารสามารถมีบทบาทได้โดยการถ่ายทอดนโยบาย เป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรให้มีความกระชับชัดเจน

7) การบริหารผลการปฏิบัติ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกำหนดเป้าหมายและวัดผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งส่งผลให้บุคลากรสามารถปฏิบัติได้ตรงตามเป้าหมายให้ดีขึ้น ทำให้ส่งผลไปถึงการสร้างมาตรฐานในการทำงานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งการกำกับดูแล สนับสนุนและการให้ข้อมูลย้อนกลับยิ่งส่งผลให้บุคลากรมั่นใจว่าทักษะความรู้ความสามารถของตนเองได้ถูกการพัฒนา และสามารถนำขีดความสามารถของตนมาประยุกต์ใช้ในงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

8) สนับสนุนทรัพยากรในการทำงาน และสร้างบรรยากาศสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับบุคลากร หากองค์กรสามารถจูงใจ กระตุ้นให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะยิ่งส่งผลให้บุคลากรเกิดความมุ่งมั่นตั้งใจปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่

9) ส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะที่เหมาะสม และพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลากร เมื่อองค์กรเสริมสิ่งเหล่านี้ให้แก่บุคลากรย่อมส่งผลให้บุคลากรเกิดความคิดในเชิงบวกกับงานที่ตนได้รับ อีกทั้งยังแสดงความมุ่งมั่นในการทำงาน



10) กระตุ้นการทำงานเป็นทีม และสร้างบรรยากาศความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างการประสานงานร่วมกันให้ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนนี้ยังส่งเสริมเรื่องความความรู้สึกที่ดีระหว่างกันและส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรไปในทางที่ดีขึ้นด้วย

11) จัดการสร้างโครงสร้างขององค์กรและชี้แจงกระบวนการของงานนั้น ๆ ให้มีความชัดเจน เพื่อส่งผลให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ

Willis Towers Watson (2017) วิเคราะห์ปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรอย่างยั่งยืนไว้ทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำ (Leadership) คือ การคำนึงถึงความสำคัญของพนักงานและมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจให้ไปสู่เป้าหมาย 2) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Goal and purpose) คือ การสร้างความเข้าใจถึงเป้าหมายขององค์กร และแนวทางในการมีส่วนร่วมในการพัฒนา วางแผนให้องค์กรบรรลุผลได้ตามเป้าหมายที่กำหนด 3) หัวหน้างาน (Supervisor) คือ ต้องมีความเข้าใจศักยภาพของผู้ใต้บังคับบัญชาหรือพนักงานและมอบหมายงานให้สอดคล้องกัน อีกทั้งหัวหน้างานต้องมีการสนับสนุนพนักงานอย่างเต็มที่และสร้างบรรยากาศที่ดีต่อการทำงานร่วมกัน 4) ความเครียด (Stress) คือ การจัดการบริหารความสมดุลในการทำงานและการใช้ชีวิต รวมไปถึงการสร้างควมยืดหยุ่นในการทำงาน และ 5) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Organization's image) คือ การคำนึงถึงภาพรวมของขององค์กรและกลุ่มเป้าหมายขององค์กร

เรือนขวัญ อยู่สบาย และกิริติกร บุญส่ง (2560) ได้ทำการศึกษาตัวแบบในการพัฒนาเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรตามเกณฑ์ช่วงอายุ ในกรณีศึกษาของกลุ่มบริษัทเฟอร์นิเจอร์ ABC แห่งหนึ่ง โดยอธิบายถึงปัจจัยหลักไว้ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

1) ปัจจัยด้านลักษณะงาน (Job characteristics) มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ การให้อำนาจในการตัดสินใจ การให้อิสระและความคล่องตัวในการทำงาน ความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ การมอบหมายงานสอดคล้องกับความสามารถ ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน ปริมาณงาน ความหลากหลายในงาน งานที่มีความท้าทาย และงานใหม่ที่ไม่ได้มาจากการวางแผน

2) ปัจจัยด้านบุคคลและสังคมในองค์กร (People/Social) มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ บทบาทของภาวะผู้นำ ความหลากหลายภายในองค์กร และความสัมพันธ์ภายในองค์กร

3) ปัจจัยด้านระบบองค์กร (Organization practice) มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ สวัสดิการ ค่าตอบแทน โอกาสความก้าวหน้าในสายงาน เปียเลี้ยงที่เหมาะสมและมีความสอดคล้องกับลักษณะงาน ระบบพัฒนาที่ช่วยในการส่งเสริมและเรียนรู้ ระบบการบริหารผลงาน การชื่นชมในผลงาน และการให้ความสนับสนุนต่อการปฏิบัติงาน



4) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร (Organization climate) มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร วัฒนธรรมองค์กร ความมั่นคงขององค์กร บรรยากาศการทำงาน ภายในองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร การสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และข้อเสนอใหม่ ๆ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้พบช่องว่างหรือแนวทางที่ยังคงต้องมีการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อให้องค์กรดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกันการพัฒนาปรับปรุงนั้นยังต้องคำนึงถึงตัวบุคคลด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การสร้างความผูกพันในองค์กรนั้นต้องเริ่มมาจากการคิด ทักษะที่ดีต่อองค์กร รวมไปถึงพฤติกรรมของพนักงาน โดยปัจจัยดังกล่าวจะสามารถเป็นตัวชี้วัดถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรได้ มีดังนี้

1) ความผูกพันที่แสดงออกมาจากทางทัศนคติ ได้แก่ ความรู้สึกในการเป็นเจ้าของ หรือมีความภาคภูมิใจในองค์กรของตนเอง การได้รับความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน การยอมรับในคำนิยามหรือนโยบายขององค์กร การเห็นคุณค่าของตนเองที่มีต่อองค์กร ความเชื่อใจและไว้วางใจองค์กรและเพื่อนร่วมงาน

2) ความผูกพันที่แสดงออกมาจากทางพฤติกรรม ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทให้กับการทำงาน การมีส่วนร่วมในการทำงาน การช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วยความเต็มใจ สามารถยอมรับในความเปลี่ยนแปลงและพร้อมที่จะปรับตัว และมีความตั้งใจและยินดีที่จะทำงานที่ยากขึ้นหรือปริมาณงานที่มากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

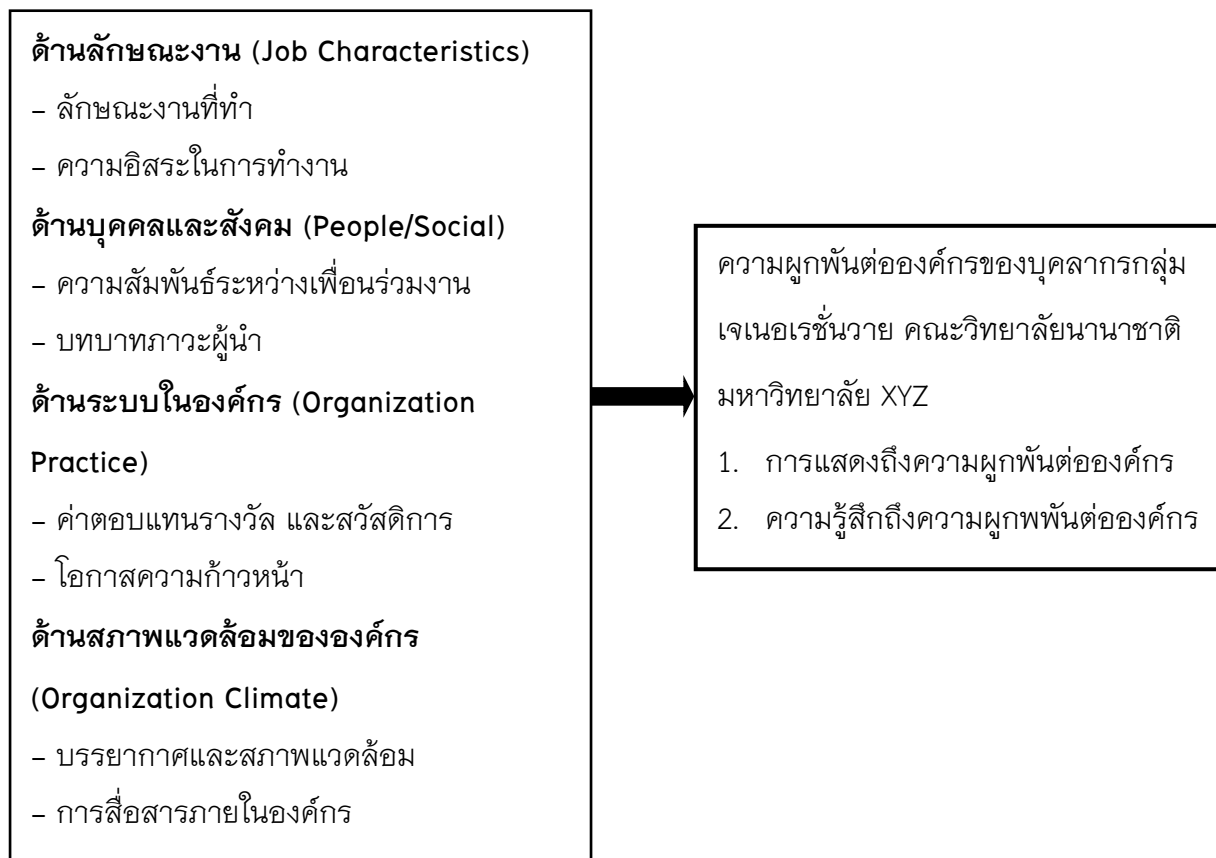
งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่นวาย และกลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวกับสถานการณ์การศึกษา ได้แก่ สุพพร ไตรวิจิตรศิลป์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษา พนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในองค์กรเอกชน เขตสาทรและเขตอโศก พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ด้านการให้คำปรึกษาหารือและเทคนิคการดูแลของผู้บังคับบัญชา โอกาสในความก้าวหน้าในงาน ด้านรางวัลและผลตอบแทน ด้านบรรยากาศสภาพแวดล้อม การได้รับความนับถือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่นเดียวกับ พิมพ์พิสุทธิ์ ตั้งฤกษ์วรกุล (2560) พบว่า ปัจจัยด้านการให้อิสระในการทำงาน ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านโอกาสในอาชีพและการเรียนรู้พัฒนา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรและความทุ่มเทของพนักงานธนาคารกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในขณะเดียวกันในงานวิจัยของนฤมล จิตรเอื้อ (2561) ได้ศึกษาการสร้างผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในธุรกิจบริการแห่งหนึ่งในเขต



กรุงเทพมหานคร พบว่าการให้โอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถ การกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าให้แก่แต่ละบุคคล รวมถึงการการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับปริมาณงานจะเป็นแนวทางในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรได้ เช่นเดียวกับอรนันท์ กลั่นทะปุระ และวัชรพงษ์ หิรัญะสวัสดิ์ (2563) กล่าวว่าระดับความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรอย่างปัจจัยด้านค่าตอบแทน สวัสดิการด้านการเงิน และความก้าวหน้าในตำแหน่ง ส่งผลต่อความผูกพันและความพึงพอใจในกลุ่มบุคลากรสายสนับสนุนงานวิชาการและการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถัดมางานวิจัยของ ณพัชญ์ปภา สว่างนุวัตรกุล (2562) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรจากมุมมองบุคลากรทางการศึกษา เจเนอเรชั่นวาย พบว่าปัจจัยด้านงานที่ทำทนาย ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านโอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านบริหารและการจัดการ รวมถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร จะเป็นแนวทางในการเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรให้กับกลุ่มบุคลากรทางการศึกษากลุ่มเจเนอเรชั่นวาย และงานวิจัยของทิพานัน ชัยวนนท์ (2562) พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านการให้อิสระในการงาน ด้านภาวะผู้นำ ด้านการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและการให้โอกาสในความก้าวหน้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเภสัชกรเจเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งชัชวาล ดวงบุบผา (2563) พบว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำ บรรยากาศขององค์กร การทำงานเป็นทีม รวมถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจจนนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรในกลุ่มพนักงานธนาคารออมสิน กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย และงานวิจัยของสุกัญญา ดีทอง (2564) ศึกษาเรื่องตัวแปรที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของกลุ่มคน Gen Y ได้ใช้ตัวแปรด้านลักษณะงานที่ทำและด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทนและโอกาสความก้าวหน้า รวมถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้ความสุขในการทำงานของกลุ่ม Gen Y ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายและกลุ่มบุคลากรทางการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมาสังเคราะห์ให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม ปัจจัยด้านระบบในองค์กร และด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร และนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ อยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยด้านลักษณะงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ
3. ปัจจัยด้านบุคคลและสังคมมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ
4. ปัจจัยด้านระบบในองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ



5. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2527-2543 โดยยึดตามแนวคิดของ Solomon (2009) เป็นจำนวน 60 คน

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกลุ่มประชากรในคณะวิทยาลัยนานาชาติ มีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 52 คน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยจำแนกจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ประกอบไปด้วย คำถามปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม ปัจจัยด้านระบบในองค์กร และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ประกอบไปด้วยคำถามด้านการแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กร และด้านความรู้สึกถึงความผูกพันต่อองค์กร

เนื่องจากกลุ่มประชากรตัวอย่างของคณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ประกอบด้วยบุคลากรชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้วิจัยจึงออกแบบแบบสอบถามเป็น 2 ภาษา และทำการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์และสังเคราะห์มาจากงานวิจัย และบทความวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อีกทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพในแบบสอบถาม โดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อดำเนินการหาความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ระหว่างข้อคำถาม (The index of item objective congruence: IOC) และคัดข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60-1.00 ขึ้นไป เพื่อมาสร้างเป็นแบบสอบถาม จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มบุคลากรทาง



การศึกษาในคณะอื่น จำนวน 30 คน แล้วจึงนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากผลการทดสอบ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงมากที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลงานวิจัยได้

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่อหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อหาระดับความผูกพันต่อองค์กร และวิเคราะห์หาค่าน้ำหนักความสำคัญของแปร เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยการวิเคราะห์ค่าถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ โดยผลการวิจัยมีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ

ข้อคำถาม	ความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กร	3.91	.77	มาก
ด้านความรู้สึกรู้สึกถึงความผูกพันต่อองค์กร	3.79	.79	มาก
รวม	3.85	.72	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 และด้านความรู้สึกรู้สึกถึงความผูกพันต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ตามลำดับ



ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	3.75	.76	มาก
ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม	3.83	.83	มาก
ปัจจัยด้านระบบในองค์กร	3.38	.69	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร	3.84	.71	มาก
รวม	3.69	.67	มาก

จากตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ นั้นพบว่า ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านระบบในองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางอยู่ที่ 3.38

ก่อนที่จะนำตัวแปรมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเงื่อนไขทางสถิติ ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนต้องมีค่าเท่ากับ 0 โดยข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยต้องเป็นอิสระกัน ซึ่งผลการทดสอบของการวิจัยนี้ พบว่าค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0
2. การแจกแจงแบบปกติของตัวแปร (Normal distribution) พบว่าการทดสอบการกระจายตัวของตัวแปรเป็นการกระจายตัวแบบปกติ และไม่มีค่านอกขอบเขต
3. ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกัน โดยจากการทดสอบความอิสระของตัวแปรพิจารณาจากค่า Durbin-Watson ในการทดสอบโดยมีเกณฑ์ในการวัดค่า ดังนี้ มีค่าอยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 คือมีความเป็นอิสระ มีค่าอยู่ในช่วง 2.6 – 4.0 คือ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ และมีค่าอยู่ในช่วง 0.0 – 1.4 คือ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก ซึ่งค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.87 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง
4. ตัวแปรอิสระต้องไม่มีคุณลักษณะ Multicollinearity โดยตัวแปรแต่ละตัวจะต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยการตรวจสอบเงื่อนไขดังกล่าวตรวจสอบโดยใช้ค่า Tolerance และ VIF (Variance inflation factor) หากค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน แต่ถ้าเข้าใกล้ 0 จะแสดงว่าตัวแปรเกิดปัญหา Multicollinearity และในส่วน of ค่า VIF (Variance inflation factor) มีค่าใกล้ 10



แสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นนั้นมีมาก จะเกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว มีค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.157 – 3.271 ซึ่งไม่มีตัวแปรใดมีค่าเข้าใกล้ 10 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.306 – 0.464 ซึ่งไม่มีตัวแปรใดที่มีค่าเข้าใกล้ 0 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งถือว่าระดับความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity

ตารางที่ 3 แสดงความสามารถในการทำนายของปัจจัยส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเนอเรชันวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ด้วยวิธีแบบ Enter

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	P
Regression	19.255	4	4.814		
Residual	6.049	46	.134	35.809	.000**
Total	25.305	49			
	R=.872	R ² =.76	R ² _{adj} =.74	R ² _{change} =.035	

ตัวแปรตาม : ระดับความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปรต้น : ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร, ปัจจัยด้านระบบในองค์กร, ปัจจัยด้านลักษณะงาน, ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม

**P<.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านบุคคลและสังคม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร และปัจจัยด้านระบบในองค์กร ร่วมกันทำนายตัวแปรระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเนอเรชันวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ได้ที่ร้อยละ 76 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเนอเรชันวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร	B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	.349	.305		1.142	.259
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	.032	.122	.033	.258	.798
ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม	.273	.114	.317	2.402	.021*



ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ (ต่อ)

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร	B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
ปัจจัยด้านระบบในองค์กร	.288	.120	.278	2.403	.020*
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร	.354	.106	.357	3.330	.002*

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4 พบว่า พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ($\beta=.357$, $p<.05$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม ($\beta=.317$, $p<.05$) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านระบบในองค์กร ($\beta=.278$, $p<.05$) ในขณะที่ปัจจัยด้านลักษณะงานไม่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ

ความผูกพันต่อองค์กร = $.349 + .354$ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร + $.288$ ปัจจัยด้านระบบในองค์กร + $.273$ ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม + $.032$ ปัจจัยด้านลักษณะงาน

สมการคะแนนมาตรฐาน

ความผูกพันต่อองค์กร = $.357$ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร + $.317$ ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม + $.278$ ปัจจัยด้านระบบในองค์กร + $.033$ ปัจจัยด้านลักษณะงาน

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานในคณะวิทยาลัยนานาชาตินั้น เป็นกลุ่มคนรุ่นราวคราวเดียวกัน จึงมีความเข้าใจ มีมุมมองทัศนคติ และพฤติกรรมในการทำงานที่ใกล้เคียงกัน การทำงานภายในคณะจึงมีความถูกจริตต่อการทำงานร่วมกัน อีกทั้งสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในเรื่องอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการทำงานได้อย่างรวดเร็ว จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความรู้สึกและการแสดงออกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย มีการแสดงออกและมีมุมมองต่อองค์กรอยู่ 3 ลักษณะ คือ 1) มีความตั้งใจทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อความเติบโต



อย่างยิ่งย่นขององค์กร 2) ปฏิบัติงานของตนอย่างเต็มความรู้ความสามารถ และ 3) พร้อมเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงตามทิศทางขององค์กรอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zigarmi et al. (2011) และ Willis Towers Watson (2017) กล่าวว่า เมื่อบุคลากรรับรู้วัตถุประสงค์ เป้าหมายทิศทางขององค์กร และเกิดเป็นความรู้สึกในการมีส่วนร่วมในการทำงานให้องค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนด ย่อมส่งผลบุคลากรแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมและแสดงออกมาผ่านการมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ และต้องการแสดงออกต่อความปรารถนาที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม และปัจจัยด้านระบบในองค์กร ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2.1 ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม เนื่องจากในคณะวิทยาลัยนานาชาติ มีบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายปฏิบัติงานเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ในคณะ จึงส่งผลให้บุคลากรมีความคิดเห็น มุมมอง ทัศนคติ พฤติกรรมที่คล้ายกัน ต้องการการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน รวมถึงอยากมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Hay Group (2011) กล่าวว่า การได้รับการยอมรับและเคารพจากในศักยภาพการทำงานจากผู้อื่นจะเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร แต่ในบางครั้งการประสานงานกันไม่ว่าจะภายในคณะหรือต่างคณะยังคงมีการสื่อสารที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อน รวมถึงแนวทางการทำงานร่วมกันไม่สอดคล้องกัน องค์กรควรต้องชี้แจงอธิบายลักษณะงานของแต่ละหน่วยงาน และกระบวนการขั้นตอนการทำงานให้มีความชัดเจน เพื่อให้เข้าใจการเนื้องานของแต่ละแผนก นอกจากจะส่งผลให้เกิดรู้สึกที่ดีต่อการทำงานร่วมกันแล้ว ยังส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานเป็นไปในทางที่ดีขึ้นด้วย ซึ่งถือได้ว่าจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานระหว่างในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงาน อีกทั้งควรส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับ อรนนท์ กลั่นทะปุระ และวัชรพงษ์ หิรัญยะวลิต (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสาขาสันนิบาตนิวิชาการ กลุ่มบริหารและสนับสนุนการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า การส่งเสริมกิจกรรมระหว่างเพื่อนร่วมงานถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว

บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายที่กำลังมีบทบาทในตลาดแรงงาน ย่อมมีความคิด ทัศนคติที่ค่อนข้างแตกต่างไปจากกลุ่มคนรุ่นก่อน การบริหารคนในรูปแบบเดิม ที่เป็นลำดับขั้นหรือแบ่ง



ลำดับกลุ่มสังคมตามระดับการศึกษา แม้กระทั่งหน้าที่การงาน อาจไม่ได้รับความนิยมและไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการทำงานของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Zemka et al. (1999) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการทำงานของกลุ่มคนเจนวาย ที่ไม่ชื่นชอบการทำงานในลักษณะที่เป็นลำดับขั้นชั้น ดังนั้นควรจะปรับบทบาทภาวะผู้นำให้สามารถเข้าถึงง่าย มีความน่าเชื่อถือและสามารถเป็นที่ไว้วางใจ เพื่อให้บุคลากรนั้นเกิดความสะดวกใจในการเข้าหาหรือและปรึกษางาน ไม่เกิดความเกรงกลัวจนไม่ได้งาน อีกทั้งหัวหน้างานหรือผู้บริหารควรให้การสนับสนุนบุคลากรไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ผ่านการ Coaching, Mentoring เพื่อส่งเสริม กระตุ้นให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มศักยภาพ สอดคล้องกับชัชวาล ดวงบุผา (2563) ที่กล่าวว่า ภาวะผู้นำ เป็นกระบวนการหรือพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่น สามารถกระตุ้น ชี้นำ สั่งการให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยผู้นำยังเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร อีกทั้งสนับสนุนช่วยเหลือและพัฒนาบุคลากรให้เติบโตก้าวหน้าในสายงานนั้นได้

2.2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กร เนื่องด้วยพฤติกรรมกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่เติบโตมาพร้อมกับการมีบทบาทเทคโนโลยี เรียนรู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานอย่างเสมอ ด้วยพฤติกรรมของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่มักชอบความชัดเจน ไม่ชอบโดนตีกรอบทางความคิดในการทำงาน อีกทั้งยังชอบการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และยังเรียนรู้เข้าใจและเข้าถึงอุปกรณ์เทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาปรับใช้ในการทำงานให้ออกมามีประสิทธิภาพ (Zemka et al., 1999; Solomon, 2009; Dharma, 2010) องค์กรควรสนับสนุนและจัดสรรพื้นที่ในการทำงานที่เอื้อต่อการกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน รวมถึงการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร เทคโนโลยีและระบบที่จำเป็นต่อการทำงาน ซึ่งจะส่งผลให้งานออกมาเป็นไปตามความคาดหวังผลลัพธ์ที่ได้จะออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิด Hay Group (2011) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และบรรยากาศในการทำงานไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำงานร่วมกัน ความรู้สึกปลอดภัยในการทำงาน เทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่พร้อมและรองรับต่อการทำงานของบุคลากร รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้การทำงานของบุคลากรดียิ่งขึ้น ยังสอดคล้องกับทิพานัน ชัยวรรณ (2562) ที่กล่าวว่า องค์กรควรการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ให้เพียงพอต่อการทำงาน อีกทั้งควรให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสม และดูแลบรรยากาศสภาพแวดล้อมในองค์กรให้มีความน่าอยู่

นอกจากบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมต่อการทำงานแล้ว องค์กรควรสร้างการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถถ่ายทอดนโยบาย เป้าหมายขององค์กรได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับ



แนวคิดของ Hay Group (2011) และแนวคิดของ Willis Towers Watson (2017) ที่กล่าวถึง การกำหนดทิศทางขององค์กรให้มีความชัดเจนนั้น ทำให้บุคลากรเข้าใจถึงเป้าหมายและทิศทาง ขององค์กร อีกทั้งองค์กรต้องสื่อสารให้บุคลากรมีความเข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อนำไปปรับใช้ให้เข้ากับ การปฏิบัติงานของตนเอง และส่งเสริมการสื่อสารเป็นแบบการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) สอดคล้องกับงานวิจัยของณพัชญ์ปภา สว่างนุวัตรกุล (2562) ที่กล่าวว่า หากการสื่อสารมีความเข้มแข็ง ชัดเจน จะส่งผลให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมาย รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความยืดหยุ่น จะยิ่งทำให้ทั้งบุคลากรและผู้บริหารเข้าใจระหว่าง กันมากยิ่งขึ้น

2.3 ปัจจัยด้านระบบในองค์กร จากที่กล่าวในปัจจัยข้างต้นว่ากลุ่มประชากรในคณะส่วนมาก เป็นกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย ด้วยพฤติกรรมที่ชอบความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พร้อมเรียนรู้งานใหม่ ๆ เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ องค์กรควรการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ เปิดโอกาส ให้บุคลากรได้เรียนรู้และได้นำความรู้ตนเองมาแบ่งปันให้กับผู้อื่น เพื่อต่อยอดในการงานได้ผลลัพธ์ ออกมาดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับนฤมล จิตรเอื้อ (2561) ที่กล่าวว่า ควรให้โอกาสในการพัฒนาความรู้และ ความสามารถ หรือจัดอบรมให้กับพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายอย่างสม่ำเสมอ ควบคู่ไปการพัฒนา เครื่องมือและวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPIs) ให้มีความชัดเจน มีกฎเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน และ ในอีกทางหนึ่ง องค์กรควรตั้งเป้าหมายเพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเกิดการพัฒนาตนเอง ให้อยากบรรลุผลมากกว่าการตั้งเป้าหมายเพื่อวัตถุประสงค์สำเร็จ (OKRs) จนไปสู่ความสำเร็จอีกขั้น ที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ เมื่อองค์กรกำหนดเป้าหมายและจัดอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพที่ดีขึ้นแล้ว องค์กรควรจัดระบบวางแผนให้ผลักดันให้บุคลากรมีก้าวหน้าในสายงาน ไม่ว่าจะเป็นการเติบโตแบบ ล่างขึ้นบน หรือว่าเป็นการเติบโตแบบออกข้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มบุคลากรเจนเอเรชั่นวาย หากมี การวางแผนการเติบโตในองค์กรให้มีความชัดเจน และได้รับโอกาสในการพัฒนาและสนับสนุน จากหัวหน้า จะยิ่งส่งผลให้กลุ่มคนดังกล่าวเกิดความรู้สึกรับผิดชอบและมีความรู้สึกรักที่จะคงอยู่กับ องค์กรต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพพร ไตรวิจิตรศิลป์ (2560) และนฤมล จิตรเอื้อ (2561) ที่กล่าวว่า การมีเป้าหมายในงานที่ชัดเจนได้พัฒนาตัวเองในทุกด้านและมีความก้าวหน้าในงานจะ ส่งเสริมให้เกิดความสุขในการทำงาน

ในส่วนของการได้ค่าตอบแทน รางวัล เพื่อเป็นขวัญกำลังใจการปฏิบัติงาน ซึ่งในคณะ วิทยาลัยนานาชาติมีการจัดมอบรางวัลตามเทศกาลที่สำคัญอย่างเช่น วันตรุษจีน วันสงกรานต์ และ วันขึ้นปีใหม่ให้กับบุคลากร ซึ่งการมอบรางวัลนั้นจะต้องพิจารณาโดยอยู่ภายใต้บรรทัดฐานของความ ถูกต้องและเป็นธรรม เพื่อให้บุคลากรในคณะรู้สึกภาคภูมิใจต่อการรับผลตอบแทน ซึ่งที่กล่าวมานั้น



เป็นสิ่งจูงใจให้ทุ่มเทและตั้งใจทำงานมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Hewitt Associates (2004) ที่กล่าวว่าการมอบรางวัล และค่าตอบแทนเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดแรงจูงใจให้ปฏิบัติงานให้ออกมาดี

2.4 ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยนี้ขัดแย้งกับผลการวิจัยในอดีต ที่พบว่าด้านลักษณะงานที่ทำ (สุพชร ไตรวิจิตรศิลป์, 2560; สุกัญญา ดีทอง, 2564) และด้านอิสระในการทำงาน (พิมพ์พิสุทธิ์ ตั้งฤกษ์วรากล, 2560; ทิพานัน ชัยวนนท์, 2562) เนื่องจากอาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีความแตกต่างกับงานวิจัยนี้ กล่าวคืองานวิจัยในอดีตมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจที่หลากหลาย และเป็นบุคลากรที่มีเพียงสัญชาติเดียว (สุพชร ไตรวิจิตรศิลป์, 2560; พิมพ์พิสุทธิ์ ตั้งฤกษ์วรากล, 2560; ทิพานัน ชัยวนนท์, 2562) ในขณะที่งานวิจัยนี้ศึกษากลุ่มบุคลากรเจเนอเรชั่นวายในกลุ่มคณะที่มีกลุ่มสัญชาติที่หลากหลาย มุมมอง ความคิดและวัฒนธรรมต่อเรื่องของการทำงานจึงแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร และระดับความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ผู้วิจัยทำการสรุปการวิจัยตามรายละเอียด ดังนี้คือ ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ อยู่ในระดับมาก และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ปัจจัยด้านบุคคลและสังคม และปัจจัยด้านระบบในองค์กร โดยทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าว สามารถร่วมทำนายตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ได้ถึงร้อยละ 76 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และมีค่าอำนาจความสำคัญ เท่ากับ 0.354 ,0.288 และ 0.277 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงานไม่สามารถอธิบายตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คณะวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ .05



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีความหลากหลาย สัญชาติที่ปฏิบัติในคณะวิทยาลัณยานาชาติ อาจจะทำให้บริบทขององค์กรจึงมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ

1.1 ควรจัดประชุมภายในคณะ เพื่อเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนมุมมองในการทำงาน เพื่อนำไปปรับใช้ในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

1.2 ควรปรับปรุงแบบการสื่อสารให้มีความชัดเจน เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนเกินไป

1.3 ควรปรับปรุงแบบภาวะผู้นำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีพฤติกรรมเป็นแบบอย่าง พร้อมทั้งชักจูง กระตุ้นให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

1.4 ยกระดับการสร้างบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน สนับสนุนอุปกรณ์ระบบและเทคโนโลยีให้เพียงพอและครอบคลุมต่อการใช้งาน จัดพื้นที่ให้เหมาะต่อการทำงาน ให้บุคลากรเกิดความผ่อนคลายและกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

1.5 ปรับมาตรฐานการประเมินผลงาน ให้มีหลักเกณฑ์และเป็นที่ยอมรับ รวมถึงการตั้งเป้าหมายในการทำงานให้มีความท้าทายมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรได้ยกระดับและพัฒนา ศักยภาพของตน

1.6 ส่งเสริมการจัดอบรมพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้บุคลากร ทั้งเรื่องของการบริการ นักศึกษานานาชาติ และด้านของวิชาการ โดยมุ่งเน้นการทักษะความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อการทำงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเจเนอเรชันวาย ภายในคณะวิทยาลัณยานาชาติ มหาวิทยาลัย XYZ ควรศึกษากลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มเจเนอเรชันซี (Generation Z) ที่กำลังจะเข้ามาสืบบทบาทและเป็นกลุ่มแรงงานรุ่นใหม่ในอนาคตอันใกล้นี้ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีความใหม่ และนำไปปรับใช้ตรงตามความต้องการขององค์กร หรือเพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของผลงานวิจัย

2.2 ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยด้านลักษณะงานในองค์กรว่าปัจจัยด้านลักษณะงานในกลุ่ม การศึกษาที่มีบุคลากรที่มีความหลากหลายทางสัญชาติ จะส่งผลทางบวกหรือทางลบต่อความผูกพันต่อองค์กร



รายการอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). “3 เจเนอเรชั่น Gen X, Gen Y และ Gen Z สไตล์การทำงานไม่เหมือนกันองค์กรต้องเข้าใจ!”. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/labour/1035959>
- ชัชวาล ดวงบุปผา. (2563). บุพปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย ของธนาคารออมสิน. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(6), 421-441.
- ณพัชญ์ปภา สว่างนุวัตรกุล. (2562). ความผูกพันต่อองค์การจากมุมมองบุคลากรทางการศึกษาเจนเนอเรชั่นวาย. *Chophayom Journal*, 30(2), 109-118.
- ทิพานัน ชัยวรรณ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของเภสัชกรเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- ธัญกิตติ์ จันทรัมย์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย: กรณีศึกษาพนักงานภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรตติ้ง จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเนชั่น, ลำปาง.
- นฤมล จิตรเชื้อ (2561). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชนในธุรกิจบริการแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(พิเศษ), 53-65.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). “โควิด-19 เปลี่ยนโลก “ธุรกิจ” ปรับรอบทิศทางรับมือ”. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/economy/news-584527>.
- พัชรา โพธิ์โพธิ์, มนทิรา เวชมงคลกร, และอนันต์ชัย คงจันทร์. (2559). ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรในเรื่องค่านิยมในการทำงานที่มีผลต่อทัศนคติในการทำงานของเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 38(1), 107-137.
- พิมพ์พิสุทธิ์ ตั้งฤกษ์วารกุล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันและความทุ่มเทของพนักงานธนาคารกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- เรือนขวัญ อยู่สบาย และกิริติกร บุญส่ง. (2560). การศึกษาเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานตามเกณฑ์ช่วงอายุ กรณีศึกษา กลุ่มบริษัทธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ABC. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(1), 121-134.



- สุกัญญา ดีทอง. (2564). ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของกลุ่มคน Gen Y. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร*, 3(2), 71–80.
- สุพชร ไตรวิจิตรศิลป์. (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานต่อองค์กรกรณีศึกษา พนักงานเจเนอเรชั่นวาย ในองค์กรเอกชน เขตสาทรและอโศก. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 6(2), 260–266.
- อรนันท์ กลั่นทะปุระ และวัชนพงษ์ หิรัญยะวสิต. (2563). ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรงานสนับสนุนวิชาการกลุ่มบริการและสนับสนุนการบริหารมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *รัฐศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(2), 119–135.
- Dharma, N. (2010). *Gen B, gen X, gen Y: The power of generation*. Retrieved from <http://guru-marketing-Thailand.blogspot.com/2009/05gen-b-genx-gen-y-power-of-generation.html>
- Dimock, M. (2019). “Defining Generations: Where Millennials end and Generation Z begins”. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Hay Group. (2011). *Engage Employees and Boost Performance*. Retrieved from <https://atrium.haygroup.com>
- Hewitt Associates. (2004). *Employee engagement higher at double digit growth companies*. Research Brief. Hewitt associates LLC.
- International Survey Research [ISR]. (2004). *Engagement*. Retrieved from <https://www.isrsurveys.com>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607–610.
- Liu, Z. A. (2016). *Study on the development of structure model of engagement for knowledge employee*. *Business Management*, 11, 65–69. <http://dx.doi.org/10.13395/j.cnki.issn.10090061.2016.11.018>
- Magid Associates. (2012). “The First Generation of the Twenty First Century an Introduction to The Pluralist Generation”. New York: Maggid Generation Strategies.



- People Matter. (2020). "The Emergence of Gen-R a.k.a Gen-Recalibrate". Retrieved from https://www.peoplesmatters.in/blog/skilling/the-emergence-of-gen-r-aka-gen-recalibrate-25664?media_type=blog&subcat=training&title=the-emergence-of-gen-r-aka-gen-recalibrate&id=25664
- Singh, P. (2017). Managing and Mentoring the Millennials. *Human Capital*, 21, 45-47.
- Solomon. (2009). *Consumer Behavior: Buying, having and being*. Boston: Pearson.
- Willis Towers Watson. (2017). *Q3 2017 Salary Budget Planning Report*. Retrieved from <https://www.willistowerswatson.com/en/press/2017/11/salaries-in-thailand-seen-to-rise-5-point-5percentin-2018>
- Zemka R., Raines, C. & Filipczak, B. (1999). *Generation Gaps in the Classroom*. *Training*, 36(11), 48.
- Zigarmi, D., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2011). *Employee Work Passion*. The Ken Blanchard Companies.



ชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล
Training Package for Developing Teacher's Skill in Creating Classroom Management Activity for Reducing Students' Misbehavior in Oob-om Kindergarten School, Satun Province

ฮัสลินด้า หมาดเหยด^{1*}

Haslinda Madyed^{1*}

(Received: December 21, 2022; Revised: February 6, 2023; Accepted: March 23, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน 2) ประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมฯ งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยกึ่งทดลองโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างครูแบบเจาะจง จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมฯ แบบประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมหลังของครูหลังการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ และแบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อชุดฝึกอบรมฯ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษามีดังนี้ 1) ประสิทธิภาพของการพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดซึ่งมีคะแนนเท่ากับ 82.88/81.83 2) ทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนของครูอยู่ในระดับสูง และ 3) ระดับความพึงพอใจของครูที่มีต่อชุดฝึกอบรมฯอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: ชุดฝึกอบรม ชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน การพัฒนาทักษะของครู

Abstract

The objectives of this research were to 1) develop teachers' skills in creating classroom management activity packages, 2) evaluate skills in creating classroom

¹คณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

¹Faculty of Islamic Sciences, Prince of Songkla University Pattani Campus

*Corresponding author. E-mail: rsd41@hotmail.com



management activity packages, and 3) study teacher satisfaction towards teacher skill development. in creating a set of activities. This research was used as a quasi-experimental research by selecting a sampling group of 6 teachers. The tools used for data collection were the teacher skills training package for creating the activity package. Assessment form for teacher's activity-building skills after training with the training package and a questionnaire on teacher satisfaction towards the training package. Data were analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean and standard deviation. The study results were as follows: 1) The efficiency of developing teachers' skills in creating classroom management activities according to the specified criteria was 82.88/81.83. and 3) the teacher's satisfaction with the training package was at a high level.

Keywords: Training package, Classroom management activity, Developing Teacher's skill

บทนำ

การศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2562 ได้บัญญัติไว้ว่าการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรม ในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และการจัดกระบวนการเรียนการสอน ต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลให้ผู้เรียนรู้จักประยุกต์ความรู้มาใช้ในการป้องกันและแก้ไข ปัญหาในการปฏิรูปวิชาชีพครูซึ่งเป็นการพัฒนาครูให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถมีคุณลักษณะ ที่ได้คุณภาพและมาตรฐานวิชาชีพตามการประกันคุณภาพการศึกษา ด้านปัจจัย คือ ครูเป็นผู้มี คุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ ของครูในการพัฒนานักเรียน คือ การมีความรัก เอื้ออาทรเอาใจใส่ดูแลนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ การมี มนุษยสัมพันธ์และสุขภาพจิตที่ดีพร้อมที่จะแนะนำและร่วมมือแก้ปัญหาของนักเรียน แสดงให้เห็นว่าครู ต้องพัฒนาตนเองให้เป็นครูมืออาชีพคือ นอกจากจะทำหน้าที่ครูผู้มีความรู้ความสามารถในการ จัดการเรียนการสอนให้แก่ นักเรียนแล้วยังต้องทำหน้าที่อื่น ๆ ที่เป็นการสนับสนุนหรือพัฒนาให้นักเรียน มีคุณภาพทั้งดี เก่ง มีสุข ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานด้านผลผลิต คือ นักเรียน การจัดกิจกรรมการเรียน การสอน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนองค์กรภาครัฐและเอกชนในการจัดการศึกษา ดังนั้นระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนจึงเป็นระบบ ที่สามารถดำเนินการเพื่อรับประกันคุณภาพได้ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านปัจจัย ด้านผลผลิตและด้าน



กระบวนการ สอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษาที่มุ่งหวังให้การศึกษาเป็นกระบวนการที่จะพัฒนาเยาวชนให้สมบูรณ์ ทั้งร่างกาย สติปัญญาจิตใจและสังคม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2562) โดยการเสริมสร้างประสิทธิภาพของการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยเน้นที่องค์ความรู้ทักษะความเชี่ยวชาญและสมรรถนะที่เกิดกับตัวผู้เรียน จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาถึงสภาพทั่วไปในด้านทักษะของครูเพื่อให้ทราบถึงทักษะด้านต่าง ๆ ว่าในทักษะแต่ละด้านอยู่ในระดับมากน้อยเพียงใดเพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาทักษะของครูในด้านที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ พัฒนาไปสู่เกณฑ์ตามมาตรฐานทักษะของครูในศตวรรษที่ 21 ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้นำน้องครจึงต้องทำหน้าที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาทักษะของครูหรือบุคลากรในหน่วยงานของตน การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ย้ำให้เห็นว่าเรากำลังอยู่ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมที่ประเทศต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้นเรื่อย ๆ และระบบการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวโดยไม่ใช้แค่การปฏิรูปเพียงครั้งคราวแต่ต้องเป็นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของนักเรียน สังคมและตลาดแรงงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งผู้กำหนดนโยบายและบุคลากรด้านการศึกษาของไทยล้วนตระหนักว่าการศึกษาคควรจะมีมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมให้นักเรียนมีทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตและสอดคล้องกับสังคมในอนาคตและติดตามกำกับดูแลให้มีการดำเนินงานอย่างจริงจังไม่ว่าจะเป็นนักเรียนต่อห้องไม่เป็นไปตามมาตรฐาน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนอย่างยิ่ง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคใหม่ที่เรียกว่ายุคศตวรรษใหม่หรือยุคไร้พรมแดนอาจจะเป็นโจทย์ที่สำคัญสำหรับผู้บริหารการศึกษาจะต้องปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อการบรรลุเป้าประสงค์ทางการศึกษาของคนในชาติและสามารถยกระดับศักยภาพของผู้เรียนให้เกิดทักษะการแข่งขันที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น อันเป็นแรงขับที่ท้าทายอย่างมากต่อโลกอนาคต (อมรรัตน์ เตชะนอก, รัชณี จรุงศิริวัฒน์ และพระสอนด้า วาฬสทุโท, 2563)

โรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล เป็นโรงเรียนเอกชนที่มีการจัดการเรียนการสอนในระดับปฐมวัยและระดับประถมศึกษา ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาผลการเรียนและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของนักเรียนในปีการศึกษา 2560 และปีการศึกษา 2561 พบว่านักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-6) มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยรวมเฉลี่ยลดลงถึงร้อยละ 7.08 ทั้งนี้เมื่อมีการสำรวจสอบถามข้อมูลจากครูผู้สอนในระดับประถมศึกษาตอนปลายพบว่าสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนลดลงและไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของโรงเรียน เนื่องจากนักเรียนมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์หลายอย่างในชั้นเรียน อาทิเช่น การก่อกวนเพื่อนในชั้นเรียน การไม่รับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย การไม่ให้ความร่วมมือในกิจกรรมในชั้นเรียน เป็นต้น



ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลให้ครูผู้สอนไม่สามารถจัดการชั้นเรียนให้มีบรรยากาศในการเรียนรู้ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแผนการจัดการเรียนรู้ในหลักสูตรสถานศึกษาที่วางไว้ได้

ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ พบว่าการจัดการชั้นเรียนเป็นภารกิจที่สำคัญที่สุดสำหรับครูที่จะส่งเสริมให้นักเรียนทุกคนมีประสิทธิผลทางการเรียนสูงสุด ครูควรจัดสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ให้ปลอดภัยและเรียนรู้ได้อย่างสะดวกสบาย โดยการศึกษา ก่อนศตวรรษที่ 21 จะเน้นการจัดการชั้นเรียนที่มุ่งไปสู่การควบคุมพฤติกรรมของนักเรียน (จันทร์ภาดา จิตรแก้ว, 2559) ประสิทธิภาพการจัดการชั้นเรียนของครูที่ต้องการสร้างวินัยในชั้นเรียนการดำเนินการสอนอย่างเป็นระบบและการจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 การจัดการชั้นเรียนจะหมายรวมถึงกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมตลอดจนเพื่อควบคุมพฤติกรรมที่อาจไม่เหมาะสมของผู้เรียนอีกด้วย ซึ่งการจัดการชั้นเรียนแนวคิดการจัดการชั้นเรียนของที่ประกอบไปด้วยศาสตร์ต่าง ๆ ในการจัดสถานการณ์ที่มีสิ่งรบกวนการจัดการชั้นเรียนเป็นหลักในการจัดห้องเรียนเพื่อพัฒนาผู้เรียน เนื่องจากการจัดการชั้นเรียนมีมุมมองที่หลากหลายครูจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยเหล่านี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการจัดการเรียนรู้ในอนาคตตลอดจนมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ และผสมผสานทักษะการจัดการส่วนแนวคิดที่ว่าทักษะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถฝึกฝนและเรียนรู้ได้หากยังไม่ได้รับมอบหมายให้มีความรับผิดชอบในชั้นเรียนลักษณะแนวคิดเช่นนี้อาจเป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง ซึ่ง Quek (2022) ได้วิจัยพบว่าแนวทางปฏิบัติในการจัดการชั้นเรียนของครูที่เริ่มต้นจำเป็นต้องมีความพยายามอย่างมีนัยธรรมในการเชื่อมโยงทฤษฎีกับการประยุกต์ใช้ในห้องเรียนจริง อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริง พบว่ามีช่องว่างระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติในการจัดการชั้นเรียนของครูผู้สอนระดับเริ่มต้น และ Kwok (2022) ได้กล่าวถึงความสำคัญของทักษะการจัดการชั้นเรียนของครูว่า การบริหารจัดการชั้นเรียนรวบรวมข้อมูลจากแผนการจัดการชั้นเรียน ซึ่งส่งผลเมื่อเริ่มหลักสูตรเตรียมความพร้อมหนึ่งหลักสูตร และแก้ไขเมื่อสิ้นสุด หลักสูตรนั้นมีคำแนะนำการปฏิบัติและการมอบหมายที่กว้างขวางซึ่งรวมเอากลยุทธ์การจัดการห้องเรียนที่สำคัญ การวิเคราะห์ระบุว่าการเน้นที่บางแง่มุมของการจัดการชั้นเรียนช่วยในการพัฒนาความรู้ได้

ทั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียนและการปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโดยวิจัยของ Babadjanova (2020) กล่าวถึงการสอนเด็กไม่ว่าเรื่องใด ควรสอนก็คือข้อบ่งชี้และท้าทายจริง ๆ รวมทั้งครูกำลังเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ในกระบวนการสอนและสื่อสารกับเด็กในเวลานั้น พวกเขาจะต้องใช้กลยุทธ์ที่มีประโยชน์เพื่อจัดการกับผู้เรียนอย่างง่ายตาย ครูผู้สอนจะเป็นผู้ที่บทบาทสำคัญในการจัดการชั้นเรียนให้มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดจนเป็นผู้ที่มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือไม่ของนักเรียน โดยครูผู้สอนจำเป็นต้องมี



ทักษะในการจัดการชั้นเรียนรวมทั้งการสร้างชุดกิจกรรมสำหรับการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จึงควรหาแนวทางในการปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนโดยการให้ความรู้กับครูเกี่ยวกับการจัดทำชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล ให้ครูผู้สอนสามารถบริหารจัดการชั้นเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของผู้เรียนให้ลดน้อยลง ช่วยให้การจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้รวมทั้งหาประสิทธิภาพก่อน เพื่อนำข้อผิดพลาดมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จึงสามารถนำไปใช้กับนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล (ฐาปะนยะ วังสาธิตศาสตร์, 2561) มุ่งมั่นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูลให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์การสร้างชุดฝึกอบรม (80/80)
2. เพื่อประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องชุดฝึกอบรมฯ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้รวบรวมเอกสารและสรุปรายละเอียดเพื่อใช้เป็นแนวทางการวิจัย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับความหมาย ความมุ่งหมาย ความสำคัญ และหลักการพัฒนาและบุคลากรทางการศึกษา
2. ชุดฝึกอบรมโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ ประโยชน์ การพัฒนาชุดฝึกอบรม องค์ประกอบชุดฝึกอบรม การผลิตชุดฝึกอบรม



3. การสร้างชุดกิจกรรมโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับความหมาย ประเภท องค์ประกอบ ขั้นตอน การสร้าง และประโยชน์ของชุดกิจกรรม

4. การจัดการชั้นเรียนโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ การบริหารจัดการ ชั้นเรียนให้มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบของการบริหารจัดการชั้นเรียนและแนวคิดรูปแบบการจัดการ ชั้นเรียนของคุณิน

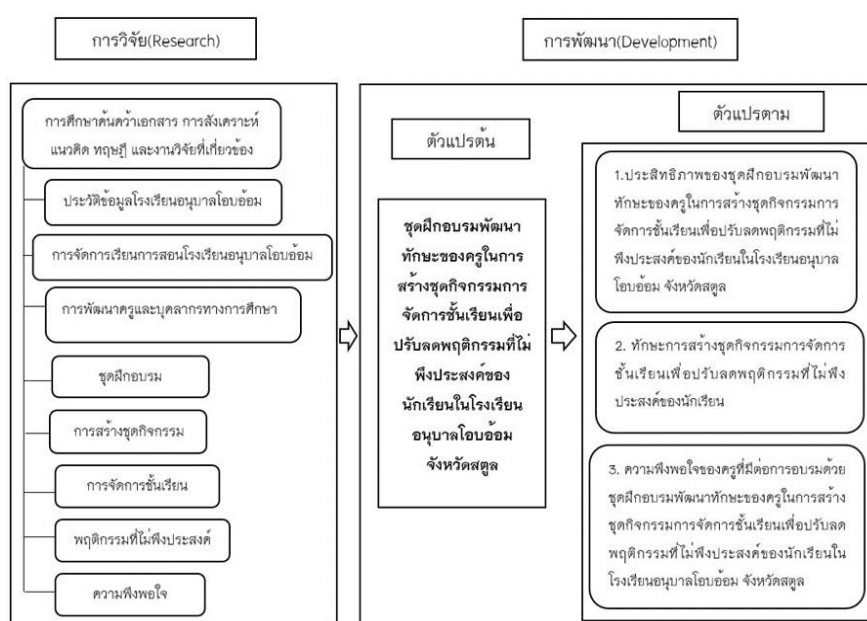
5. พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับความหมาย ประเภท ปัจจัยของ พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน ความหมาย สาเหตุ ปัจจัยของ พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน

6. ความพึงพอใจโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับความหมาย จิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ และแนวทางการวัดความพึงพอใจ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้องศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึกอบรมโดยใช้กระบวนการเรียนรู้จาก ประสบการณ์เพื่อเสริมสร้างจิตสาธารณะสำหรับอาสาชวูกาชาด สำหรับอาสาชวูกาชาดในจังหวัด กรุงเทพมหานคร, ศึกษาการวิจัยการบริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาคันทบุรี เป็นต้น และงานวิจัยต่างประเทศ หัวข้อเกี่ยวกับ Teachers learn to be effective classroom managers? In C.M. Evertson & C.S.Wein–stein (Eds.) เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยของชุดฝึกอบรมฯ โดยผู้วิจัยเสนอกรอบแนวคิดตามแผนภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น คือ คู่มือชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล

2.2 ทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน

2.3 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ครูผู้สอนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล จำนวน 10 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูผู้สอนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล จำนวน 6 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากเป็นครูผู้สอนในระดับประถมศึกษาตอนปลายทั้งหมด และเป็นบุคลากรในโรงเรียนที่ผู้วิจัยเป็นผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งเป็นครูผู้สอนที่ต้องดูแลนักเรียนและจัดการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษาตอนปลายที่กำลังเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น มีพฤติกรรมที่แปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ดังนั้นจึงเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเพื่อให้ครูผู้สอนสามารถบริหารจัดการชั้นเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของผู้เรียนให้ลดน้อยลง ผู้เข้าร่วมอบรมต้องอยู่จนครบกระบวนการฝึกอบรมและขยายผลต่อได้ ช่วยให้การจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ ผู้วิจัยได้ดำเนินสร้างชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ ตามขั้นตอนดังนี้



2.1.1 วิเคราะห์ความจำเป็นในการสร้างชุดฝึกอบรมสำหรับครู เรื่องการพัฒนาทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน โดยการวิเคราะห์หลักการแนวคิดวิธีการในการจัดการชั้นเรียนของครูตามแนวทางของการสร้างชุดฝึกอบรม

2.2.2 ศึกษาทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

2.2.3 ศึกษาองค์ประกอบและโครงสร้างของชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

2.2.4 กำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้ชุดฝึกอบรมสำหรับครู เรื่องการพัฒนาทักษะการจัดการชั้นเรียน

2.2.5 สร้างและกำหนดเนื้อหาสาระของชุดฝึกอบรมสำหรับครู เรื่องการพัฒนาทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน เป็นการกำหนดเนื้อหาความรู้ในการอบรม วิธีใช้และจัดทำต้นฉบับชุดฝึกอบรมสำหรับครู เรื่องการพัฒนาทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน โดยจัดทำเป็น 6 เรื่อง ประกอบด้วย

เรื่องที่ 1 ความหมายและความสำคัญของการจัดการชั้นเรียน

เรื่องที่ 2 การจัดการชั้นเรียนเพื่อส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้

เรื่องที่ 3 การจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

เรื่องที่ 4 กติกาและกิจวัตรในชั้นเรียนและการจัดการเรียนรู้ที่น่าสนใจ

เรื่องที่ 5 การคิดทางบวกกับการสื่อสารกับนักเรียนและการให้แรงเสริม

เรื่องที่ 6 การสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน

2.2 แบบประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนระหว่างและหลังการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ

2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของครูที่มีต่อชุดฝึกอบรมฯ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อพิจารณาตรวจสอบคุณภาพและข้อบกพร่องทำการแก้ไขปรับปรุง แล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความถูกต้อง แล้วนำชุดฝึกอบรมสำหรับครู เรื่องการพัฒนาทักษะการจัดการชั้นเรียน มาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญโดยผู้วิจัยได้ปรับแก้ดังนี้

3.1 ปรับปรุงเวลาที่ใช้ในกิจกรรมแต่ละเรื่องให้เหมาะสม ไม่เร่งรัดเกินไป ให้ครูได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองให้มาก เพื่อฝึกทักษะครูปรับเนื้อหาใบความรู้ในแต่ละเรื่องให้กระชับ ชัดเจน การตั้งคำถามและคำตอบในการเขียนแบบทดสอบย่อยให้สื่อสารชัดเจนและตรงประเด็น



3.2 จัดพิมพ์ชุดฝึกอบรมสำหรับครูเรื่องการพัฒนาทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการพัฒนาชุดฝึกอบรมฯ ผู้วิจัยมีการการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของกระบวนการ (E1) ในการพัฒนาชุดฝึกอบรมฯ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้เข้ารับการอบรมในระหว่างการอบรมด้วยใบกิจกรรมและใบงานของชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน

4.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E2) ในการพัฒนาชุดฝึกอบรมฯ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้เข้ารับการอบรมหลังเสร็จสิ้นการอบรมด้วยแบบประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนของครูหลังการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ

4.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของครูที่มีต่อชุดฝึกอบรมฯ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้เข้ารับการอบรมด้วยแบบประเมินความพึงพอใจของครูที่มีต่อชุดฝึกอบรม

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดฝึกอบรมฯ กับครูโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จำนวน 6 คน พบว่าค่าประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัดส่วนร้อยละของคะแนนกระบวนการ (กิจกรรมระหว่างอบรม) (E1) ผลการทดสอบหลังการฝึกอบรม (E2) สัดส่วนของคะแนน (E1/E2) และประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรม

ที่	เรื่อง	กิจกรรมระหว่าง อบรม(E ₁)	การทดสอบหลัง ฝึกอบรม(E ₂)	ประสิทธิภาพของ ชุดฝึกอบรม(E ₁ /E ₂)
1	ความหมายและความสำคัญ ของการจัดการชั้นเรียน	83.45	82.15	83.45/82.15
2	การจัดการชั้นเรียนเพื่อส่งเสริม บรรยากาศการเรียนรู้	84.25	83.55	84.25/83.55
3	การจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลด พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์	83.55	82.26	83.55/82.26



ตารางที่ 1 ค่าสัดส่วนร้อยละของคะแนนกระบวนการ (กิจกรรมระหว่างอบรม) (E1) ผลการทดสอบหลังการฝึกอบรม (E2) สัดส่วนของคะแนน (E1/E2) และประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรม (ต่อ)

ที่	เรื่อง	กิจกรรมระหว่าง อบรม(E ₁)	การทดสอบหลัง ฝึกอบรม(E ₂)	ประสิทธิภาพของ ชุดฝึกอบรม(E ₁ /E ₂)
4	กติกาและกิจวัตรในชั้นเรียน และการจัดการเรียนรู้ที่น่าสนใจ	82.11	81.18	82.11/81.18
5	การคิดทางบวกกับการสื่อสาร กับนักเรียนและการให้แรงเสริม	82.54	81.23	82.54/81.23
6	การสร้างชุดกิจกรรมการ จัดการชั้นเรียน	81.35	80.59	81.35/80.59
เฉลี่ย		82.88	81.83	82.88/81.83

จากตารางที่ 1 แสดงผลค่าประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมฯ ผลการนำชุดฝึกไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีค่าประสิทธิภาพ (E1/E2) โดยรวมเท่ากับ 82.88/81.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ 80/80 ซึ่งค่าประสิทธิภาพ (E1/E2) ของแต่ละเรื่องของชุดฝึกอบรมพัฒนาทักษะของครูในการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ทั้ง 6 เรื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ดังนี้ ความหมายและความสำคัญของการจัดการชั้นเรียนเท่ากับ 83.45/82.15 การจัดการชั้นเรียนเพื่อส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้เท่ากับ 84.25/83.55 การจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์เท่ากับ 83.55/82.26 กติกาและกิจวัตรในชั้นเรียนและการจัดการเรียนรู้ที่น่าสนใจเท่ากับ 82.11/81.18 การคิดทางบวกกับการสื่อสารกับนักเรียนและการให้แรงเสริมเท่ากับ 82.54/81.23 และการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเท่ากับ 81.35/80.59 ตามลำดับ

2. ผลการประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน



ตารางที่ 2 คะแนนทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน

ข้อที่	ประเด็นการประเมิน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ
1	ชื่อเรื่องและระบุปัญหา - มีความชัดเจน รู้ว่าสื่อถึงสิ่งใด - อธิบายความสำคัญของเรื่อง	10	8.75	87.5
2	วัตถุประสงค์ - ระบุสิ่งที่ต้องการ - เหมาะสมกับชุดกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น	20	17.84	89.16
3	ด้านเนื้อหา - การนำหลักการจัดการชั้นเรียนมาใช้มีความชัดเจน - การเรียบเรียงเนื้อหาเป็นระบบเดียวกัน - มีความเหมาะสมกับผู้เรียน	30	27.34	91.11
4	ด้านกิจกรรม - มีความสอดคล้องในวัตถุประสงค์กับเนื้อหา - กิจกรรมหลากหลาย มีความสนใจมากขึ้น	30	26.58	88.61
5	ด้านการประเมิน - วัดได้ครอบคลุมจุดประสงค์การเรียนรู้ - วัดและประเมินผลเน้นการประเมินสภาพจริง	10	8.34	83.34
รวม		100	88.83	87.94

จากตารางที่ 2 พบว่าคะแนนทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน มีคะแนนเท่ากับ 88.83 ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีผลคะแนนทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน เพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน โดยคะแนนด้านเนื้อหา สูงที่สุดเท่ากับ 27.34/30 หรือร้อยละ 91.11 ส่วนคะแนนด้านการประเมิน น้อยสุดคือ 8.34/10 หรือร้อยละ 83.34 ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีมาก ส่วนด้านชื่อเรื่องและระบุปัญหา ด้านวัตถุประสงค์ และด้านกิจกรรม มีคะแนนเท่ากับ 8.75/10 17.84/20 และ 26.58/30 ตามลำดับ



3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ พบว่าครูมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมฯ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสถานที่และบรรยากาศในการฝึกอบรม				
1	สถานที่อบรมมีความเหมาะสมต่อการฝึกอบรม	4.25	0.40	มาก
2	สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการฝึกอบรมเหมาะสม	4.13	0.42	มาก
3	ระยะเวลาในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม	4.02	0.48	มาก
4	แสงสว่างมีเพียงพอและเหมาะสม	4.35	0.52	มาก
เฉลี่ยด้านสถานที่และบรรยากาศในการฝึกอบรม		4.19	0.46	มาก
ด้านหลักสูตร/เนื้อหาการฝึกอบรม				
5	หลักการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียน	4.45	0.48	มาก
6	วิธีการจัดการชั้นเรียนสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา	4.62	0.62	มากที่สุด
7	วิธีการนำทักษะการจัดการชั้นเรียนสู่การปฏิบัติ	4.55	0.46	มากที่สุด
5	หลักการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียน	4.45	0.48	มาก
8	วิธีการวัดและประเมินผลการจัดการชั้นเรียน	4.51	0.40	มากที่สุด
เฉลี่ยด้านหลักสูตร/เนื้อหาการฝึกอบรม		4.53	0.49	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมและรูปแบบการฝึกอบรม				
9	กิจกรรมส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมได้ลงปฏิบัติจริง	4.55	0.48	มากที่สุด
10	กิจกรรมเป็นประโยชน์สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง	4.68	0.52	มากที่สุด
11	ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมสร้างองค์ความรู้และสรุปผลด้วยตนเอง	4.42	0.48	มาก
12	กิจกรรมเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิชาชีพครู	4.54	0.42	มากที่สุด
เฉลี่ยด้านกิจกรรมและรูปแบบการฝึกอบรม		4.55	0.48	มากที่สุด
ด้านสื่ออุปกรณ์และเอกสารการฝึกอบรม				
13	เอกสาร สื่อและอุปกรณ์การอบรมมีเพียงพอ	4.35	0.62	มาก
14	สื่อ อุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม	4.54	0.52	มากที่สุด



ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ (ต่อ)

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
15	ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในการใช้สื่อ อุปกรณ์	4.34	0.42	มาก
	เฉลี่ยด้านอุปกรณ์และเอกสารการฝึกอบรม	4.41	0.52	มาก
ด้านวิทยากรในการอบรม				
16	การนำเสนอหรือให้ความรู้ของวิทยากร	4.56	0.50	มากที่สุด
17	การเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้	4.42	0.48	มาก
18	การจัดกิจกรรมให้ผู้เข้าอบรมได้น่าสนใจ	4.58	0.62	มากที่สุด
19	การจัดกิจกรรมให้ผู้เข้าอบรมได้สรุปองค์ความรู้ด้วยตนเอง	4.32	0.46	มาก
20	การจัดกิจกรรมให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้โดยกระบวนการ	4.48	0.52	มาก
	กลุ่ม			
	เฉลี่ยด้านวิทยากรในการอบรม	4.47	0.52	มาก
	รวมเฉลี่ยทั้งหมด	4.43	0.49	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม($\bar{X}$) เท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49 โดยด้านหลักสูตร/เนื้อหาการฝึกอบรมและด้านกิจกรรมและรูปแบบการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (S.D. 0.49) และ 4.55 (S.D. 0.48) ตามลำดับ ส่วนด้านสถานที่และบรรยากาศในการฝึกอบรม ด้านสื่ออุปกรณ์และเอกสารการฝึกอบรม และด้านวิทยากรในการอบรม มีความพึงพอใจในระดับมากมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D. 0.46), 4.41 (S.D. 0.52) และ 4.47 (S.D. 0.52) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดฝึกอบรมฯ ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์การสร้างชุดฝึกอบรม พบว่า มีค่าประสิทธิภาพ (E1/E2) โดยรวมเท่ากับ 82.88/81.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ 80/80 ซึ่งค่าประสิทธิภาพ (E1/E2) ของแต่ละเรื่องของชุดฝึกอบรมฯ มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ทั้ง 6 เรื่อง ทั้งนี้เนื่องจากชุดฝึกอบรมฯ มีการแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 เรื่องที่มีความสอดคล้องเกี่ยวโยงกันเป็นลำดับ ซึ่งในแต่ละเรื่องจะมีการดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นขั้นตอนด้วยการสร้างความเข้าใจด้วยสื่อต่าง ๆ ในการจัดการ



ชั้นเรียน การเข้าใจพฤติกรรมของผู้เรียน การคิดทางบวกกับการสื่อสารกับนักเรียนและการให้แรงเสริม การกระตุ้นด้วยกิจกรรมที่หลากหลายช่วยให้ครูสามารถจัดการชั้นเรียนได้อย่างเป็นระบบ และสามารถให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ออกแบบและสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารัตนา โสมะนันท์ (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการปรึกษาเชิงจิตวิทยาเบื้องต้นสำหรับครูที่ปรึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษา และศึกษาผลของชุดฝึกนี้ การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ การพัฒนาชุดฝึกทักษะการให้คำปรึกษาเบื้องต้น และศึกษาผลของชุดฝึก โดยมีครูที่ปรึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) จำนวน 14 คน ทั้งในด้าน (1) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการดูแลและช่วยเหลือนักเรียนโดยการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยา และ (2) การฝึกทักษะการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาเบื้องต้นโดยใช้วิธีไดอะลิซิส เพื่อฝึกให้ครูจัดการกับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทั่วไปที่วัยรุ่นเผชิญสำหรับระยะที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรม (E1/E2) เท่ากับ 88.20/80.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมจะสูงขึ้น เมื่อมีเนื้อหาที่มีความสอดคล้องเกี่ยวโยงกันเป็นลำดับ โดยดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นขั้นตอนและให้ครูได้ฝึกทักษะและได้ลงมือทำ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ นิรนาท แสนสา (2560) ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนาชุดฝึกอบรมทางไกล เรื่อง การแนะแนวอาชีพสำหรับครูแนะแนว ระดับมัธยมศึกษา จังหวัดนนทบุรี กลุ่มครูแนะแนวระดับมัธยมศึกษา ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 จังหวัดนนทบุรี ครูแนะแนวสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นนทบุรี เขต 1 และเขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการพัฒนาชุดฝึกอบรมทางไกล เรื่อง การแนะแนวอาชีพสำหรับครูแนะแนวระดับมัธยมศึกษาจังหวัดนนทบุรี ทั้ง 3 หน่วย มีประสิทธิภาพ คือ 82.14/81.43, 81.33/80.95 และ 81.11/80.95 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80

2. ผลการประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน พบว่าคะแนนทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียน มีคะแนนเท่ากับ 88.83 ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีมาก ทั้งนี้เนื่องจากชุดฝึกอบรม มีการอบรมทักษะเกี่ยวกับการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนจะมีเนื้อหาที่ส่งเสริมวินัย การสร้างวินัยกฎ กติกา สอดคล้องกับวิจัยของ จันทราภาศ จิตรแก้ว (2559) ประสิทธิภาพการจัดการชั้นเรียนของครูโรงเรียนระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนในจังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการจัดการชั้นเรียนของครูโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการสร้างวินัยในชั้นเรียน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับดีมากที่สุดคือ ด้านการสร้างวินัยในชั้นเรียนระดับดีคือ ด้านการดำเนินการสอนอย่างเป็นระบบ



และด้านการจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ครูที่มีเพศต่างกันมีประสิทธิภาพในการจัดการชั้นเรียน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบความแตกต่างในด้านการจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีประสิทธิภาพในการจัดการชั้นเรียนโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ครูที่มีประสบการณ์ในการสอนต่างกันมีประสิทธิภาพในการจัดการชั้นเรียนโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการสร้างวินัยในชั้นเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการดำเนินการสอนอย่างเป็นระบบและด้านการจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และครูที่สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างกันมีประสิทธิภาพในการจัดการชั้นเรียนโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันและวิจัยของ บุญพริก เกลิมโรจน์ (2560) ซึ่งได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมจัดการชั้นเรียนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมจัดการชั้นเรียนร่วมที่มีประสิทธิภาพสำหรับครูประถมศึกษา และกำหนดคุณภาพของเครื่องมือวัดพฤติกรรมจัดการชั้นเรียนร่วมที่มีประสิทธิภาพสำหรับครูประถมศึกษา เพื่อกำหนดคุณภาพของตัวแปรวัด ผลการวิจัยพบว่า การจัดการชั้นเรียนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ จิตสังคัม ระเบียบ ร่างกาย พฤติกรรม คำสั่ง และการจัดองค์กร สิ่งที่ครูต้องเรียนรู้ในการบริหารจัดการชั้นเรียนที่มีประสิทธิภาพจะประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตเนื้อหาการเรียน การใช้วัสดุอุปกรณ์การเรียน การสอน การสร้างกฎเกณฑ์และวิธีดำเนินการในชั้นเรียน การเตรียมความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน การใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพ การทบทวนบทเรียนหรือเรื่องราวต่าง ๆ ในชั้นเรียน การสื่อสารโดยใช้การพูดและการใช้ภาษาท่าทาง การนำเสนอแนวคิดและความรู้ทางด้านวิชาการ

3. ผลการศึกษาคความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ พบว่าผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม($\bar{X}$) เท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49 ทั้งนี้เนื่องจากชุดฝึกอบรมฯ ได้มีการฝึกอบรมด้วยการให้ครูได้ลงมือปฏิบัติ โดยมีวิทยากรคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด มีการเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการอบรมได้แสดงความคิดเห็น ออกแบบชุดกิจกรรมด้วยตนเอง มีการปรับแก้ชุดกิจกรรมตามคำแนะนำของวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญ มีการสร้างแรงจูงใจในฝึกอบรมและการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนโดยการมุ่งปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของผู้เรียนของครูที่เข้ารับการฝึกอบรมเอง



สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดฝึกอบรมฯ ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์การสร้างชุดฝึกอบรม พบว่า มีค่าประสิทธิภาพ (E1/E2) โดยรวมเท่ากับ 82.88/81.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ 80/80
2. ผลการประเมินทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล พบว่า คะแนนทักษะการสร้างชุดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนเพื่อปรับลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลโอบอ้อม จังหวัดสตูล มีคะแนนเท่ากับ 88.83 ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีมาก
3. ผลการศึกษาคำพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ พบว่าผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยรวม $\bar{X}$ เท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.1 ผู้บริหารโรงเรียนที่จะจัดอบรมควรจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และสื่อต่าง ๆ ให้มีความพร้อมและเกิดประสิทธิภาพในการอบรม
- 1.2 คุณครูที่จะนำชุดฝึกไปใช้ควรมีการศึกษาพฤติกรรมและจิตวิทยาในการจัดการเรียนรู้ และการจัดการชั้นเรียนที่สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้เรียนด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษาวิจัยโดยการนำชุดฝึกอบรมฯ กับการประเมินผลที่ได้นำไปใช้กับนักเรียน เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านการจัดการชั้นเรียน เพื่อพัฒนาทักษะทางด้านสื่อการสอน
- 2.2 ควรศึกษาด้านเจตคติโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมอบรมร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น

รายการอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2562). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.



- จันทร์ภาศ จิตรแก้ว. (2559). *ประสิทธิภาพการจัดการชั้นเรียนของครูโรงเรียนระดับประถมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนในจังหวัดตรัง* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้, นครศรีธรรมราช.
- ฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์. (2561). *การทบทวนวรรณกรรมกับการกำหนดโครงร่างงานวิจัยด้านการสื่อสาร* (วิทยานิพนธ์สื่อสารมวลชนมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- นิรนาท แสนสา. (2560). การพัฒนาชุดฝึกอบรมทางไกลเรื่องการแนะแนวอาชีพสำหรับครูแนะแนวระดับมัธยมศึกษา จังหวัดนนทบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University* , 10(1), 1–15.
- บุญฤทธิ์ เกลิมโรจน์. (2560). *การสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมจัดการชั้นเรียนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ*. *Pathumthani University Academic Journal*, 9(1), 185–193.
- วรางคณา โสมะนันท์. (2562). การพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการปรึกษาเชิงจิตวิทยาเบื้องต้นสำหรับครูประจำชั้นระดับมัธยมศึกษา. *วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 47(1), 315–336.
- สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- อมรรัตน์ เตชะนอก, รัชนี จรุงศิริวัฒน์ และพระฮอนด้า วาทสุโท. (2563). การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม์*, 7(9), 1–14.
- Babadjanova, N. (2020). Effective classroom management technique curriculum of 21st century. *Science and Education Scientific Journal*, 1(7), 281–285.
- Kwok, A. (2022). Facilitating Classroom Management Development in Teacher Education. *The Educational Forum*, 87(2), 105–121.
- Quek, C.L.G. (2022). *Teachers' Learning of Classroom Management Using Teacher-Generated Wiki Cases*. In: Quek, C.L.G., Wang, Q. (eds) *Designing Technology-Mediated Case Learning in Higher Education*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-5135-0_7



การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาล
วัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง
ประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Project Evaluation on Fostering Morals and Ethics in Watthummikaram
Municipal School, Prachuapkhirikhan Municipality, Prachuapkhirikhan
District, Prachuapkhirikhan Province

อัญญรัตน์ นาเมือง^{1*}

Anyarat Namuang^{1*}

(Received: February 7, 2022; Revised: February 12, 2022; Accepted: February 24, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินด้านบริบทของโครงการ 2) เพื่อประเมินด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ 3) เพื่อประเมินด้านกระบวนการดำเนินโครงการ 4) เพื่อประเมินด้านผลผลิตการดำเนินโครงการ และ 5) เพื่อประเมินด้านผลกระทบการดำเนินโครงการ โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมือง ประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมินแบบ CIPPI Model ของ Stufflebeam กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินประกอบด้วยผู้บริหารและครูโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) จำนวน 32 คน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 14 คน นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 348 คน และผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1- มัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 348 คน ได้มาโดยการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสอบถามแบบมาตราประเมินค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวบรวมข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์)

¹ Watthummikaram Municipal School

*Corresponding author. E-mail: thummikaramschool.ac.th



ผลการวิจัย พบว่า 1) ด้านบริบทของโครงการ ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษา
ขั้นพื้นฐาน โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ พบว่า
ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3) ด้านกระบวนการดำเนินโครงการ จริยธรรมในสถานศึกษา พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการ
สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และนักเรียน โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ด้านผลผลิต
การดำเนินโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และ
ผู้ปกครองนักเรียน โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 5) ด้านผลกระทบการดำเนินโครงการ
โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา พบว่า ผู้บริหารและครู และนักเรียน มีความคิดเห็น
ต่อด้านผลกระทบการดำเนินโครงการโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การประเมินโครงการ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา

Abstract

The research was to evaluate context, input, process and product of the project on fostering morals and ethics in Watthummikaram Municipal School, Prachuapkhirikhan District, Prachuapkhirikhan Province based on Stufflebeam's CIPPI model. The samples were 32 administrators and teachers, 14 basic education committee, 348 students from Grade 1–9 and students' parents, selected by stratified random sampling based on Krejcie and Morgan's table. The tools used comprised of a 5-level rating scale questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistics; namely percentages, means, standard deviations.

The results revealed that 1) Concerning context, input, process and product evaluation, the administrators, teachers and the basic education committee rated the highest level on the school's project on fostering morals and ethics. on School Campus. 2) Concerning Input Evaluation, the administrators, teachers and the basic education school committee also rated the a highest agreed on the input Evaluation of the school's project on Fostering Moral and Ethics on School. 3) Concerning Process Evaluation, the administrators, teachers, the school committee as well as the students a highest agreed on the Process Evaluation of the school's project on Fostering Moral and Ethics on School 4) From the survey questionnaire, the satisfaction of students towards the school's project received the highest level. 5) In term of impact evaluation, the administrators,



teachers, the basic education committee, students and their parents agreed that the school's project had the highest level of impact on students.

Keywords: Project Evaluation, Fostering Morals and Ethics

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลง และ พัฒนาการทางเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนทั้งโลกโดยรวม ทั้งทางตรง และ ทางอ้อม โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านสังคม ด้าน การศึกษา ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการสื่อสาร ตลอดจนด้านวัฒนธรรม ประเพณี ส่งผลไปจนถึงพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทั้งด้านที่เป็นผลดี และไม่ดี เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง หากคนในยุคปัจจุบันไม่สามารถก้าวทันความ เปลี่ยนแปลง และยังขาดความรู้ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลกระทบ ต่อวิกฤตด้านอื่น ๆ ตามมา เช่น ความยากจน ยาเสพติด อาชญากรรม ครอบครัวแตกแยก และสิ่งแวดล้อมมีความเสื่อม โทรมอย่างรุนแรง นำไปสู่ความขัดแย้งในสังคมมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการสร้างองค์ความรู้เพื่อให้รู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลงจำเป็นอย่างยิ่งที่คนในโลกใบนี้ต้องพึงพาอาศัยระบบการศึกษา การศึกษาถือเป็น เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศ เพราะการศึกษาเป็นการนำพาคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่ง ของประเทศ การจัดการศึกษาในปัจจุบัน จึงมุ่งเน้นให้ผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนา ขีดความสามารถได้ด้วยตนเอง ดังวิสัยทัศน์ของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ที่ระบุว่า มุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคน ซึ่งเป็นกำลังของชาติให้เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งด้านร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึกในความเป็นพลเมืองไทย ยึดมั่นในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีความรู้และทักษะพื้นฐาน รวมทั้งเจตคติ ที่จำเป็นต่อการศึกษา ต่อการประกอบอาชีพและการศึกษาตลอดชีวิต โดยมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญบนพื้นฐานความเชื่อว่า ทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้เต็มตามศักยภาพ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

ดังนั้นภาพความสำเร็จที่เกิดจากการพัฒนานักเรียน ให้เป็นไปตามที่จุดมุ่งหมายของหลักสูตร กำหนดไว้ จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะครูและบุคลากรทางการศึกษา นโยบายของสถานศึกษา เป็นหลักสำคัญในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อพัฒนานักเรียนให้ทันต่อความ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีกระบวนการทำงาน มีหลักฐานการปฏิบัติงาน มีเทคนิควิธีการหรือการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือนักเรียนอย่างใกล้ชิดที่สามารถพัฒนา ขีดความสามารถของนักเรียน พัฒนาคุณภาพชีวิตของนักเรียนให้เจริญเติบโตทั้งด้านร่างกาย จิตใจ



อารมณีสังคม และสติปัญญา เป็นบุคคลที่มีคุณค่าของสังคมในอนาคต เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปปัจจุบันนี้คนไทยวิ่งตามกระแสวัตถุนิยมมากเกินไป หมกมุ่นกับการบริโภควัตถุ และเสพติดความสะดวกสบาย จนลืมคุณค่าทางจิตใจ กระแสบริโภคนิยมแพร่สะพัดไปในหมู่คนทั่วไป ในต่างประเทศเขามีอะไรคนไทยก็พยายามที่จะมีสิ่งนั้น เราถูกการโฆษณากระตุ้นให้ซื้อสินค้าและบริการกันอย่างไม่ลืมหูลืมตาโดยไม่เฉลียวใจว่า สิ่งเหล่านั้น จะให้คุณหรือโทษมากกว่ากัน เมื่อกิเลสความอยากได้ครอบงำจิตใจ จึงผลักดันให้ดิ้นรนแสวงหาวัตถุนิยมเหล่านั้นมาครอบครอง ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตามการให้ได้มาซึ่งสิ่งของที่เป็นวัตถุนิยมเหล่านั้นทำให้เด็ก ๆ หลายคนหันไปพึ่งวิธีทางลัดเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุนิยมเหล่านั้น เช่น การลักขโมยการโกหกพ่อแม่ ผู้ปกครองเพื่อนำเงินมาซื้อ การเล่นเกมพนันเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินทอง แล้วนำมาหาซื้อสิ่งของฟุ่มเฟือยเหล่านั้น โดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักคุณธรรม จากเหตุผลดังกล่าวเป็นเครื่องชี้ให้เห็นความสำคัญของการสอนจริยศึกษา ที่มีต่อการพัฒนาคน ซึ่งมีผลต่อไปถึงการพัฒนาประเทศในที่สุด เพราะคุณธรรม จริยธรรมเป็นรากฐานของความเจริญแบบสันติสุขทั้งส่วนตนและส่วนรวม สังคมไทย ณ วันนี้มีความลัสนุนวณาย การเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดในเกือบทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเมืองการปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการสื่อสารนับเป็นปัจจัยเร่งที่สำคัญ ทำให้โลกสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างง่ายดาย ข้อมูลข่าวสารที่เข้ามามีทั้งทางบวกและทางลบ นับวันจะยิ่งทวีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต การดำรงชีวิตของบุคคลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะต่อเด็กและเยาวชนในวัยเรียน อาทิ ปัญหาสุขภาพจิต เกิดความเครียด และปรับตัวไม่ได้ การฆ่าตัวตาย ปัญหาการล่วงละเมิดสิทธิ การกลั่นแกล้งรังแก ความรุนแรง และการทารุณกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ปัญหายาเสพติด การไม่ประสบความสำเร็จในการเรียน และอาชีพ เป็นต้น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

จากความสำคัญดังกล่าวโรงเรียนเป็นสถาบันจัดการศึกษาผู้รายงาน ได้วิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการศึกษาของโรงเรียนพบว่านักเรียนส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านคุณธรรม จริยธรรม จึงได้เชิญคณะกรรมการสถานศึกษา ครู เข้าร่วมประชุมเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุ เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา และสรุปปัญหาได้ดังนี้ 1) ด้านการจัดการศึกษาของโรงเรียน พบว่า โรงเรียนจัดกิจกรรมในหลักสูตร และกิจกรรมเสริมหลักสูตรยังไม่หลากหลาย เพื่อพัฒนาคุณภาพ จริยธรรมของนักเรียน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้ปกครองและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของโรงเรียนค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องมาจากโรงเรียนยังไม่เห็นความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษา คิดว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นผู้ให้การสนับสนุนทรัพยากรทางการศึกษา หรือเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมที่มีผลต่อบุตรหลานของตน 2) ด้านครู พบว่า



ครูเข้าใจว่าตนเองมีบทบาทหน้าที่ในการสอนตามกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ตนเองรับผิดชอบ โดยสอนเฉพาะเนื้อหาสาระวิชาการบูรณาการสอดแทรก ปูปลูกฝังในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในรายวิชาที่สอน วิชาการประสานความร่วมมือกับ ผู้ปกครอง ในการติดตามและแก้ปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักเรียน และ 3) ด้านนักเรียน พบว่า นักเรียนประพฤติปฏิบัติตนไม่เป็นไปตามระเบียบที่โรงเรียนกำหนดไว้ นักเรียนไม่สนใจต่อการเรียน ขาดเรียนบ่อย หนีเรียน นักเรียนไม่มีระเบียบวินัย เช่น ตรงต่อเวลา การแต่งกาย กริยา มารยาท ความซื่อสัตย์ ความสามัคคีในหมู่คณะ ฯลฯ นักเรียนมีพฤติกรรมก้าวร้าวต่อครู และผู้ปกครอง นักเรียนไม่ร่วมกิจกรรมที่โรงเรียนจัด

จากสภาพปัญหาดังกล่าว หากไม่ได้รับการแก้ไข ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียน คุณภาพของผู้เรียนและส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษาของประเทศโดยรวม ผู้ประเมินในฐานะผู้บริหารสถานศึกษา จึงมีความสนใจ และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้เกิดขึ้นกับนักเรียน โดยได้จัดโครงการคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาขึ้น เพื่อให้นักเรียนมีความรู้ในหลักธรรม มีคุณธรรมนำชีวิต ประกอบศาสนพิธีได้ถูกต้อง บำเพ็ญตนเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว สังคม ประเทศชาติ เพื่อให้นักเรียนมีความรู้ประพฤติปฏิบัติตนตามขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และดำรงรักษาไว้ซึ่งวิถีไทยพร้อมทั้งสามารถถ่ายทอดไปสู่รุ่นหลังต่อไปได้ และเพื่อให้ นักเรียนเป็นคนดีประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในระเบียบวินัยของโรงเรียนและของสังคมได้อย่างถูกต้อง เป็นพลเมืองดีของประเทศชาติ โดยกำหนดเป็นโครงการอยู่ในแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียน ซึ่งการดำเนินการโครงการดังกล่าวได้สำเร็จจุลแล้ว ผู้ประเมินในฐานะผู้กำกับติดตาม จึงดำเนินการประเมินโครงการคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) เพื่อนำผลการดำเนินโครงการไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการปรับปรุงและพัฒนาโครงการให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

ในการบริหารโครงการนั้น การประเมินผลโครงการเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่ง เพราะเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลที่จะสะท้อนให้เห็นว่า เป้าหมายของโครงการนั้นได้บรรลุไปได้มากน้อยเพียงใดเพื่อจะได้มีการปรับปรุงแก้ไข ให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การบริหารโครงการด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงการด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง การปกครองก็ตาม จะบังเกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จำเป็นต้องอาศัยการประเมินโครงการที่เป็นระบบ และผลจากการประเมินโครงการจะทำให้ผู้บริหารโครงการได้ทราบจุดเด่น และจุดด้อยของโครงการเพื่อดำเนินการแก้ไขได้ทันที่ และในฐานะที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษา เมื่อได้ดำเนินการโครงการไปแล้วย่อมต้องทราบว่าโครงการนั้นได้บรรลุเป้าหมายหรือไม่เพียงใด คำนึงกับทุนและแรงงานที่ลงทุนไปหรือไม่ คำตอบของคำถามเหล่านี้จะได้จากการประเมินโครงการ การประเมินโครงการจะต้องดำเนินการอย่างมีระบบและ



มีความเป็นปรนัย ผลจากการประเมินจึงจะเป็นประโยชน์คุ้มค่าและเป็นที่ยอมรับ ด้วยเหตุนี้ผู้ประเมินโครงการ จึงดำเนินการประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการปรับปรุงองค์ประกอบของโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขโครงการในด้านต่าง ๆ อย่างทันท่วงทีในขณะที่โครงการกำลังดำเนินอยู่ ซึ่งผลของการปรับปรุงย่อมนำไปสู่ผลสำเร็จของการบริหารโครงการในที่สุด

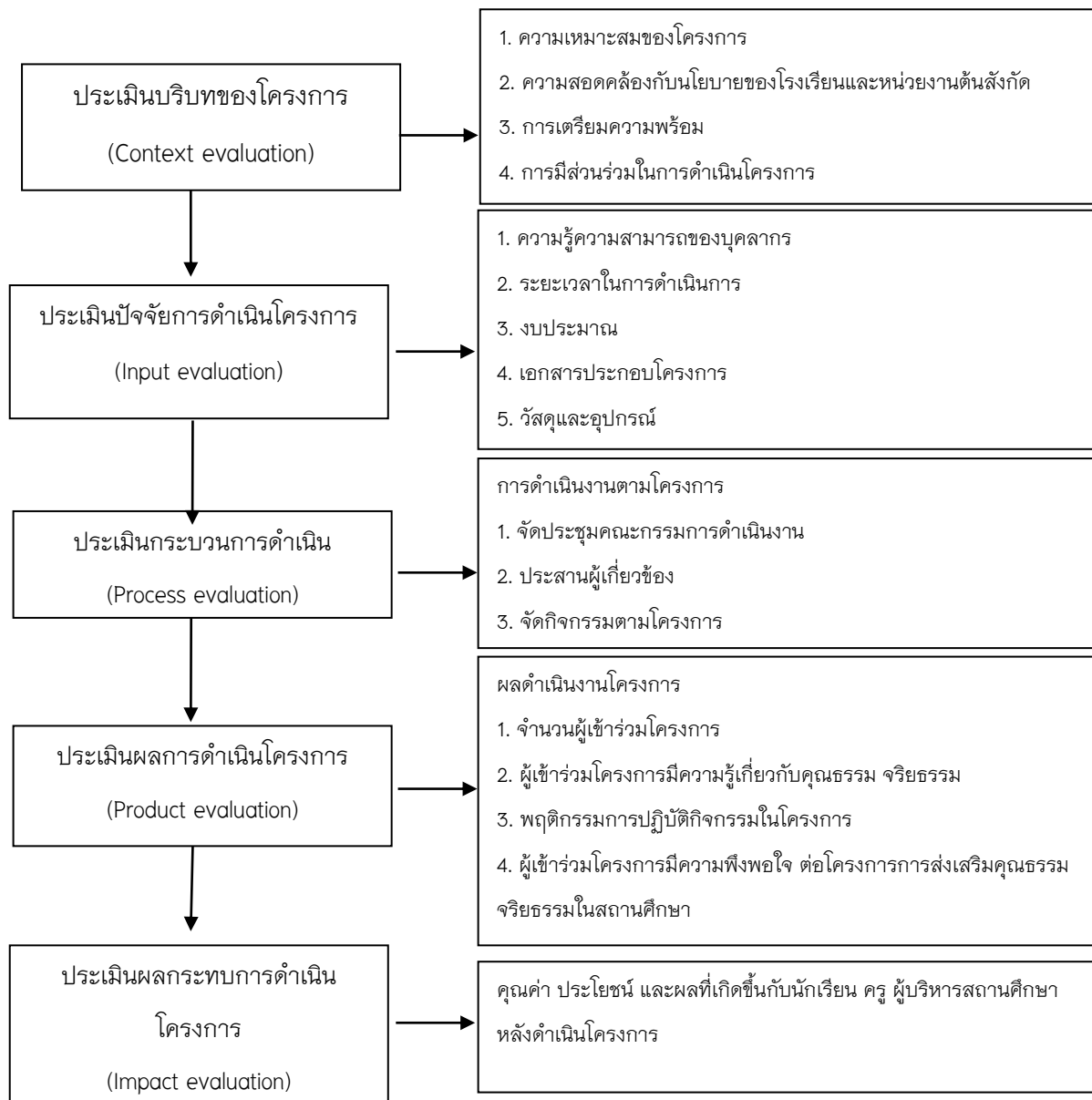
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินด้านบริบทของโครงการ (Context evaluation) โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์)
2. เพื่อประเมินด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ (Input evaluation) โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์)
3. เพื่อประเมินด้านกระบวนการดำเนินโครงการ (Process evaluation) โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์)
4. เพื่อประเมินด้านผลผลิตการดำเนินโครงการ (Product evaluation) โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์)
5. เพื่อประเมินด้านผลกระทบการดำเนินโครงการ (Impact evaluation) โครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์)



กรอบแนวคิดการวิจัย

การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาล วัดธรรมิการาม(ปิยะแหวนรังสรรค์) ได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดการประเมินโครงการตามแบบจำลองของซีปปี้ (CIPPI Model) ตามแผนภาพประกอบ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย การประเมินโครงการตามแบบจำลองของซีปปี้ (CIPPI Model)



วิธีการวิจัย

1. ขอบเขตรูปแบบการประเมินโครงการ

การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครึ่งนี้ ผู้ประเมินโครงการได้ประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมินแบบ CIPPI Model ของ Stufflebeam ซึ่งเป็นการประเมินวัตถุประสงค์และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการ มีลักษณะ เป็นแบบประเมินความก้าวหน้าเพื่อชี้จุดเด่น จุดด้อยของการดำเนินงาน ทั้งระยะก่อนการดำเนินโครงการ และเมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินโครงการ โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 1) การประเมินด้านบริบทของโครงการ
- 2) การประเมินด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ
- 3) การประเมินด้านกระบวนการดำเนินโครงการ
- 4) การประเมินด้านผลผลิตการดำเนินโครงการ
- 5) การประเมินด้านผลกระทบการดำเนินโครงการ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรในการประเมินครั้งนี้ ของโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) ปีการศึกษา 2562 จำนวน 865 คน ซึ่งประกอบด้วย

- 2.1.1 ผู้บริหารและครูโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) จำนวน 36 คน
- 2.2.2 คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 14 คน
- 2.2.3 นักเรียนระดับชั้นระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 407 คน
- 2.2.4 ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 407 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินครั้งนี้ ของโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) ปีการศึกษา 2562 จำนวน 742 คน ดังนี้

2.2.1 ผู้บริหารและครูโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม(ปิยะแหวนรังสรรค์) จำนวน 32 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ (Krejcie and Morgan) และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

2.2.2 คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 14 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกจากกรรมการทั้งหมด ยกเว้นครูและผู้อำนวยการสถานศึกษา



2.2.3 นักเรียน ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 348 คน จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ (Krejcie and Morgan) ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แต่ละระดับชั้นตามสัดส่วนของนักเรียนแต่ละชั้น แล้วทำการสุ่มอย่างง่ายในแต่ละชั้น

2.2.4 ผู้ปกครองนักเรียน ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 348 คน โดยกำหนดให้ผู้ปกครอง 1 คน ต่อนักเรียน 1 คน จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ (Krejcie and Morgan) ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แต่ละระดับชั้นตามสัดส่วนของนักเรียนแต่ละชั้น แล้วทำการสุ่มอย่างง่ายในแต่ละชั้น

3. รูปแบบและวิธีการประเมิน

รูปที่ใช้ในการประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาโรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปียแหวนรังสรรค์) ปีการศึกษา 2562 ในครั้งนี้ใช้รูปแบบการประเมินแบบจำลองซิปป์ (CIPPI Model) ของ Daneil L. Stufflebeam ที่มุ่งประเมิน 5 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านบริบทของโครงการ เป็นการประเมินความสอดคล้องประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านนโยบาย ด้านวัตถุประสงค์ และด้านความสอดคล้องและความต้องการของชุมชน

3.2 ด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ เป็นการประเมินความเหมาะสมและความเพียงพอของปัจจัยเบื้องต้นที่มีผลทำให้การดำเนินโครงการประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการบริหารจัดการโครงการ

4. ด้านผลผลิตการดำเนินโครงการ เป็นการประเมินผลผลิตของโครงการ แบ่งการประเมินออกเป็น 3 ด้าน คือ

4.1 การประเมินประเด็นบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ

4.1.1 เพื่อให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาอย่างถูกต้อง

4.1.2 เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ นำหลักคุณธรรม จริยธรรม มาประพฤติปฏิบัติตามวัฒนธรรมอันดีงาม

4.2 การประเมินตามประเด็นผลสำเร็จของโครงการ จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

4.1.1 ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร

– กิจกรรมสวดมนต์ อบรมคุณธรรมจริยธรรมวันศุกร์ กิจกรรมธรรมสัญจร กิจกรรมเด็กดี V-star กิจกรรมจิตอาสาพัฒนา บวร กิจกรรมห้องเรียนคุณธรรม

4.1.2 ด้านกิจกรรมคุณธรรม จริยธรรมประจำวัน



– กิจกรรมสวดมนต์ แผ่เมตตา (กิจกรรมหน้าเสาธง) กิจกรรมสติมาปัญญาเกิด (นั่งสมาธิ ก่อนเรียน) กิจกรรมครูพระสอนศีลธรรม กิจกรรมบันทึกความดี

4.1.3 ด้านกิจกรรมคุณธรรม จริยธรรมพิเศษ

– กิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่นวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา วันขึ้นปีใหม่ กิจกรรมบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน กิจกรรมเข้าค่ายคุณธรรม จริยธรรม กิจกรรมสวดมนต์หมู่ทำนองสรภัญญะ กิจกรรมถามตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า กิจกรรมสอบธรรมศึกษา

4.3 การประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง ต่อการจัดโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมการาม (ปิยะพวงรังสรรค์) ปีการศึกษา 2562 ประเมิน

5. ผลกระทบการดำเนินโครงการ เป็นการประเมินคุณค่า ประโยชน์ และผลที่เกิดขึ้นกับนักเรียน ครู ผู้บริหารสถานศึกษาหลังดำเนินโครงการ

6. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามโครงการโดยใช้รูปแบบจำลอง ชิปปี้ (CIPPI Model) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับของ ลิเกิร์ต (Likert, 1961 อ้างถึงใน พิสนุ พงศรี, 2549)

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง ผู้บริหาร ครู คณะกรรมการสถานศึกษา และผู้ปกครองนักเรียน หลังเสร็จสิ้นโครงการย่อยทุกโครงการ ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ด้วยตนเอง

8. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยวิเคราะห์หาค่าสถิติ ดังนี้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยสัญลักษณ์ $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัญลักษณ์ S.D. เปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานโดยกำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินในภาพรวมโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา

รายการ	ผลการประเมิน										
	ผู้บริหาร		คณะกรรมการ		นักเรียน		ผู้ปกครอง		เฉลี่ย		ระดับ
	และครู		สถานศึกษา				นักเรียน				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.ด้านบริบท	4.85	0.34	4.84	0.31	–	–	–	–	4.85	0.33	
2.ด้านปัจจัยนำเข้า	4.86	0.32	4.93	0.17	–	–	–	–	4.90	0.25	มากที่สุด
3.ด้าน	4.87	0.33	4.78	0.40	4.54	0.54	–	–	4.73	0.47	มากที่สุด
กระบวนการ	4.66	0.48	4.69	0.46	4.75	0.46	4.54	0.60	4.66	0.53	มากที่สุด
4.ด้านผลผลิต	4.90	0.27			4.89	0.34			4.90	0.30	มากที่สุด
5.ด้านผลกระทบ											
เฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.81	0.37	4.81	0.34	4.65	0.50	4.54	0.60	4.78	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการประเมินโครงการในภาพรวมอยู่ในระดับคุณภาพมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.78 , S.D.= 0.40) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านบริบท ($\bar{X}$ = 4.85 , S.D.= 0.33) อยู่ในระดับคุณภาพเหมาะสมมากที่สุด ด้านปัจจัยนำเข้า ($\bar{X}$ = 4.90 , S.D.= 0.25) อยู่ในระดับคุณภาพเหมาะสมมากที่สุด ด้านกระบวนการ ($\bar{X}$ = 4.73 S.D.= 0.47) และด้านผลผลิต ($\bar{X}$ = 4.66 , S.D.= 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านปรากฏดังตารางที่ 2 – 5

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการประเมินด้านบริบทโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และครู และคณะกรรมการสถานศึกษา

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ		คณะกรรมการ		คณะกรรมการ		แปลผล
	ครู		สถานศึกษา ฯ		สถานศึกษา ฯ		
	(n = 32)		(n = 14)		(n = 46)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. วัตถุประสงค์ของโครงการสอดคล้องกับนโยบายของโรงเรียน	4.81	0.39	4.71	0.45	4.76	0.42	มากที่สุด
2. วัตถุประสงค์ของโครงการสอดคล้องกับสภาพปัญหาสังคมในปัจจุบัน	4.75	0.43	4.71	0.45	4.73	0.44	มากที่สุด
3. ความสอดคล้องของโครงการกับความต้องการของผู้ปกครองและชุมชน	4.78	0.41	4.86	0.35	4.82	0.38	มากที่สุด



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการประเมินด้านบริบทโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และครู และคณะกรรมการสถานศึกษา (ต่อ)

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ		คณะกรรมการ		คณะกรรมการ		แปลผล
	ครู		สถานศึกษา ฯ		สถานศึกษา ฯ		
	(n = 32)		(n = 14)		(n = 46)		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	
4. ความสอดคล้องของโครงการกับหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	4.88	0.33	4.71	0.45	4.79	0.39	มากที่สุด
5. ความสอดคล้องของโครงการกับความต้องการและความสนใจนักเรียน	4.69	0.46	4.64	0.48	4.67	0.47	มาก
6. วัตถุประสงค์ของโครงการนำไปสู่การปฏิบัติได้	4.94	0.24	4.86	0.35	4.90	0.29	มากที่สุด
7. โครงการมีความเหมาะสมกับทรัพยากรของโรงเรียนและชุมชน	4.91	0.29	4.79	0.41	4.87	0.34	มาก
8. โครงการมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน	4.88	0.33	4.86	0.35	4.92	0.18	มาก
9. โครงการมีความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติทางศาสนา	4.84	0.36	5.00	0.00	4.92	0.18	มาก
10. โครงการมีความสอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ของชุมชน	4.84	0.36	5.00	0.00	4.92	0.18	มาก
11. โรงเรียนเห็นความสำคัญของการจัดโครงการ	4.84	0.36	5.00	0.00	4.92	0.18	มาก
12. เป้าหมายของโครงการเกิดประโยชน์แก่นักเรียน	4.84	0.36	4.93	0.26	4.89	0.31	มาก
13. ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสมกับโครงการ	4.88	0.33	4.71	0.59	4.80	0.46	มาก
14. จัดบุคลากรที่เกี่ยวข้องเหมาะสมกับหน้าที่และเพียงพอ	4.94	0.24	4.93	0.26	4.94	0.25	มาก
15. จัดสรรงบประมาณในการจัดโครงการส่งเสริมคุณธรรม	4.94	0.24	4.93	0.26	4.94	0.25	มาก
รวม	4.67	0.49	4.34	0.66	4.85	0.33	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาชั้นพื้นฐาน โดยภาพรวมมีความสอดคล้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสอดคล้องสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.94$, S.D. = 0.25) คือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องเหมาะสมกับหน้าที่และเพียงพอกับกิจกรรม และข้อที่มีความสอดคล้องน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.47) คือ ความสอดคล้องของโครงการกับความต้องการและความสนใจของนักเรียน



ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารและครูและคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ		คณะกรรมการ		รวม		แปลผล
	ครู		สถานศึกษา ฯ				
	(n = 32)		(n = 14)		(n = 46)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินการได้อย่าง	4.84	0.36	4.86	0.35	4.85	0.36	มากที่สุด
2. มีวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับการดำเนินโครงการ	4.91	0.29	4.86	0.35	4.89	0.32	มากที่สุด
3. สถานที่ดำเนินโครงการมีความเพียงพอและเหมาะสม	4.91	0.29	5.00	0.00	4.96	0.15	มากที่สุด
4. บุคลากรในโรงเรียนมีจำนวนเพียงพอต่อการแบ่งภาระงานที่	4.88	0.33	5.00	0.00	4.94	0.17	มากที่สุด
5. บุคลากรมีความรู้สามารถในการดำเนินโครงการ	4.81	0.39	4.79	0.41	4.80	0.40	มากที่สุด
6. โรงเรียนได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการ เพื่อแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	มากที่สุด
7. บุคลากรมีความเข้าใจการดำเนินงานโครงการ	4.75	0.43	5.00	0.00	4.88	0.22	มากที่สุด
8. บุคลากรในโรงเรียนให้การสนับสนุนดำเนินงานโครงการ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	มากที่สุด
9. บุคลากรในโรงเรียนให้การสนับสนุนดำเนินงานโครงการ	4.78	0.54	4.93	0.26	4.86	0.40	มากที่สุด
10. โรงเรียนได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน	4.78	0.54	5.00	0.00	4.89	0.27	มากที่สุด
11. ระบบการจัดการภายในโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการดำเนินการจัด	4.75	0.43	4.79	0.41	4.77	0.42	มากที่สุด
12. ผู้เรียนมีความพร้อมในการร่วมโครงการ	4.72	0.45	4.86	0.35	4.79	0.40	มากที่สุด
13. ผู้ปกครองส่งเสริม สนับสนุนในการดำเนินงานโครงการ	4.81	0.39	4.79	0.41	4.80	0.40	มากที่สุด
14. ชุมชนให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการ	4.91	0.29	5.00	0.00	4.96	0.15	มากที่สุด
15. ผู้บริหารสถานศึกษาและคณะกรรมการสถานศึกษาให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.8	0.32	4.93	0.17	4.89	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยภาพรวม มีความสอดคล้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.89$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความสอดคล้องสูงที่สุด ($\bar{x} = 5.00$, S.D. = 0.00) คือ โรงเรียนได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการเพื่อแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน บุคลากรในโรงเรียนให้การสนับสนุนดำเนินงานโครงการ ผู้บริหารสถานศึกษา และคณะกรรมการสถานศึกษาให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการ และข้อที่มีความสอดคล้องน้อยที่สุด $\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.42) คือ ระบบการจัดการภายในโรงเรียนเอื้ออำนวยต่อการดำเนินการจัดโครงการ



ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินด้านกระบวนการดำเนินการโครงการ โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และนักเรียน

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ		คณะกรรมการ		นักเรียน		รวม		แปลผล
	ครู		สถานศึกษา ฯ						
	(n = 32)		(n = 14)		(n = 348)		(n = 394)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีการประชุมวางแผน การดำเนินการ	4.91	0.29	4.64	0.48	4.26	0.63	4.60	0.47	มากที่สุด
2. การดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้	4.91	0.29	4.93	0.26	4.26	0.63	4.70	0.39	มากที่สุด
3. บุคลากร นักเรียน ชุมชน มีส่วนร่วมในการวางแผนการ	4.78	0.41	4.36	0.72	4.04	0.79	4.39	0.64	มาก
4. ระยะเวลาในการดำเนินการโครงการมีความเหมาะสม	4.81	0.39	4.93	0.26	4.68	0.46	4.81	0.37	มากที่สุด
5. มีการดำเนินงานตามระยะเวลาที่กำหนด	4.91	0.29	4.71	0.45	4.68	0.46	4.77	0.40	มากที่สุด
6. มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการดำเนินงานที่	4.88	0.33	4.71	0.45	4.74	0.44	4.78	0.41	มากที่สุด
7. มีกิจกรรมที่จัดในโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมที่	4.94	0.24	4.71	0.45	4.84	0.36	4.83	0.35	มากที่สุด
8. มีความร่วมมือกันของคณะกรรมการดำเนินโครงการ	4.91	0.29	4.79	0.41	4.81	0.39	4.84	0.36	มากที่สุด
9. ผู้บริหารสถานศึกษา นิเทศ กำกับ ติดตาม ดูแล ให้คำปรึกษา ในการดำเนินโครงการ	4.94	0.24	4.86	0.35	4.72	0.45	4.84	0.35	มากที่สุด
10. มีขวัญและกำลังใจให้กับคณะกรรมการดำเนินการ	4.84	0.36	4.79	0.41	4.74	0.54	4.79	0.44	มากที่สุด
11. มีการประเมินผลระหว่างปฏิบัติงาน	4.81	0.39	4.86	0.35	4.46	0.63	4.71	0.46	มากที่สุด
12. มีการแก้ไขปัญหาเมื่อมีอุปสรรคในการดำเนินงาน	4.75	0.43	4.93	0.26	4.46	0.63	4.71	0.44	มากที่สุด
13. มีการสรุปผลรายงานการดำเนินงานในทุกปีงบประมาณ	4.84	0.36	4.79	0.41	4.36	0.63	4.66	0.47	มากที่สุด
14. มีการนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงาน	4.88	0.33	4.86	0.35	4.38	0.63	4.71	0.44	มากที่สุด
15. ประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่ทราบแก่ผู้ปกครองและชุมชน	4.88	0.33	4.79	0.41	4.74	0.44	4.80	0.39	มากที่สุด
รวม	4.87	0.33	4.78	0.40	4.54	0.54	4.73	0.42	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และนักเรียน โดยภาพรวมมีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความเหมาะสมสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.36) คือ มีความร่วมมือกันของคณะกรรมการดำเนินโครงการ และข้อที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = 0.64) คือ บุคลากร นักเรียน ชุมชน มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน



ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินด้านผลผลิตโครงการ โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียน

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ คณะกรรมการ				นักเรียน		ผู้ปกครอง				แปลผล
	ครู		ร				นักเรียน		รวม		
	(n = 32)		สถานศึกษา ฯ		(n = 348)		(n = 348)		(n = 742)		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	
1. โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมบรรลุลดอุปสงค์	4.88	0.33	4.86	0.35	4.82	0.38	4.52	0.50	4.77	0.39	มากที่สุด
2. กิจกรรมในโครงการคุณธรรมจริยธรรมมีประโยชน์ สามารถนำหลักธรรมทางศาสนามายึดเหนี่ยวจิตใจและ นำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้	4.84	0.36	4.71	0.45	4.71	0.52	4.68	0.58	4.74	0.48	มากที่สุด
3. นักเรียนมีความซื่อสัตย์ เอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ ต่อตนเอง และ	4.72	0.45	4.79	0.41	4.79	0.41	4.91	0.28	4.80	0.39	มากที่สุด
4. นักเรียนปฏิบัติตนในศาสนาพิธี และเป็นพุทธศาสนิกชน	4.78	0.41	4.86	0.35	4.63	0.57	4.80	0.40	4.77	0.43	มากที่สุด
5. นักเรียนเข้าร่วมทำกิจกรรมทางศาสนา อยู่สม่ำเสมอ	4.66	0.47	4.64	0.48	4.56	0.63	4.66	0.63	4.63	0.55	มากที่สุด
6. นักเรียนขยัน ตั้งใจเรียน มีความรับผิดชอบในหน้าที่	4.44	0.70	4.57	0.49	4.73	0.51	4.53	0.56	4.57	0.57	มากที่สุด
7. นักเรียนมีระเบียบวินัย ปฏิบัติตนตามกฎหมายระเบียบของ โรงเรียนและสังคม	4.59	0.49	4.71	0.45	4.80	0.40	4.58	0.49	4.67	0.46	มากที่สุด
8.นักเรียนมีความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ก้าวร้าว	4.69	0.46	4.71	0.45	4.86	0.35	4.46	0.60	4.68	0.47	มากที่สุด
9. นักเรียนดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสม ไม่เบียดเบียนผู้อื่น	4.75	0.43	4.79	0.41	4.88	0.32	4.82	0.39	4.81	0.39	มากที่สุด
10. นักเรียนใช้เหตุผลในการตัดสินใจอย่างรอบคอบในการ ดำเนินชีวิตประจำวัน พอใจในการใช้ชีวิตเรียบง่าย	4.56	0.50	4.64	0.48	4.82	0.52	4.50	0.75	4.63	0.56	มากที่สุด
11.นักเรียนเลือกซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็นต้องใช้และ พอเหมาะแก่ความต้องการ	4.53	0.50	4.64	0.48	4.91	0.29	4.67	0.57	4.69	0.46	มากที่สุด
12.นักเรียนรัก มีความรักและสามัคคีในหมู่คณะ	4.75	0.43	4.86	0.35	4.87	0.35	4.60	0.54	4.77	0.42	มากที่สุด
13.นักเรียนปฏิบัติตามหลักมารยาทไทย	4.66	0.47	4.71	0.45	4.81	0.39	4.35	0.72	4.63	0.51	มาก
14.นักเรียนร่วมกิจกรรมในโครงการคุณธรรมจริยธรรม	4.75	0.43	4.64	0.61	4.20	0.89	4.28	0.69	4.47	0.66	มากที่สุด
15.นักเรียนเห็นด้วยกับการดำเนินโครงการคุณธรรม	4.84	0.36	4.71	0.45	4.84	0.43	4.50	0.68	4.72	0.48	มากที่สุด
รวม	4.66	0.48	4.69	0.46	4.75	0.46	4.54	0.60	4.66	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นต่อระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.5) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.81$, S.D. = 0.39) คือ นักเรียนดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสม ไม่เบียดเบียนผู้อื่น และข้อที่มีระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.66) คือ นักเรียนร่วมกิจกรรมในโครงการคุณธรรมจริยธรรมด้วยความเต็มใจ



ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับผลการประเมินการปฏิบัติกิจกรรมตามโครงการของการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา ปีการศึกษา 2562

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ		แปลผล
	ครู		
	(n = 32)		
	$\bar{x}$	S.D.	
กิจกรรมเสริมหลักสูตร			
1. กิจกรรมสวดมนต์ อบรมคุณธรรมจริยธรรมวันศุกร์	4.88	0.33	
2. กิจกรรมธรรมสัจจะ	4.91	0.29	
3. กิจกรรมเด็กดี V-star	4.78	0.41	
4. กิจกรรมจิตอาสาพัฒนา บวร	4.75	0.43	
5. กิจกรรมห้องเรียนคุณธรรม	4.66	0.47	
กิจกรรมคุณธรรม จริยธรรมประจำวัน			
6. กิจกรรมสวดมนต์ แผ่เมตตา (กิจกรรมหน้าเสาธง)	4.94	0.24	
7. กิจกรรมสติมาปัญญาเกิด (นั่งสมาธิ ก่อนเรียน)	4.81	0.39	
8. กิจกรรมครูพระสอนศีลธรรม	4.53	0.75	
9. กิจกรรมบันทึกความดี	4.59	0.61	
กิจกรรมคุณธรรม จริยธรรมพิเศษ			
10. กิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่นวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วัน	4.78	0.41	
11. กิจกรรมบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน	4.38	0.48	
12. กิจกรรมเข้าค่ายคุณธรรม จริยธรรม	4.91	0.29	
13. กิจกรรมสวดมนต์หมู่ทำนองสรภัญญะ	4.78	0.41	
14. กิจกรรมถามตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า	4.81	0.46	
15. กิจกรรมสอบธรรมศึกษา	4.66	0.59	
รวม	4.70	0.46	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้บริหารและครู โดยภาพรวมมีความคิดเห็นต่อระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.94$, S.D. = 0.24) คือ กิจกรรมสวดมนต์ แผ่เมตตา (กิจกรรมหน้าเสาธง) และกิจกรรมที่มีระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.48) คือ กิจกรรมบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน



ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษา นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียน ที่มีต่อการดำเนินโครงการคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษาปีการศึกษา 2562

รายการประเมิน	ผู้บริหารและ		คณะกรรมการกา		นักเรียน		ผู้ปกครอง		รวม		แปลผล
	ครู		ร		นักเรียน		นักเรียน				
	(n = 32)		สถานศึกษา ฯ		(n = 348)		(n = 348)		(n = 742)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความพึงพอใจที่มีต่อระยะเวลาในการดำเนินโครงการ	4.88	0.33	4.71	0.45	4.30	0.70	4.76	0.47	4.66	0.49	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจต่อสถานที่ในการดำเนินโครงการ	4.88	0.33	4.64	0.48	4.59	0.60	4.75	0.43	4.72	0.46	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆ	4.91	0.29	4.86	0.35	4.33	0.64	4.50	0.54	4.65	0.46	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการด้านต่างๆ	4.78	0.41	4.71	0.45	4.39	0.70	4.84	0.36	4.68	0.48	มากที่สุด
5. ความพึงพอใจที่มีต่อกระบวนการจัดกิจกรรมทุก	4.88	0.33	4.79	0.41	4.52	0.53	4.80	0.40	4.75	0.42	มากที่สุด
6. ความพึงพอใจที่มีต่อความช่วยเหลือและคำแนะนำเป็น อย่างดีจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	4.84	0.26	4.93	0.26	4.61	0.59	4.71	0.46	4.77	0.39	มากที่สุด
7. ความพึงพอใจที่มีต่อครุภัณฑ์ วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการ จัดโครงการ	4.75	0.43	4.93	0.26	4.51	0.54	4.42	0.53	4.65	0.44	มากที่สุด
8. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.81	0.39	4.86	0.35	4.68	0.53	4.50	0.68	4.71	0.49	มากที่สุด
9. ความพึงพอใจที่มีต่อบรรยากาศในการดำเนินโครงการ	4.72	0.45	4.93	0.26	4.62	0.51	4.62	0.49	4.72	0.43	มากที่สุด
10. ความพึงพอใจที่มีต่อบรรยากาศให้ความรัก ความเอื้อ อาทร	4.69	0.46	4.64	0.48	4.62	0.49	4.75	0.43	4.68	0.47	มากที่สุด
11. ความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมในโครงการที่มีความ ยืดหยุ่น	4.59	0.49	4.71	0.45	4.47	0.59	4.71	0.46	4.62	0.50	มากที่สุด
12. ความพึงพอใจภาพรวมโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษาเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึง	4.78	0.41	4.64	0.48	4.51	0.56	4.64	0.57	4.64	0.51	มากที่สุด
13. ความพึงพอใจที่นำความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรม ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.66	0.47	4.57	0.49	4.49	0.61	4.57	0.56	4.57	0.53	มากที่สุด
14. ความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมโครงการส่งเสริม คุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา	4.94	0.24	4.64	0.48	4.48	0.55	4.84	0.37	4.73	0.41	มากที่สุด
15. มีความพึงพอใจและศรัทธาในหลักธรรมคำสอนของ พระพุทธศาสนา	4.91	0.29	4.84	0.35	4.56	0.51	4.82	0.38	4.78	0.38	มากที่สุด
รวม	4.78	0.38	4.77	0.39	4.55	0.55	4.67	0.48	4.69	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียน โดยภาพรวมมีความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.69, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.78, S.D. = 0.38) คือ มีความพึงพอใจและศรัทธาในหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา และ



ข้อที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.57$, S.D. = 0.53) คือความพึงพอใจที่นำความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ในชีวิตประจำวัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อ โครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ในสถานศึกษาปีการศึกษา 2562 โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะแหวนรังสรรค์) พบว่า มีประเด็นสำคัญ ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านบริบทการดำเนินโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความคิดเห็นต่อด้านบริบทของโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะก่อนดำเนินโครงการ โรงเรียนมีการประชุมและสำรวจความคิดเห็นของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ครู และผู้ปกครองนักเรียน และสรุปผลการดำเนินงานจากแผนปฏิบัติการของโรงเรียนในปีการศึกษาที่ผ่านมา ตลอดจนทำนโยบายของหน่วยงานต้นสังกัดนโยบายการจัดการศึกษาของเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างเห็นพ้องกันในการส่งเสริม พัฒนา คุณธรรม จริยธรรมของนักเรียนและเป็นนโยบายของโรงเรียนเช่นเดียวกัน ดังที่ สุนทรี ศรีนวล (2562) กล่าวว่า การประเมินบริบท เป็นการประเมินก่อนที่จะลงมือดำเนินการใด ๆ เป็นการระบุดันหาความจำเป็น เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญเพื่อช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งการค้นหาความจำเป็น จะต้องมาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการดำเนินการ วิเคราะห์บริบทและสภาพปัญหา

2. ด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ (Input evaluation) พบว่าผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานมีความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยของโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากโรงเรียนมีการวางแผนการดำเนินงานตามโครงการอย่างชัดเจน มีกิจกรรมในโครงการที่เหมาะสม ผู้บริหารและครูมีความพร้อม คณะกรรมการสถานศึกษาให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการ มีงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ ในการดำเนินงานครบครัน ด้านอาคารสถานที่ดำเนินโครงการเพียงพอและมีความเหมาะสม และเนื่องจากโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เป็นโครงการที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญ จึงได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากผู้เกี่ยวข้องของทุกฝ่ายด้วยดี ดังที่ ชีรศักดิ์ อุณารมณเลิศ (2559) กล่าวว่า การประเมินปัจจัยนำเข้า เป็นการประเมินทรัพยากร การพิจารณาเลือกใช้กลวิธี หรือ



การวางแผนเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากร ทั้งคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินโครงการให้มีศักยภาพสูง เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นของ

3. ด้านกระบวนการดำเนินโครงการ (Process evaluation) พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและนักเรียน มีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการของโครงการ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ในสถานศึกษา โดยรวมมีความเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจาก โรงเรียนมีการวางแผนการดำเนินงานตามโครงการอย่างชัดเจน โดยการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง โรงเรียนมีการทำแผนการดำเนินโครงการสู่การปฏิบัติ มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ ผู้รับผิดชอบ และมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้ผู้รับผิดชอบ และผู้เกี่ยวข้องทราบ ตลอดจนมีการ กำหนดขั้นตอน ในการดำเนินโครงการอย่างชัดเจน เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ที่หลากหลาย ดังที่ ชีรศักดิ์ อุณารมณเลิศ (2559) กล่าวว่า การประเมินการดำเนินงานเป็นการนำ โครงการที่วางแผนไว้สู่การปฏิบัติ ผลของการประเมินจะเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารโครงการใช้ปรับปรุง โครงการให้สามารถดำเนินโครงการ และบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านผลการดำเนินโครงการ (Product evaluation) พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการ สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียน มีความเห็นต่อด้านผลการดำเนินโครงการ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด และจากการประเมินความคิดเห็นระดับพฤติกรรมนักเรียนตามการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา พบว่า นักเรียนมีการปฏิบัติกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ตลอดจนนักเรียนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเห็นต่อการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจจะเป็นผลมาจาก ครู ได้รับการพัฒนาให้การ จัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการบูรณาการจัดการเรียนรู้โดยการสอดแทรกและปลูกฝัง คุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ให้แก่นักเรียนอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย วิชาการ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ มีการนิเทศติดตามผลการดำเนินโครงการ เป็นระยะ ๆ มีการจัด กิจกรรมที่หลากหลายทั้งกิจกรรมเสริมหลักสูตร กิจกรรมคุณธรรมจริยธรรม กิจกรรมคุณธรรม จริยธรรมพิเศษ เพื่อส่งเสริมนักเรียน มีการเสริมแรงเชิงบวกให้กับครูและนักเรียน นอกจากนี้ คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้ปกครองและชุมชน ล้วนเป็นบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ใกล้โรงเรียนเข้า มามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ร่วมดำเนินโครงการกิจกรรม ร่วมพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมของ นักเรียน ส่งผลให้ผลการดำเนินโครงการ การปฏิบัติกิจกรรมของนักเรียนและความพึงพอใจของ ผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อการดำเนินโครงการ คุณธรรม จริยธรรม บรรลุตามวัตถุประสงค์เป้าหมายตัวชี้วัด และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีดังที่ สุนทรี ศรีนวล (2562) ได้เสนอแนะแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา



คุณธรรม จริยธรรม ของนักเรียนไว้ว่า คุณธรรม จริยธรรม จะเกิดขึ้นพร้อมกับการพัฒนาด้านสติปัญญา และการอบรมกล่อมเกล้าให้เด็กได้รู้จักรับผิดชอบชั่วดีของสังคม คุณธรรม จริยธรรม เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งในระบบนอกห้องเรียนและในห้องเรียน

5. ด้านผลกระทบการดำเนินโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู นักเรียนมีความเห็นต่อด้านผลกระทบการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจาก ครู ผู้บริหาร และครู นักเรียน เห็นคุณค่าและประโยชน์ของโครงการ กิจกรรมที่จัดขึ้น ผู้บริหารสนใจและเอาใจใส่ต่อการจัดการศึกษา มุ่งพัฒนาคุณภาพผู้เรียนรอบด้าน ครูมีความกระตือรือร้นในการจัดการเรียนรู้ โดยสอดแทรกปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ให้นักเรียน เพื่อให้เป็นคนดีคนเก่ง อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขได้รับการยอมรับเชื่อมั่นจากผู้ปกครองนักเรียนและชุมชนเป็นอย่างดี

สรุปผลการวิจัย

การประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โรงเรียนเทศบาลวัดธรรมิการาม (ปิยะทวณรังสรรค์) สังกัดเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

1. ด้านบริบทของโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความคิดเห็นต่อด้านบริบทของโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ด้านปัจจัยการดำเนินโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานมีความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยการดำเนินงานโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ด้านกระบวนการดำเนินโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู นักเรียน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานมีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการดำเนินงานโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด

4. ด้านผลการดำเนินโครงการ พบว่า ผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นักเรียนและผู้ปกครองนักเรียนมีความคิดเห็นต่อด้านผลการดำเนินงานโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โดยรวมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด

4.1 ผลการประเมินจากแบบสอบถามความเห็นระดับพฤติกรรมนักเรียนในการปฏิบัติกิจกรรมตามการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา จากการสอบถามผู้บริหาร



และครู พบว่า นักเรียนมีการปฏิบัติกิจกรรมตามโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก

4.2 ผลการประเมินจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา จากการสอบถามผู้บริหารและครู คณะกรรมการสถานศึกษา นักเรียน และผู้ปกครองนักเรียนพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

5. ด้านผลกระทบการดำเนินโครงการ (Impact evaluation) พบว่า ผู้บริหารและครู และนักเรียนมีความคิดเห็นต่อด้านผลกระทบการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา โดยร่วมมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ กองการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมสนับสนุนโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง เพราะถือว่าเป็นโครงการที่ส่งเสริมให้เยาวชนได้พัฒนาคุณธรรมจริยธรรมโดยการได้เข้าร่วมโครงการ และกิจกรรมย่อยต่าง ๆ ต้องมีการปฏิบัติต่อเนื่องกันหลาย ๆ ปี

1.2 สถานศึกษาควรบรรจุโครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษาไว้ในแผนพัฒนาสถานศึกษาระยะยาว และเป็นโครงการที่ต้องทำต่อเนื่องทุก ๆ ปี

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นำผลการประเมินโครงการที่ได้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจปรับปรุง แก้ไข ในด้านต่าง ๆ ที่ได้ค้นพบ โดยส่งเสริมกิจกรรมที่สถานศึกษาทำได้ดีให้ดียิ่งขึ้นไป และปรับปรุงกิจกรรมที่พบว่า มีผลการประเมินในระดับต่ำ

2.2 สถานศึกษาควรนำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ประสบความสำเร็จมาจัดกิจกรรมในการ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ในด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2.3 ควรมีการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้แก่ครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เพื่อถือปฏิบัติเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน



รายการอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ธีรศักดิ์ อุ่ณอารมณ์เลิศ. (2559). *การประเมินโครงการ*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พิสนุ พงศรี. (2549). *วิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: เทียมฟ้าการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สุนทรี ศรีนวล. (2562). *รายงานการประเมินโครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมนักเรียน*. ปทุมธานี: โรงเรียนเทศบาลวัดละหาร.
- แสน แหวงวงศ์. (2555). *รายงานการประเมินโครงการพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน*. สุรินทร์: โรงเรียนศรีธรรมพิสัย.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2545). *แผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2545-2559)*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- Stufflebeam, D.L, & Kappa P. D. (1971). *Education Evaluation and Decision Making*. Illinois: Peacock.



ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้

Innovation Leadership affecting Innovative Behavior of Personnel in Local Administrative Organizations in the Southern Border Provinces

ธัญการ ศรีสุข^{1*} ธมยันตี ประยูรพันธ์¹

Tanyakorn Srisuk^{1*}, Thammayantee Phayoonpun¹

(Received: February 18, 2023; Revised: April 4, 2023; Accepted: May 1, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม 1) ด้านทักษะที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม 2) ด้านบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม 3) ด้านทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม 4) ด้านบทบาทหน้าที่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพรรณนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ ด้านทางสังคม และด้านบทบาทหน้าที่ และองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ได้แก่ ด้านทักษะ และด้านบุคลิกภาพ

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์

¹Faculty of management sciences, Princess of Naradhiwas University

*Corresponding author. E-mail: 6491205001@pnu.ac.th



Abstract

This quantitative research aims to study innovation leadership: 1) skills affecting innovative behavior 2) personality affecting innovative behavior 3) social characteristics affecting innovative behavior and 4) roles affecting innovative behavior. The samples were 400 staff members of local administrative organizations in the southern border provinces, selected by simple random sampling. The research instruments were questionnaires. Data were analyzed by descriptive approach. The statistics used for analyzing data were frequent, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results revealed that the components of innovation leadership affecting innovative behavior were the social characteristics and roles aspects. However, the components of innovation leadership that did not lead to innovative behavior were the skills and personality aspects.

Keywords: Innovation leadership, Innovative behavior, Personnel local administrative organizations in southern border provinces

บทนำ

การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการปกครองหน่วยย่อยของประเทศนอกเหนือจากรัฐบาลกลาง เป็นรูปแบบของการกระจายอำนาจที่เปิดโอกาสให้ประชาชนกลุ่มย่อยในแต่ละท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการเลือกผู้นำของตนให้เข้ามาทำหน้าที่บริหารจัดการ สนองความต้องการ พร้อมทั้งแก้ปัญหาของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ อย่างรวดเร็ว ตรงความต้องการ และด้วยความทั่วถึง ขณะเดียวกันก็จะเห็นผลตอบรับในทันที (นภาจรี จิระนนทประวัติ, 2557) ซึ่งเป็นรูปแบบของการปกครองที่จำเป็นและมีความสำคัญในทางการเมืองการปกครองของชุมชนต่าง ๆ จะเห็นได้ว่ารัฐบาลมีภาระหน้าที่อย่างมากในการบริหารประเทศให้ประชาชนได้รับการบริการสาธารณะตั้งแต่ขั้นพื้นฐานจนถึงระดับที่ดีจนประชาชนได้รับความสุข ความมั่นคงในชีวิต ความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต จึงเป็นผลให้การปกครองท้องถิ่นมีบทบาทและความสำคัญเกิดขึ้นเป็นรากฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตย (กันตภณ หนูทองแก้ว, 2561) การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการกระจายของอำนาจรัฐ ซึ่งมีอำนาจในการกำหนดนโยบาย และมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ตามความเหมาะสม สามารถกำหนดงบประมาณในการบริหารตามอำนาจหน้าที่ของตน และตรากฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เพื่อประโยชน์ของประชาชนที่อยู่ภายในชุมชน ขึ้นอยู่กับขนาดและพื้นที่ในการบริหาร (พระครูธรรมศุต [สุทธิพจน์ สุทธิวจโน], 2564)



จากสภาพปัญหาสถานการณ์ปัจจุบันในการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมักปรากฏข่าวในทางลบถูกจับตามอง และถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมภายนอกเป็นอย่างมากกว่ามีการทุจริตคอร์รัปชันเกิดความไม่โปร่งใสในการจัดซื้อจัดจ้าง ระบบการตรวจสอบไม่ทั่วถึง การขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ขาดคุณธรรม และจริยธรรมซึ่งไม่เป็นผลดี อีกทั้งยังมีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นทั้งในแง่ของภารกิจงบประมาณ และบุคลากรของท้องถิ่นอยู่ไม่น้อย นั้นหมายความว่า การถ่ายโอนภารกิจและงบประมาณให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้ดำเนินการกิจกำลังถูกท้าทายความสามารถในเชิงการบริหารจัดการให้มีความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส รวมทั้งเป็นบทสะท้อนสภาพการทุจริตในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กิตต์ระวี เลขากุล, 2561)

ปัญหาหลาย ๆ ปัจจัยสืบเนื่องจากกำลังเผชิญหน้ากับการท้าทายของการเปลี่ยนแปลงบริบทหรือสภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งปัญหาภายในองค์กร และปัญหานอกองค์กรที่มีความซับซ้อนและพลวัตสูง สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบกับการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ ประชาชน กฎหมาย และรัฐบาล กล่าวได้ว่าประชาชนในยุคโลกาภิวัตน์มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และมีความตื่นตัวทางการเมืองสูงกว่าในอดีต ส่งผลให้มีความคาดหวัง และความต้องการต่อผู้บริหารท้องถิ่นมากขึ้นด้วย ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะความคาดหวังและความต้องการของประชาชนมีความหลากหลายตามทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของแต่ละกลุ่ม ยิ่งมีความเป็นเมืองมากเท่าไรความคาดหวังและความต้องการยิ่งมีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งกลายเป็นแรงกดดันในการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ภาวะเช่นนี้ (เกรียงศักดิ์ แสงสว่าง, 2566) สำหรับปัญหาในทางปฏิบัติงานที่พบเป็นปัญหาด้านกฎระเบียบ และวิธีการปฏิบัติงาน บุคลากรขาดความรับผิดชอบ ขาดความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน หรือแม้กระทั่งเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นบางแห่งพยายามหาช่องโหว่ในการทุจริต นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการตีความข้อกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ การกำกับติดตามการบังคับใช้ โดยเฉพาะการติดตามและการจัดเก็บภาษี ซึ่งเป็นข้อจำกัดของเทศบาลหลายแห่ง รวมถึงการขาดความเอาใจใส่ในการกำกับติดตามจัดเก็บภาษี ตลอดจนปัญหาเชิงภาพลักษณ์ของท้องถิ่น

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นปัจจุบันจึงมีความต้องการผู้นำซึ่งมีความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ซึ่งงานที่สำคัญกว่าของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคือการเตรียมสมาชิกขององค์กรเพื่อให้สามารถรับมือ และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของทิศทางการพัฒนาสังคม พันธกิจใหม่ และความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำเท่านั้นที่จะผลักดันและสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาได้ ผู้นำจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นศูนย์รวมของการทำงานในการสร้างนโยบาย และแนวทางในการดำเนินงานการสร้างกลยุทธ์เพื่อช่วยให้เกิดการขับเคลื่อน



นโยบาย หรือการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน (นุชิตา สุวแพทย์, 2560) โดยการบริหารในยุคโลกาภิวัตน์จำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำที่มีลักษณะเฉพาะหลายอย่างจึงจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีศักยภาพในการใช้ภาวะผู้นำอย่างเหมาะสมในการสร้างความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันของทุกคนในองค์กร (ธีระ รุญเจริญ, 2557)

โดยที่พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล ขึ้นอยู่กับความพยายามและความตั้งใจของพนักงานที่เป็นกระบวนการในการริเริ่ม มีการคิดสร้างสรรค์ หรือบริการในรูปแบบใหม่ให้มีความง่ายในการใช้งานมากขึ้น มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ลดข้อผิดพลาดในการทำงานลง และเพิ่มผลผลิตให้กับองค์กรมากขึ้นได้ มีการสร้าง Community ในการสื่อสาร แบ่งปันความคิดใหม่ หรือการต่อยอดความคิดอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเกิดการเรียนรู้หาเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือกระบวนการทำงานใหม่อันจะก่อให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรต่อไป (ภัทรพล อังคนานุวัฒน์, 2563) และเป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งของบุคลากรในองค์กรยุคใหม่ที่เผชิญกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยบุคคลมีพื้นฐานทางความคิดสร้างสรรค์อยู่แล้ว หากแต่การได้รับแรงกระตุ้น รวมถึงระดับในการนำมาประยุกต์ใช้แตกต่างกัน (รังสรรค์ ศรีเกียรติธรงค์, 2560) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเกิดเป็นแนวคิดที่ว่าด้วยพฤติกรรมที่จะช่วยนำไปสู่การมีนวัตกรรมขึ้น ซึ่งทิศทางนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่ทุกองค์กรต้องมุ่งมั่น สรรหาพัฒนาให้บุคลากรมีทักษะและความรู้ที่สูงขึ้น (วรัญญา ศิลาหม่อม, 2564) การที่ทำให้เกิดนวัตกรรมนั้นจะต้องอาศัยความมีส่วนร่วมของบุคลากรในการปฏิบัติงาน ซึ่งมาจากปัจจัยด้านองค์กร ประกอบด้วย การสนับสนุนของผู้บริหาร แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน และการทำให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่จะสร้างนวัตกรรมเพื่อที่ธุรกิจจะได้มีนวัตกรรมใหม่ในการปฏิบัติงานเกิดขึ้น (ธมยันตี ประยูรพันธ์, 2561)

ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญกับการเป็นผู้นำในยุคปัจจุบันนี้ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทในการจัดการ และพฤติกรรมของคนในองค์กร ตลอดจนต้องมีความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำเป็นอย่างดี ต้องรู้ถึงเทคนิคในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำองค์กรให้ไปสู่จุดหมายปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ผู้นำที่ดีจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการอย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ (ปาริฉัตร นวนทอง, 2564) ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น



มีบทบาทสำคัญยิ่งในการนำพาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ก้าวให้ทันกับปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาขยะล้นเมือง ปัญหายาเสพติดที่ไม่มีที่ท่าจะลดน้อยลง ปัญหาสุขภาพของประชาชนและผู้สูงอายุ ปัญหาน้ำท่วม น้ำแล้ง และปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดตามความเจริญของโลกาภิวัตน์ ดังนั้นวิธีการพัฒนาองค์การเพื่อบูรณาการสังคมจึงมีความจำเป็นต่อองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในปี พ.ศ. 2561 เป็นอย่างยิ่งโดยผ่านการใช้อำนาจหน้าที่ของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นสำคัญ (สุรกิจ สุวรรณเกษม, 2561)

จากบทบาทของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นดังกล่าวนี้ จะสามารถพัฒนาระดับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็นองค์กรที่มีการบริหารงานอย่างมืออาชีพ ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้เป็นอย่างดี และเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงในยุคต่อไปได้อย่างแท้จริง ซึ่งภายใต้บริบทที่แตกต่างเชิงพื้นที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ได้มีการพัฒนาตนเองในเรื่องสำคัญ ๆ ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงมุ่งสนใจภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงองค์กร การสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม และการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้นำองค์กรและผู้ตามในส่วน้องขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาครั้งนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
2. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
4. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบทบาทหน้าที่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้



การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำ

McFarland (1979) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำว่า หมายถึง ความสามารถที่จะชี้แนะสั่งการ หรืออำนวยการ หรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่นเพื่อให้มุ่งไปสู่จุดหมายที่กำหนดไว้ และ Schwartz (1980) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำว่า หมายถึง ศิลปะในการชี้แนะลูกน้อง หรือผู้ร่วมงาน ให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความกระตือรือร้นและเต็มใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Nelson and Quick (1997) ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำว่า หมายถึง กระบวนการในการแนะแนวและนำทางพฤติกรรมของคนในสภาพของการทำงาน ดังนั้นภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงาน ทักษะและกระบวนการที่ผู้นำใช้ในการนำกลุ่มให้ไปสู่จุดหมาย และเป็นศิลปะในการทำงานของบุคคลที่มีอิทธิพลในการจูงใจคนอื่นให้ร่วมกันปฏิบัติงานให้สำเร็จ และคุณลักษณะของผู้นำจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินการต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายต้องมีความกระฉับกระเฉงความเพียร ความกล้าในการตัดสินใจ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้นำมีระดับสัมพันธ์กับกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างดี และเหมาะสมได้รับการยอมรับจากสังคมทั่วไปคุณลักษณะของผู้นำที่ได้เสนอมาข้างต้นนี้เป็นคุณสมบัติที่ผู้นำทุกคนพึงจะมีแต่จะมีเท่าเทียมกันหรือไม่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลสถานการณ์สิ่งแวดล้อม และลักษณะของกลุ่มสมาชิกการที่ผู้นำมีคุณสมบัติตามที่กล่าวมาแล้วย่อมมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำ และมีภาวะผู้นำเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี ตลอดจนสามารถบริหารงานภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ภริญา สายศิริสุข (2561) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมว่า หมายถึง ผู้นำที่ใช้กระบวนการด้านความฉลาดทางนวัตกรรม (Innovative intelligence) เข้ามาช่วยในการค้นพบแนวทางการดำเนินงานใหม่ ๆ และมีคุณลักษณะอันโดดเด่นของตนเองทางด้านสมรรถนะ บุคลิกภาพ บทบาทหน้าที่ และลักษณะทางสังคมขับเคลื่อนให้ผู้ตามเกิดความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ ทั้งนี้ จุริวรรณ จันทผลา (2559) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมว่า หมายถึง การที่ผู้นำใช้กระบวนการจูงใจ หรือใช้อิทธิพลต่อผู้ตาม เพื่อทำให้ผู้ตามเกิดแนวคิดหรือแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Marron and Cuniff (2014) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมว่า หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความไว้วางใจในหมู่เพื่อนร่วมงานได้ อีกทั้งยังสนับสนุนให้พวกเขาเป็นหนึ่งในทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ อรอนงค์ ไรจน์วัฒนบูลย์ (2554) กล่าวว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะผู้นำเชิงนวัตกรรม



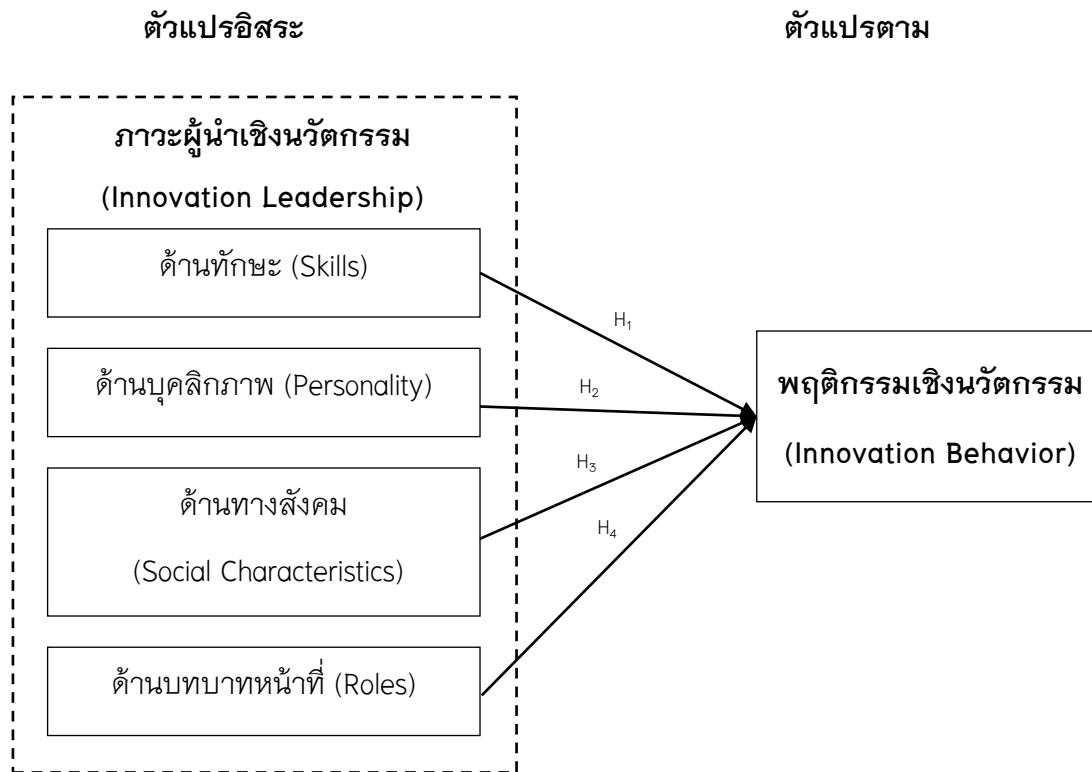
ที่สำคัญมี 4 ด้าน คือ 1) ด้านบุคลิกภาพ 2) ด้านทักษะ 3) ด้านบทบาทหน้าที่ 4) ด้านลักษณะทางสังคม เป็นองค์ประกอบคุณลักษณะหลักของผู้นำเชิงนวัตกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

De Jong (2007) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมว่า หมายถึง พฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นหรือใช้ความคิด กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือขั้นตอนใหม่ในการทำงานของตนเอง กลุ่ม หรือองค์การ และวิธีทิว บุญแย้ม (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม หมายถึง การแสดงออกกระบวนการคิด ผลักดันความคิดที่แปลกใหม่ นำเสนอความคิดที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ให้ได้มีการพัฒนาไปในทางที่เจริญรุ่งเรืองขึ้น ทั้งนี้ Janssen (2000) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมว่า เป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนประกอบด้วยรูปแบบของพฤติกรรม 3 รูปแบบที่แตกต่างกัน คือ 1) การสร้างความคิด 2) การส่งเสริมความคิด 3) การนำความคิดไปใช้จริง รวมถึงทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory) ของเบลลา (Blau, 1964) โดยผู้นำจะใช้ภาวะผู้นำแบบการสนับสนุนลูกน้อง (Supportive leadership) ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความจงรักภักดีซึ่งกันและกัน (Loyalty) การร่วมกันสร้างผลงาน (Contribution) ความชอบพอกันที่มีต่อกันและกัน (Affection) และการให้ความนับถือในความเป็นมืออาชีพระหว่างกัน (Professional respect)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดชายแดนใต้ ประยุกต์มาจากการพัฒนาตัวแบบผู้นำเชิงนวัตกรรมของ อรอนงค์ โรจน์วัฒนาบุญ (2554) และปรับปรุงแบบวัดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร จากการศึกษาของ Janssen (2000) เนื่องจากมีตัวแปรที่แสดงออกในรูปของกระบวนการ ความสามารถหรือกิจกรรมซึ่งก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น เพื่อสร้างสรรค์ผลงานการเปลี่ยนแปลงที่ดีงาม และสอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory) (Blau, 1964) ที่สามารถใช้ในการอธิบายปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในระดับต่าง ๆ เกี่ยวเนื่องกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบุคลิกภาพส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
3. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้
4. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบทบาทหน้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่เป็นข้าราชการและลูกจ้างประจำในระดับปฏิบัติการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 1,716 คน จังหวัดยะลา จำนวน 1,547 คน จังหวัดปัตตานี จำนวน 1,875 คน รวมทั้งหมด 5,138 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรเป็นข้าราชการและลูกจ้างประจำในระดับปฏิบัติการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ทั้งนี้จะใช้สูตรคำนวณแบบทราปจำนวนประชากรจากสูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มร้อยละ 5 จากการคำนวณจะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 371 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล การวิเคราะห์ข้อมูล และเพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ซึ่งจะทำให้ได้จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากร จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) ในแต่ละกลุ่มย่อยของประชากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้แต่ละแห่ง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามได้พัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิดแบบตรวจรายการ (Check list) ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมาหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน วิเคราะห์โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม



โดยข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จึงนำไปทดลองใช้กับบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.6 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ หรือมีความเชื่อมั่นสูงจึงสามารถเก็บแบบสอบถามจริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์และรายงานผลการศึกษาด้วยวิธีพรรณนา (Descriptive approach) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 เกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ส่วนการทดสอบสมมติฐานภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย ด้านทักษะ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทางสังคม และด้านบทบาทหน้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 395 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.76 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 59.24 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75.70 มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.84 ระยะเวลาปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.81 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 62.53



2. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ปรากฏผลการวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านทักษะ	4.01	0.85	ค่อนข้างสูง
ด้านบุคลิกภาพ	4.12	0.84	ค่อนข้างสูง
ด้านทางสังคม	4.25	0.75	สูง
ด้านบทบาทหน้าที่	4.05	0.80	ค่อนข้างสูง
รวม	4.11	0.81	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูง เท่ากับ 4.25 รองลงมา ด้านบุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านบทบาทหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านทักษะมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ปรากฏผลการวิจัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็น
1. การแสวงหาวิธีการทำงาน เทคนิค หรือเครื่องมืออุปกรณ์ ทำงาน หรือการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อป้องกันความผิดพลาด	4.24	0.66	สูง
2. การเสนอแนะแนวความคิดใหม่ สำหรับประเด็นที่ ยากลำบาก	4.06	0.78	ค่อนข้างสูง
3. การเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่ และ สร้างสรรค์	4.01	0.74	ค่อนข้างสูง
4. การกระตุ้นให้สมาชิกคนสำคัญขององค์การแสดงความ สนใจต่อความคิดทางนวัตกรรม	3.94	0.83	ค่อนข้างสูง


ตารางที่ 2 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร (ต่อ)

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็น
5. การดำเนินการจัดเตรียมด้านต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนความคิดทางนวัตกรรม	3.97	0.79	ค่อนข้างสูง
6. การดำเนินการเพื่อให้ได้รับการอนุมัติสำหรับความคิดทางนวัตกรรม	3.95	0.79	ค่อนข้างสูง
7. การเป็นผู้นำทางความคิดในการพัฒนางานให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ	4.00	0.88	ค่อนข้างสูง
8. การประเมินการใช้ประโยชน์ของความคิดทางนวัตกรรม	3.98	0.81	ค่อนข้างสูง
9. การนำความคิดทางนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์	4.02	0.78	ค่อนข้างสูง
10. การนำความคิดทางนวัตกรรมไปใช้ในสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างเป็นระบบ	4.06	0.81	ค่อนข้างสูง
11. ความพร้อมที่จะปรับตัวเองเพื่อให้เข้ากับสิ่งใหม่ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.30	0.77	ค่อนข้างสูง
12. การวิเคราะห์งานที่ตนเองได้รับผิดชอบอยู่เสมอ เพื่อนำมาพัฒนาวิธีการทำงาน	4.27	0.76	ค่อนข้างสูง
รวม	4.07	0.63	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.63 และเมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่า ประเด็นที่พร้อมที่จะปรับตัวเองเพื่อให้เข้ากับสิ่งใหม่ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูง เท่ากับ 4.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.77 และประเด็นการกระตุ้นให้สมาชิกคนสำคัญขององค์การแสดงความสนใจต่อความคิดทางนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.83

4. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย ด้านทักษะ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทางสังคม และด้านบทบาทหน้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้



ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัยไว้ ดังนี้ การทดสอบสมมติฐานภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยด้านทักษะ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทางสังคม และด้านบทบาทหน้าที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ โดยวิเคราะห์การเปรียบเทียบ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา คือ ด้านทักษะ (X_1) ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านทางสังคม (X_3) และด้านบทบาทหน้าที่ (X_4) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.431	0.121			11.835	0.000
ด้านทักษะ (X ₁)	-0.001	0.042	-0.001		-0.026	0.979
ด้านบุคลิกภาพ (X ₂)	-0.016	0.047	-0.022		-0.349	0.728
ด้านทางสังคม (X ₃)	0.255	0.060	0.300		4.271	0.000
ด้านบทบาทหน้าที่ (X ₄)	0.401	0.060	0.507		6.702	0.000

* $R = 0.761$, $R^2 = 0.579$, Adjusted $R^2 = 0.575$, S.E = 0.412, F-statistics = 4.723

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ ด้านทางสังคม (X_3) และด้านบทบาทหน้าที่ (X_4) โดยทั้ง 2 ตัวแปรนี้ ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ทั้งนี้จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ R-square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.579 สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ได้ร้อยละ 57.9



อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนัดดา เสนสม (2564) ได้ศึกษาภาวะผู้นำและการจัดการเรียนรู้รูปแบบผสมผสานที่มีผลต่อคุณภาพการศึกษา พบว่า ทักษะภาวะผู้นำ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามผลทดสอบค่า t ของค่าคงที่ 1.35 (Sig .176) จึงปฏิเสธสมมติฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์พิไล เหล่าพิมพ์ (2565) ได้ศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านทักษะการทำงานเป็นทีม $P\text{-values} = 0.021 > 0.01$ แสดงว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะการทำงานเป็นทีมไม่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ ลูตินันท์ นันทะศรี (2563) ได้ระบุเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา การมีทักษะ เป็นการมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาที่สะท้อนให้เห็นถึงการใช้ความรู้ความสามารถ ความชำนาญ หรือมีกระบวนการคิดอย่างคล่องแคล่ว คิดอย่างแยบคาย ละเอียดลอ คิดอย่างชาญฉลาด และรู้จักนำความคิดแบบใหม่มาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพ ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชนาฏ จันทรา (2553) ที่มีผลวิจัยที่ว่ารูปแบบภาวะผู้นำของคณบดีตามทัศนคติและความคาดหวังของบุคลากรที่ต้องการให้มีมากที่สุด คือ รูปแบบภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นภาวะผู้นำที่ให้ความเอาใจใส่กับความรู้สึกรักของผู้ใต้บังคับบัญชา และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทั้งนี้เนื่องจากในด้านทักษะ ต้องมีการรายงานผลการประเมินคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการแสดงให้ถึงถึงผลงานของผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงาน ความสำเร็จในงานจะเป็นตัวชี้บ่งถึงความเหมาะสมของบุคคลและงาน

2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบุคลิกภาพไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ สอดคล้องกับแนวคิดของ กุลชลี จงเจริญ (2555) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เป็นการแสดงออกถึงคุณลักษณะของผู้นำที่มีสมรรถนะ บุคลิกภาพ บทบาท สามารถค้นพบแนวทางในการดำเนินการใหม่ ๆ



ท่ามกลางวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการสร้างนวัตกรรมและกระบวนการเชิงกลยุทธ์ในการนำองค์กรเพื่อการสร้างสรรคงานนวัตกรรมสู่ผลผลิตขององค์กรที่เป็นเลิศ สอดคล้องกับการศึกษาของ ลูตินันท์ นันทะศรี (2563) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า การมีบุคลิกภาพเชิงนวัตกรรมหากผู้บังคับบัญชามีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมดังกล่าวจะกลายเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จและคุณภาพการบริหารจัดการคุณภาพของบุคลากรและองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กรได้ในที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากอาจมีการประสานงานกับทุกภาคส่วนได้ไม่ติดนัก ส่วนการใช้จินตนาการสร้างสรรค์เป็นผลงานนวัตกรรมค่อนข้างน้อย ซึ่งควรมีความคิดริเริ่มใหม่ (Idea generation) เป็นการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรในการแสดงความคิดที่มีความแปลกใหม่ในทุกขอบเขตที่มีประโยชน์ต่อองค์กร

3. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ สอดคล้องกับ ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2557) ได้เสนอแนวทางของผู้นำในการบริหารทีมงานและการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ กำหนดภารกิจของทีม สร้างบรรยากาศของความไว้วางใจ พัฒนามาตรฐานของทีมงาน มุ่งเน้นในความภาคภูมิใจในการทำงานที่ดีที่สุด เป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่ทีมงาน ใช้รูปแบบผู้นำแบบฉันทามติ สร้างความเร่งด่วน กระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน มุ่งเน้นการให้การยอมรับและการให้รางวัล และให้อิสระในการทำงาน สอดคล้องกับการวิจัยของ นุชิตา สุวแพทย์ (2560) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ผู้บริหารควรปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีและเข้าถึงได้ คิดเชิงบวก มีทักษะเชิงมนุษย์ มีทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอกับบุคลากร เปิดโอกาสให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร มีการสร้างกระบวนการและเกณฑ์การให้รางวัลกับบุคลากรที่เป็นรูปธรรมชัดเจน และมีการรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารต้องทำความรู้จักกับบุคลากร เพื่อให้เกิดความสนิทสนมและทำให้บุคลากรรู้สึกว่าคุณค่าตนเองมีความสำคัญ ต้องพัฒนาทักษะการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ สร้างช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ต้องปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดี รักษาคำพูด มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน ส่วนรวม มีการทำงาน เชื่อมเครือข่ายท้องถิ่น ท้องที่ สถาบันหลักในท้องถิ่น และภาคประชาชน และสร้างกระบวนการรับฟังความคิดเห็น เพื่อกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะท้องถิ่น จึงจะทำให้ผู้ร่วมงานเกิดความไว้วางใจ และความเชื่อมั่น ซึ่งพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการเพื่อเพิ่มพูนความรู้



ความเชี่ยวชาญทักษะ ทักษะ และความสามารถ ตลอดจนการสร้างสรรค์และริเริ่มแนวความคิดใหม่ เพื่อทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ขององค์กร

4. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบทบาทหน้าที่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบทบาทหน้าที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งแรงจูงใจ จากองค์กร การชี้แนะจากผู้บังคับบัญชา และการสนับสนุนด้านความรู้ส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรม เชิงนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Jeroen & Deanne (2007) โดยที่วิสัยทัศน์ และเป้าหมายขององค์กร เป็นแนวทางของกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดนวัตกรรม และการนำ ประสบการณ์ของผู้นำมาใช้ช่วยแนะแนวชี้แนะในการคิดความคิดใหม่ ๆ การเผยแพร่ความรู้และ สนับสนุนถ่ายทอดประสบการณ์ ทำให้มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ทั้งนี้เนื่องจากภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรมในด้านบทบาทหน้าที่ในเรื่องการมอบหมายงานได้ตรงกับความสามารถของบุคคลนั้น จะคล้ายคลึงกับประเด็นสามารถจัดคนให้ตรงกับงาน บทบาทผู้นำทีม และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ในงาน สามารถพัฒนาได้ด้วยการเสริมสร้างให้บุคลากรเกิดความรู้สึกในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และอยากมีส่วนร่วมในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ (Dyer, Gregersen, & Christensen, 2011)

สรุปผลการวิจัย

บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ มีระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมอยู่ใน ระดับค่อนข้างสูง และมีระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูงเช่นกัน ในขณะที่ผลการ วิเคราะห์หัตถ์อุปสรรค พบว่า องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิง นวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ ด้านทางสังคม และด้าน บทบาทหน้าที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ไม่ ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ได้แก่ ด้านทักษะ และด้านบุคลิกภาพ ซึ่งไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 องค์กรควรจัดระบบการติดตาม และประเมินผลการพัฒนาการทำงานของบุคลากร ในองค์กรให้ครบทุกด้าน



1.2 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ดังนั้นควรมีการถ่ายทอดความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็น รูปธรรม และควรมีทักษะการบริหารจัดการที่ดี กระตุ้นการสร้างนวัตกรรม ควรส่งเสริมให้บุคลากร เกิดค่านิยมในการทำงานใหม่ ส่งเสริมให้บุคลากรประยุกต์นวัตกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของ องค์การ ผู้บังคับบัญชาควรเปิดโอกาสให้บุคลากรมีความเป็นอิสระทางความคิดในการวางแผนการ ดำเนินงาน อย่างหลากหลายและสร้างสรรค์ ผู้บังคับบัญชาจะต้องมีวิธีการคิดที่รอบคอบในการ แก้ปัญหา เมื่อเห็นปัญหาสามารถหาทางออกของปัญหาที่หลายมุมมอง หลายมิติ และมีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนความคิด วิธีการได้เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา

1.3 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบุคลิกภาพไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของ บุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ดังนั้นควรพัฒนาบุคลิกภาพในด้านการมี ปฏิภาณไหวพริบ การเป็นผู้ฟังที่ดี มีการรับฟัง และเปิดกว้างทั้งต่อสังคม ชุมชน เครือข่ายท้องถิ่น สถาบันหลักในท้องถิ่น และภาคประชาชน และจะต้องมีการกระจายอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบให้ บุคลากรได้มีโอกาสในการแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ รวมถึงควรมีจินตนาการสร้างสรรค์เป็นผลงานนวัตกรรม

1.4 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ดังนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องของการยึดหลัก ธรรมาภิบาลในการบริหารงานท้องถิ่น การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นกรอบในการ ทำงานพัฒนาท้องถิ่น ผู้นำต้องมีความกระตือรือร้นในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน ส่วนรวม และควรให้การสนับสนุนการทำงานให้เป็นไปในแนวเดียวกัน ร่วมคิด ร่วมทำ ควรเชื่อมเครือข่ายการ พัฒนาชุมชน ท้องถิ่น องค์การต่าง ๆ ให้ทำงานร่วมกัน

1.5 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านบทบาทหน้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของ บุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ ดังนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องของการมี จิตใจเปิดกว้าง เป็นผู้ฟังที่ดี มีการยอมรับในความผิดพลาดของตนเอง และควรมีการจุดประกาย ความคิด สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ร่วมงาน และประชาชนได้มีใจทำงานเพื่อส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง ควรนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กรเป็นระยะ ๆ และควรใช้หลักการทำงานแบบมีส่วนร่วม ให้ผู้บริหารระดับต่าง ๆ ได้คิด ตัดสินใจ ได้เสนอแนวทางการทำงานที่ดี ที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น

1.6 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้ควรกำหนดทิศทาง โครงสร้างองค์กร และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยจัดทำเป็น



แผนพัฒนาองค์กร เพื่อให้บุคลากรทราบและเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้มุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการนำวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความหลากหลายจากมิติหรือมุมมองต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกต (Observation)

2.2 ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมจัดการ วัฒนธรรมนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี เป็นต้น ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้

2.3 ควรมีการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านทักษะ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทางสังคม และด้านบทบาทหน้าที่ และพัฒนาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรให้มีสมรรถนะที่เด่นชัดตามตัวบ่งชี้

2.4 ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้

รายการอ้างอิง

- กันตภณ หนูทองแก้ว. (2561). การใช้หลักไตรลักษณ์ในการปรับตัวทางสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารนาคนุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 10(2), 1-10.
- กิตติระวี เลขากุล. (2561). ธรรมชาติของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทย (ดุสิตนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- เกรียงศักดิ์ แสงสว่าง. (2566). ภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 9(1), 9-17.
- กุลชลี จงเจริญ. (2561). เอกสารประกอบการสอน หน่วยที่ 12 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ชุดวิชา 23728 นวัตกรรมการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จรีวรรณ จันพลา. (2559). การเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ในธุรกิจแปรรูปอาหาร. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 9(1), 53-69.



- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2557). *ภาวะผู้นำร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- จิตินันท์ นันทะศรี. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 17(79), 11–20.
- ตรีทิพ บุญแย้ม. (2554). *ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมระดับบุคคล และระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ธมยันตี ประยูรพันธ์. (2561). การทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน องค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชายแดนใต้. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(2), 55–73.
- ธีระ รุญเจริญ. (2557). *ความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหารการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา (ฉบับปรับปรุง) เพื่อปฏิรูปรอบ 2 และประเมินภายนอกรอบ 3* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- นภาพร จิระนนท์ประวัติ. (2557). *การปกครองท้องถิ่น-ประชาธิปไตยใกล้มือประชาชน*. สืบค้นจาก http://118.174.12.141/document/documents/documents/Individual_Study_162.pdf
- นุชนาฏ จันทรา. (2553). รูปแบบภาวะผู้นำของคณบดีตามทัศนคติและความคาดหวังของบุคลากร : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 5(2), 62–78.
- นุชิตา สุวแพทย์. (2560). *แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ปาริฉัตร นวนทอง. (2564). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาพัทลุง เขต 2. *การประชุมหาตใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 13* (หน้า 1434–1449). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พระครูธรรมคุณ (สุทธิพงษ์ สุทธิวงษ์). (2564). การดำรงชีวิตวิถีใหม่ตามแนวพระพุทธศาสนา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มจร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬารามราชวิทยาลัย*, 9(1), 197–209.
- พิมพ์พิไล เหล่าพิมพ์. (2565). ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในจังหวัดอุดรธานี. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(2), 2197–2210.



- ภัทรพล อังคนานุวัฒน์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ภิญญา สายศิริสุข. (2561). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารในโรงเรียนมัธยมศึกษากลุ่มสหวิทยา เขตปทุมธานี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 4 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- รังสรรค์ ศรีเกียรติธรงค์. (2560). พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวิศวกรที่มีผลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกระบวนการให้บริการในการจัดการบริหารงานก่อสร้าง (วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- วรัญญา คีลาหม่อม. (2564). พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิจัย มข. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับบัณฑิตศึกษา), 9(1), 17-34.
- วราวุธ กุลรัตนวิจิตร. (2560). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาด กลาง และขนาดย่อม (ประเภทบริการ) (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุนัดดา เสนสม. (2564). ทักษะภาวะผู้นำและการจัดการเรียนรู้รูปแบบผสมผสานที่มีผลต่อคุณภาพ การศึกษาของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานศึกษาธิการภาค 14. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย การจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 19(1), 1-11.
- สุรกิจ สุวรรณเกษม. (2561). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอ ภาษี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา.
- อรอนงค์ ไรจน์วัฒนบุลย์. (2554). การพัฒนาตัวแบบผู้นำเชิงนวัตกรรม (วิทยานิพนธ์ดุขฎิบัณฑิต รัฐประศาสนศาสตร). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- De Jong, J. P. J. (2007). *Individual Innovation: The connection between Leadership and Employee Innovative Work Behavior*. Retrieved from <http://ideas.repec.org/p/eim/papers/r200604.html>
- Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. M. (2011). *The Innovator's DNA*. Boston: Harvard Business School Publish Corporation.



- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort–reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287–302.
- Jeroen, P. J., & Deanne N. D. (2007). How Leaders Influence Employees Innovative Behavior. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64.
- Marron, J.M. & D. Cuniff. (2014). What Is an Innovative Educational Leader. *Contemporary Issues In Education Research–Second Quarter*, 7(2), 145–150.
- McFarland, D.E. (1979). *Management : Foundation & Practices* (5thed.). New York: Macmillan.
- Nelson, D. L., & Quick, J. C. (1997). *Organization Behavior* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Schwartz, Z.D. (1980). *Introduction to Management: Principle, Practice and Process*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rded.). New York: Harper and Row Publications.



ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็ก ตามมุมมองของผู้บริโภค

Effectiveness of Online Marketing Communication in Small Businesses from Consumers' Perspective

พิเชษฐ์ พรหมใหม่^{1*}

Pichet Prommai^{1*}

(Received: March 23, 2023; Revised: April 25, 2023; Accepted: May 3, 2023)

บทคัดย่อ

การสื่อสารการตลาดออนไลน์เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กตามมุมมองของผู้บริโภค เปรียบเทียบประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลกับประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ตามมุมมองของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสงขลาที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์จากธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 390 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.8) อายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 64.4) กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 69.5) เป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 52.1) ประกอบอาชีพอิสระหรือทำธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 19.2) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 35.1) ผู้บริโภคประเมินประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีการประเมินประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กแตกต่างกัน (F = 4.932) นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ โดยภาพรวมของธุรกิจขนาดเล็ก ($r = 0.730$) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กควรให้ความสำคัญ

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author. E-mail: prommai1968@gmail.com



กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดิจิทัลมากขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ประสิทธิภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล ธุรกิจขนาดเล็ก

Abstract

Online marketing communication is an increasingly popular marketing tool due to its easy accessibility to consumers. This study aimed to 1) assess the effectiveness of online marketing communication from consumers' perspective, 2) compare the effectiveness of online marketing communication classified by personal factors, and 3) examine the relationship between digital lifestyle and the effectiveness of online marketing communication from consumers' perspective. The sample consisted of 390 small business customers in Songkhla province. A questionnaire was used as a data collection tool. The data were analyzed by mean, standard deviation, t-test, One-way analysis of variance, and multiple correlation analysis. The results revealed that the majority of consumers were female (60.8%), under 25 years old (64.4%), studying a bachelor's degree (69.5%), being students (52.1%), self-employed (19.3%) and having an average monthly income of less than 5,000 baht (35.1%). The consumers reflected that online marketing communication was effective at a high level ($\bar{x}=4.55$). The level of effectiveness of online marketing communication varied according to the incomes of the consumers ($F=4.932$) and digital lifestyles were positively related to the effectiveness of online marketing communication. ($r=0.730$) Therefore, small businesses should pay more attention to online marketing communication as consumers increasingly adopt digital lifestyles.

Keywords: Online marketing communication, Effectiveness, Digital lifestyle, Small business

บทนำ

การสื่อสารการตลาดมีบทบาทและความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นกิจกรรมการตลาดที่มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค ข่าวสารที่สื่อออกไปไม่เพียงสร้างการรับรู้เท่านั้น หากแต่ยังสามารถกระตุ้น โน้มน้าวหรือจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายมีปฏิกิริยาตอบกลับด้วยการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือการตัดสินใจ



ซื้อสินค้า นอกจากนี้อีกการสื่อสารการตลาดยังมีบทบาทในการสร้างความผูกพันระหว่างกิจการกับลูกค้า อันจะส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าได้เช่นกัน ในระยะแรกการสื่อสารการตลาดจะดำเนินการผ่านสื่อหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งตีพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ) เป็นต้น อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ได้รวดเร็ว มีปริมาณมากและตลอดเวลา ธุรกิจห้างร้านทั้งขนาดใหญ่ กลาง และเล็กต่างก็ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ไลน์) และแอปพลิเคชันอื่นอีกมากมาย โดยแนวโน้มการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มีปริมาณมากขึ้น บริษัทมีเดีย อินเทลลิเจนซ์ จำกัด (MI) รายงานว่าในปี 2019 สื่อออนไลน์จะเป็นสื่อหลักที่มีการเติบโตร้อยละ 20 มูลค่าตลาดรวม 17,000 ล้านบาท โดยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปี 2018 (นิตยสารมาเก็ตเทียร์, 2562)

ธุรกิจขนาดย่อมหรือธุรกิจขนาดเล็ก (Small business) เป็นธุรกิจที่มีทุนในการดำเนินงานค่อนข้างจำกัด กิจการในภาคการผลิตสินค้ามีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท ส่วนกิจการในภาคการค้า (ค้าส่ง หรือค้าปลีก) และบริการ มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท การบริหารเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของจะบริหารกิจการด้วยตนเอง มักเริ่มต้นธุรกิจด้วยการผลิตสินค้าหรือค้าขายจำนวนน้อยและดำเนินกิจการอยู่ในเขตท้องถิ่น มีลูกค้าเป็นประชาชนที่อาศัยในบริเวณที่ตั้งกิจการ เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) ข้อมูลที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่ามีเพียงส่วนน้อยของธุรกิจขนาดเล็กที่สามารถอยู่รอดปลอดภัยได้ในระยะยาว เนื่องจากประสบปัญหาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการบริหารธุรกิจ ไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนั้นยังมีปัญหาด้านการตลาด เช่น ขาดข้อมูลของคู่แข่ง ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค และที่สำคัญการสื่อสารการตลาดที่ใช้ยังไม่ก่อให้เกิดการจดจำผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค อันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ หากผู้ประกอบการได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม ย่อมก่อให้เกิดประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล สามารถยกระดับธุรกิจ สร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นหนทางแห่งการอยู่รอดของธุรกิจในสภาวะการณ์ที่การแข่งขันมีความรุนแรงได้ (กรุงศรีเอสเอ็มอีโฟกัส, 2562)

ปัจจุบันธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อสื่อสารกับลูกค้า เพราะมองว่าประหยัดกว่าและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง การจะพิจารณาว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์ประสบความสำเร็จหรือไม่จำเป็นต้องดูผลลัพธ์ โดยพิจารณาถึง



ผลของการสื่อสารการตลาดที่สามารถสร้างการรับรู้ และหรือสร้างการจดจำในตัวสินค้าหรือบริการ แก่ลูกค้า ก่อให้เกิดทัศนคติในทางบวก จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และการบอกต่อ ในทิศทางที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจ ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กสามารถ พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา รวมทั้งการสร้างรูปแบบของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้สอดคล้อง กับเส้นทางผู้บริโภค (Customer journey) หรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในมุมมองของผู้บริโภค
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในมุมมองของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลกับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในมุมมองของผู้บริโภค

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ (Online marketing communication)

อัฐพล วุฒิศักตีสกุล (2560) ได้กล่าวถึงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลว่าเป็นการต่อยอดจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ซึ่งมีองค์ประกอบอยู่ด้วยกัน 5 ประการ ดังนี้

- 1) การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล (Digital advertising) หมายถึง การติดต่อสื่อสารใด ๆ ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า บริการหรือความคิดไปยังผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย โดยจะแสดงอยู่บนเครื่องมือการค้นหาออนไลน์ และสังคมออนไลน์หรือเว็บไซต์ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวให้เกิดความต้องการสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยเทคโนโลยีและระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ
- 2) การขายโดยใช้พนักงานผ่านสื่อดิจิทัล (Digital personal selling) หมายถึง การใช้บุคคลหรือพนักงานขายทำการขายสินค้าผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น การขายสินค้าด้วยการไลฟ์สดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การโพสต์ขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น
- 3) การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล (Digital sales promotion) เป็นการใช้รูปแบบการส่งเสริมการขายแบบดั้งเดิม (Traditional) แต่ดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การแจกให้ทดลองฟรี การแถมพิเศษต่าง ๆ เพียงแต่การสื่อสารหรือผู้ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ดังกล่าวจะมาจากการสื่อสารผ่าน



สื่อดิจิทัล ตัวอย่างของการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล ได้แก่ (1) การทดลองใช้บริการฟรี หากสมัครเป็นสมาชิกผ่านระบบออนไลน์ (2) การรีวิวสินค้าหรือบริการต่าง ๆ แล้วนำไปสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (3) การแจ่งโปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านอีเมล (4) การแจกคูปองส่วนลดผ่านเว็บไซต์ (5) การซื้อ 1 แถม 1 หากซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ (6) ค่าขนส่งฟรีหากสั่งซื้อสินค้าในราคาที่กำหนด (7) การให้ผู้บริโภคแข่งขันแล้วแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับรางวัลพิเศษ (8) การสะสมยอดซื้อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น

4) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital community) เป็นรูปแบบการให้ข่าวผ่าน Social network โดยเศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2563) ได้แบ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การประชาสัมพันธ์ผ่านบล็อก (Blog) (2) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) บนเว็บไซต์ โดยมุ่งเน้นให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้ในเรื่องต่าง ๆ (3) การประชาสัมพันธ์ผ่านชุมชนออนไลน์ (Community) นักการตลาดสามารถใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook เป็นเครื่องมือแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือหากผู้ประกอบการมีการจัดกิจกรรม การรณรงค์หรือโครงการเพื่อสังคมต่าง ๆ ก็สามารถใช้ Facebook เป็นหนึ่งในช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ (Offline) ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

5) การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล (Digital direct marketing) เป็นระบบการตลาดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งอาจจะใช้สื่อหนึ่งสื่อหรือมากกว่าเพื่อให้มีการตอบสนองหรือการซื้อขายที่สามารถวัดได้ ทั้งนี้ ต้องอาศัยการตลาดโดยใช้ฐานข้อมูล (Database marketing) เป็นสำคัญ

ข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ EnuSambyal and Taranpreet (2017) ระบุว่าวิธีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ถูกใช้เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคและสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า มีวิธีการหรือเครื่องมือต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณาออนไลน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างการรับรู้ต่อตราสินค้า การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา (SEM) และ Parikh and Deshmukh (2013) ระบุว่าเครื่องมือดังกล่าวช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกค้นหา เป็นเทคนิคที่ใช้เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เป็นเทคนิคที่ใช้สำหรับการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กร การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือสำหรับจูงใจในระยะเวลายาว ๆ เช่น คูปอง การแจกของตัวอย่าง การชิงโชค ชิงรางวัล เป็นต้น และการใช้พนักงานขายเพื่อสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคผ่านวิดีโอ (Video calling)



รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล (Digital lifestyle)

Assael (1998) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นโครงสร้างโดยรวมของการใช้ชีวิตที่จะเป็นตัวสะท้อนกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น นอกจากนั้นยังสามารถสะท้อนค่านิยมของแต่ละบุคคลออกมาทางกิจกรรม หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัวบุคคล ในขณะที่ Hawkins, Best, and Coney (1998) ได้กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นวิธีการเลือกดำรงชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นบทบาทของบุคลิกลักษณะของปัจเจกบุคคลที่ถูกสร้าง และกำหนดรูปแบบผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคมในขณะที่ยังดำเนินชีวิตตามวงจรชีวิตของตนเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Solomon (2013) ที่ระบุว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นรูปแบบของการบริโภคที่สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้าต่าง ๆ จะเห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการเลือกใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลที่อาจจะมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชอบ การแสดงออกผ่านกิจกรรม การใช้เวลาว่าง และการใช้ชีวิตในแบบของตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อทัศนคติ ประสิทธิภาพ และความคาดหวังของบุคคลนั้น ภูษณ สุวรรณภักดี และวิลาวัลย์ จันทร์ศรี (2561) ได้สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ในสิ่งที่องค์กรกระทำเป็นสิ่งสำคัญ และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีต โดยส่วนใหญ่จะศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เป็นมุมมองแบบดั้งเดิม ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิต ดังนั้น ควรมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคที่มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์กันอย่างแพร่หลายที่เรียกว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic lifestyle) หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล เพราะฉะนั้นการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของงานวิจัยนี้จะเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของบุคคลโดยพิจารณาจากการใช้เวลา และการใช้จ่ายเงินผ่านสื่อออนไลน์หรือผ่านระบบดิจิทัล โดยมีการบูรณาการร่วมกัน Wang, Chen, and Liang (2011) การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การทำกิจกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-activities) 2) การแสดงความคิดเห็นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-opinions) 3) การแสดงความคิดเห็นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-interests) และ 4) การรับรู้คุณค่าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-values)

ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (Effectiveness of online marketing communication)

ประสิทธิผลเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินการใด ๆ หากผลการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ถือว่าการดำเนินงานนั้นมีประสิทธิผล ในทางตรงข้าม หากผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ถือว่าการดำเนินงานไม่มีประสิทธิผล สอดคล้องกับ

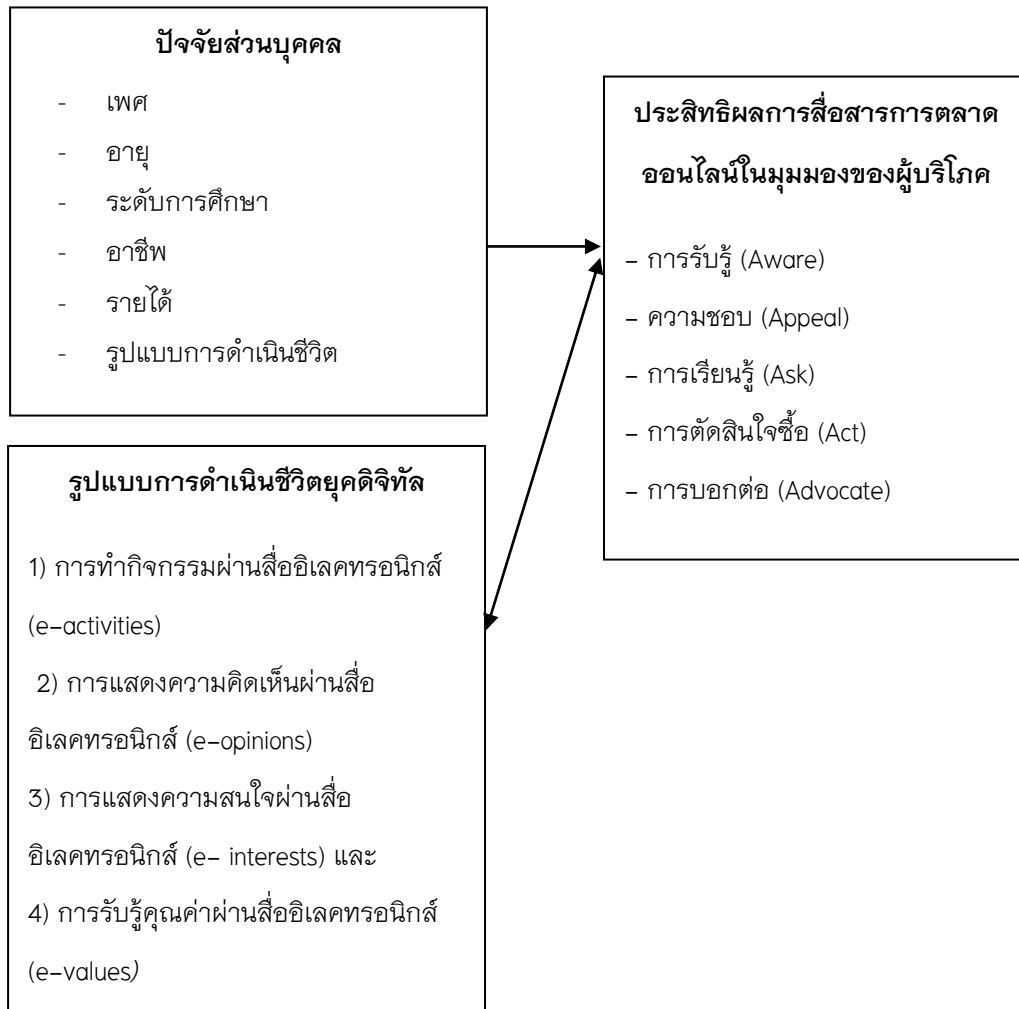


บุญเลิศ อรุณพิบูลย์ (2557) ได้ระบุไว้ว่า ประสิทธิผลเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่พึงปรารถนาหรือเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ กล่าวคือ เป็นการพิจารณาจากการนำผลของงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่ได้รับเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย และกิตติกร คัมภีร์ปรีชา (2557) สรุปไว้ว่า ประสิทธิผลเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมหรืองานชนิดใด ๆ จนลุล่วงหรือให้ผลตามที่คาดหวัง ล่วงหน้าทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ ในแง่มุมทางการตลาดประสิทธิผลเป็นความสามารถในการเลือกเป้าหมายที่เหมาะสมและบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ ประสิทธิผลจึงวัดกันที่ว่าองค์การสามารถตอบสนองผู้บริโภคด้วยสินค้าหรือบริการที่เป็นที่ต้องการหรือไม่ และสามารถบรรลุในสิ่งที่พยายามกระทำมากน้อยเพียงใด Swain (2004) ได้ทำการศึกษาเพื่อวัดความสำเร็จของแผนและกิจกรรม การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยประเมินการวัดผลความสำเร็จของกิจกรรมการสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการจากตัวเลือกทั้งหมด 9 ข้อ ได้แก่ การเปิดรับสาร (Message exposure) ผลตอบกลับ (Feedback) ทักษะคติ (Attitude) การสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (Audience observation) รายได้ (Revenue) ยอดขายซ้ำ (Repeated sales) การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง (Response change) และ ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) ต่อมา Kotler (2016) ได้กล่าวถึงเส้นทางการตัดสินใจของลูกค้า ที่เปลี่ยนแปลงไปจากการใช้ตัวแบบที่ชื่อ AIDA (Attention, Interest, Desire and Action) มาเป็นตัวแบบ 5A ซึ่งประกอบด้วย 1) Aware (การรับรู้) 2) Appeal (ความชอบ) 3) Ask (การเรียนรู้) 4) Act (การตัดสินใจ) และ 5) Advocate (การเป็นผู้สนับสนุน) ผู้วิจัยเห็นว่าขั้นตอนการตอบสนองของผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นการรับรู้ข่าวสารจนถึงการเป็นผู้สนับสนุนผลิตภัณฑ์นั้น ได้รับอิทธิพลมาจากการสื่อสาร การตลาดของผู้ประกอบการที่ได้ใช้ความพยายามในการการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบ ดังนั้น การวัดความสำเร็จหรือประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลควรพิจารณาจาก ความสามารถของผู้ประกอบการหรือนักการตลาดที่จะทำการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างความชอบในสินค้าหรือบริการ นำไปสู่การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อหรือทดลองใช้สินค้า โดยผู้จัดจำหน่ายจะต้องมีความพร้อมในการ จำหน่ายหรือให้บริการ ตลอดจนการเปิดโอกาสให้ลูกค้าสื่อสารกลับหรือร้องเรียนกรณีเกิดปัญหา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ จนกลายเป็นความ รักดีต่อตราสินค้า ต่อจากนั้นลูกค้าเหล่านี้จะเป็นชุมพลที่จะช่วยทำการตลาดให้แก่ผู้จำหน่ายได้ ด้วยการให้ข้อมูลเชิงบวกผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการแนะนำสินค้าให้แก่บุคคลอื่นด้วย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการประเมินประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กแตกต่างกัน
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประเมินประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็ก



วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าหรือใช้บริการธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบประชากร (Cochran, 1977) ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน เนื่องจากผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มธุรกิจที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ธุรกิจผลิตสินค้า 2) ธุรกิจซื้อขายไป และ 3) ธุรกิจบริการ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงคัดเลือกมาจากลูกค้าของธุรกิจทั้ง 3 กลุ่มให้มีจำนวนเท่า ๆ กันกลุ่มละ 130 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน ต่อจากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าหรือใช้บริการธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ เส้นทางการตัดสินใจของลูกค้าในยุคดิจิทัล (Kotler, 2016) และรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล (ภูษณ สุวรรณภักดี และวิลาวัลย์ จันทร์ศรี, 2561) ผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ด้วยการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อทำกิจกรรม ความสนใจต่อการใช้อิเล็กทรอนิกส์ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อแสดงความคิดเห็น และการใช้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างคุณค่า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 ระดับมากที่สุด 4 ระดับมาก 3 ระดับปานกลาง 2 ระดับน้อย และ 1 ระดับน้อยที่สุด โดยพิจารณาจากเส้นทางการตอบรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย การรับรู้ (Aware) ความชอบ (Appeal) การเรียนรู้ (Ask) การตัดสินใจซื้อ (Act) และการบอกต่อ (Advocate)



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์โดยส่งแบบสอบถามผ่าน Google form ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธุรกิจขนาดเล็กทั้ง 3 ประเภทคือ 1) ธุรกิจผลิตสินค้า 2) ธุรกิจซื้อขายไป และ 3) ธุรกิจบริการ โดยลูกค้าทั้งหมดอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อทำการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล และประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค

การประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค พิจารณาจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Aware) ความชอบต่อข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ (Appeal) การเรียนรู้จากข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ (Ask) การตัดสินใจซื้อเนื่องจากข่าวสารที่น่าสนใจ (Action) และการเป็นผู้สนับสนุน (Advocate) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค

ขั้นตอนการตอบรับข่าวสารของผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การรับรู้	3.95	0.822	มาก
การดึงดูดใจ	3.88	0.826	มาก
การเรียนรู้	3.94	0.795	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.72	0.975	มาก
การเป็นผู้สนับสนุน	3.66	1.046	มาก
ภาพรวม	3.83	0.832	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค พบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กก่อให้เกิดการรับรู้



ของผู้บริโภคสูงสุด ($\bar{x} = 3.95$) รองลงมาคือการเรียนรู้ ($\bar{x} = 3.94$) การดึงดูดใจผู้บริโภค ($\bar{x} = 3.88$) การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ($\bar{x} = 3.72$) และการเป็นผู้สนับสนุนสินค้า ($\bar{x} = 3.66$) ตามลำดับ

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล

รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล พิจารณาจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ความสนใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ต และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างคุณค่าด้านต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคะแนนรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อทำกิจกรรม	4.18	.564	มาก
ความสนใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต	4.25	.574	มากที่สุด
ความคิดเห็นต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต	4.16	.592	มาก
การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างคุณค่า	4.24	.581	มากที่สุด
รวม	4.21	.520	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$) โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีความสนใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 4.25$) และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างคุณค่าด้านต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.24$) โดยมีคะแนนอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อทำกิจกรรม ($\bar{x} = 4.18$) และความคิดเห็นต่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 4.16$) มีคะแนนอยู่ในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กทั้งภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน



3.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กด้านการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นและภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กโดยภาพรวม และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการเรียนรู้ และด้านการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความชอบและด้านการเป็นผู้สนับสนุนไม่แตกต่างกัน

3.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กด้านการเป็นผู้สนับสนุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ และภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3.5 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในภาพรวม ด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านความชอบ ด้านการเรียนรู้ ด้านการตัดสินใจซื้อและด้านการเป็นผู้สนับสนุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลกับประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลกับประสิทธิผลในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภค ขั้นการรับรู้ ขั้นความชอบ ขั้นการเรียนรู้ ขั้นการตัดสินใจซื้อ และขั้นการเป็นผู้สนับสนุน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลกับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในมุมมองของผู้บริโภค

ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์	รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัล		
	r	sig.	ทิศทาง
การรับรู้	.728***	.000	บวก
ความชอบ	.728***	.000	บวก
การเรียนรู้	.739***	.000	บวก
การตัดสินใจซื้อ	.634***	.000	บวก
การเป็นผู้สนับสนุน	.608***	.000	บวก
ภาพรวม	.730***	.000	บวก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001



จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในมุมมองของผู้บริโภคโดยภาพรวม ($r = .730$) เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลของผู้บริโภคกับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กในแต่ละด้าน พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการเรียนรู้ของลูกค้าสูงสุด ($r = .739$) รองลงมาคือด้านการรับรู้และความชอบ ($r = .728$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($r = .634$) และด้านการเป็นผู้สนับสนุน ($r = .608$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาด

ในมุมมองของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการระบุว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์มีประสิทธิผลในระดับมากมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของนักทฤษฎี จิตรศิลป์โสภณ (2563) ที่ระบุว่า การใช้สื่อโฆษณาแบบดิจิทัลเพื่อทำการตลาดก่อให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพิจารณาจากการเข้าถึง การปฏิสัมพันธ์ รวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยการสื่อสารการตลาดออนไลน์จะก่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าได้เรียนรู้ และค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ลูกค้ามีความรู้สึกชอบหรือรู้สึกว่าการนำเสนอสามารถดึงดูดใจได้ และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ยังสามารถนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการพร้อมที่จะบอกต่อหรือเป็นผู้สนับสนุนสินค้าที่มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดเส้นทางการตัดสินใจของลูกค้าในยุคดิจิทัลที่กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนจากขั้นตอนการซื้อที่เริ่มต้นจากการได้รับข่าวสารที่สะดุดตาสะดุดใจ (Attention) ความน่าสนใจของข่าวสาร (Interest) ความสามารถในการจูงใจหรือการสร้างความปรารถนาให้แก่ลูกค้า (Desire) และการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ (Action) หรือขั้นตอนการตัดสินใจตามหลักการของ AIDA (Lewis & Elmo, 1898) มาเป็นเส้นทางการตัดสินใจตามตัวแบบ 5A ซึ่งประกอบด้วย 1) Aware (ความรู้ ความเข้าใจ) 2) Appeal (ความชอบ รู้สึกดี) 3) Ask (ความอยากรู้อยากเห็น) 4) Act (การตัดสินใจ) และ 5) Advocate (การใช้ซ้ำและบอกต่อ) โดยความสำเร็จของการทำการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาจากความสามารถของผู้ประกอบการหรือนักการตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภคได้เกิดการรับรู้ และมีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์หรือไม่ สินค้าดังกล่าวสามารถสร้างความชื่นชอบหรืออยู่ในใจของลูกค้าหรือไม่ ต่อจากนั้นลูกค้าจะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ เพราะฉะนั้นผู้จำหน่ายจะต้องสื่อสารกับผู้สนใจผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลายช่องทาง รวมถึงการเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าด้วย ประเด็นต่อมา



จะพิจารณาจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ โดยผู้จำหน่ายจะต้องมีความพร้อมในการจัดจำหน่ายหรือให้บริการ ตลอดจนการเปิดโอกาสให้ลูกค้าสื่อสารกลับ (Feedback) หรือร้องเรียนกรณีเกิดปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือใช้บริการแล้ว หากพวกเขาได้รับความพอใจ สินค้าหรือบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง การตัดสินใจซื้อซ้ำจะเกิดขึ้น และลูกค้าเหล่านี้จะเป็นชุมพลที่จะช่วยทำการตลาดให้แก่ผู้จำหน่ายได้ด้วยการให้ข้อมูลเชิงบวกผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการแนะนำสินค้าให้แก่บุคคลอื่น (Kotler, 2016) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของบุหงา ชัยสุวรรณ (2558) ที่ระบุว่า การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมเป็นกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด ได้แก่ สร้างการตระหนักรู้ให้เพิ่มขึ้น กระตุ้นให้เกิดความต้องการ ส่งเสริมการตลาดใช้ช่วยอำนวยความสะดวก ตลอดจนสร้างความจงรักภักดีด้วยการเป็นพื้นที่ให้ผู้บริโภคเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และสร้างการตระหนักรู้ต่อตราสินค้าอย่างกว้างขวาง ผ่านการออกแบบเนื้อหาสาระที่สามารถสร้างประสบการณ์ของผู้รับสารในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีส่วนร่วม จนเกิดเป็นกระแสการบอกต่อแบบปากต่อปาก และการสื่อสารแบบไวรัล อีกทั้งนำไปสู่การมีความเชื่อมโยงผสานพื้นที่ของการสื่อสารระหว่างสื่อที่มีค่าใช้จ่าย สื่อที่ได้รับ และสื่อที่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของอีกด้วย

2. การเปรียบเทียบประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักนโยบายและวิชาการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (2562) เรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณาต่อการตัดสินใจซื้อของคนไทย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสื่อโฆษณาแต่ละประเภทมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่อายุน้อยจะเห็นว่าสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่อายุน้อยเห็นว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จึงเป็นข้อมูลที่น่าสนใจว่าเมื่อพิจารณาจากช่วงอายุของผู้บริโภค อิทธิพลของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุมีแนวโน้มลดลงเมื่ออายุของผู้บริโภคลดลง ซึ่งมีทิศทางตรงกันข้ามกับอิทธิพลของสื่อโฆษณาออนไลน์ที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ นอกจากนี้ผลการศึกษายังระบุว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์แตกต่างกัน ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าระดับการศึกษาของลูกค้ามีมุมมองเกี่ยวกับประสิทธิผลของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของทิพวรรณ วงษ์ทองคำ, ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค และสันทัต ทองรินทร์ (2560) ศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าจากลาซาด้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า



ระดับการศึกษาต่างกันจะมีการซื้อสินค้าจากลาชาด้าแตกต่างกัน โดยการสื่อสารการตลาดออนไลน์ยังมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าจากลาชาด้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทินา หิรัญประทีป (2558) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับกลุ่มเยาวชนของธุรกิจดนตรีในประเทศไทย โดยผลการวิจัยระบุว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในระดับที่แตกต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลกับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของลูกค้า โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ขั้นการเรียนรู้ของลูกค้าสูงสุด รองลงมาคือขั้นการตัดสินใจซื้อ ขั้นการรับรู้ ขั้นความชอบ และขั้นการเป็นผู้สนับสนุน ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับพิริยะ เงินศรีสุข และเสรี วงศ์มณฑา (2563) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลสำหรับนักท่องเที่ยว 4.0 ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการวางแผนการสื่อสารการตลาดอย่างลึกซึ้งเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเรียนรู้ โดยส่วนประสมการตลาดที่เปลี่ยนมาจาก 4P (Product, Price, Place, Promotion) ได้ เปลี่ยนเป็น 4C (Co-Creation, Currency, Communal Activation, Conversation) และการตลาด 4.0 ให้ความสำคัญกับการติดตามและการมีส่วนร่วมในยุคดิจิทัลที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและกลุ่มสังคมได้อย่างง่ายดาย ทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เปลี่ยนไป รวมถึงรูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในหลายมิติเป็น 5 A ประกอบด้วย การทำให้รู้จัก (Aware) รู้สึกชอบ (Appeal) จูงใจให้ซักถามเพิ่มเติม (Ask) ตัดสินใจซื้อ (Act) และเป็นผู้สนับสนุนตราสินค้า (Advocate) ด้วยวิธีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าบนพื้นที่สื่อออนไลน์ ผ่านการสร้างเรื่องราว (Content) ที่น่าสนใจและโดนใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรนนท์ สุจิตานนท์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น กล่าวคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งทางด้านกิจกรรม ด้านความคิดเห็น และด้านความสนใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้ามากถึงร้อยละ 34.40 ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้ศึกษาที่ระบุว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลด้านการตัดสินใจซื้อในมุมมองของลูกค้านั่นเอง



สรุปผลการวิจัย

1) ประชาชนเห็นว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กในจังหวัดสงขลา เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับมาก เนื่องจากการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ก่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และได้เรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ลูกค้ามีความรู้สึกชอบหรือรู้สึก ว่าข่าวสารการตลาดดังกล่าวสามารถดึงดูดใจได้ จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ นอกจากนั้นเมื่อลูกค้าได้บริโภคผลิตภัณฑ์แล้ว พวกเขามีความพร้อมที่จะบอกต่อหรือเป็นผู้สนับสนุน สินค้าที่มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ 2) ประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในมุมมองของ ลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปรากฏว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีมุมมองในเรื่องประสิทธิภาพของ การสื่อสารการตลาดออนไลน์แตกต่างกัน ดังนั้นในการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณารายได้ของผู้บริโภคด้วย 3) นอกจากนี้ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลในระดับสูงมีมุมมองต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาด ออนไลน์ในระดับสูงด้วยเช่นกัน แนวโน้มในปัจจุบันและในอนาคตจะเห็นว่าประชาชนได้เข้าสู่โลกดิจิทัล มากขึ้นนั้น หมายความว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความเป็นดิจิทัลมากขึ้นเช่นกัน เพราะฉะนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ (Aware) สร้างความชื่นชอบ (Appeal) การนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อให้ลูกค้ามีคำตอบที่รอบด้าน (Ask) อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (Act) และหากลูกค้ามีความประทับใจหรือพึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการ พวกเขาจะมีส่วนร่วมทำการตลาดด้วยการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นหรือเป็นผู้สนับสนุนสินค้า (Advocate) ทำให้ข่าวสารทางการตลาดของผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมายได้มากขึ้น โดยผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องลงทุน อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำการตลาดในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ธุรกิจขนาดเล็กควรมีการออกแบบข่าวสารทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่จะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยใช้เทคนิคการโฆษณาด้วยการอ้างอิงหรือผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้อาจจะต้องมีการจูงใจด้วยการให้รางวัลหรือการให้สิทธิพิเศษรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือ เรียกว่าใช้เทคนิคการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) ร่วมด้วย เป็นลักษณะของการสื่อสาร ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication/IMC) ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าบอกต่อ



ซึ่งจะช่วยให้ข่าวสารทางการตลาดมีการกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ก่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการในลำดับต่อไป

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กควรพิจารณาระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดของธุรกิจขนาดเล็กจำเป็นต้องเลือกประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่สามารถสร้างความเข้าใจกับลูกค้าได้อย่างชัดเจน สามารถจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ และมีพลังมากพอที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายส่งต่อข้อมูลไปยังบุคคลอื่น ตลอดจนช่วยเป็นปากเป็นเสียงให้กับสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจำเป็นต้องใช้รูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์กับผู้บริโภคในยุคปัจจุบันให้มากขึ้น เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบ ผู้บริโภคมีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน การสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การเรียนการสอนผ่านช่องทางออนไลน์

1.4 ธุรกิจขนาดเล็กที่จะทำการสื่อสารการตลาดออนไลน์จะต้องพิจารณาศักยภาพของฝ่ายการตลาดในด้านองค์ความรู้ ทักษะทางด้านการตลาดดิจิทัล หากยังไม่มีความพร้อมควรกำหนดงบประมาณเพื่อจ้างบุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญมาช่วยในช่วงแรก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรเพิ่มประเด็นที่เกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบการสื่อสารออนไลน์รูปแบบใหม่ ๆ มากขึ้น และตัวแปรประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลจากฝ่ายผู้ประกอบการด้วย แล้วนำข้อมูลทั้งจากผู้ประกอบการ และมุมมองจากผู้บริโภคมาพิจารณาร่วมกัน นอกจากนี้ควรเพิ่มศึกษาประเด็นด้านประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้วย โดยเฉพาะต้นทุนในการใช้สื่อออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการเริ่มมีต้นทุนจากค่าโฆษณา และการสื่อสารทางการตลาดประเภทอื่นที่ถูกเรียกเก็บเพื่อให้การสื่อสารการตลาดออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกับลูกค้ามุ่งหวัง (Prospects) นอกจากนี้ควรศึกษาเกี่ยวกับช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในแต่ละช่วงวัยที่มีความแตกต่างกัน



รายการอ้างอิง

- กิตติกร คัมภีร์ปรีชา. (2557). *ประสิทธิผลของการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา โดยเน้นการเรียนรู้ด้วยตนเองที่เกิดกับการทำงานเป็นทีม*. กลุ่มนิเทศ ติดตามและประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- กรุงศรีเอสเอ็มอีโฟกัส. (2562). 3 ปัญหาที่เกิดจาก SMEs วางแผนบัญชีผิด. สืบค้นจาก <https://sme.ktb.co.th/sme/productListAction.action?command=getDetail&cateMenu=KN>
- จิรนนท์ สุจิตานนท์. (2561). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ทิพวรรณ วงษ์ทองคำ, ไพบูรณ์ ตะเชษฐพรพรค และสันทัต ทองรินทร์. (2560). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าจากลาชาด้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, 9(2), 1-16
- นิตยสารมาเก็ตเทียร์. (2562). *โฆษณา 2019 สื่อไหนเติบโตสูงสุด*. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/91900>
- นันทมน จิตรศิลป์โสภณ. (2563). *ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในชาย* (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคม : ภาพรวมและกรอบแนวความคิด. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*, 2(1), 173-198.
- บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2557). *แนวปฏิบัติการพัฒนาเว็บไซต์*. สืบค้นจาก <http://www.thailibrary.in.th/2014/03/11/web-standard/>
- พิริยะ เงินศรีสุข และเสรี วงศ์มณฑา. (2563). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลสำหรับนักท่องเที่ยว 4.0. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(34), 313-321.
- ภูษณ สุวรรณภักดี และวิลาวัลย์ จันทร์ศรี. (2561). อิทธิพลของความไว้วางใจ ทัศนคติ และส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10(2), 21-38.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสสุวรรณ. (2563). *ระบบโทรคมนาคมเชื่อมโยงโลกสู่เครือข่ายสังคม (Social Networking)*. สืบค้นจาก <http://phatrsa.blogspot.com/2010/09/social-networking.html>



- สุทินา หิรัญประทีป. (2558). *ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับกลุ่มเยาวชนของธุรกิจดนตรีในประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2560*. สืบค้นจาก http://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20171124082136.pdf
- สำนักนโยบายและวิชาการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2562). *อิทธิพลของสื่อโฆษณาต่อการตัดสินใจซื้อของคนไทย*. สืบค้นจาก <https://broadcast.nbtc.go.th/bcj>
- อัฐพล วุฒิศักตีสกุล. (2560). *การสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งออนไลน์ (Online Messengers) ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati, Ohio: International Thompson Publishing.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3^d ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.
- EnuSambyal, M., & Taranpreet, K. M. (2017). *Online Marketing Communication*. Biz and Bytes, 8.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (7th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2016). *Marketing 4.0 moving from traditional to digital*. USA.:Wiley.
- Lewis, E., & Elmo, S. (1898). *AIDA Sale funnel*. Retrieved from <http://www.provenmodels.com/547/aida-sales-funne/st.-elmo-lewis,-elias>
- Parikh, A., & Deshmukh, S. (2013). Search Engine Optimization. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 11(2), 3146.
- Solomon, M. (2013). *Consumer Behavior: Buying, having and being* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Swain, W. N. (2004). Perceptions of IMC after a decade of development: who's at the wheel, and how can we measure success?". *Journal of Advertising Research*, 44(1), 46.
- Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. (2011.) *The Effects of Social Media on College Students*. MBA Student Scholarship. Retrieved from https://scholarsarchive.jwu.edu/mba_student/5



การวิเคราะห์ห่อภิมาน : การจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

The Meta-Analysis of Coaching Learning Process Management

กนกนิต ฐนัชพรพงศ์^{1*} นัจฐารัตน์ ณ นคร²Kankanit Tanatpornpong^{1*} Natchadarat Na Nakorn²

(Received: March 27, 2023; Revised: : May 11, 2023; Accepted: May 30, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช และเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัยที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลของงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชในช่วงปี พ.ศ. 2555–2563 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสกัดข้อมูลงานวิจัย และแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าขนาดอิทธิพล (d), t-test, F-test, Multiple regression analysis

ผลการวิจัย พบว่า มีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชจำนวนมาก ช่วงปี พ.ศ. 2558–2560 ในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ สาขาปฐมวัย คุณภาพงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับดี ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าขนาดอิทธิพล พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ทำให้ค่าขนาดอิทธิพลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 12 ตัวแปร ดังนี้ ด้านคุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัยจำนวน 7 ตัวแปร ด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัยจำนวน 1 ตัวแปร ด้านวิธีวิทยาของงานวิจัยจำนวน 3 ตัวแปร ด้านผลการวิจัยจำนวน 1 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรต้น จำนวน 4 ตัวแปร ที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด ได้แก่ สาขาที่ทำวิจัยคือสาขาปฐมวัย การไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัย ประเภทงานวิจัยแบบผสม และจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชสามารถ

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง¹Faculty of Humanity and Society, Muban Chom Bueng Rajabhat University²คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²Faculty of Education, Phuket Rajabhat University

*Corresponding author. E-mail: bi2222@hotmail.com



จัดได้หลากหลายรูปแบบ ในทุกระดับการศึกษา ขั้นตอนการโค้ช สื่อการเรียนรู้และระยะเวลาการโค้ช
ปรับตามสถานการณ์

คำสำคัญ: การโค้ช การวิเคราะห์ห้วงนิมิต การจัดการกระบวนการเรียนรู้

Abstract

The purpose of this research was to analyze the basic characteristics of research on coaching learning process management and to analyze the basic characteristics of the research that affect the effect size of research on coaching learning process management. Research papers on learning process management with coaching during the year 2012–2020 were analyzed. The research tools consisted of research data extraction form and research quality assessment form, data analysis statistic such as percentage, mean, standard deviation, effect size: d, t-test, F-test and multiple regression analysis.

According to the document analysis, the quality of several research papers on coaching learning process management in public universities, Early Childhood Department was at a good level. The results of the analysis of variance on the effect size revealed that there were 12 variables research-characteristics that made the effect size different at the statistical significance level of 0.05, 7 variables for the initial characteristics of the research, 1 variable for the content of the research, 3 variables for the methodology of the research and 1 variable for research results. The results of the multiple regression analysis revealed that the 4 variables that affected the effect size were ordered from the greatest to the least, the field of research is early childhood, research field not specified, mixed research type and number of pages excluding appendices. The body of knowledge of the coaching learning process management can be organized in a variety of formats at all level of education while the coaching process, learning materials and the coaching period is adjusted according to the situation.

Keywords: Coaching, Meta-analysis, Learning process management



บทนำ

การดำเนินชีวิตและการทำงานในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องมีทักษะหลัก ดังนี้ ทักษะทางสังคม และอารมณ์ ทักษะพุทธิปัญญาและอภิปัญญา ทักษะดิจิทัลขั้นพื้นฐาน และทักษะพื้นฐานของงานเพื่อสิ่งแวดล้อม ตลาดแรงงานต้องการแรงงานที่มีทักษะพุทธิปัญญาและแรงจูงใจในการเรียนรู้และพัฒนา ทักษะการทำงาน สถาบันการศึกษามีหน้าที่จัดเตรียมพื้นฐานความสามารถในการทำงาน สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของทักษะดังกล่าว (International Labour Organization, 2021) อย่างไรก็ตาม รัฐบาล องค์การสังคมต่าง ๆ ผู้ให้การศึกษาควรปรับแนวคิดของทักษะนี้ให้เข้ากับบริบทของประเทศ เนื่องจากการพัฒนาทักษะเหล่านี้เกิดขึ้นในบริบทที่หลากหลายโดยใช้แนวทางต่างกัน ไม่มีกรอบแนวคิดเดียวที่สามารถตอบสนองความต้องการของประเทศต่าง ๆ ได้ (United Nations Children's Fund, 2019)

การจัดการเรียนรู้เพื่อตอบโจทย์ท้าทายนี้อยู่ที่การสร้างผู้เรียนที่มีภาวะผู้นำการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต เน้นการสร้างเสริมแรงบันดาลใจ บ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ ปลูกฝังจิตสำนึก มุ่งการทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ลงมือปฏิบัติให้เกิดประสบการณ์ตรง ต่อยอดความรู้ที่ได้ด้วยตนเอง (วิจารณ์ พานิช, 2556) ผู้สอนจัดบรรยากาศการเรียนรู้ที่เกื้อหนุน เอื้อต่อการเรียนรู้ อย่างมีเป้าหมาย ริเริ่มการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นทั้งระบบนิเวศการศึกษา กระตุ้น ส่งเสริมผู้เรียนให้มีวิธีคิดต่าง ๆ เช่น ไตร่ตรอง มีวิจารณญาณ วิเคราะห์ สังเคราะห์ สะท้อนคิด เป็นต้น สนับสนุนการสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน กระตือรือร้นต่อความรู้ที่ค้นพบได้จากแหล่งความรู้หลากหลาย (วิจารณ์ พานิช, 2562)

ผู้สอนในศตวรรษที่ 21 ปรับบทบาทเป็นผู้กระตุ้น อำนวยความสะดวก เร้าความสนใจ ใคร่รู้ ออกแบบการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงในชีวิตให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ชีวิตจริง (วิจารณ์ พานิช, 2556) มีข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิในสังคมไทย และจากงานวิจัย เช่น โครงการวิจัยของเจ้อจันท์ จงสถิตอยู่ (2558) เรื่องกระบวนการพัฒนาครูด้วยระบบหนุนนำต่อเนื่องรายงานผลการวิจัยทุกระดับ เริ่มที่ระดับปัจเจกพบว่าครูเกือบทั้งหมดที่อยู่ในโครงการยอมรับและมีเจตคติที่ดีต่อกระบวนการหนุนนำ ระดับกระบวนการเกิดการเปลี่ยนแปลงสู่การปฏิบัติในชั้นเรียน ครูปรับเปลี่ยนวิธีการสอน ให้ความสำคัญกับนักเรียนมากขึ้น ออกแบบการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีโอกาสเรียนด้วยการปฏิบัติจริงมากขึ้น เกิดการเปลี่ยนคุณลักษณะและการสอนของครูมาเป็นการถามและการฟังผู้เรียนมากขึ้น สร้างสรรค์นวัตกรรมการสอน ผู้เรียนสนใจ ตั้งใจเรียน มีทักษะการคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์ ร่วมมือ กล้าแสดงออก ชักถาม และมีการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศสูงขึ้น

มีงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการได้ช้ทุกระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา ระดับอุดมศึกษา และยังไม่มีการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับประเด็นนี้ไว้ จึงตั้งคำถามว่า



การโค้ช สามารถนำมาใช้ในกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิผลอย่างไรด้วยแนวคิดการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการโค้ชและประมวลสร้างองค์ความรู้นี้ไว้ใช้เป็นแนวทางการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช
2. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัยส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพลของงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

การทบทวนวรรณและกรอบแนวคิดการวิจัย

การโค้ช เป็นกระบวนการสนับสนุน กระตุ้นผู้รับการโค้ชให้คิด ค้นพบแนวทางพัฒนาตนเองด้วยตนเองเพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุดทั้งการเรียน การทำงานและการใช้ชีวิต ปลดปล่อยศักยภาพของบุคคลเพื่อสร้างประสิทธิภาพสูงสุด เปลี่ยนผ่านตัวเองไปตามเป้าหมายภายใต้การอำนวยความสะดวกสนับสนุน เกื้อกูลจากผู้โค้ชผ่านการสร้างความสัมพันธ์ที่เคารพ ไว้วางใจกัน ยึดหยุ่นตามสถานการณ์ร่วมมือกันผลิตผลงานตามกำหนด (Collett, 2012)

การโค้ชนำปรัชญามนุษยนิยมมาใช้อธิบายว่า มนุษย์พัฒนาได้ตลอดถ้าบรรยากาศเอื้ออำนวย บุคลิกภาพของคนสะท้อนประวัติการเติบโตตามระบบนิเวศวิทยาของคนนั้น และแนวคิดจิตวิทยาพลศาสตร์ (Psychodynamic concept) อธิบายการสร้างความเชื่อมโยง และเพิ่มความตระหนักในตนเองและอารมณ์ไร้สติเพื่อให้หลุดพ้นจากพันธนาการของจิตไร้สำนึก ผีควบคุมอารมณ์ สร้างความรู้สึกรู้จักคิดเกี่ยวกับตัวตนแบบใหม่ ค้นหาพื้นที่ทางจิตใจ พัฒนาการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง สร้างสายสัมพันธ์การดำรงชีวิตอย่างสร้างสรรค์ภายใต้การดูแลจากโค้ช (Lee, 2010)

การโค้ชในระบบการศึกษาทั่วโลก สนใจนำการโค้ชมาใช้จัดกระบวนการเรียนรู้ ใน Coaching in Education (Nieuwerburgh & Barr, 2016) เสนอแนวคิดการโค้ชด้านการศึกษว่าการโค้ชด้านการศึกษาเติบโตต่อเนื่องในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยในออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ใช้การโค้ชในการสอนเพื่อให้ได้ผลดีแก่ผู้เรียน การโค้ชด้านการศึกษาคือครอบคลุมวิธีการสอนที่หลากหลายซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่การปรับปรุงผลลัพธ์แก่ผู้เรียนและการศึกษามีการใช้การโค้ชโดยตรงกับผู้สอน ผู้เรียน และผู้เกี่ยวข้องในวงการศึกษา การโค้ชด้านการศึกษาเสนอวิธีการที่ส่งผลดีต่อการศึกษา 4 วิธี ได้แก่ 1) การโค้ชผู้นำทางการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำทางการศึกษาเพื่อไปโค้ชผู้อื่นต่อไป 2) การโค้ชผู้สอน การโค้ชผู้สอนตามคู่มือการอบรม การโค้ชโดย



เพื่อนเพื่อมุ่งเน้นการปรับปรุงการสอนและผลลัพธ์ที่ผู้เรียน การโค้ชซึ่งกันและกันในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติวิชาชีพของตน 3) การโค้ชพ่อแม่และชุมชนโรงเรียน โดยครูและผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง ครูใช้ทักษะแนวทางการโค้ชเพื่อปรับปรุงทักษะการเป็นพ่อแม่ ผูกอบรมพ่อแม่ให้เป็นโค้ชเพื่อไปโค้ชลูกของตนเอง การโค้ชในชุมชน ผูกอบรมสมาชิกในชุมชนให้เป็นโค้ชเพื่อไปโค้ชนักเรียนในชุมชน และ 4) การโค้ชเพื่อความสำเร็จและสวัสดิภาพของผู้เรียน โดยผู้โค้ชจากภายนอกสถานศึกษา ร่วมมือกับผู้เรียนเพื่อพัฒนาผลการเรียนและความเป็นอยู่ที่ดี และผู้โค้ชจากภายในสถานศึกษา โดยเจ้าหน้าที่โรงเรียนโค้ชนักเรียนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และนักเรียนที่ผ่านการโค้ชจะฝึกสอนนักเรียนคนอื่น ๆ ต่อไป

การโค้ชในระบบการศึกษาไทย ให้ความสำคัญเรื่องการโค้ชเช่นกัน โดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเสนอเรื่อง การขับเคลื่อนการสอนคิดสู่ห้องเรียนปี พ.ศ.2550 จัดให้มีการพัฒนาศักยภาพนิเทศก์เขตพื้นที่การศึกษาตามหัวข้อ Coaching เพื่อให้ศึกษานิเทศก์ไปทำหน้าที่โค้ชการสอนในโรงเรียนนำร่องด้วยความมั่นใจว่าการโค้ชการสอนเป็นการกำกับติดตามและสนับสนุนโรงเรียนและครูให้สามารถขับเคลื่อนการสอนคิดที่จะช่วยยกระดับสมรรถนะการคิดของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562) สอดคล้องกับโครงการวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาครูด้วยระบบหนุนนำต่อเนื่อง (เจือจันทร์ จงสถิตอยู่, 2558) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสนับสนุนการทำงานของโครงการวิจัยและพัฒนาคุณภาพครูด้วยกระบวนการหนุนนำอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับศักยภาพครูได้เรียนรู้ มั่นใจ และสามารถจัดการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักเรียน 2) เพื่อสังเคราะห์รูปแบบและแนวทางในการจัดการเพื่อพัฒนา และเสริมศักยภาพครูด้วยการหนุนนำต่อเนื่อง และ 3) เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการใช้ประโยชน์และการขยายผลจากโครงการวิจัยทั้งในระดับนโยบายและพื้นที่ ได้ผลในเชิงองค์ความรู้ ด้านรูปแบบ กระบวนการและวิธีการหนุนนำ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการ ดังนี้ รูปแบบและวิธีการที่คณะนักวิจัยใช้เพื่อหนุนนำการพัฒนาครูส่วนใหญ่เน้นการหนุนนำทางปัญญา เพื่อพัฒนาทักษะให้ครูจนถึงระดับที่ครูสามารถกำกับ วิเคราะห์และประเมินตนเองได้ รวมทั้งใช้การหนุนนำเชิงเทคนิค โดยโค้ชไปสังเกตการสอนแล้วให้ข้อมูลย้อนกลับ วิเคราะห์สภาพชั้นเรียน นอกจากนี้ยังพบการโค้ชกันเองภายในโรงเรียนในรูปแบบเพื่อนช่วยเพื่อน และวิธีการโค้ชที่แตกต่าง คือโรงเรียนสามารถพัฒนารูปแบบการโค้ชได้เอง มีระบบเชื่อมโยงกับจังหวัด/ส่วนกลางและมีวิธีการโค้ชโรงเรียนนำร่องก่อนแล้วจึงขยายผลต่อไปยังโรงเรียนอื่นต่อไป

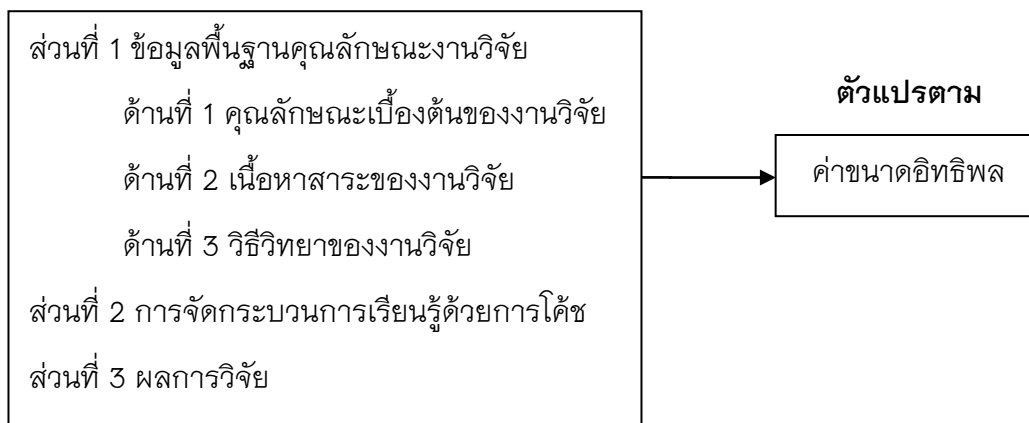
กระบวนการโค้ช เริ่มที่ Feed-up การให้ข้อมูลเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ Power questions การใช้พลังคำถาม Acting and Checking การประเมินผู้เรียน Feedback การให้ข้อมูลย้อนกลับอย่างสร้างสรรค์ Feed-forward การให้ข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ต่อยอด Lesson-learned การถอดบทเรียน



ส่วนรูปแบบการโค้ช 3Es มี 3 ขั้นตอน ดังนี้ Engage ความยึดมั่นผูกพัน Empower การเสริมพลัง และ Enliven ความกระตือรือร้น การดำเนินการโค้ชเริ่มต้นที่ขั้นตอนใดขึ้นกับผู้เรียนว่ามีความพร้อมที่ระดับใด ขั้นตอนทั้ง 3 นี้ มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันนำมาใช้พร้อมกันในเวลาเดียวกันได้ ผู้สอนทำการโค้ชสามารถเลือกใช้วิธีการโค้ชวิธีใดวิธีหนึ่ง หรือบูรณาการการโค้ชไปพร้อมกันอย่างเป็นธรรมชาติ เหมาะสมกับบริบททางการเรียนในสถานการณ์ปัจจุบัน ศิลปะการโค้ช แปรผันตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพของตนเองให้สูงขึ้นและนี่คือเป้าหมายของการโค้ช (วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนา, 2562)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ โค้ช การโค้ชในการจัดกระบวนการเรียนรู้ในระบบการศึกษา ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 จำนวน 110 เรื่อง

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้โค้ช การโค้ชในการจัดกระบวนการเรียนรู้ในระบบการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 จำนวน 15 เรื่อง

2. เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้



2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสกัดข้อมูลงานวิจัย มี 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยมี 3 ด้าน ดังนี้ ด้านที่ 1 คุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัย ด้านที่ 2 เนื้อหาสาระของงานวิจัย ด้านที่ 3 วิธีวิทยาของงานวิจัย ส่วนที่ 2 การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช ส่วนที่ 3 ผลการวิจัย (ขวัญจิต สงวนโรจน์, 2559; พรพิมล ประดิษฐ์, 2558; ปราณี พิพัฒน์สถิตกุล, 2556; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552) 2) แบบประเมินคุณภาพงานวิจัย และเกณฑ์การประเมินคุณภาพสำหรับแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552)

2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ นำเครื่องมือให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลการประเมิน ดังนี้ แบบสกัดข้อมูลงานวิจัย แบบประเมินคุณภาพงานวิจัย มีค่า IOC = 1 เกณฑ์การประเมินคุณภาพสำหรับแบบประเมินคุณภาพงานวิจัยมีค่า IOC = 0.875 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดคือ 0.67–1.00 แสดงว่าใช้ได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 สืบค้นงานวิจัยจากฐานข้อมูลในประเทศไทย ได้แก่ ThaiLIS, ThaiJO, TCI, TDC, CMU e-thesis, ERIC, google scholar และติดตามรายการจากบรรณานุกรม

3.2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามเกณฑ์คัดเลือก ดังนี้ เป็นบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารช่วงปี พ.ศ. 2555–2563 โดยบุคลากรสายวิชาการ ในสถาบันการศึกษา เป็นงานวิจัยฉบับเต็ม และเป็นงานวิจัยที่มีการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช เกณฑ์คัดออก ได้แก่ เป็นงานวิจัยเพื่อสำเร็จการศึกษาตามคุณวุฒิทางการศึกษา หรือบทความวิชาการ หรืองานเขียนเชิงทฤษฎี

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจำนวน 2 คน คัดกรองงานวิจัยตามเกณฑ์คัดเลือก เกณฑ์คัดออก และร่วมกันสกัดข้อมูลงานวิจัยและประเมินคุณภาพงานวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะงานวิจัยที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลใช้การวิเคราะห์หอสมันตามสูตรของ Glass, McGaw, and Smith (1981) คำนวณค่าขนาดอิทธิพลวิเคราะห์ความแตกต่างค่าขนาดอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) แบบ stepwise

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)



การพิทักษ์สิทธิผู้เข้าร่วมวิจัย

งานวิจัยนี้ผ่านคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2565

ผลการวิจัย

รายงานผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

1.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัย ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยมี 3 ด้าน ด้านที่ 1 คุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัยพบว่าปี พ.ศ. 2558-2560 ร้อยละ 54.67 มหาวิทยาลัยราชภัฏ ร้อยละ 60.00 คณะครุศาสตร์ ร้อยละ 60.00 เพศหญิง ร้อยละ 73.33 เป็นงานวิจัยทดลอง/กึ่งทดลองร้อยละ 33.33 ด้านที่ 2 เนื้อหาสาระของงานวิจัยพบว่าวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นการสร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล ร้อยละ 40.00 ด้านที่ 3 วิธีวิทยาของงานวิจัยพบว่าตัวแปรต้นคือรูปแบบ/กระบวนการพัฒนา/หลักสูตร/การอบรมการจัดการเรียนรู้ ร้อยละ 93.33 ตัวแปรตามคือการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล ร้อยละ 40.00 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยเป็นผู้บริหาร/ศึกษานิเทศก์/ครู/นักเรียน ร้อยละ 40.00 เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบทดสอบ/ประเมิน/สอบถาม ร้อยละ 40.00 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยใช้การหาค่า IOC ร้อยละ 46.67 ส่วนที่ 2 การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช พบว่ารูปแบบการโค้ชใช้การสร้างเอง ร้อยละ 53.33 สื่อการเรียนรู้การโค้ช-ครูใช้รูปแบบ/กระบวนการพัฒนา/หลักสูตร/การอบรม ร้อยละ 60.00 สื่อการเรียนรู้การโค้ช-นักเรียน/นักศึกษา ใช้การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบต่าง ๆ ร้อยละ 46.67 ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยพบว่าข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย/ผลการวิจัยเป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล ร้อยละ 40.00

1.2 ผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยพบว่าภาพรวมคุณภาพงานวิจัยอยู่ในระดับดี แยกการประเมินตามระดับพบว่าระดับดีมากมี 19 รายการ ระดับดีมี 2 รายการ ระดับปานกลางมี 5 รายการ ระดับพอใช้มี 4 รายการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานของงานวิจัยที่ส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพลของงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

2.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานงานวิจัยที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพล ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าขนาดอิทธิพลจำแนกตามคุณลักษณะพื้นฐานงานวิจัย

คุณลักษณะงานวิจัย	ค่าของตัวแปร	ขนาดอิทธิพล			Test of Homogeneity of Variance		สถิติทดสอบ	
		n	M	S.D.	Levene's test	p	F, t	p
ปีที่พิมพ์	1) 2555 – 2557	47	0.99	1.21	0.081	0.922	4.615	0.012
	2) 2558 – 2560	22	1.73	0.67	2) 2558-2560 > 3) 2561-2563, 1) 2555-2557			
	3) 2561 – 2563	51	1.10	0.79				
แหล่งที่ผลิตงานวิจัย	1) มหาวิทยาลัยราชภัฏ	99	1.17	0.97	0.422	0.738	4.39	0.006
	2) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	3	2.39	1.08	3) มหาวิทยาลัยนอกกำกับของรัฐ, 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏ, 4) วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี			
	3) มหาวิทยาลัยนอกกำกับของรัฐ	7	1.74	1.12				
	4) วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี	11	0.49	0.55				
คณะของผู้วิจัยหลัก	1) คณะครุศาสตร์	99	1.17	0.97	1.014	0.366	6.091	0.003
	2) สถาบันในมหาวิทยาลัย	10	1.94	1.09	2) สถาบันในมหาวิทยาลัย > 1) คณะครุศาสตร์, 3) พยาบาล			
	3) พยาบาล	11	0.49	0.55				
เพศของผู้วิจัยหลัก	1) ชาย	48	0.88	0.60	5.258	0.024	3.014	0.003
	2) หญิง	72	1.36	1.15	2) หญิง > 1) ชาย			
สาขาที่ทำวิจัย	1) ไม่ระบุสาขา	24	1.84	0.73	15.189	0.000	35.495	0.000
	2) การประถมศึกษา	61	0.85	0.49	3) ปฐมวัย > 1) ไม่ระบุสาขา, 5) อื่น ๆ, 2) การประถมศึกษา, 4) พยาบาล			
	3) ปฐมวัย	2	5.77	3.60				
	4) พยาบาล	11	0.49	0.55				
	5) อื่น ๆ	22	1.25	0.68				
ระดับการศึกษาที่ทำวิจัย	1) ระดับประถมศึกษา	19	1.27	0.86	1.034	0.359	3.413	0.036
	2) ระดับมัธยมศึกษา	-	-	-	4) ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา > 1) ระดับประถมศึกษา, 3) ระดับอุดมศึกษา			
	3) ระดับอุดมศึกษา	87	1.05	1.05				
	4) ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา							



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าขนาดอิทธิพลจำแนกตามคุณลักษณะพื้นฐานงานวิจัย (ต่อ)

คุณลักษณะงานวิจัย	ค่าของตัวแปร	ขนาดอิทธิพล			Test of Homogeneity of Variance		สถิติทดสอบ	
		n	M	S.D.	Levene's test	p	F, t	p
ประเภทการวิจัย	1) งานวิจัยทดลอง/กึ่งทดลอง	74	0.93	1.01	0.598	0.618	6.951	0.000
	2) งานวิจัยเชิงปฏิบัติการ	16	1.05	0.65	3) งานวิจัยและพัฒนา>4) งานวิจัยผสม, 2) งานวิจัยเชิงปฏิบัติการ, 1) งานวิจัยทดลอง/กึ่งทดลอง			
	3) งานวิจัยและพัฒนา	24	1.84	0.73				
	4) งานวิจัยผสม	6	1.81	1.06				
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	1) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	21	1.76	0.67	1.028	0.361	5.120	0.007
	2) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ	29	1.16	1.52	1) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง > 2) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ, 3) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความพึงพอใจ			
	3) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความพึงพอใจ	70	1.00	0.70				
ประเภทตัวแปรตาม	1) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	21	1.76	0.67	1.028	0.361	5.120	0.007
	2) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ	29	1.16	1.52	1) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง > 2) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ, 3) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความพึงพอใจ			
	3) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ/ศึกษาความพึงพอใจ	70	1.00	0.70				



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าขนาดอิทธิพลจำแนกตามคุณลักษณะพื้นฐานงานวิจัย (ต่อ)

คุณลักษณะงานวิจัย	ค่าของตัวแปร	ขนาดอิทธิพล			Test of Homogeneity of Variance		สถิติทดสอบ	
		n	M	S.D.	Levene's test	p	F, t	p
ประเภทของประชากร	1) ผู้บริหาร/ศึกษานิเทศก์/ครู/นักเรียน	66	1.09	0.68	10.642	0.000	20.142	0.000
	2) ครู/นักเรียน	19	1.27	0.86	5) ครู > 2) ครู/นักเรียน, 3) นักศึกษา, 1) ผู้บริหาร/ศึกษานิเทศก์/ครู/นักเรียน, 4) อาจารย์/นักศึกษาพยาบาล			
	3) นักศึกษา	22	1.25	0.68				
	4) อาจารย์/นักศึกษาพยาบาล	11	0.49	0.55				
	5) ครู	2	5.77	3.60				
ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง	1) ผู้บริหาร/ศึกษานิเทศก์/ครู/นักเรียน	66	1.09	0.68	10.642	0.000	20.142	0.000
	2) ครู/นักเรียน	19	1.27	0.86	5) ครู > 2) ครู/นักเรียน, 3) นักศึกษา, 1) ผู้บริหาร/ศึกษานิเทศก์/ครู/นักเรียน, 4) อาจารย์/นักศึกษาพยาบาล			
	3) นักศึกษา	22	1.25	0.68				
	4) อาจารย์/นักศึกษาพยาบาล	11	0.49	0.55				
	5) ครู	2	5.77	3.60				
ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย/ผลการวิจัย	1) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	21	1.76	0.67	1.028	0.361	5.120	0.007
	2) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล	29	1.16	1.52	1) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง > 2) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล, 3) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล/ศึกษาความพึงพอใจ			
	3) สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล/ศึกษาความพึงพอใจ	70	1.00	0.70				



จากตารางที่ 1 พบว่าค่าขนาดอิทธิพลที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ ด้านคุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัยมี 7 ตัวแปร ได้แก่ ปีที่พิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2558–2560 มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ สถาบันในมหาวิทยาลัย เพศหญิง สาขาปฐมวัย ระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา เป็นงานวิจัยและพัฒนา ด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัยมี 1 ตัวแปร คือวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นการสร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านวิธีวิทยาของงานวิจัยมี 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรตามเป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล/ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยคือครู ด้านผลการวิจัยมี 1 ตัวแปร คือข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยเป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล/ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช ไม่พบค่าขนาดอิทธิพลที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชสามารถจัดได้ทุกรูปแบบจึงสังเคราะห์เพิ่มในข้อ 2.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลของงานวิจัย ดังตารางที่ 2–3

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	67.110	4	16.778	38.983	.000
Residual	49.494	115	.430		
Total	116.605	119			

R=0.759, R²=0.576

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลของงานวิจัย

ตัวแปร	b	SE	β	t	Sig.
Constant	1.194	0.173		6.916	0.000
BR3	4.867	0.470	0.632	10.360	0.000
BR1	1.127	0.161	0.457	6.981	0.000
TP5	0.951	0.277	0.210	3.435	0.001
NP2	-0.003	0.001	-0.146	-2.233	0.028



จากตารางที่ 2-3 พบว่า ตัวแปรต้นที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ลักษณะงานวิจัยสาขาปฐมวัย (BR3) มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) = 0.632 รองลงมาคือการที่ไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัย (BR1) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) = 0.457 ประเภทงานวิจัยแบบผสมผสาน (TP5) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) = 0.210 จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก (NP2) มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลน้อยกว่าตัวแปรอื่น ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) = 0.146 ทั้ง 4 ตัวแปรสามารถอธิบายสมการถดถอยได้ 57.6% และได้สมการ ดังนี้

$$Y = 1.194 + 4.867_{BR3} + 1.127_{BR1} + 0.951_{TP5} - 0.003_{NP2}$$

โดยที่ BR1 หมายถึง ไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัย

BR3 หมายถึง สาขาที่ทำวิจัยคือสาขาปฐมวัย

TP5 หมายถึง ประเภทงานวิจัยแบบผสม

NP2 หมายถึง จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก

2.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช ได้แก่ รูปแบบการโค้ชมีความหลากหลายทั้งสร้างขึ้นมาเอง ประยุกต์ใช้กับแนวคิดอื่น ๆ หรือบูรณาการในกระบวนการเรียนการสอนตามรายวิชาต่าง ๆ ในชั้นเรียน ผู้โค้ชทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการเรียนรู้ ขั้นตอนการโค้ชเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน รู้จักกันและกันเพื่อกำหนดเป้าหมายร่วมกัน วางแผนดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ขั้นตอนเหล่านี้สลับ ปรับเปลี่ยนตามกระบวนการเรียนรู้ และปัญหาที่พบเจอ การเลือกใช้สื่อการเรียนรู้ เลือกให้เหมาะสมสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และวุฒิภาวะของผู้เรียนเป็นหลัก วิธีการทำงานของโค้ช ใช้เทคนิคการตั้งคำถาม การตั้งใจฟังอย่างลึกซึ้ง และฟังด้วยความกระตือรือร้น การสนทนาอย่างมีอาชีพ ผู้โค้ชก็เป็นสื่อการเรียนรู้ที่สำคัญด้วยเช่นกัน ถ้าเป็นการอบรมด้วยกระบวนการโค้ช สื่อจะเป็นคู่มือการอบรม เอกสารที่ได้รับในการอบรม และกิจกรรมการอบรม ถ้าเป็นการจัดการเรียนการสอน สื่อการเรียนรู้คือรายวิชาที่เรียน กิจกรรมของรายวิชา ครูในชั้นเรียนทำหน้าที่ครูโค้ช ระยะเวลาการโค้ชแปรผันตามเป้าหมายการโค้ช การโค้ชแต่ละบริบทใช้เวลาต่างกัน ถ้าเป็นการอบรมด้วยกระบวนการโค้ชใช้เวลาตามโครงการอบรม ถ้าเป็นการเรียนการสอนตามรายวิชาใช้เวลาตามรายวิชานั้น



ผลจากการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชในสถานศึกษา ค่านิยมและวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกันเปลี่ยนผ่านไป เริ่มที่ระดับหน่วยงาน ทั้งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษา ฝ่ายบริหาร และการบริหารงานเปลี่ยนผ่านจากเดิมมาเป็นกัลยาณมิตรต่อกัน เกื้อกูล สนับสนุน ส่งเสริมกันและกัน มากกว่าสั่งงานตามสายบังคับบัญชา ครูและสอนงานกันมากขึ้น วิธีการสอนงาน ติดตามงานมาใช้กระบวนการโค้ชแทน ระดับพฤติกรรมการเรียนรู้ทั้งผู้สอนและผู้เรียนและระดับกระบวนการ เมื่อเข้าสู่กระบวนการโค้ชทุกฝ่ายเรียนรู้พุทธิพิสัยเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช จิตพิสัยและทักษะพิสัยก็เปลี่ยนผ่านตามไป เคารพกัน เข้าใจกันตามที่เป็น รับฟังกันมากขึ้น มองบวกว่าทุกคนพัฒนาต่อ ยอดได้ เข้าใจ และยอมรับความแตกต่างของกันและกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัย ด้านที่ 1 คุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัย ส่วนใหญ่พิมพ์ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 อาจเป็นว่าวงการศึกษาริเริ่มสนใจนำการโค้ชมาใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้ตามความต้องการเทคนิคการสอนแบบใหม่เพื่อตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของความต้องการในสังคม สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562) เล็งเห็นความสำคัญของการปรับปรุงการสอนได้เสนอเรื่องการขับเคลื่อนการสอนคิดสู่ห้องเรียน โดยให้ศึกษานิเทศก์ไปโค้ชการสอนในโรงเรียนนำร่องให้ครู เพื่อกำกับติดตามและสนับสนุนส่งเสริมโรงเรียนและครูให้ขับเคลื่อนการคิดเพื่อยกระดับสมรรถนะการคิดของนักเรียนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีงานวิจัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏมากเพราะว่าเป็นสถาบันการศึกษาที่ตั้งอยู่ทั่วประเทศมีคณะครุศาสตร์ในทุกมหาวิทยาลัยราชภัฏจึงส่งผลให้คณะของผู้วิจัยหลักอยู่ที่ คณะครุศาสตร์ และเพศของผู้วิจัยหลักเป็นเพศหญิงมากกว่าตามสัดส่วนประชากรจำแนกตามเพศในมหาวิทยาลัย ด้านที่ 2 เนื้อหาสาระของงานวิจัยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นการสร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผลเนื่องจากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยทางการศึกษาพุ่งเป้าที่ประสิทธิผล/ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนมากกว่าตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2553) ต้องการให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะพึงประสงค์สามารถตอบสนองความต้องการจำเป็นในสังคมปัจจุบัน และอนาคตได้มาตรฐานตามกำหนด ด้านที่ 3 วิธีวิทยาของงานวิจัย ตัวแปรต้นเป็นรูปแบบ/กระบวนการพัฒนา/หลักสูตร/การอบรมการจัดการเรียนรู้ เพราะว่าต้องการค้นหาคำตอบว่าเมื่อต้องการนำการโค้ชไปใช้ในกระบวนการจัดการเรียนรู้แล้วผลเป็นอย่างไร ประเภทตัวแปรตามก็ใช้เหตุผลเดียวกันในการอธิบาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยมีสัดส่วนเดียวกัน เนื่องจากการวิจัยทางการศึกษาทำการวิจัยกับนักเรียน/นักศึกษา หรือครู/อาจารย์



ในงานวิจัยทางการศึกษาใช้คำว่า กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยแทนคำว่าประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือการวิจัยใช้การทดสอบ/ประเมิน/สอบถาม เพราะว่าการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน/การอบรมมากกว่า การเลือกใช้เครื่องมือการวิจัยในการวิจัยทางการศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือการวิจัยจำนวนมาก เพราะว่าการวิจัยทางการศึกษาต้องการวัดอย่างน้อยสองมิติ ในมิติพุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย และ/หรืออาจเพิ่มความพึงพอใจเข้ามาด้วย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยนิยมการหาค่า IOC เหตุจากการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของงานวิจัยกลุ่มนี้ต้องการวัดทักษะของศตวรรษที่ 21 ดังนั้นจึงเน้นหาความสอดคล้องของรายการประเมินกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากกว่า

ส่วนที่ 2 การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการได้ช รูปแบบการได้ชมีลักษณะสร้างเอง และนำมาประยุกต์ใช้ในสัดส่วนใกล้เคียงเนื่องจากการได้ชมีกระบวนการเป็นลำดับขั้นตอน วิสัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล (2562) เสนอแนวคิดขั้นตอนของกระบวนการได้ช เริ่มต้นจาก Engage ความยึดมั่นผูกพัน การสร้าง Soft skill มาจากการสร้างความไว้วางใจระหว่างกัน การยอมรับนับถือ การเชื่อมโยงเข้าหากันเพื่อนำสู่ความสำเร็จต่อยด้วย Empower การเสริมพลัง การเสริมสร้าง Hard skill ให้กำลังใจให้เห็นถึงความสามารถของตนเอง ศักยภาพของตนเองที่จะเรียนรู้ได้สำเร็จและจบที่ Enliven ความกระตือรือร้น การเสริมสร้าง Soft and Hard skill ความตั้งใจที่จะเรียนรู้และมั่นใจในตนเองได้ว่าประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การดำเนินการได้ชตามขั้นตอนเหล่านี้ สามารถดำเนินการได้เลยโดยจะเริ่มต้นที่ขั้นตอนใดขึ้นกับผู้เรียนว่ามีความพร้อมที่ระดับใด ขั้นตอนทั้ง 3 นี้มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน นำมาใช้พร้อมกันในเวลาเดียวกันได้ สามารถเลือกใช้วิธีการได้ชวิธีใดวิธีหนึ่งหรือบูรณาการการได้ชไปพร้อมกันให้เหมาะสมกับบริบททางการเรียนในสถานการณ์ปัจจุบัน ศิลปะการได้ชเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพของตนเองให้สูงขึ้นและนี่คือเป้าหมายของการได้ช หรือบูรณาการลงในกระบวนการเรียนรู้ตามรายวิชา ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ตามรายวิชา มีรูปแบบการเรียนรู้เฉพาะตัว สื่อการเรียนรู้การได้ช เมื่อเป็นครูมีรูปแบบ/กระบวนการพัฒนา/หลักสูตร/การอบรม เมื่อเป็นนักเรียนเป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น ADAPT Model, EPAOR Model, APICR Model, LIESM Model เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ผลการวิจัย ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย/ผลการวิจัยเป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป/ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ตามหลักการพื้นฐานของการวิจัย โดยทั่วไปนำเสนอข้อเสนอแนะสองมิตินี้



2. การวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานงานวิจัยที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพล

2.1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนคุณลักษณะพื้นฐานงานวิจัยที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพล พบว่าปีที่พิมพ์อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2558–2560 เนื่องจากนโยบายการศึกษาเริ่มสนใจนำการโค้ชมาใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้แทนการสอนมากขึ้น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยส่งเสริมโครงการวิจัยกระบวนการพัฒนาครูด้วยระบบหนุนนำต่อเนื่อง (เจือจันทร์ จงสถิตอยู่, 2558) มีวัตถุประสงค์พัฒนาคุณภาพครูด้วยการหนุนนำต่อเนื่อง เพื่อยกระดับศักยภาพครูได้เรียนรู้ และสามารถจัดการสอนที่ส่งผลต่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ให้ผู้เรียน และเพื่อสังเคราะห์รูปแบบและแนวทางการพัฒนาและเสริมศักยภาพครูด้วยการหนุนนำต่อเนื่องภายใต้ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย โรงเรียนสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และภาคในพื้นที่ ต่อมาปี 2562 ความสำคัญของการโค้ชเห็นประจักษ์ชัดมากขึ้นจากการผลิตตำราเกี่ยวกับการโค้ชของ วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล (2562) เรื่องกระบวนการโค้ชเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน และรูปแบบการโค้ชเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน 3Es หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ในสังคมให้ความสำคัญกับการสอนแนวใหม่ที่เรียกว่าการโค้ชเพิ่มขึ้นแหล่งที่ผลิตงานวิจัยเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเนื่องจากเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ คณะของผู้วิจัยหลักเป็นคณะครุศาสตร์เนื่องจากมีคณะนี้ในทุกมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพศของผู้วิจัยหลักเป็นเพศหญิงมากกว่าตามสัดส่วนประชากรจำแนกตามเพศ ในมหาวิทยาลัยสาขาที่ทำวิจัย ไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัย เพราะการทำวิจัยกับนักเรียนในโรงเรียน แปรผันในทิศทางเดียวกับตัวแปรระดับการศึกษาที่ทำวิจัย อยู่ที่ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเหมือนกัน ประเภทการวิจัยมีสัดส่วนใกล้เคียงกันทุกประเภททั้งงานวิจัยทดลอง/กึ่งทดลอง งานวิจัยเชิงปฏิบัติการ งานวิจัยและพัฒนา วัตถุประสงค์ของงานวิจัย งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ส่วนใหญ่ตั้งวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่สร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิภาพ ตัวแปรเหล่านี้เป็นหนึ่งในตัวแปรที่งานวิจัยการวิเคราะห์ อภิमानนำมาเป็นตัวแปรวิเคราะห์ความแตกต่างค่าขนาดอิทธิพล สอดคล้องกับงานวิจัยของรฐพงศ์ สีแสง (2563) พบว่า คุณลักษณะงานวิจัยที่แตกต่างกันทำให้งานวิจัยให้ผลการวิจัยในรูปค่าดัชนีมาตรฐานแตกต่างกันซึ่งคุณลักษณะงานวิจัยที่ทำให้ผลการวิจัยแตกต่างกัน ได้แก่ คุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัย เนื้อหาสาระของงานวิจัยและวิธีวิทยาของงานวิจัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์วัฒน์ มิ่งมิตร (2560) พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีการศึกษามากที่สุดในปี พ.ศ. 2554 สาขาที่ทำการศึกษามากที่สุด คือ สาขาหลักสูตรและการสอน และด้านวิธีวิทยาการวิจัย พบว่า ตัวแปรด้านวิธีวิทยาการวิจัยที่อธิบายความแตกต่างของค่าขนาดอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 8 ตัวแปร ได้แก่ ประเภทสมมติฐาน จำนวนสมมติฐาน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบแผนการวิจัยเชิงทดลอง



จำนวนเครื่องมือวิจัย ระยะเวลาในการทดลองและประเภทสถิติที่ใช้ ตัวแปรด้านเนื้อหาสาระที่สามารถอธิบายความแตกต่างของค่าขนาดอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 6 ตัวแปร ได้แก่ วัตถุประสงค์การวิจัย แนวคิด/ทฤษฎีจำนวนแนวคิด/ทฤษฎี รูปแบบการจัดการเรียนรู้ จำนวนรูปแบบการจัดการเรียนรู้ สื่อการสอน และจำนวนสื่อการสอน ประเภทตัวแปรตาม ประเภทของประชากร และประเภทของกลุ่มตัวอย่าง และสอดคล้องกับงานวิจัยของนายยา พรหมประศรี, มารศรี กลางประพันธ์, และสมเกียรติ พลละจิตต์ (2565) พบว่า สาขาที่ผลิตงานวิจัยมากที่สุด คือ สาขาหลักสูตรและการสอน ระดับชั้นของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนงานวิจัยมากที่สุด คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น รูปแบบการเรียนการสอนที่ใช้มากที่สุด คือ รูปแบบการเรียนการสอน ที่เน้นการบูรณาการ ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย/ผลการวิจัย เป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ในเมื่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัยสามารถวิเคราะห์ความแตกต่างค่าขนาดอิทธิพลได้ ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย/ผลการวิจัยก็สามารถวิเคราะห์ความแตกต่างค่าขนาดอิทธิพล เนื่องจากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย/ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนั่นเอง

2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพลของงานวิจัย ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้านบวกได้แก่ ลักษณะงานวิจัยสาขาปฐมวัย อาจเนื่องจากงานวิจัยสาขานี้ ผู้รับการอบรมเป็นครูปฐมวัยทั้งหมดเข้าใจกระบวนการได้ชัดจนสามารถแสดงผลงานเชิงรูปธรรมออกมาให้ประจักษ์ การที่ไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัยจะเป็นงานวิจัยที่นำกระบวนการได้ชไปใช้ในโรงเรียน โค้ชครูให้ใช้การโค้ชแทนการสอนตามปกติ วัดผลการโค้ชที่นักเรียน เพราะว่าทั้งครูและนักเรียนเปลี่ยนผ่านตัวตนไปจากเดิมภายหลังจากที่ได้เรียนรู้การนำการโค้ชมาใช้ แทนการสอน ครูทำงานด้วยกันแบบกัลยาณมิตร นักเรียนสนใจตั้งใจเรียนมากขึ้น ผลการเรียนรู้ขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด และประเภทงานวิจัยแบบผสมผสานส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพล อาจเป็นเพราะงานวิจัยแบบผสมผสานมีวิธีวิจัยมากมาย แต่ละวิธีวิจัยให้ผลการวิจัยต่างกัน เมื่อสรุปผลวิจัยสามารถให้คำตอบได้จากผลการวิจัยที่หลากหลาย จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวกมีอิทธิพลทางลบต่อค่าขนาดอิทธิพล หมายความว่าจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวกเพิ่มขึ้น 1 หน้า ทำให้ค่าขนาดอิทธิพลลดลง 0.003

2.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชสามารถจัดให้กับผู้รับการโค้ชได้ทุกระดับ ทุกวัย ทุกอาชีพโดยเฉพาะเมื่อนำการโค้ชมาใช้ในกระบวนการเรียนรู้ที่มีผู้เกี่ยวข้องมากมายทั้งในสถานศึกษา ในชุมชนที่สถานศึกษาตั้งอยู่ และในสังคมที่ต้องการใช้ผลผลิตจากสถานศึกษาคือบัณฑิต ผู้เป็นแรงงานใหม่และมีคุณสมบัติตามความต้องการของตลาดแรงงาน ในวงการศึกษา ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในระดับสถานศึกษาเริ่มจาก ครูผู้สอน ในโรงเรียน ผู้อำนวยการโรงเรียน ศิษยานุเทศ์จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่างเปลี่ยนผ่านพุทธิพิสัย



จิตพิสัย ทักษะพิสัยเข้าสู่กระบวนการทำงาน และการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบโค้ช กล่าวคือ ใช้วัฒนธรรม ค่านิยมในการทำงานร่วมกันด้วยความนับถือ เคารพ เกื้อกูล แนะนำ ร่วมมือกันมากขึ้น ทุกฝ่ายได้พหุพิสัย จิตพิสัยและทักษะพิสัยของการโค้ชไปใช้ในการทำงานร่วมกัน ใช้ในการจัดการเรียนรู้ ผู้เรียนก็ได้รับผลเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดระดับโลกสำหรับการโค้ชด้านการศึกษ เสนอว่าการโค้ชด้านการศึกษามี 4 วิธีที่สอดคล้องกัน ได้แก่ การโค้ชสำหรับผู้นำทางการศึกษา การโค้ชสำหรับครูผู้สอน การโค้ชสำหรับพ่อแม่และชุมชนในโรงเรียน และการโค้ชสำหรับความสำเร็จ และสวัสดิภาพของผู้เรียน (Nieuwerburgh & Barr, 2016; มยุรี เจริญศิริ, 2558)

การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช การเลือกใช้รูปแบบการโค้ช และสื่อการเรียนรู้การโค้ชนั้น สามารถเลือกใช้ได้ทุกรูปแบบ อาจกำหนดสร้างรูปแบบขึ้นมาเอง หรือนำรูปแบบทางการศึกษาอื่น ๆ มาประยุกต์ใช้ เช่น ADAPT Model, EPAOR Model, APICR Model, LIESM Model เป็นต้น หรือบูรณาการ กระบวนการโค้ชลงในกระบวนการเรียนรู้ในชั้นเรียน จากหลักการสู่การปฏิบัติ หรือเรียกว่าศิลปะ การโค้ชของ วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล (2562) เสนอหลักการเกี่ยวกับการโค้ช ให้เน้นที่การ กระตุ้นผู้เรียนค้นหาแนวทางการเรียนรู้ของตนเองด้วยตนเอง ครูผู้สอนทำหน้าที่ส่งเสริม อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ให้กระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนสามารถดำเนินต่อไปได้จบจนบรรลุตาม วัตถุประสงค์การเรียนรู้ ครูผู้สอนเปลี่ยนบทบาทจาก Teacher มาเป็น Coacher เปลี่ยนจากการ ถ่ายทอด ส่องมอบความรู้มาเป็นผู้กระตุ้นการเรียนรู้ให้ผู้เรียน เรียนรู้ด้วยตนเองแบบ How learn to learn ดังนั้นประเภท รูปแบบการโค้ชที่เหมาะสมแปรผันตามระดับความสามารถของผู้รับการโค้ช (Collett, 2012) และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Nieuwerburgh and Barr (2016) พบว่า จากการสำรวจวิธีการ ที่สามารถใช้การโค้ชในบริบททางการศึกษา นับเป็นเรื่องน่ายินดีที่สังเกตว่ามีการใช้การโค้ช ที่หลากหลายรูปแบบและเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในสถาบันต่าง ๆ ในส่วนต่าง ๆ ของโลก “การโค้ชด้าน การศึกษา” จะมีความเกี่ยวข้องมากขึ้นกับผู้เรียนและนักการศึกษาเพื่อสนับสนุนการโค้ชด้านการศึกษา ให้เติบโตและมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

ขั้นตอนการโค้ชการจัดกระบวนการเรียนรู้มีลำดับขั้นตอนหลักเช่นเดียวกับการเรียนการสอน หรือการทำงานโดยทั่วไป มีขั้นเริ่มต้น ขั้นดำเนินการ ขั้นสรุป ขั้นประเมินผล ในการโค้ชมีขั้นตอนเช่นกัน Lee (2010) นำเสนอแนวคิดการโค้ชไว้ว่า คำถามพื้นฐานเกี่ยวกับการโค้ชถามว่า ทำอย่างไรการโค้ช จะสามารถช่วยผู้เรียนที่มีความรู้ความเข้าใจทฤษฎีเบื้องต้นมาสู่ความสามารถในการทำงานระดับพื้นฐาน ได้อย่างเต็มศักยภาพและยิ่งไปกว่านั้นยังมีประสิทธิภาพที่ยอดเยียมด้วย มีคุณลักษณะหลายประการ แตกต่างกันไปตามบริบทในการทำหน้าที่ของโค้ช การโค้ชด้วยการแทรกแซงแบบสั่งการ การแทรกแซง ทางตรง การสนับสนุนทางอารมณ์ความรู้สึก กระบวนการไม่ตัดสินใจแทนผู้รับการโค้ชและมุ่งเน้น



เตรียมการให้ผู้รับการโค้ชได้ตัดสินใจเอง อย่างไรก็ตาม ก็ยังสามารถรวบรวมแนวคิดมาสรุปได้ว่าการโค้ชประกอบด้วยคุณลักษณะดังนี้ ความสัมพันธ์ ความเป็นพลวัตร การผลิตร่วม และมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์หรือผลการปฏิบัติงาน นั่นหมายความว่าขั้นตอนการโค้ชควรเริ่มต้นที่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันก่อนระหว่างผู้โค้ชและผู้รับการโค้ชเรียกว่า ความไว้วางใจ แต่การโค้ชก็มีความเป็นพลวัตร หมายถึงการปฏิบัติการตามแผนงานการพัฒนาสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความก้าวหน้าของผู้รับการโค้ช แม้แต่วิธีการโค้ชก็ปรับเปลี่ยนได้ตามกาลเวลาเมื่อผู้รับการโค้ชต้องการทักษะใหม่ ๆ ทั้งผู้โค้ชและผู้รับการโค้ชต้องร่วมมือกันอย่างกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์ประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกันและร่วมกันผลิตผลงานออกมาด้วยการมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์หรือผลการปฏิบัติงานคือประสิทธิผลของผู้รับการโค้ชนั่นเอง ในทำนองเดียวกันขั้นตอนการโค้ชของวิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล (2562) เรื่อง รูปแบบการโค้ชเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน 3Es เสนอขั้นตอนการโค้ช เริ่มจากความยึดมั่นผูกพัน (Engage) การเสริมพลัง (Empower) และความกระตือรือร้น (Enliven) ขั้นตอนการโค้ชสามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ของผู้เรียน และสถานการณ์ของห้องเรียน

สื่อการเรียนรู้การโค้ชการเลือกใช้สื่อการเรียนรู้เพื่อการโค้ชด้านการศึกษา ครอบคลุมวิธีการสอนที่หลากหลายซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการปรับปรุงผลลัพธ์สำหรับผู้เรียนและการศึกษา มีการใช้วิธีการโค้ชโดยตรงกับผู้สอน ผู้เรียน และผู้เกี่ยวข้องในวงการศึกษา วิธีการทำงานของโค้ช ใช้เทคนิคการตั้งคำถาม การตั้งใจฟังอย่างลึกซึ้ง และฟังด้วยความกระตือรือร้น เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาผู้เรียน ผู้โค้ชทำหน้าที่แนะนำองค์ความรู้ ทักษะ และเครื่องมือที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ที่สูงขึ้น เครื่องมือการโค้ชที่ใช้มี คือ การสนทนาอย่างมืออาชีพ หมายถึงการอภิปรายอย่างมืออาชีพ เป็นเรื่องของการสนทนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีโครงสร้าง กำหนดประเด็นการสนทนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ กำหนดเวลาการสนทนาบนพื้นฐานของความสามารถในการปฏิบัติงานได้ของผู้รับการโค้ช และการโค้ชสามารถเป็นสื่อกลางสำหรับการเรียนรู้ได้เช่นกัน (Nieuwerburgh & Barr, 2016)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า คุณลักษณะเบื้องต้นของงานวิจัยส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพลได้แก่ ปี พ.ศ. 2558-2560 มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ สถาบันในมหาวิทยาลัย เพศหญิง สาขาปฐมวัย ระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา เป็นงานวิจัยและพัฒนา วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เป็นการสร้างและพัฒนา/ศึกษาประสิทธิผล/ศึกษาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรตาม เป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล/ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยคือครู ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยเป็นการสร้างและพัฒนา/ประสิทธิผล/ความร่วมมือ



ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าตัวแปรต้นที่มีผลต่อค่าขนาดอิทธิพล ได้แก่ ลักษณะงานวิจัยสาขาปฐมวัย การไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัย ประเภทงานวิจัยแบบผสม และจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชสามารถจัดได้หลากหลายรูปแบบในทุกระดับการศึกษา ขั้นตอนการโค้ช สื่อการเรียนรู้ และระยะเวลาการโค้ชปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ช สามารถเลือกนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยไปปรับใช้ในการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการโค้ช ได้แก่ ลักษณะงานวิจัยสาขาปฐมวัย การไม่ระบุสาขาที่ทำวิจัย ประเภทงานวิจัยแบบผสม และจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก กระบวนการจัดการเรียนรู้ด้วยการโค้ชสามารถเลือกใช้ได้ทุกรูปแบบรวมทั้งจำนวนขั้นตอนการโค้ช ระยะเวลาการโค้ช และการใช้สื่อการเรียนรู้การโค้ช

1.2 การนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยไปใช้นั้น ควรคำนึงถึงบริบททางวัฒนธรรมพื้นฐานของผู้เรียนที่มีความแตกต่างกันแม้ว่าจะอยู่ในชั้นเรียนเดียวกันก็ตาม

1.3 การนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยไปใช้ควรศึกษารายละเอียดของกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้วยการโค้ชให้สอดคล้องกับผู้เรียนตั้งแต่การเลือกใช้รูปแบบ จำนวนขั้นตอนการโค้ช ระยะเวลาการโค้ช ตลอดจนการเลือกใช้สื่อการเรียนรู้ด้วยการโค้ช

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย ควรจำแนกเป็นกลุ่มทฤษฎีระบบหมุนนำต่อเนื่อง กลุ่มทฤษฎีจิตวิทยาพลศาสตร์ กลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้ รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบต่าง ๆ

2.2 การค้นหารูปแบบการจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยการโค้ชจากหน่วยงานนอกวงการศึกษา มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณสมบัติตามความต้องการของตลาดแรงงาน

2.3 ผลการวิเคราะห์ค่าขนาดอิทธิพลสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ เช่น การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างเชิงเส้น (SEM) การวิเคราะห์พหุระดับ (HML) เป็นต้น



รายการอ้างอิง

- ขวัญจิต สงวนโรจน์. (2559). การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพการศึกษาด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ห่อมิมาน (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- เจือจันทร์ จงสถิตอยู่. (2558). รายงานการสังเคราะห์ผลการดำเนินงานชุดโครงการวิจัยกระบวนการพัฒนาครูด้วยระบบหนุนนำต่อเนื่อง (Teacher Coaching). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ณรงค์วัฒน์ มิ่งมิตร. (2560). การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ระดับประถมศึกษาปีการศึกษา 2552-2558. วารสารสารสนเทศ, 16(1), 151-161.
- นาถยา พรหมประศรี, มารศรี กลางประพันธ์, และสมเกียรติ พลเจตต์. (2565). การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษโดยการวิเคราะห์ห่อมิมาน. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 19(85), 12-23.
- ปราณี พิพัฒน์สถิตกุล. (2556). การสังเคราะห์งานวิจัยด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์กลุ่มสาระภาษาไทยของนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน: การวิเคราะห์ห่อมิมาน (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พรพิมล ประดิษฐ์. (2558). การวิเคราะห์ห่อมิมานงานวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้มาลาเลียตามทฤษฎีแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพ และทฤษฎีแรงสนับสนุนทางสังคม (วิทยานิพนธ์สาขารณศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มยุรี เจริญศิริ. (2558). การศึกษารูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการโค้ชและการจัดการเรียนรู้ของครูที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะการคิดแก้ปัญหา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 13(1), 114-127.
- รัฐพงศ์ สีแสง. (2563). การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์ห่อมิมานผลการพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียน (ดุขนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- วิจารณ์ พานิช. (2556). การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- วิจารณ์ พานิช. (2556). สนุกกับการเรียนในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิจารณ์ พานิช. (2562). เอื้อระบบนิเวศ เพื่อครูเป็นผู้ก่อการ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.



- วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒพล. (2562). *กระบวนการโค้ชเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำนวัตกรรมหลักสูตรและการเรียนรู้.
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒพล.. (2562). *รูปแบบการโค้ชเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน “3Es”*. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.). (2562). *การขับเคลื่อนการสอนคิดสู่ห้องเรียน*. สืบค้นจาก <http://www.moe.go.th/moe/th/news>
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2553). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2552). *รายงานการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการศึกษาไทย: การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Collett, K. (2012). *WHAT IS COACHING?*. In *The role of coaching in vocational education and training*. London: Gpex, Buckinghamshire.
- Glass, G. V., McGaw, B. & Smith, M. L. (1981). *Meta-analysis in social research*. Beverly Hills, CA: Sage Publication.
- International Labour Organization. (2021). *Global framework on core skills for life and work in the 21st century*. Switzerland: Geneva.
- Lee, G. (2010). *The Psychodynamic Approach to Coaching*. In *The Complete Handbook of Coaching*. London: SAGE Publications.
- Nieuwerburgh, V. C., & Barr, M. (2016). *Coaching in Education*. In *The SAGE Handbook of Coaching*. Retrieved from <https://au.sagepub.com/en-gb/oc/the-sage-handbook-of-coaching/book245418>
- United Nations Children's Fund. (2019). *Global Framework on Transferable Skills*. New York: UNICEF, Education Section in Programme Division.



ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์

Customer's Satisfaction towards the Development of Commercial Organic Fertilizer Packaging

ธนารัช อินทรอุตม¹ พิเชษฐ์ พรหมใหม่^{1*}

Trannaruch Inthara-Udom¹ Pichet Prommai^{1*}

(Received: March 31, 2023; Revised: : May 22, 2023; Accepted: May 31, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดสงขลา จำนวน 276 คน โดยวิธีการสุ่มตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้อยละ 46.3 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้อยละ 55.5 และ 3) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ความพึงพอใจ ปุ๋ยอินทรีย์

Abstract

The main purpose of this research was 1) to study the development of commercial organic fertilizer packaging that influences customer satisfaction and 2) to compare the satisfaction of customers towards organic fertilizer packaging classified by personal factors. 276 customers in

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author. E-mail: Prommai1968@gmail.com



Songkhla province were selected by simple random sampling. A set of questionnaires was used to collect data. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way analysis of variance and multiple regression analysis. The findings revealed that: 1) The development of commercial organic fertilizer packaging in terms of packaging design influenced customer satisfaction at 46.3 percent, 2) The development of commercial organic fertilizer packaging in terms of graphic design on the packaging influenced customer satisfaction at 55.5 percent and 3) The customers with different education background and income have different level of satisfaction in commercial organic fertilizer packaging aspect with a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Packaging development, Satisfaction, Organic fertilizer

บทนำ

ปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตปุ๋ยอินทรีย์มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนเป็นที่ยอมรับของลูกค้า อย่างไรก็ตามบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการจำหน่ายยังมีความล้าสมัยโดยใช้กระสอบปุ๋ยเคมีเก่ามาเป็นบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์จำหน่ายให้แก่ลูกค้า ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่หรือลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเมืองเนื่องจากไม่สวยงามและไม่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายหรือการขนส่ง ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging design) ควรกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและสัมพันธ์กับสินค้า เพื่อป้องกันสินค้าเสียหายจากการเคลื่อนย้าย และอำนวยความสะดวกให้กับระบบขนส่ง ตลอดจนเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค ซึ่งต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์รูปแบบของบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่ใช้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ซึ่งผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ข้อมูลที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์การใช้งาน และด้านความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Tiuttu, 2020)

ผู้วิจัยเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ โดยเริ่มต้นจากธุรกิจครอบครัวที่ทำปุ๋ยอินทรีย์เป็นรายได้เสริมให้แก่ครอบครัว ต่อมาธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีลูกค้ากลุ่มใหม่มาซื้อปุ๋ยอินทรีย์สำหรับบำรุงต้นไม้สวยงาม ไม้ประดับ หรือปลูกผักเพื่อรับประทานในครอบครัว ในช่วงแรกผู้ประกอบการใช้กระสอบปุ๋ยเคมีที่ใช้แล้วเป็นบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ เนื่องจากกระสอบปุ๋ยไม่เพียงพอประกอบกับลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ อยากได้บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ขนส่งได้ง่าย มีตราสินค้า ตลอดจนมีสีสันที่สวยงาม จัดจำได้ง่าย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการจำหน่ายโดยนำตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่ตนได้พัฒนาขึ้นไปทำการทดสอบตลาด จึงเป็น



ที่มาของการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ เพื่อที่จะนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นหากภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในระดับสูง อย่างไรก็ตามหากลูกค้ายังรู้สึกไม่พึงพอใจหรือพึงพอใจในระดับน้อย ผู้ประกอบการจะได้นำไปปรับปรุงอีกครั้งก่อนวางจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์จำแนกตามปัจจัย

ส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging development)

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นกิจกรรมการออกแบบและการผลิตภาชนะที่ใช้บรรจุหรือห่อหุ้มตัวสินค้า นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังเป็นเครื่องมือทางการตลาดมีส่วนช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างกำไรให้แก่กิจการ (Kotler & Keller, 2016) โดย Perreault, Cannon and McCarthy (2017) ได้ระบุบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลัก 3 ด้าน ได้แก่ (1) ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (2) ช่วยป้องกัน และ (3) ช่วยสนับสนุน โดยงามทิพย์ ภูวโรตม (2538) ได้กล่าวว่า การบรรจุ (Packaging) หมายถึง กระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตภาชนะบรรจุและบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในภาชนะบรรจุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลิตภัณฑ์นั้นไปถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ มีลักษณะทำนองเดียวกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) ที่ระบุว่าบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า นอกจากนี้สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555) กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์เป็นกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การบรรจุผลิตภัณฑ์ ห่อและรวบรวมผลิตภัณฑ์ไว้ด้วยกัน เพื่อการขนส่งอย่างปลอดภัย ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนกระทั่งการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องมีทั้งรูปลักษณ์และคุณภาพที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อน และสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือวัตถุประสงค์ทางด้านการเก็บรักษาและด้านการตลาด เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่ามีคุณภาพและยั่งยืน ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) จึงเป็นการนำวัสดุที่มีรูปลักษณ์เป็นกล่อง หีบห่อ หรือภาชนะบรรจุแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ โดยมีหน้าที่ป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย ช่วยอำนวยความสะดวกในการหยิบจับ



ตลอดจนการขนส่งเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค จะเห็นว่าบรรจุภัณฑ์จะช่วยในการเก็บรักษาคุณภาพของสินค้า รวมถึงเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดอีกด้วย

สมพงษ์ เพื่องอารมณ์ (2550) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ไว้หลายประการ ได้แก่ 1) การรองรับสินค้า (Contain) 2) การปกป้องผลิตภัณฑ์ (Protection) 3) การเคลื่อนย้าย (Handling) 4) การเก็บรักษา (Preserve) 5) การขนส่ง (Transportation) 6) เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Identification) 7) การสร้างความสะดวก (Convenience) 8) ดึงดูดความสนใจ (Attractiveness) 9) สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และ 10) ส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับขั้นตอนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ วิษมณี ยืนยงพุทธกาล, กฤษณะ ชินสาร, และสิริมา ชินสาร (2559) ได้กล่าวว่าขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะในส่วนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้ใช้สินค้าแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป 2) กำหนดชื่อตราสินค้า เพื่อใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภค 3) เลือกวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ วัสดุมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การใช้วัสดุเป็นบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค อันแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม 4) การออกแบบรูปทรง สี สัน และกราฟิกบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้ทันที และ 5) การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ ฉลากมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้บริโภค กล่าวคือฉลากจะต้องสามารถบอกถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ มีข้อมูลที่สามารถช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น ส่วนประกอบ ปริมาณ ราคา วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นพื้นฐานสำคัญก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์หรือกิจการ ความพึงพอใจเกิดจากความคาดหวังและประสบการณ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ โดย Schiffman and Wisenblit (2015) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นการรับรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง หากความรู้สึกที่เกิดจากการรับรู้มีค่ามากกว่าความคาดหวังย่อมนำมาสู่ความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ความพึงพอใจต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นความชอบหรือชื่นชอบการออกแบบคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการรักษาสินค้า จะสามารถสื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้เช่นกัน (นครเรศ ชัยแก้ว, อุดมศักดิ์ สาริบุตร, สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ, และผดุงชัย ภูพัฒน์, 2556) โดยโสพิณ ปันกาญจน์โต (2550) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกดี



ที่ผู้รับบริการแสดงออกถึงความพอใจในทิศทางที่เป็นบวกเมื่อได้รับผลประโยชน์ในด้านจิตใจและวัตถุ และจะแสดงออกในทิศทางลบเมื่อเกิดความไม่พอใจ ซึ่งเกิดจากสิ่งเร้าที่เป็นตัวกระตุ้นภายในความพึงพอใจ ในด้านบริการคือ ความรู้สึกของอารมณ์ที่เป็นสุขซึ่งได้รับการบริการทั้งด้านการจัดการที่ดี ความ สะดวก การบริการที่เสมอภาค ถูกต้อง รวดเร็ว ซึ่งเป็นภาวการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก ของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้จากสิ่งที่ได้รับจากการบริการไม่ว่าจะเป็นการรับ บริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, พูนศิริ วัจนะภูมิ, ปาริฉัตร ช่างสิงห์, และวรรณภา โพธิ์น้อย, 2555) หรืออาจจะ เป็นความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่จูงใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดี เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง (น้ำลีน เทียมแก้ว, 2561) นอกจากนี้เพ็ญภา จรัสพันธ์ (2557) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นการ แสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด การวัดความพึงพอใจ จะประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ และความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉันทยาภรณ์ คำจตุติ, พิเชษฐ์ พรหมใหม่, และสุรียา นิตยมี (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ชาใบชูลู กลุ่มชุมชนท่าเมรุ ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า ระดับความความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากชาใบชูลูในภาพ รวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านการรักษาสีแวดล้อมสูงที่สุด รองลงมาคือด้านอำนาจ ความสะดวก ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ด้านการบรรจุ และด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพต่างก็มีความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านการ ปกป้องผลิตภัณฑ์ต่างกัน ระดับการศึกษาและรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านการ รักษาสีแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

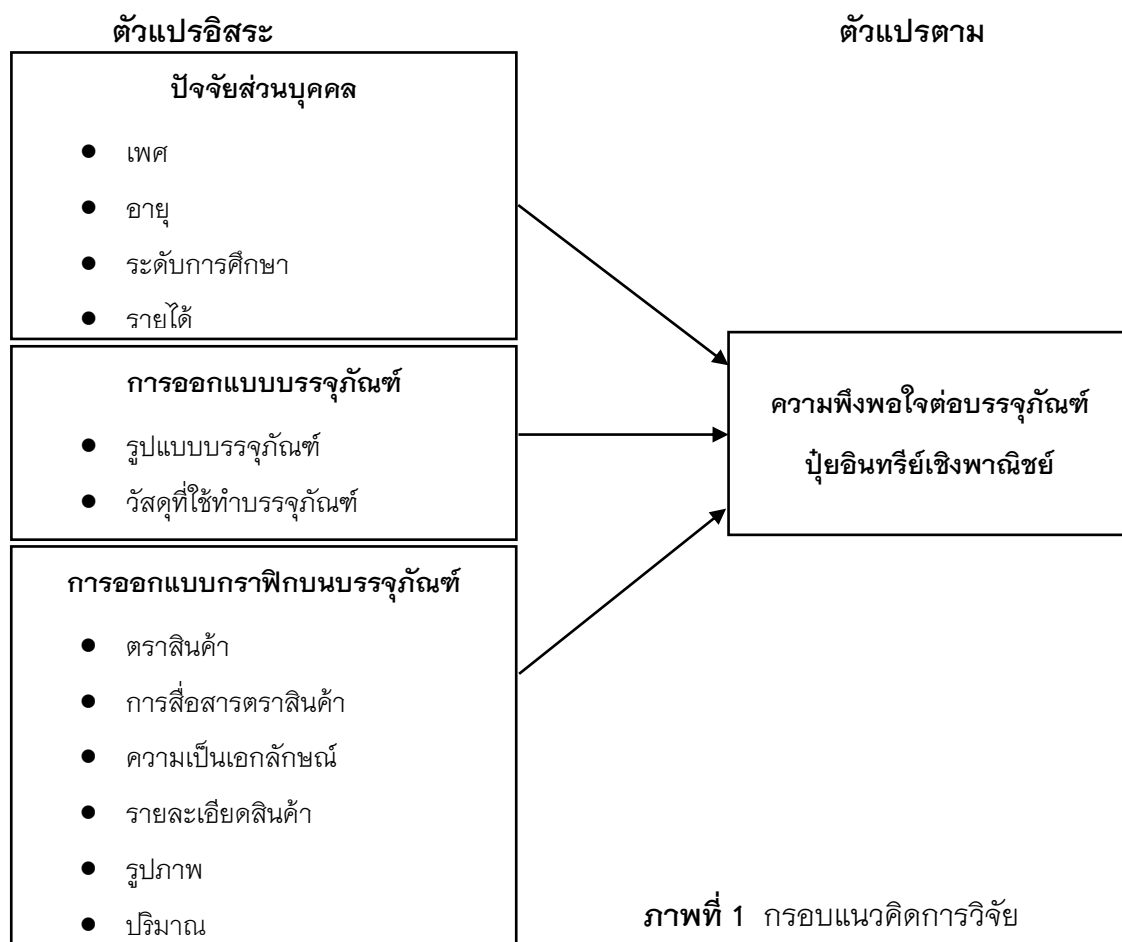
สุธาสิณี อัมพิลาศรัย (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคเจลว่านหางจระเข้เพื่อเพิ่ม มูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านทะเลหอม ตำบลหาดเจ้าสำราญ อำเภอมะนัง จังหวัด เพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น ส่วนองค์ประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์



ประกอบด้วย สรรพคุณ วิธีใช้ ส่วนประกอบ คำเตือน มาตรฐานที่ได้รับ ปริมาณสุทธิ วันหมดอายุ สถานที่จัดจำหน่ายและผลิตอย่างชัดเจน ในส่วนของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์สวยงามและน่าสนใจ และมีขนาดปริมาณที่พอเหมาะ

ฉัตรชัย อินทสังข์, จันทรเพ็ญ ธงไชย, ปุริม หนูนัด, และเยาวพา ความหมั่น (2565) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าว: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวฮางอกโพธิ์กลาง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการสร้างตราสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านตราสินค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ในขณะที่ผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า จากผลที่ได้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าปุ๋ยอินทรีย์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา จำนวน 900 คน คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 276 คน ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยการสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Reliability) โดยการนำเอาแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และระยะเวลาที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม จากนั้นนำวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) (Cronbach, 1960) ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.947 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ โดยแบ่งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้งาน และการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์โดยส่งแบบสอบถามผ่าน Google form ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในฐานข้อมูลของร้านค้าจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์และอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลส่วนบุคคล ใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

การวิเคราะห์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

เกณฑ์ในการแปลผลข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้บริโภครายหนึ่งที่ซื้อปุ๋ยอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 83.0 มีอายุสูงกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 56.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.6

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์

ผู้บริโภครายหนึ่งมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 1-2



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ที่ **ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์**

การออกแบบบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์	4.13	0.629	มาก	2
2. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์	4.30	0.731	มากที่สุด	1
ภาพรวม	4.21	0.695	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพหุคุณโดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ที่ **ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์**

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ตราลินค้า	4.18	0.667	มาก	4
2. เครื่องหมายการค้า	4.14	0.723	มาก	6
3. ความเป็นเอกลักษณ์	4.33	0.693	มาก	1
4. รายละเอียดสินค้า	4.30	0.736	มาก	3
5. รูปภาพ	4.32	0.710	มาก	2
6. ปริมาตร	4.18	0.696	มาก	4
ภาพรวม	4.27	0.691	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพหุคุณด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับมาก ความเป็นเอกลักษณ์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือรูปภาพ และรายละเอียดของสินค้า



3. ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการพาณิชย์

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ	อันดับ
1. คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	4.21	0.737	มากที่สุด	3
2. ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์	4.27	0.791	มากที่สุด	1
3. ความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์	4.24	0.960	มากที่สุด	2
4. การสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์	4.16	0.872	มาก	4
ภาพรวม	4.22	0.697	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาเป็นความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์

4. การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
	มัธยมศึกษา/ปวช.	4.07	0.423	5.444	.005*
	อนุปริญญา/ปวส.	4.06	0.460		
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.34	0.607		

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ต่ำกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.02	0.739	5.298	.006*
	15,000–25,000 บาท	4.31	0.664		
	สูงกว่า 25,000 บาท	4.30	0.655		

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ต่ำกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท และรายได้สูงกว่า 25,000 บาท

5. อิทธิพลของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ความพึงพอใจของลูกค้า				
	b	SE	β	t	Sig.
ค่าคงที่	.949	.215		4.408	.000
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	.500	.065	.452	7.704	.000**
วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์	.279	.056	.293	4.995	.000**

$R^2 = 0.463$, $F = 117.836$, $\text{Sig.} = 0.000$, $R = 0.681$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้อยละ 46.3 โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงกว่าวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ปุ๋ยอินทรีย์	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ				
	B	SE	β	t	Sig.
ค่าคงที่	.787	.203		3.870	.000
ตราสินค้า	.288	.083	.276	3.452	.001**
เครื่องหมายการค้า	.124	.071	.129	1.754	.081
ความเป็นเอกลักษณ์	.059	.069	.058	.855	.393
รูปภาพ	.304	.075	.321	4.069	.000**
การแสดงรายละเอียดสินค้า	.165	.062	.168	2.634	.009**
ปริมาณบรรจุ	.491	.075	.491	6.535	.000**

$R^2 = 0.555$, $F = 55.896$, $\text{Sig.} = 0.000$, $R = .745$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้อยละ 55.5 โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงกว่าวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกันนั้น มีความเป็นไปได้ว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีการใช้หลักการ เหตุผลและองค์ความรู้ที่ต่างกันในการวิเคราะห์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมา ซึ่งสะท้อนถึงการแสดงความรู้สึกรับชอบหรือไม่ชอบหรือความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในระดับที่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้บริโภคที่มี



รายได้ต่างกัน สามารถสะท้อนอำนาจซื้อ รสนิยมที่ต่างกันส่งผลให้แสดงความรู้สึกต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ในระดับที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานเขียนของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษา และรายได้เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความรู้สึกนึกคิด รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และสอดคล้องกับผลการวิจัยของธัญยาภรณ์ คำจตุ และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ชาใบชูลู่ กลุ่มชุมชนท่าเมรุ ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้านการรักษาสีและกลิ่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบถึงปัจจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ก็พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับเกสวดี เชี่ยวชาญ (2557) ศึกษาเรื่องการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่า พบว่า ผู้ผลิตเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหนียว เพื่อให้สามารถใช้งานได้ยาวนานไม่กรอบและแตกง่าย การออกแบบต้องมีทั้งดูภายนอกและภายใน เน้นความแน่นหนาโดยเน้นการเย็บให้แน่น พิจารณารอยเย็บเป็นสำคัญเพื่อสะท้อนถึงคุณภาพ แต่ก็สามารถย่อยสลายได้จึงให้ความสำคัญกับการย่อยสลาย และควรเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงเป็นพิเศษ เพราะมีผลต่อการขนส่งไปยังปลายทาง นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบอีกว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์เช่นกัน โดยการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในประเด็นการแสดงข้อมูลปริมาณสินค้า ภาพตราสินค้า และรายละเอียดของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอนุรักษ์ อาทิตยกิจวิน (2564) พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องประกอบไปด้วยการกำหนดชื่อตราสินค้า วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ รูปทรงบรรจุภัณฑ์ สีและกราฟิก รวมถึงข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเมื่อพิจารณาจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเห็นว่าทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ต่างก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงกว่าวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ด้านรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเช่นกัน โดยข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นรูปภาพบนบรรจุภัณฑ์



ตราสินค้าและการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ตามลำดับ และเมื่อพิจารณา เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จะเห็นว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์หรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับปุ๋ยอินทรีย์เพื่อขยายตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้นจะต้องพิจารณาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะการกำหนดขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน ความสะดวกในการบรรจุสินค้าลงไป และความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าของบรรจุภัณฑ์ ส่วนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในได้ วัสดุมีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน และเลือกวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม ส่วนด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จะต้องสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ รูปภาพสวยงาม มีรายละเอียดสินค้าชัดเจน มีสัญลักษณ์ตราสินค้า การกำหนดปริมาณบรรจุที่ชัดเจนและเห็นได้ง่าย และมีเครื่องหมายการค้าเป็นสำคัญ

1.2 นักการตลาดจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับน้ำหนักในการให้ความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องให้ความสำคัญต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรก และวัสดุที่ใช้เป็นลำดับรองลงมา สำหรับด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จะต้องให้ความสำคัญกับการแสดงปริมาตรหรือปริมาณการบรรจุสินค้าสูงที่สุด รองลงมาคือการใช้รูปภาพ ตราสินค้า และการแสดงรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์

1.3 เนื่องจากผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์แตกต่างกัน ดังนั้น ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาปัจจัยด้านระดับการศึกษาและรายได้ของลูกค้าด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ด้วย โดยเฉพาะองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หลัก รูปแบบลักษณะผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ควบ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ตลอดจนศักยภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลการวิจัยไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด



รายการอ้างอิง

- เกสวดี เชี่ยวชาญ. (2557). *การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าผลผลิตข้าวสารสู่ตลาดผู้บริโภคแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษากลุ่มข้าวชาวนาตะปอนใหญ่ ตำบลตะปอน อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดจันทบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, จันทบุรี.
- งามทิพย์ ภู่วโรดม. (2538). *ก๊ากับกับการบรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์, พูนศิริ วัจนะภูมิ, ปาริฉัตร ช้างสิงห์, และวรรณภา โพธิ์น้อย. (2555). *การพัฒนาองค์ความรู้และสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ครอบครัวศึกษาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ : ครอบครัวกับความพอเพียง*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ฉัตรชัย อินทสังข์, จันทร์เพ็ญ ธงไชย, ปุริม หนูนันต์, และเยาวพา ความหมั่น. (2565). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าว: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวฮางอกโพธิ์กลาง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 8(2), 63-75.
- ธัญญารักษ์ คำจตุ, พิเชษฐ์ พรหมใหม่, และสุริยา นิตยมี. (2562). ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ชาใบชูลู กลุ่มชุมชนท่าเมรุ ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา. *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 10* (หน้า 1266-1283). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- นคเรศ ชัยแก้ว, อุดมศักดิ์ สาริบุตร, สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ, และผดุงชัย ภูพัฒน์. (2556). การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง จังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 3(2), 86-95.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2555*. มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- วิษณีย์ ยืนยงพุทธกาล, กฤษณะ ชินสาร, และสิริมา ชินสาร (2559). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การทดสอบผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาได้และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.



- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สุชาลิณี อัมพิลาศรัย. (2565). ความพึงพอใจของผู้บริโภคเจลว่่านหางจระเข้เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านทะเลหอม ตำบลหาดเจ้าสำราญ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 4(4), 18–30.
- สมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). *ออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- โสพิณ ปันกาญจน์โต. (2550). การศึกษาการดำเนินงานกิจกรรมสหกรณ์โรงเรียนบ้านเหล่ากกทุ่งสว่าง ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- สมพงษ์ เพื่องอารมย์. (2550). *บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- อนรรักษ์ อาทิตย์กวิน. (2564). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเผาลำไย เพื่อพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มน้ำพริกเผาลำไยตามฤดูกาลบ้านเวียงสวรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(1), 154–165.
- Cronbach, L. J. (1960). *Essentials of Psychological Testing*. Tokyo :Tosho Insatsu Printing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15thed.). Boston: Pearson HigherEducation.
- Perreault, W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2017). *Essentials of marketing: A marketing strategy planning approach* (15thed.). New York: McGraw–Hill.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). London: Pearson Education.
- Tiuttu, T. A. (2020). *5 reasons why packaging is important*. Retrieved from <https://4clrcularlty.com/5-reasons-why-packaging-is-important>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introduction Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper & Rows Publishers.



คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา Service quality of artificial turf football field business in Songkhla Province

มังกร แก้วลอย^{1*} พิเชษฐ์ พรหมใหม่¹ อรพรรณ จันทร์อินทร์¹

Mangkorn Kaewloy^{1*}, Pichet Prommai¹, Oraphan Chanin¹

(Received: April 29, 2023; Revised: : May 23, 2023; Accepted: May 31, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา 2) เปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้มาบริการจำนวน 384 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ อายุ 20 – 30 ปี กำลังศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด เรียงลำดับคะแนนจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในด้านความไว้วางใจแตกต่างกัน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ปัจจัยส่วนบุคคล สนามฟุตบอลหญ้าเทียม

Abstract

The purposes of this study were to 1) study the service quality perception of Songkhla artificial turf football field business and 2) compare the service quality perception of Songkhla artificial turf football field business classified by personal factor. This study is quantitative research. The quantitative data were obtained through the questionnaires completed by 384 people who

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author. E-mail: mangkorn8670@gmail.com



used the artificial grass football fields in Songkhla Province. The quantitative data were analyzed using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and one-way ANOVA. The study found that the majority of users of artificial grass football fields aged between 20 – 30 years old, and were undergraduate students whose income was less than THB 15,000. The sample group showed the highest level of overall perception of the service quality of Songkhla artificial turf football fields. Their perceptions of different service quality aspects of the business rated from the highest to the lowest level were reliability, tangibility, assurance, empathy, and responsiveness. The hypothesis test showed that people with different incomes had different perception of the service quality of Songkhla artificial turf football fields in reliability.

Keywords: Service quality, Personal factor, Artificial turf football field

บทนำ

การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากประชาชนมากขึ้น เนื่องจากประโยชน์ของการออกกำลังกายช่วยให้ร่างกายแข็งแรงเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคได้เป็นอย่างดีและเพิ่มความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ เป็นสื่อกลางระหว่างบุคคลที่ชอบเล่นกีฬาประเภทเดียวกัน โดยมีการนัดพบปะสังสรรค์ด้วยการเล่นกีฬาหรือทำกิจกรรมอื่น ดังนั้น จึงถือได้ว่าการออกกำลังกายในทุกประเภทกีฬาให้คุณประโยชน์กับผู้ที่เล่นมากมายหลายอย่าง การออกกำลังกายสามารถทำได้ทุกเพศทุกวัย ทุกอาชีพ ซึ่งสำหรับประเทศไทยการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาถือได้ว่าเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมาก ไม่ว่าจะเป็นการว่ายน้ำ แบดมินตัน ฟุตบอล หรือกีฬาประเภทอื่น ๆ (จรรยา พรหมสระโร, 2559)

ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าที่รักการเล่นฟุตบอล เนื่องจากเป็นสนามฟุตบอลที่ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา มีตู้เก็บสัมภาระ มีร้านค้าจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีที่จอดรถ มีระบบการรักษาความปลอดภัย รวมถึงมีห้องอาบน้ำ และบริการอื่น ๆ ซึ่งในจังหวัดสงขลาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เห็นได้จากในพื้นที่ มีการจัดแข่งขันฟุตบอลโดยที่ผู้จัดงานเลือกใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ด้วยเหตุผลในการเดินทางที่สะดวกสบาย มีหลังคาสำหรับกันแดดกันฝน และสามารถใช้งานได้ทุกฤดูกาล จากความสะดวกสบายดังกล่าว จึงทำให้ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา มีการขยายตัวทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น มีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น เมื่อผู้ประกอบการเพิ่มจำนวนมากขึ้นจึงก่อให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา การสร้างคุณภาพการบริการเพื่อสร้างจุดเด่น และความแตกต่างให้ได้เปรียบคู่แข่งขันเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจ



สนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาสามารถให้บริการได้เหนือกว่าคู่แข่ง และให้บริการด้วยระดับคุณภาพตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังก็จะก่อให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Words of mouth)

ดังนั้นการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจในทุกรูปแบบ เพราะการบริการเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดผู้ใช้บริการให้มาใช้บริการกับธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงให้กับองค์กรอีกทางหนึ่งด้วย ผู้ประกอบการจึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการอยู่เสมอเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องวางกลยุทธ์เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาและนำมาสู่การได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการนำเสนอคุณภาพบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าในการให้บริการให้มากขึ้น (ภาณุวัฒน์ ณ ระนอง, 2563)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

คุณภาพการบริการ (Service quality)

Schmenner (1995) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริง เปรียบเทียบกับความคาดหวังที่ได้รับ หากการรับรู้การให้บริการได้รับมากกว่าสิ่งที่คาดหวัง คุณภาพการให้บริการจะเป็นบวกหรือมีคุณภาพในการให้บริการ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับรู้ว่าสิ่งที่ได้รับบริการน้อยกว่าความคาดหวังจะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการบริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร

McLovelock (1996) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าสามารถซื้อหา และอาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

Douglas (2007) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ Service- quality คือ ทัศนคติที่เกิดขึ้นในระยะยาวเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมดของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ

Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการเป็นการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการจะทำการประเมินคุณภาพบริการ โดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือ



ความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง โดยกำหนดเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการที่ได้ปรับปรุงแล้วเพียง 5 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ บุคคล อุปกรณ์ สัญลักษณ์ต่าง ๆ และเอกสารการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ผู้รับบริการจะได้รับ

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ คือ ในการให้บริการทุกครั้งผู้รับบริการจะต้องได้รับการที่เหมือนกัน มีความสม่ำเสมอและถูกต้องเหมาะสม ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อถือในบริการและไว้วางใจที่จะเลือกใช้บริการ

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า คือ ความพร้อมของผู้ให้บริการที่จะทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็วและเข้าถึงการบริการไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คือ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการบริการลูกค้าให้ตรงตามความต้องการด้วยความสุภาพ ถูกต้องและครบถ้วน เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้รับบริการประทับใจและเชื่อมั่นกับบริการ

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า คือ ความสามารถที่ผู้ให้บริการจะเข้าใจและรู้จักดูแลเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคลที่มีความต้องการที่แตกต่างกันให้ได้รับบริการที่ดีที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรรยา พรหมสระ (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง การให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผลงานวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังการบริการและบริการที่ได้รับจริง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ ส่วนใหญ่พบว่า อายุระหว่าง 26-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ้ำ คือ สถานภาพโสด และสถานภาพสมรส

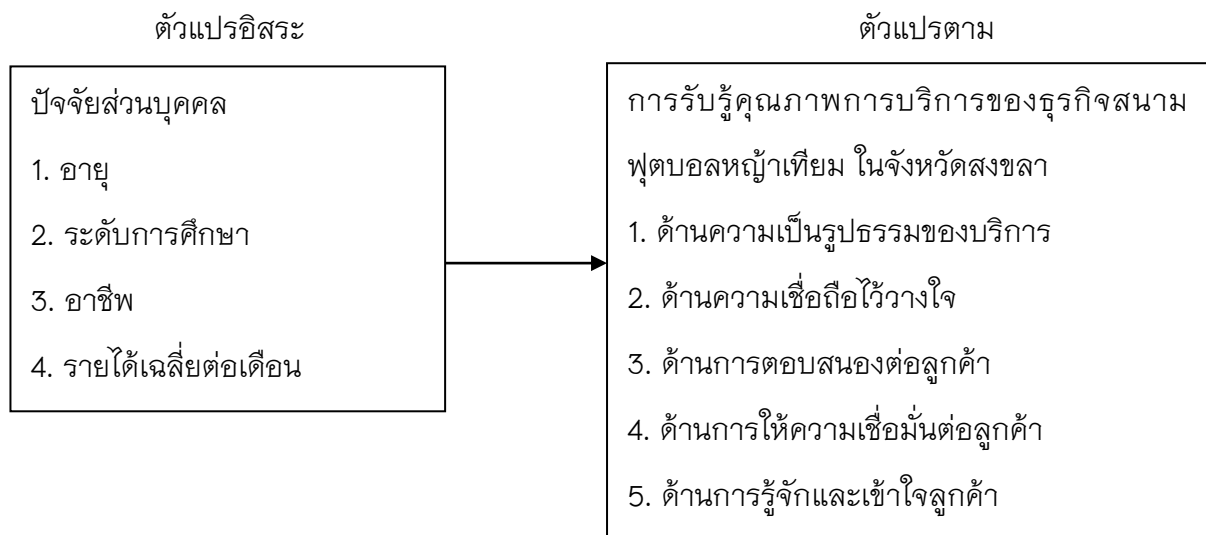
เวนิส บรรพตา (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า อายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อโดยรวมอยู่ในระดับมากเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ



McPherson (2007) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ต้องมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก สนามควรหันไปทางทิศเหนือหรือทิศใต้ เพื่อป้องกันแสงแดดเข้าตา ในขณะที่ใช้บริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดคุณภาพบริการ SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร และสัดส่วนของประชากรที่แน่นอน ในการกำหนดขนาดตัวอย่างจึงเลือกใช้สูตรของ Cochran (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามสูตรคำนวณดังต่อไปนี้



$$\text{แทนค่าสูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษาต้องการสุ่ม

(กรณีไม่ทราบสัดส่วนของประชากร ใช้ค่า $P = 50\%$ หรือ 0.50)

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) โดยค่า $Z = 1.96$)

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยินยอมให้เกิดขึ้นได้

(จะต้องสอดคล้องกับค่า z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้น ๆ)

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา ทั้งหมดจำนวน 27 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 รายชื่อสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สนาม	จำนวนสนามย่อย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมสปอร์ตอารีน่า	3	21
2. I stadium	3	21
3. Soccer สนามฟุตบอลหญ้าเทียม	2	14
4. สนามฟุตบอล U Arena	3	21
5. สนามฟุตบอลหญ้าเทียม สิงหนคร	1	7
6. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมคองหงส์ อารีน่า	2	14
7. สนามหญ้าเทียม Black Block Stadium	3	21
8. สนามหญ้าเทียม Sp อารีน่าคลองแห	2	14
9. 14 มีนา อารีน่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียม	1	7
10. สนามหญ้าเทียม ART STADIUM	1	7
11. สนามหญ้าเทียม by King Power	1	7
12. สนามฟุตบอลหญ้าเทียม วินนิ่งสเตเดียม	3	21
13. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมมาวิสาอารีน่าโคกเมมา	1	7



ตารางที่ 2 รายชื่อสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

สนาม	จำนวนสนามย่อย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
14. Kickoff Arena	3	21
15. คอบอล อารีน่า	2	14
16. Hatyai Soccer Club	2	14
17. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมค่ายรัตนพล	1	7
18. สนามหญ้าเทียมกีฬาติณสูลานนท์	3	21
19. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมบางภูมิ	1	7
20. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมสหวิทยาอารีน่า บ้านพรุ	2	14
21. สนาม R.O.STADIUM	4	19
22. แล้งีอารีน่า	2	14
23. สนามฟุตบอลหญ้าเทียมบ้านไทยจังโหลน	1	7
24. สนามฟุตบอลหญ้าเทียม วินนิง สเตเดียม	2	14
25. ข้าวย่า 7 สี สเตเดียม	2	14
26. Kickoff Fitness (คิกออฟฟิตเนส หาดใหญ่)	6	29
27. บ้านหารอารีน่า	1	7
รวม	58	384

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้มีการประเมินค่าความเที่ยงตรง (Validity) และมีการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยได้ค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.979 โดยแบ่งเครื่องมือในการวิจัยเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบปลายเปิดให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า 2) ด้านตอบสนองต่อลูกค้า 3) ด้านการสร้าง ความมั่นใจ



4) ด้านความไว้วางใจ และ 5) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยเกณฑ์ในการแปลผลระดับคุณภาพการให้บริการ มีเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามแจกจ่ายให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่มาใช้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจังหวัดสงขลา โดยชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเต็มใจให้ความร่วมมือ โดยการเก็บข้อมูลจะครอบคลุมในพื้นที่ของจังหวัดสงขลาทั้งหมด ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลา 8 เดือน

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้กับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลระดับคุณภาพ การให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

บุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีอายุ 20–30 ปี (ร้อยละ 85.9) กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 91.1) เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 92.1) และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 75.8)

2. ข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา

ผู้ให้บริการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดสงขลาโดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการจาก



มากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.64$) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.60$) ด้านการสร้างความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.53$) ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.49$) และด้านตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.48$) ซึ่งมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับคุณภาพการบริการสนาม

การรับรู้คุณภาพบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	4.49	.556	มากที่สุด
ด้านตอบสนองต่อลูกค้า	4.48	.598	มากที่สุด
ด้านการสร้างความมั่นใจ	4.53	.575	มากที่สุด
ด้านความไว้วางใจ	4.64	.528	มากที่สุด
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.60	.535	มากที่สุด
รวม	4.55	0.498	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้ด้านความไว้วางใจมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมาคือการรับรู้ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.60$) ด้านการสร้างความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.53$) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.49$) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาด้านความไว้วางใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้คุณภาพการบริการด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นในด้านรายได้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างกันรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 2-3



ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้

การรับรู้ คุณภาพการ ให้บริการของ สนามฟุตบอล หญ้าเทียม จังหวัดสงขลา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	F-test			Sig.
			df.	Ms.	F	
ด้านดูแลเอาใจ ใส่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	1.556	2	0.778	2.542	0.080
	ภายในกลุ่ม	116.638	381	0.306		
	รวม	118.194	383			
ด้านตอบสนอง ต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.986	2	0.493	1.381	0.253
	ภายในกลุ่ม	136.055	381	0.357		
	รวม	137.042	383			
ด้านการสร้าง ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.016	2	0.508	1.543	0.215
	ภายในกลุ่ม	125.469	381	0.329		
	รวม	126.485	383			
ด้านความ ไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.678	2	0.839	3.04	0.049*
	ภายในกลุ่ม	105.129	381	0.276		
	รวม	106.806	383			
ด้านความเป็น รูปธรรมของการ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.488	2	0.244	0.851	0.428
	ภายในกลุ่ม	109.303	381	0.287		
	รวม	109.792	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.997	2	0.498	2.018	0.134
	ภายในกลุ่ม	94.099	381	0.247		
	รวม	95.095	383			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 2 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้ของผู้ใช้บริการ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความไว้วางใจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การรับรู้คุณภาพการบริการด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบรายคู่ด้านความไว้วางใจตามวิธี LSD รายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจ

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท
		4.603	4.763	4.729
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.603	–	-.160*	-.126*
15,000 – 30,000 บาท	4.763	–	–	.034
สูงกว่า 30,000 บาท	4.729	–	–	–

สนามฟุตบอลหญ้าเทียมในด้านความไว้วางใจ จำแนกตามรายได้

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,000 – 30,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท

อภิปรายผลการวิจัย

การให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการจากสูงไปต่ำ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และด้านตอบสนองต่อลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัตติยา พัวพวง และกรเอก กาญจนโกดิน (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการสนามกีฬาประชาคมมณฑลกีฬาสาธิตการกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจต่อผู้ให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก และมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของพิรุณ ไชยเลิศ และกรวีร์ ชัยอมรไพศาล (2559) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า



คุณภาพการให้บริการของอยู่ในระดับสูงตามความเป็นจริงในทุกด้าน และเมื่อพิจารณาแยก พบว่าคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ดังนี้ ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ ทั้งนี้จะเห็นว่าความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ลูกค้าจะพิจารณาเลือกใช้บริการ ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมแห่งเมื่อมีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพการบริการของสนาม และความน่าเชื่อถือของสนาม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภกาญจน์ แก้วมรกต (2558) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ระดับคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี คุณภาพที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากโดยที่ด้านความเชื่อถือ/ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนามอยู่ในระดับมาก สำหรับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ลูกค้าจะพิจารณาว่าการที่เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย สนามหญ้าเทียมมีอุปกรณ์กีฬาที่ทันสมัยสำหรับการให้บริการ ส่งผลให้เห็นต่อความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการกับบริการที่ได้รับจากสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผลการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาด้านความไว้วางใจแตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของเวนิส บรรพต (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้สูงกว่ามีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการด้านความไว้วางใจสูงกว่า

สรุปผลการวิจัย

บุคคลที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท โดยผู้ใช้บริการมีการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับระดับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และด้านตอบสนองต่อลูกค้า โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดสงขลาด้านความไว้วางใจแตกต่างกัน



ในขณะที่ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการธุรกิจสนามหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในพื้นที่จังหวัดสงขลา จึงนำมาสู่การเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธุรกิจสนามหญ้าในจังหวัดสงขลาได้ดังนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้ประกอบการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในพื้นที่จังหวัดสงขลา จะต้องให้ความสำคัญกับพื้นที่สำหรับรองรับผู้ใช้บริการ โดยสถานที่นั้นจะต้องเพียงพอต่อผู้ใช้บริการและผู้ติดตาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น การมีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจัดร้านค้าสำหรับจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นสำหรับผู้มาใช้บริการหรือบุคคลอื่นที่ร่วมเดินทางมากับผู้ใช้บริการ

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้มาใช้บริการ และควรจัดอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ รวมถึงการดูแลอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ประกอบการควรอธิบายให้พนักงานเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองเพื่อให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าและเข้าใจความต้องการของลูกค้าด้วยการสื่อสารที่ถูกต้องชัดเจนทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการให้บริการ

1.4 ด้านการสร้างความมั่นใจ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาบุคลากรหรือพนักงานให้มีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ มีการให้บริการด้วยความเสมอภาค และทำให้ลูกค้าประทับใจเมื่อมาใช้บริการ

1.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผู้ประกอบการควรแบ่งหน้าที่ตามตำแหน่งงานเพื่อให้พนักงานที่ดูแลงานแต่ละส่วนได้เป็นอย่างดี ดูแลเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ พนักงานต้องจดรายละเอียดและรายการที่ลูกค้าต้องการให้ชัดเจนตรวจสอบความเรียบร้อยบริเวณสนามหญ้าเทียมก่อนและหลังการให้บริการ

1.6 เนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน โดยเฉพาะผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องกำชับให้พนักงานให้บริการกับลูกค้า



กลุ่มนี้เป็นพิเศษเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และมีความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการมากขึ้น อันจะนำมาสู่การตัดสินใจใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำในโอกาสต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับการให้บริการว่าผู้ให้บริการได้ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่อย่างไร และผู้ประกอบการมีความสามารถในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการตามที่ใช้บริการเสนอแนะมาหรือไม่ มีความพร้อมในการปรับปรุงหรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการมากน้อยเพียงใด

รายการอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัตติยา พัวพวง และกรเอก กาญจนโกศล. (2563). การจัดการสนามกีฬาราชมั่งคณาภิบาลสถาน การกีฬาแห่งประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3(1), 51-62.
- จรรยา พรหมสระ. (2559). การให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมสกายชอคเกอร์ อำเภอดุสิต จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.
- พิรุณ ไชยเลิศ และกรวีร์ ชัยอมรไพศาล. (2559). คุณภาพการบริการของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในอำเภอมือ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารบัญชีปริทัศน์, 1(2), 43-58.
- ภาณุวัฒน์ ณ ระนอง. (2563). คุณค่าตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม Future Arena จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- เวนิส บรรพตา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอดุสิต จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.
- ศุภกาญจน์ แก้วมรกต. (2558). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรการกีฬา). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- Douglas, C. M. (2007). *Design and analysis of experiments* (6thed.). New York: John Willey & Sons.
- McLoveLock, H. C. (1996). *Managing Services*. New York: McGraw-Hill Book.



- McPherson, R. L. (2007). *Solving the field development puzzle: How to navigate the maze of developing a soccer complex*. New Jersey: A Simon & Schuster Company.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64(1), 12-40.
- Schmenner, R. W. (1995) *Service operations management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, & Berry L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions*. New York: The Free Press. Crosby (1982, p.15).



ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส

Cost and return of Nara Batik Group's Batik Fabrics Narathiwat Metropolis

ไฮดา สูดินปริดา^{1*}

Haida Sudinpreeda^{1*}

(Received: February 24, 2023; Revised: May 18, 2023; Accepted: June 8, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากรรมวิธีในการผลิตผ้าบาติก และศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจผ้าบาติก ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกในกลุ่มนาราบาติก จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ค่าร้อยละ คำนวณต้นทุน รายได้ และกำไรขั้นต้น ผลการวิจัยพบว่า ผ้าบาติกที่ถูกผลิตโดยกลุ่มนาราบาติก สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย และผ้าบาติกแบบเขียนลาย ต้นทุนการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลายเฉลี่ยอยู่ที่ 175.20 บาทต่อ 1 หลา และต้นทุนการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลายอยู่ที่ 264.22 บาทต่อ 1 หลา กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายผ้าบาติกกรมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 42,227 บาท โดยที่กำไรขั้นต้นจากการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลายมีมูลค่าสูงกว่ากำไรขั้นต้นจากการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลายอยู่ที่ 38,360 บาท ผลจากการวิเคราะห์กำไรขั้นต้นแสดงให้เห็นว่า การผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลายให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลาย อย่างไรก็ตามทางกลุ่มนาราบาติกยังคงต้องผลิตอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้แล้ว หนึ่งผลงานของช่างบาติกที่ใช้ภูมิปัญญาเดิมในการเขียนลายบนผ้าบาติกนั้น ได้รับความนิยมจากกลุ่มอนุรักษ์ ทั้งนี้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในลักษณะเดียวกันในการนำข้อมูลที่ได้ไปพิจารณาลดต้นทุนการผลิต และหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อเพิ่มกำไรได้

คำสำคัญ: ต้นทุน ผลตอบแทน ผ้าบาติก

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

¹ Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

*Corresponding author. E-mail: haida.m@pnu.ac.th



Abstract

This qualitative research was aimed to study the production procedure of batik fabric under the administration of Nara Batik Group and to study its cost and return fund. The study's informants included the chairman and seven committee members. Structured interview was employed as the instrument. Data obtained was descriptively analyzed looking for percentage, cost, revenue, gross profit. The results showed that batik fabrics produced by the Group can be divided into 2 types: block-printed batik and hand-printed batik. An average cost of producing block-printed batik is 175.20 THB per yard, while that of hand-printed batik is 264.22 THB. Most of the production costs are spent for raw materials and fabric paints. The average monthly gross profit is 42,227 THB. The gross profit from the production of block-printed batik is higher than that of hand-printed batik, at 38,360 THB. The analysis of both gross profits revealed that the production of block-printed batik offers higher rate of return than the production of hand-printed batik. However, the Group still keeps the production of the latter continue and develops its craftsmanship to boost up the sale with addition to promote the community economy. Moreover, the traditional hand-printed batik, which requires the application of local wisdom, is popular among conservatives. In addition, this finding would be an approach to reduce cost of production and increase profits for the enterprises of the same profession.

Keywords: Cost, Return, Batik fabric

บทนำ

คำว่า บาติก“Batik” หรือ ปาเต๊ะ เดิมเป็นคำในภาษาชวาใช้เรียกผ้าที่มีลวดลายที่เป็นจุด คำว่า “ติก” มีความหมายว่า เล็กน้อย หรือจุดเล็ก ๆ มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า ตริติก หรือ ตาริติก ดังนั้นคำว่า บาติกจึงมีความหมายว่าเป็นผ้าที่มีลวดลายเป็นจุดต่าง ๆ แหล่งกำเนิดของผ้าบาติกมาจากไหน ยังไม่เป็นที่ยุติ นักวิชาการชาวยุโรปหลายคนเชื่อว่ามิโนอินเดียก่อน แล้วจึงแพร่หลายเข้าไปใน อินโดนีเซียอีกหลายคนว่ามาจากอียิปต์ หรือเปอร์เซีย แม้ว่าจะได้มีการค้นพบผ้าบาติกที่มีอายุเก่าแก่ในประเทศอื่น ทั้งอียิปต์ อินเดียและญี่ปุ่น แต่บางคนก็ยังเชื่อว่า ผ้าบาติกเป็นของดั้งเดิมของอินโดนีเซีย จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของผ้าบาติกจึงสามารถสรุปได้ว่า ผ้าบาติกมีแหล่งกำเนิดที่ระบุไม่แน่ชัด แต่พบมากในประเทศอินโดนีเซีย โดยเริ่มมาจากการทำผ้าบาติกของสตรีในวังแล้วแพร่หลายไปสู่ประชาชนทั่วไป ในปัจจุบันถ้าเป็นบาติกที่เขียนด้วยมือถือว่าเป็นบาติกชั้นสูง มีราคาแพง จึงทำให้



เกิดการเลียนแบบผ้าบาติกด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถทำให้เกิดเทคนิคในการทำลวดลายให้ดูคล้ายกับผ้าบาติก แต่จริง ๆ แล้วเป็นการพิมพ์แบบสกรีนและไม่ใช่ที่นิยมเท่ากับผ้าบาติก ส่วนการทำผ้าบาติกของไทยนั้นนิยมทำกันเป็นงานฝีมือ หรือที่เรียกว่า บาติกแพ้นท์ที่เขียนด้วยมือ ซึ่งมีเอกลักษณ์แตกต่างกับศิลปะบาติกของชาติอื่น ผ้าบาติกหรือผ้าปาเต๊ะเป็นคำที่ใช้เรียกผ้าชนิดหนึ่งที่มีวิธีการทำโดยใช้เทียนปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีและใช้วิธีการแต้ม ระบาย หรือย้อมในส่วนที่ต้องการให้ติดสี (ภัทรผ้าไทย, 2558) ผ้าบาติกบางชิ้นอาจจะผ่านขั้นตอนการปิดเทียน แต้มสีระบายสีและย้อมสีนับเป็นสิบ ๆ ครั้ง ส่วนผ้าบาติกอย่างง่ายอาจทำได้โดยการเขียนเทียน หรือพิมพ์เทียนแล้วจึงนำไปย้อมสีที่ต้องการ (Sunarya, 2016) การทำผ้าบาติกในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศอินโดนีเซีย ผ่านประเทศมาเลเซียเผยแพร่เข้าสู่ชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นที่นิยมและผลิตกันมากในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยนิยมเขียนรูปแบบลวดลายศิลปะจากธรรมชาติ อาทิ ดอกไม้ ใบไม้ สัตว์ และรูปแบบลวดลายศิลปะเครื่องถ้วยต่าง ๆ จนประยุกต์กลายมาเป็นลวดลายเรขาคณิตในปัจจุบัน (ธวัชชัย ทุมทอง, 2545)

ชาวไทยมุสลิมโดยเฉพาะในจังหวัดชายแดนภาคใต้รู้จักการทำผ้าบาติกโดยได้รับเทคนิคมาจากมาเลเซีย และได้ตั้งโรงงานผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหรือโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง ซึ่งมีคนงานระหว่าง 50 – 100 คน แบ่งหน้าที่การผลิตออกเป็นแผนก ๆ ล้วนแต่อยู่ในจังหวัดนราธิวาส เสียเป็นส่วนมาก โดยเฉพาะที่อำเภอสุไหงโก-ลก ในปัจจุบันบาติกลายเขียนได้รับการพัฒนาและแพร่หลายมาก ทำให้สามารถผลิตผ้าได้หลายรูปแบบกว่าเดิม และสามารถขายได้ราคาที่ดีกว่าบาติกพิมพ์ ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมผ้าบาติกในภาคใต้หันมาผลิตผ้าบาติกลายเขียน เกิดการแข่งขันในตลาดโดยแสดงลักษณะงาน รูปแบบและเอกลักษณ์ของตนเอง จนผ้าบาติกบางชิ้นกลายเป็นจิตรกรรมที่มีราคาสูงกว่าทั่วไปมาก ผ้าที่นิยมทำกันมาก ได้แก่ ผ้าโลรอง ผ้าชิ้น และเครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น (Krabi Batik, 2554)

กลุ่มนาราบาติกจัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน มุ่งเน้นความสามารถที่มีเฉพาะด้านของคนในพื้นที่ เพื่อให้ได้มีงานทำและมีรายได้ และพัฒนาศักยภาพเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในการผลิตผ้าบาติก จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลในเบื้องต้น พบว่าการผลิตและจำหน่ายผ้าบาติกขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรายรับ-รายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าบาติก ไม่ได้มีการคำนวณต้นทุนผลิตและผลตอบแทนที่ได้รับ ส่งผลให้กลุ่มนาราบาติกไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงของผ้าบาติก และราคาขายที่กำหนดขึ้นนั้นมีความเหมาะสมกับต้นทุนที่เสียไปหรือไม่ จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผ้าบาติกเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ และการ



กำหนดราคาขาย อีกทั้งยังช่วยในการวางแผนการผลิตสินค้าในอนาคตเพื่อพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนในอาชีพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษากรรมวิธีในการผลิตผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส
2. ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

ผ้าบาติกในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วมักจะเริ่มต้นทางตอนใต้ของประเทศ เช่น จังหวัดนราธิวาส ยะลา ส่วนรูปแบบลวดลายต่าง ๆ ของผ้าบาติกมักจะเลียนแบบลายผ้าบาติกของมาเลเซีย ดังนั้นผ้าบาติกของไทยเราที่ผลิตในจังหวัดชายแดนภาคใต้มักจะคล้ายกับผ้าบาติกของมาเลเซีย ซึ่งมีลักษณะบาติกแบบพิมพ์ผสมกับแบบเขียน (นันทา โรจนอุดมศาสตร์, 2536) ความโดดเด่นของผ้าบาติกอยู่ที่การใช้สี และลวดลายอันคมชัดของภาพที่สามารถบอกอะไรได้หลายอย่างทั้งถิ่นที่มา วัฒนธรรมความเป็นอยู่ ธรรมชาติ ไปจนถึงเอกลักษณ์ของแหล่งผลิต หรือกระทั่งความรู้สึกนึกคิดของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งมีกรรมวิธีที่ซับซ้อนอยู่หลายกระบวนการทั้งพิมพ์เทียน แด้มสี ระบายสี ย้อมสี จึงนับได้ว่าผ้าบาติกได้รวมอารยธรรมของความเป็นภาคใต้เอาไว้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

บาติกจึงมีลักษณะที่เป็นได้ทั้งงานหัตถอุตสาหกรรมและงานศิลปะที่เกิดขึ้นจากการเขียนลวดลายตามที่ต้องการลงบนผืนผ้าด้วยดินสอแล้วใช้ปากกาเขียนเทียนจันทิง (Tjanting) จุ่มน้ำเทียนเขียนไปตามลวดลายเพื่อให้ผ้าเป็นแนวป้องกันน้ำไม่ให้ซึมผ่านถึงกัน ซึ่งน้ำเทียนที่มีประสิทธิภาพจะต้องซึมผ่านทะลุทั้งด้านหน้าและด้านหลังของผืนผ้าบาติกโดยไม่ให้เกิดช่องว่างขึ้นจากนั้นจึงทำให้เกิดลวดลาย โดยวิธีการเพ้นท์สีหรือย้อมสีตามแต่กรณี สิบผืนผ้าจะต้องซึมผ่านทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำตัวของผ้าบาติกทำให้ผู้สวมใส่ภาคภูมิใจว่าผลิตภัณท์ที่ซื้อเป็นชิ้นเดียวในโลก

ข้อมูลทางการบัญชีถือเป็นข้อมูลหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งหย่อนไปกว่าข้อมูลทางการบริหารอื่น ๆ เนื่องจากข้อมูลทางการบัญชีเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ทำให้ผู้บริหารทราบถึงสถานภาพด้านการเงินของธุรกิจ การขาดข้อมูลทางการเงินและการผลิตที่จำเป็นต่อการบริหารและการตัดสินใจเชิงธุรกิจเป็นปัญหาหลักสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีส่วนใหญ่ในประเทศไทยมูลเหตุสำคัญของปัญหาใหญ่นี้คือความเข้าใจและการให้ความสำคัญต่อระบบบัญชีเพื่อการบริหารของผู้ประกอบการไทย (มีนา ภัทรนาวิก, 2557) การที่ไม่สามารถคำนวณต้นทุนผลิตภัณท์ให้ถูกต้องได้นั้นมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อความสามารถ



ในการทำกำไรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวขององค์กร เนื่องจากองค์กรไม่สามารถกำหนดราคาขายที่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงได้ และเนื่องด้วยองค์กรไม่สามารถคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องได้ ทำให้บางองค์กรไม่เห็นถึงความสำคัญของการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และกำหนดราคาขายโดยใช้ประสบการณ์ในอดีตและความรู้สึกเป็นสำคัญ (ดุขฎิ บุญธรรม, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

การบัญชีต้นทุนมีรากฐานเริ่มแรกจากความต้องการทราบข้อมูลบัญชีเพื่อประเมินผลกำไรขาดทุนเท่านั้น ต่อมาเมื่อมีการผลิตที่ซับซ้อนขึ้น มีสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ข้อมูลต้นทุนนำมาใช้เพื่อการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าและตั้งราคา นับเป็นจุดเริ่มต้นของการคำนวณต้นทุนตามกลุ่มของสินค้า (ประภากรณ เกียรติกุลวัฒนา, 2555) ต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือต้นทุนที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้น ประกอบไปด้วย ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุดิบ (Materials) เป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 วัตถุดิบทางตรง (Direct materials) เป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญที่ใช้ในการผลิต สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในปริมาณเท่าใดและคิดเป็นต้นทุนเท่าใด

1.2 วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect materials) เป็นวัตถุดิบที่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือเป็นวัตถุดิบวัสดุต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ที่มีความเกี่ยวข้องโดยอ้อมในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

2. ค่าแรงงาน (Labor) คือ ค่าจ้าง หรือค่าตอบแทนที่จ่ายให้แก่ลูกจ้าง หรือคนงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 ค่าแรงงานทางตรง (Direct labor) ถือเป็นค่าแรงส่วนสำคัญที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป โดยค่าแรงงานทางตรงนี้จะอยู่ในรูปของค่าจ้าง หรือค่าตอบแทนที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง โดยปกติในการผลิตสินค้าหน่วยหนึ่ง ๆ ค่าแรงงานทางตรงจะมีจำนวนมากกว่าค่าแรงงานทางอ้อม

2.2 ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect labor) เป็นค่าแรงงานของลูกจ้าง หรือคนงานที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนการผลิตโดยไม่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าโดยตรง

3. ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing overhead) คือ ค่าใช้จ่ายที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าที่นอกเหนือจาก ต้นทุนค่าวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง โดยค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะเป็น



ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโรงงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการผลิตเท่านั้น และไม่รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสำนักงาน (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2552)

ทั้งนี้นอกจากต้นทุนในการผลิตแล้ว ยังมีต้นทุนในการขายและบริหารจัดการที่เป็นต้นทุนในการดำเนินงาน กิจกรรมจะต้องนำต้นทุนในส่วนนี้ไปคำนวณเพื่อทราบกำไรจากการดำเนินงานที่แท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผลตอบแทน และการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน ผลตอบแทนของการลงทุน หมายถึง สิ่งที่ผู้ลงทุนมุ่งหวังจะได้รับการลงทุนในธุรกิจซึ่งเป็นผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับ ณ จุดที่ยอมรับได้และคุ้มค่ากับการลงทุน (สุขใจ ตอนปัญญา, 2554) ผลตอบแทนในการศึกษานี้ หมายถึง กำไรจากการขายผ้าบาติก ทั้งนี้การศึกษาเกี่ยวกับผลตอบแทนสามารถใช้วิธีการวิเคราะห์ผลตอบแทนได้หลายวิธี ในการศึกษาผลตอบแทนของการลงทุนการผลิตผ้าบาติกในครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกใช้อัตราส่วนกำไรขั้นต้นเพื่อการวิเคราะห์ได้ดังนี้

อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย เป็นอัตราส่วนที่จะบอกให้ทราบว่า กิจกรรมมีความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นเป็นร้อยละเท่าไรเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายสุทธิ อัตรากำไรขั้นต้นยิ่งสูงยิ่งดีแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารงาน และการจัดซื้อสินค้ารวมทั้งนโยบายการผลิต และการตั้งราคาขาย (สุพยอม นาจันทร์, ปทุมพร หิรัญสาลี, จุไรรัตน์ ทองบุญชู, วรกร ภูมิวิเศษ, และลักขณา คำชู, 2559)

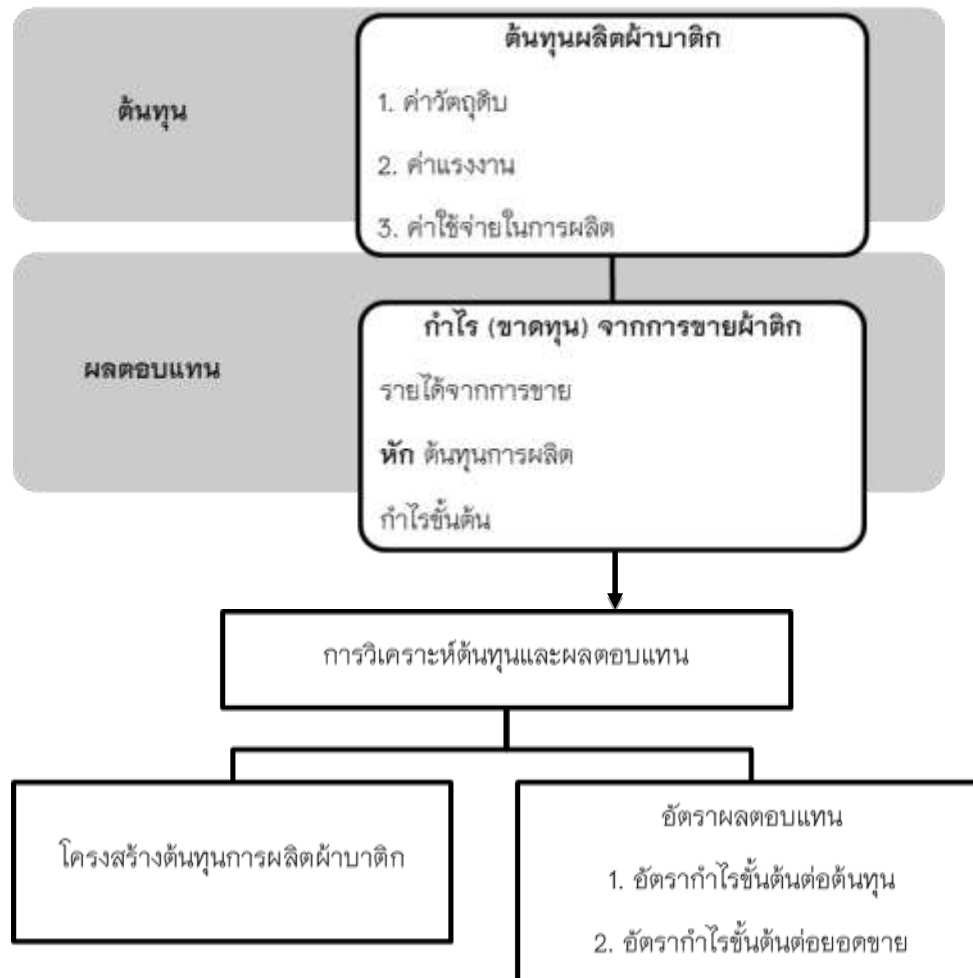
$$\text{อัตราส่วนกำไรขั้นต้น} = \text{กำไรขั้นต้น} \times 100$$

ยอดขาย

อัตรากำไรขั้นต้น (Gross profit margin) เป็นสัดส่วนของยอดขายที่เหลือหลังหักจากต้นทุนสินค้าที่ขาย ทุกธุรกิจจำเป็นต้องมีอัตรากำไรขั้นต้นระดับหนึ่ง ถ้าไม่สามารถทำกำไรขั้นต้นนี้ให้เพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ ธุรกิจจะประสบปัญหาในการดำเนินงานได้ (พรธัญญา ชูนิมิตรกุล, 2558)



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อดำเนินการศึกษารวมวิธีในการผลิตผ้าบาติก และคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติก

1. ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มนารบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ประกอบด้วย ประธานกลุ่มผู้ผลิตผ้าบาติก และสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 คน



2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในประเด็นขั้นตอนการผลิต ส่วนประกอบในการผลิต ต้นทุนการผลิต

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร ข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าบาติก

3. วิธีการดำเนินการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured interview) และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและประวัติของกลุ่ม

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการผลิตผ้าบาติก ประกอบด้วย ประวัติ ลวดลาย ประเภท วัสดุในการใช้ผลิต และขั้นตอนในการทำผ้าบาติก

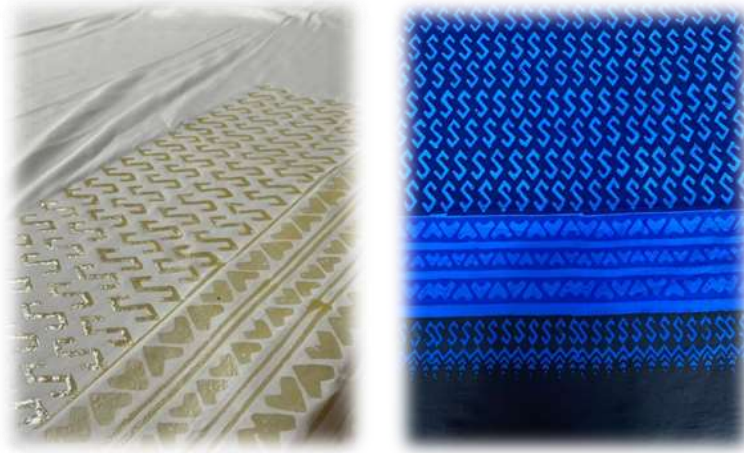
ส่วนที่ 3 ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติก ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต ปริมาณผลผลิต ปริมาณขาย และราคาขาย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการทำผ้าบาติก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำข้อมูลมาคำนวณผ้าบาติก (Product costs) รายได้ (Income) กำไรขาดทุน (Profit & Loss) และวิเคราะห์อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย

ผลการวิจัย

ผ้าบาติกเป็นภูมิปัญญาของกลุ่มนาราบติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้การนำของประธานกลุ่มนาราบติก คุณอาหาหมัดดลยาลี หะยีดี๊ะ ประธานกลุ่มและผู้ก่อตั้งกลุ่มนาราบติก โดยรวบรวมสมาชิกที่สามารถผลิตผ้าบาติก จัดตั้งกลุ่มขึ้นมา มีสมาชิกทั้งหมด 7 คน ซึ่งผ้าบาติกที่เป็นที่นิยมมีด้วยกัน 2 แบบคือ ผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย กับผ้าบาติกแบบเขียนลาย (อาหาหมัดดลยาลี หะยีดี๊ะ, การสัมภาษณ์, 29 มกราคม 2565)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย

การออกแบบบาติกพิมพ์ลาย คือ ลายที่มีลักษณะเฉพาะที่สามารถนำมาพิมพ์ต่อกันให้มีความต่อเนื่องกันระหว่างลายแต่ละชิ้น ลักษณะการจัดองค์ประกอบของลายพิมพ์นี้ควรให้ตัวลายอยู่ภายในโครงสร้างของรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส ที่นิยมใช้กันทั่วไป มี 4 ชนิด คือ

- **แม่พิมพ์โลหะ** เป็นแม่พิมพ์ลายเส้นที่แสดงรายละเอียดชัดเจน การออกแบบสำหรับการพิมพ์โดยทั่วไปมักจะออกเป็นชุดมีแม่พิมพ์ 2-3 อัน คือ แม่พิมพ์ลายเส้น แม่พิมพ์ปิด และแม่พิมพ์เก็บสีพื้น เพื่อย้อมสีที่ 2 ต่อไป

- **แม่พิมพ์ไม้** เป็นแม่พิมพ์ที่มีลักษณะเป็นแผ่น ๆ ไม่สามารถแสดงเรื่องราว และรายละเอียดลักษณะเป็นลายเส้นใด ๆ ลายที่เกิดขึ้นจะได้สีขาว คือ เกิดจากรอยเทียนจาก แม่พิมพ์ และพื้นเป็นสีย้อม

- **แม่พิมพ์เชือก** เป็นลวดลายที่ไม่มีรายละเอียดเป็นลักษณะลายเส้น เมื่อพิมพ์เทียนแล้วนำไปย้อมแล้วพิมพ์เทียนซ้ำเพื่อเก็บสีเดิมไว้ลักษณะลายจะแสดงให้เห็นลายพื้นของผิวแม่พิมพ์ (Texture) จากรอยแม่พิมพ์เชือก

- **แม่พิมพ์พลาสติก** ทำจากพลาสติกแผ่นบางใสสีเขียวขุ่นละลายพลาสติกให้สวยงามทำลวดลายบนผ้าเหมือน ๆ กันได้เป็นชุดหลายผืนอาจเรียกได้ว่า สเตลซิล แผ่นหนึ่งจะลงเทียนได้ 40-50 ครั้ง



ภาพที่ 3 ผ้าบาติกแบบเขียนลาย

การออกแบบบาติกเขียนลาย โดยส่วนใหญ่จะออกแบบลงบนกระดาษก่อนการลอกลายลงบนผ้าด้วยดินสอสีเพื่อนำไปเขียนด้วยจันตัง บาติกลายเขียนนี้จะออกแบบลายเพียงครั้งเดียวไม่นิยมทำซ้ำ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละลาย ถ้ามีการทำซ้ำกันจะทำให้คุณค่าของลวดลายนั้นลดลง การเขียนลายผู้เขียนสามารถเลือกขนาดของจันตัง ให้เหมาะกับจุดประสงค์ และความต้องการของผู้ออกแบบเอง

1. กระบวนการผลิตผ้าบาติก

ขั้นตอนที่ 1 การซึ่งผ้าขาวให้ตั้งกับกรอบไม้บาติก นำผ้าที่ทำความสะอาดแล้วนำมาซึ่งให้ตั้งกับกรอบไม้บาติก โดยวิธีการขลิบผ้าแล้วเขียนลาย เขียนลวดลาย หรือภาพที่ต้องการ ลงบนผ้าที่เตรียมไว้ด้วยดินสอ 2B ขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 2 ร้างแบบและเขียนเทียน ใช้น้ำเทียนที่ตั้งไฟจนละลาย มาทาบนเฟรมแล้วนำผ้ามาวางซึ่งบนเฟรมให้ตึง น้ำเทียนจะเป็นตัวจับผ้ากับเฟรม ขูดผ้าบริเวณขอบเฟรมด้วยเหรียญ หรือด้ามช้อนเพื่อให้ผ้าจับกับเฟรมแน่นขึ้นจุ่มชานดั่งในน้ำเทียนให้ชานดั่งร้อน เดินเทียนขณะที่เทียนอุ่นกำลังดี เขียนเส้นที่ต้องการ เส้นเทียนไม่ควรใหญ่เกิน 2-3 มม. ควรถือกระดาษทิชชูไว้รอง เพื่อป้องกันการหยดของน้ำเทียนขณะเขียนลาย เพราะถ้าน้ำเทียนหยดใส่ตรงจุดใดแล้วสีจะไม่ติด เวลาวาดเส้นเทียน ถ้าเส้นเทียนเริ่มเล็กลง และเป็นสีขุ่นแสดงว่าเทียนเริ่มแข็งจะไม่ซึมเข้าเนื้อผ้า ให้รีบขูดออกแล้ววาดใหม่ ไม่เช่นนั้นเวลาลงสี สีจะซึมออกนอกขอบเทียน

ขั้นตอนที่ 3 การระบายสีลงบนผ้า ผสมสีตามอัตราส่วนเข้มข้น เข้มข้น และสีแต่ละแบบระบายสีตามลาย ส่วนไหนจะให้สีกลมกลืนกันให้ใช้ปลายนิ้วไล่สีไป-มาให้กลมกลืนกัน ก่อนระบายสี



ควรระบายน้ำที่พื้นผ้าก่อน ถ้าผ้ามีน้ำแฉะมากเกินไปให้ซับด้วยกระดาษทิชชู เวลาจะระบายสี ให้ระบายจากส่วนริมก่อน หรือตามแนวลูกศรของลาย เพราะบางลายต้องการไล่สีจากเข้มไปหาอ่อน หรือส่วนขอบเข้าหาตรงกลางเสมอ (การระบายน้ำบนผ้าก่อน เพื่อเวลาระบายสีจะได้ไม่เป็นคราบสีเข้มตรงขอบลาย) ระบายพื้น เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผึ่งให้สีแห้ง

ขั้นตอนที่ 4 ทาหน้ายากันสีตก ทาโซเดียมซิลิเกต ให้ทั่วลายที่ลงสีไว้ (ถ้าโซเดียมซิลิเกตข้นเกินไปให้ผสมน้ำได้เล็กน้อย แล้วคนให้เข้ากัน) ผึ่งให้โซเดียมซิลิเกตแห้งหรือประมาณ 4 – 5 ชั่วโมง เวลาผึ่งผ้าเพื่อรอให้สีหรือโซเดียมซิลิเกตแห้ง ต้องผึ่งผ้าให้ราบกับพื้น อย่าตั้งขึ้นหรือตะแคงเป็นอันขาด เพราะสีจะไหลซึมเข้าหากัน

ขั้นตอนที่ 5 ละลายเทียนออก นำผ้าที่ลงโซเดียมซิลิเกตจนแห้งแล้วไปซักทำความสะอาดให้สีและโซเดียมซิลิเกตออก แล้วต้มให้เทียนออก ซักกับผงซักฟอก แล้วซักในน้ำเปล่าให้สะอาด นำไปผึ่งรีดให้เรียบร้อย

2. ต้นทุนผ้าบาติก

ต้นทุนในการผลิตผ้าบาติกจะจำแนกตามประเภทของกรรมวิธีในการผลิต ได้แก่ ต้นทุนการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย และต้นทุนการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลาย

ตารางที่ 1 แสดงต้นทุนการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย

รายการ	ต้นทุน (บาท/หลา)	ค่าร้อยละ (%)
1. ค่าวัตถุดิบ		
1.1 ผ้าขาวคอตตอน 1 หลา	60	
1.2 สีบาติก	58	
1.3 ซิลิเกต	12	
1.4 ยางสน	15	
1.5 เทียน	12	
1.6 แก๊ส	0.55	
รวมค่าวัตถุดิบ	157.55	89.92
2. ค่าแรง		
2.1 ค่าลงสี	5	
2.2 ค่าต้ม	2.50	
2.3 ค่าพิมพ์ลาย	10	



ตารางที่ 1 แสดงต้นทุนการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย (ต่อ)

รายการ	ต้นทุน (บาท/หลา)	ค่าร้อยละ (%)
รวมค่าแรง	17.50	9.99
3.ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
3.1 ค่าสาธารณูปโภค	0.13	
3.2 ค่าบลิ๊ก	0.02	
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	0.15	0.09
ต้นทุนการผลิตรวม/หลา	175.20	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ต้นทุนผลิตรวมโดยเฉลี่ยสำหรับการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย 1 หลา เป็นเงินทั้งสิ้น 175.20 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ 157.55 บาท คิดเป็นร้อยละ 89.92 ได้แก่ ผ้าขาวคอตตอน 60 บาท สีบาติก 58 บาท ซิลิกเกต 12 บาท ยางสน 15 บาท เทียน 12 บาท แก๊ส 0.55 บาท ต้นทุนค่าแรง 17.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.99 ได้แก่ ค่าลงสี 5 บาท ค่าต้ม 2.50 บาท ค่าพิมพ์ลาย 10 บาท และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิต 0.15 บาท ได้แก่ ค่าน้ำประปาและค่าไฟฟ้า 0.13 บาท และบลิ๊ก 0.02 คิดเป็นร้อยละ 0.09

ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนผ้าบาติกแบบเขียนลาย

รายการ	ต้นทุน (บาท/หลา)	ค่าร้อยละ (%)
1. ค่าวัตถุดิบ		
1.1 ผ้าขาวคอตตอน 1 หลา	60	
1.2 สีบาติก	145	
1.3 ซิลิกเกต	12	
1.4 ยางสน	5	
1.5 เทียน	4	
1.6 แก๊ส	0.55	
รวมค่าวัตถุดิบ	226.55	85.75



ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนผ้าบาติกแบบเขียนลาย (ต่อ)

รายการ	ต้นทุน (บาท/หลา)	ค่าร้อยละ (%)
2. ค่าแรง		
2.1 ค่าลงสี	15	
2.2 ค่าต้ม	2.50	
2.3 ค่าเขียนลาย	20	
รวมค่าแรง	37.50	14.19
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
3.1 ค่าสาธารณูปโภค	0.14	
3.2 จันตึง	0.03	
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	0.17	0.06
ต้นทุนการผลิตรวม/หลา	264.22	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ต้นทุนผลิตรวมโดยเฉลี่ยสำหรับการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลาย 1 หลา เป็นเงินทั้งสิ้น 264.22 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ 226.55 บาท คิดเป็นร้อยละ 85.75 ได้แก่ ผ้าขาว คอตตอน 60 บาท สีบาติก 145 บาท ซิลิกเกต 12 บาท ยางสน 5 บาท เทียน 4 บาท แก๊ส 0.55 บาท ต้นทุนค่าแรง 37.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.19 ได้แก่ ค่าลงสี 15 บาท ค่าต้ม 2.5 บาท ค่าเขียนลาย 20 บาท และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิต 0.17 บาท ได้แก่ ค่าน้ำประปาและค่าไฟฟ้า 0.14 บาท และ จันตึง 0.03 คิดเป็นร้อยละ 0.06

3. ผลตอบแทนการจำหน่ายผ้าบาติก

ตารางที่ 3 แสดงผลตอบแทนผ้าบาติกเฉลี่ยต่อ 1 หลา

ประเภทการผลิต	ยอดขาย (บาท/หลา)	ต้นทุน (บาท/หลา)	กำไรขั้นต้น (บาท/หลา)	อัตรากำไร ต่อยอดขาย
ผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย	230	175.20	54.80	31.28
ผ้าบาติกแบบเขียนลาย	290	264.22	25.78	9.76



ตารางที่ 4 แสดงผลตอบแทนผ้าบาติกเฉลี่ยต่อ 1 เดือน

ต้นทุนการผลิตผ้าบาติก	(บาท/เดือน)			
ผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย (จำหน่ายได้ประมาณ 700 หลา/เดือน)	161,000	122,640	38,360	23.83
ผ้าบาติกแบบเขียนลาย (จำหน่ายได้ 150 หลา/เดือน)	43,500	39,633	3,867	8.89
รวม	204,500	162,273	42,227	32.72

จากตารางที่ 3 และ 4 พบว่า กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายผ้าบาติกรวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 42,227 บาท แบ่งเป็น กำไรขั้นต้นจากการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย 38,360 บาท เมื่อคิดกำไรต่อหลา เท่ากับ 54.80 บาท และกำไรขั้นต้นจากการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลายเท่ากับ 3,867 บาท เมื่อคิดกำไรต่อหลา เท่ากับ 25.78 บาท และอัตราผลตอบแทนขั้นต้นต่อยอดขายผ้าบาติกพิมพ์ลาย คิดเป็นร้อยละ 23.83 และผ้าบาติกแบบเขียนลาย คิดเป็นร้อยละ 8.89

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาทิก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมในประเด็นขั้นตอนการผลิต ส่วนประกอบในการผลิต ต้นทุนการผลิต โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ จากการสัมภาษณ์ดังนี้ “กลุ่มนาราบาทิกไม่มีการคำนวณต้นทุนการผลิตแต่อย่างใด เนื่องจากไม่มีความรู้ด้านต้นทุนและด้านบัญชี” ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ของ (ฉันทมัย เจียรกุล, 2557) พบว่าผู้ประกอบการยังขาดทักษะการบริหารการเงินและบัญชี ขาดการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ไม่มีความรู้ด้านต้นทุนและจุดคุ้มทุน ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่รู้ต้นทุนที่แท้จริงของตนเอง เมื่อกำหนดต้นทุนตัวเองไม่ได้จึงตั้งราคาสินค้าตนเองไม่ถูก ขายดีแต่ไม่ได้กำไร ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีความรู้ทางการบัญชีบ้างอย่างน้อยให้ได้ทราบรายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่ายและกำไร ซึ่งข้อมูลที่สำคัญมากที่สุดข้อมูลหนึ่งคือข้อมูลด้านต้นทุน (พรรณนิภา รอดวรรณะ, ดวงมณี โกมารทัต, และบุญเสริม วิมุกตะนันท์, 2550)

กลุ่มนาราบาทิกได้กำหนดราคาขายสำหรับผ้าบาติกแบบพิมพ์ลายหลาละ 230 บาท ปริมาณการขายผ้าบาติกแบบพิมพ์ลายต่อเดือนเท่ากับ 700 หลา รายได้จากการจำหน่ายผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย



เท่ากับ 161,000 บาทต่อเดือน ต้นทุนผลิตรวมโดยเฉลี่ยสำหรับการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย 1 หลา เท่ากับ 175.20 บาท ต้นทุนผลิตรวมต่อเดือนเท่ากับ 122,640 บาท ดังนั้นกำไรขั้นต้น 38,360 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 23.83 สำหรับผ้าบาติกแบบเขียนลายจำหน่ายหลาละ 290 บาท ปริมาณการขายผ้าบาติกแบบเขียนลายต่อเดือนเท่ากับ 150 หลา รายได้จากการจำหน่ายผ้าบาติกแบบเขียนลายเท่ากับ 43,500 บาทต่อเดือน ต้นทุนผลิตรวมโดยเฉลี่ยสำหรับการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลาย 1 หลา เท่ากับ 264.22 บาท ต้นทุนผลิตรวมต่อเดือนเท่ากับ 39,633 บาท ดังนั้นกำไรขั้นต้น 3,867 บาท อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 8.89

ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ต้นทุนผลิตผ้าบาติกทั้งสองแบบ ต้นทุนผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย มีต้นทุนผลิตที่ต่ำกว่า แต่มีปริมาณยอดขายสูง ในขณะที่ต้นทุนผ้าบาติกแบบเขียนลายมีต้นทุนที่สูง แต่ปริมาณยอดขายต่ำ จึงถือว่าคุ้มค่ากับการลงทุน ทั้งนี้กลุ่มนารบาติกมีกำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายผ้าบาติกรวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 42,227 บาท แบ่งเป็น กำไรขั้นต้นจากการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย 38,360 บาท เมื่อคิดกำไรต่อหลา เท่ากับ 54.80 บาท และกำไรขั้นต้นจากการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลาย เท่ากับ 3,867 บาท เมื่อคิดกำไรขั้นต้นต่อหลา เท่ากับ 25.78 บาท และอัตราผลตอบแทนขั้นต้นต่อยอดขายผ้าบาติกพิมพ์ลาย คิดเป็นร้อยละ 23.83 และผ้าบาติกแบบเขียนลาย คิดเป็นร้อยละ 8.89

ต้นทุนการผลิตผ้าบาติก ส่วนใหญ่เป็นต้นทุนค่าวัตถุดิบ โดยเฉพาะค่าผ้าขาวคอตตอน และสีบาติก เป็นต้นทุนที่สูงที่สุดในการผลิตผ้าบาติก ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับแนวคิด (นภลัย บุญทิม, 2564) ที่ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนของกลุ่มสตรีบ้านเล่าง่ง ในอำเภอบางบาล จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ต้นทุนที่สูงที่สุดในการผลิตผ้าเขียนเทียนประเภทผ้าใบกัญชง ส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ โดยเฉพาะค่าผ้าใบกัญชง คิดเป็นร้อยละ 83.38 เป็นต้นทุนที่สูงที่สุดในการผลิตผ้าเขียนเทียน และสอดคล้องกับแก้วมณี อุทัยมัย, จริญญา สันฐิตินาวรัตน์, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพรววิภา นิลแก้ว, และสุภาภรณ์ แสนทันทาว (2560) ที่ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ต้นทุนที่สูงที่สุดในการทอผ้า คือ ค่าวัตถุดิบ โดยเฉพาะวัตถุดิบ (ผ้าไหม) ทั้งนี้เมื่อเทียบต้นทุนค่าวัตถุดิบการผลิตผ้าบาติกทั้งสองแบบ การผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลายมีต้นทุนการผลิตรวมที่สูงกว่า เนื่องจากต้นทุนค่าวัตถุดิบที่เป็นสีบาติก และค่าแรงเกี่ยวกับการเขียนลายสูงกว่า และมีการกำหนดราคาขายที่แพงกว่าการผลิตผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย แต่อย่างไรก็ตาม การผลิตและจำหน่ายผ้าบาติกที่เป็นการผลิตแบบเขียนลายจำเป็นต้องผลิตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังมีกลุ่มที่อนุรักษ์นิยมความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาของชาวบ้านดั้งเดิมของช่างเขียนลายบาติกดังกล่าว สอดคล้องกับสมภาพ อิวสกุล (2549) ภูมิปัญญาของภาคใต้ตอนใต้เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ไม่ควรให้สูญหาย การแต่งแต้มสีลงบนผืนผ้าแล้วก็ทราบโดยทั่วกันว่าเป็นศิลปะของภาคใต้



ตอนล่าง ความสวยงามไม่ได้เกิดเพราะความบังเอิญแต่หากเกิดจากจินตนาการความรักในบ้านเกิด ที่ฝังอยู่ในส่วนลึกของจิตใจและความตั้งใจในทุก ๆ จุดที่แต่งแต้มเข้าไปที่จะสะกดทุกสายตาให้เหลียวมอง ราวกับต้องมนต์ เหมือนดั่งผ้าบาติกที่ทุก ๆ จุดทุก ๆ สี และเส้นวาดล้วนแล้วแต่มีความสำคัญทั้งสิ้น นำมาซึ่งความหลงใหลในงาน รัก และภูมิใจในอาชีพ “ช่างบาติก”

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติกของกลุ่มนาราบาติก อำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส พบว่า กลุ่มนาราบาติก 1) การผลิตผ้าบาติกโดยกลุ่มนาราบาติก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย และผ้าบาติกแบบเขียนลาย กระบวนการผลิตผ้าบาติกแบบ พิมพ์ลาย จะมีการพิมพ์ลายบนเนื้อผ้าตามโครงสร้างของรูปสีเหลี่ยมผืนผ้า หรือสีเหลี่ยมจัตุรัส นิยมใช้ มี 4 ชนิดคือ แม่พิมพ์โลหะ แม่พิมพ์ไม้ แม่พิมพ์เชือก และแม่พิมพ์พลาสติก กระบวนการผลิตผ้าบาติก เขียนลาย มี 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การชิงผ้าขาวให้ตึงกับกรอบไม้บาติก เขียนลวดลายหรือภาพ ที่ต้องการด้วยดินสอ ขั้นตอนที่ 2 ร่างแบบและเขียนเทียน ขั้นตอนที่ 3 ระบายสีลงบนผ้า ขั้นตอนที่ 4 ทาน้ำยากันสีตก (น้ำยาโซเดียมซิลิเกต) ขั้นตอนที่ 5 ละลายเทียนออกโดยการต้มให้เทียนออก ชักให้ สะอาด และรีดให้เรียบ 2) ต้นทุนผ้าบาติกทั้งสองชนิดต่างกัน ซึ่งผ้าบาติกแบบเขียนลายต้นทุนจะสูง กว่าผ้าบาติกแบบพิมพ์ลาย แต่ราคาขายจะขายในราคาที่ไม่ต่างกันมากนักขึ้นอยู่กับปริมาณลวดลาย ของผ้าบาติก แต่อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าบาติกแบบเขียนลายก็ยังคงต้องดำเนินการต่อ เนื่องจากยังมี กลุ่มลูกค้าอนุรักษ์ผ้าบาติกแบบเขียนลายอยู่ ทั้งนี้กลุ่มนาราบาติกจะต้องปรับสูตรหรือส่วนผสมในการผลิต หรือหาแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูก เพื่อลดต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มกำไรโดยไม่กระทบต่อกลุ่มผู้บริโภคผ้าบาติก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 กลุ่มนาราบาติก หรือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในลักษณะเดียวกันสามารถนำข้อมูล ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าบาติกไปใช้เป็นแนวทางในการลดต้นทุนการผลิต เช่น สมาชิกควรหาแหล่ง วัตถุดิบที่มีราคาถูก สร้างเครือข่ายในการสั่งซื้อวัตถุดิบ และใช้วิธีการสั่งซื้อแบบประหยัดที่สุด เพื่อลด ต้นทุนค่าวัตถุดิบ ช่วยให้การจำหน่ายผ้าบาติกมีกำไรเพิ่มมากขึ้น

1.2 เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในลักษณะเดียวกันในการนำข้อมูลที่ได้ไป พิจารณาลดต้นทุนการผลิต และหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อเพิ่มกำไรได้



1.3 เป็นฐานข้อมูลให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่กำลังสนใจการผลิตผ้าบาติกเพื่อจำหน่ายและให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าชนิดอื่น ๆ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส เช่น ผ้าทอ ผ้าขาวม้า และผ้าชนิดอื่น ๆ ที่มีอัตลักษณ์นิยม

2.2 ศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของผ้าบาติกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส และชุมชนพื้นที่ใกล้เคียง

รายการอ้างอิง

- แก้วมณี อุทัยมัย, จริญญา สันฐิตินาวัฒน์, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพร่วิภา นิลแก้ว, และสุภาภรณ์ แสนทูน้าว. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 12(2), 116-124.
- ดุขฎี บุญธรรม. (2556). การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตแท่งชิ้นงานในอุตสาหกรรมโดยใช้ระบบต้นทุน กิจกรรม. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 36(2), 203-213.
- ธวัชชัย ทมทอง. (2545). *ศิลปะการทำบาติก ลายเขียนระบายสี*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธัญมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*, 34(1), 177-191.
- นภาลัย บุญทิม. (2564). ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่าแงในอำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(58), 25-33.
- นันทา ไรจนอุดมศาสตร์. (2536). *การทำผ้าบาติก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา. (2555). วิวัฒนาการการบัญชีต้นทุน. *จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์*, 34(134), 82-91.
- พรรณนิภา รอดวรรณะ, ดวงมณี โกมารทัต, และบุญเสริม วิมุฑะนันท์. (2550). การวิเคราะห์ต้นทุนน้ำมันดิบของเกษตรกรและสมาชิกสหกรณ์โคนมในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์*, 29(114), 62-70.
- พรรณภา ถูวนิมิตรกุล. (2558). *การเงินธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทราผ้าไทย. (2558). *ประวัติผ้าบาติก หรือผ้าปาเต๊ะ*. สืบค้นจาก <http://www.pattraphathal.com/article>



- มีนา ภัทรนาวิก. (2557). เหลียวหลัง ...แลหน้า “บัญชีบริหาร” ของผู้ประกอบการไทย. *จุลสารสมาคมการบัญชีไทย*, 10(2), 24–26.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). *การบัญชีต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- สมภพ อิวสกุล. (2549). *โซดาติคศิษฐ์สูงชู*. กรุงเทพฯ: พรินท์ แอนด์ แพคเซอร์วิลโลว์.
- สุขใจ ตอนปัญญา. (2554). *ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกข้าวเกษตรกรรม 5 ตำบลหัวดงอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สุพยอม นาจันทร์, ปทุมพร หิรัญสาลี, จุไรรัตน์ ทองบุญชู, วรกร ภูมิวิเศษ, และลักขณา คำชู. (2559). *ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านชุมพอดำบลเกาะแต้ว อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 2 “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม” (หน้า 923–939)*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- Krabi batik. (2554). *ประวัติผ้าบาติก*. สืบค้นจาก <https://krabibatik.wordpress.com>
- Sunarya, Y. Y. (2016). *Identity of Indonesian Textile Craft: Classic to Modern Batik* (Research report). Indonesia: Faculty of Visual Art and Design Bandung Institute of Technology.



กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

Effects of Marketing Mix Strategies on Halal Food Purchasing Decisions

อารีญา มินศรี¹ มะดาโอะ สุลหลง^{1*}

Areeya Minsri¹, Madaoh Sulong^{1*}

(Received: March 31, 2023; Revised: May 18, 2023; Accepted: June 8, 2023)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ของผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคชาวมุสลิมที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะของการเป็นมุสลิม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล และการทดสอบสมมติฐานของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด พบว่า องค์ประกอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้านคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลทางบวกในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding author. E-mail: madaoh_s@rmutt.ac.th



Abstract

The purpose of this study was to investigate personal factors and marketing mix strategies that influence the purchasing decisions of Halal food products among Muslim consumers in Bangkok. The samples used in the study comprised of 400 Muslim consumers who purchased Halal food products in Bangkok. Convenience sampling was used, and a questionnaire was employed as the data collection instrument. The statistical methods used to analyze the data included frequency, percentage, mean, standard deviation, one – way ANOVA and multiple regression analysis.

The study results revealed that personal factors such as gender, age, occupation, education level, average monthly income, and the nature of being a Muslim have an effect on the purchasing decisions of Halal food products. Additionally, the tested hypotheses regarding the marketing mix strategies component indicated that three components, namely price, contribution channels, and promotion, have a moderately positive effect on the purchasing decisions of Halal food products, with statistical significance at the 0.05 level. However, the component namely, product, was found to have no significant effect on the purchasing decisions of Halal food products. These findings provide valuable insights for businesses to develop their products and offerings to meet the needs of Muslim consumers.

Keywords: Marketing mix strategy, Purchasing decision, Halal food product

บทนำ

ปัจจุบันในตลาดโลกมีผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมอยู่ประมาณ 2,000 ล้านคน การค้าขายจำเป็นต้องดำเนินการเชิงรุกเพื่อที่จะเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดอาหารจากประเทศที่มีชาวมุสลิมให้มากขึ้น มีความสำคัญมากในวิถีการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิม คือเรื่อง อาหารฮาลาล (Halal food) ซึ่งผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม จะเรียกว่ามุสลิมหรืออิสลาม โดยชาวมุสลิมหรือชาวมุสลิมจำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาล อาหารฮาลาล คือ อาหารที่ไม่มีสิ่งต้องห้ามเจือปนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อสัตว์นั้นจะต้องเป็นเนื้อฮาลาล และไม่เจือปนสิ่งฮะรอม (Haram) หรือสิ่งต้องห้ามบริโภค เช่น เหล้า หรือไขมันหมู เป็นต้น เนื้อสัตว์ หรือผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ฮาลาลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสัตว์นั้นผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามแนวทางอิสลาม เนื่องจากเป็นตลาดอาหารฮาลาลที่มีมูลค่าสูงสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไทย จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับตลาดฮาลาลมากขึ้น ข้อมูลจากสำนักงาน



คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย พบว่าปัจจุบันมีบริษัทที่ได้รับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลกว่า 5,000 บริษัท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีการขอรับการรับรองฮาลาล 2,188 ราย หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 40 ต่อปี ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าในช่วงปี 2550-2554 ที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี (สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560) จากสาระสำคัญในช่วงต้นจะแสดงให้เห็นว่ากว่าจะมีการผลิตอาหารฮาลาลขึ้นนั้น จะต้องผ่านกระบวนการที่เข้มงวดตามหลักศาสนา เนื่องจากอาหารได้ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือ สิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติ เช่น วัตถุดิบ ส่วนประกอบสารปรุงแต่ง สารพิษ และสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ดี และถูกหลักสุขอนามัยมีคุณค่าอาหารเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนั้นต้องได้รับรอง “เครื่องหมายฮาลาล” คือ เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย แสดงลงบนสลากหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ปัจจุบันการบริโภคอาหารฮาลาลไม่เพียงเป็นที่นิยมแค่ในกลุ่มชาวมุสลิมเพียงเท่านั้น แต่มีประชาชนทั่วไปให้ความสนใจเลือกบริโภคอาหารฮาลาล ทำให้อาหารฮาลาลเป็นที่นิยมมากขึ้นอีกด้วย ดังนั้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล และเพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคอย่างไร และผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนา และเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล เพื่อนำผลการศึกษามาประกอบการศึกษาวิเคราะห์ปรับปรุงกับผลิตภัณฑ์ที่มีตราฮาลาลให้ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะการเป็นมุสลิม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การตลาด คือ แนวทางหรือแผนในการปฏิบัติงานขององค์การธุรกิจต่าง ๆ ที่ได้มีการวางแผนหรือเตรียมการมาแล้วเป็นอย่างดี มีตรรกะโดยมีการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด และการจัดสรรงบประมาณ



ทางการตลาด เพื่อให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากที่สุด กล่าวว่าการกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นการกำหนดวิธีการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดหรือองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด (4P's) เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ปัจจัยแรกที่จะทำธุรกิจได้ จะต้องมียี่ห้อที่เสนอขายที่อาจเป็นสินค้าและบริการ ความคิดที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น 2) ราคา (Price) คือ จำนวนเงินที่บุคคลต้องจ่ายเพื่อตอบแทนกับการได้รับกรรมสิทธิ์ สิทธิความสะดวกสบายและความพอใจในผลิตภัณฑ์นั้น 3) การจัดจำหน่าย (Place) คือ เมื่อนักการตลาดได้ตัดสินใจวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด และ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามการใช้เครื่องมือสื่อสารหลาย ๆ อย่างร่วมกัน (Kotler, 1997; คูณ เสรีรัตน์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของคุณค่าผลิตภัณฑ์หลักของสินค้าและบริการที่ได้รับโดยสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานตามความเชื่อ ประสพการณ์ และความคาดหวังจนเกิดความพอใจ ทั้งนี้พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น ๆ จะแตกต่างกันไปตามการตอบรับสิ่งกระตุ้นจากทั้งปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) ได้อีกด้วย ตลอดจนเป็นการสร้างทางเลือกจากความคิดและเหตุผล รวมถึงศึกษาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบทางเลือกและประกอบการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่มีประโยชน์สูงสุดและบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ (Kotler, 1997) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสรุปความหมายของการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ว่า เป็นพฤติกรรมในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก จนนำไปสู่กระบวนการแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือกในสินค้าและบริการเพื่อเปรียบเทียบกับประสพการณ์ ความเชื่อ และความคาดหวังในจิตใจที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค จะเป็นปัจจัยหลักที่มาจากคุณลักษณะของผู้ซื้อที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของพฤติกรรมที่แสดงออกมา (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547) ได้แก่

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture factors) ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานหลักที่กำหนดความต้องการ รวมถึงสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม การรับรู้ ความพอใจ และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจะแตกต่างกันไปได้อีกในแต่ละส่วนย่อย เช่น ชนชาติ ศาสนา และภูมิภาค เป็นต้น นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมคล้ายกัน

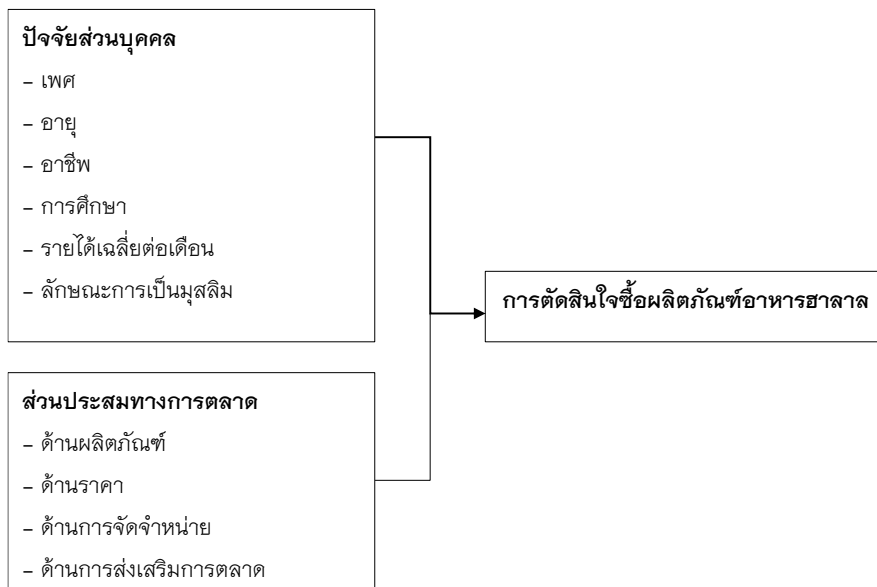


จะเป็นประชากรที่อยู่ชนชั้นทางสังคมเดียวกันตั้งแต่ชาติกำเนิด สถานที่อยู่อาศัยการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่จะทำให้เกิดเอกลักษณ์ของรูปแบบการใช้ชีวิต เช่น ภาษา การแต่งกาย บุคลิกภาพ และกิจกรรมการใช้เวลาว่าง เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคม (Social factors) อิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมสามารถกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้มากที่สุดปัจจัยหนึ่ง ขึ้นอยู่กับระดับความใกล้ชิดหรือความต่อเนื่องทางปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในกลุ่มสังคมนั้น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาล ฮาลาล มีความหมายว่า "อนุมัติหรืออนุญาต" ในภาษาอาหรับ โดยเมื่อนำคำดังกล่าวมาใช้ในบริบททางศาสนาจะหมายถึง "สิ่งที่ศาสนาอนุมัติหรืออนุญาตให้ทำ ด้วยเหตุนี้ "อาหารฮาลาล" จึงหมายถึง อาหารที่ได้รับการอนุมัติหรืออนุญาตให้นำมาบริโภคได้ตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม อาหารฮาลาลถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทุกคน เพราะมุสลิมเชื่อว่าบัญญัติของพระเจ้าที่อนุมัติหรือห้ามให้ทำ จะต้องนำไปปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ผู้ที่มิใช่มุสลิมก็สามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้ ลักษณะที่สำคัญของอาหารฮาลาล คือ การห้ามมิให้มีวัตถุดิบหรือส่วนประกอบใดที่เป็นสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ อาหารฮาลาลจะต้องผ่านกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับบัญญัติในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นในขั้นตอนตั้งแต่เริ่ม การเตรียมวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา ตลอดจนการขนส่งอาหาร อาหารฮาลาลนั้นต้องไม่ปะปนหรือสัมผัสกับสิ่งปนเปื้อน ทั้งยังต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต รวมถึงมีสถานที่ผลิตที่สะอาด (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2561)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะการเป็นมุสลิมที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลแตกต่างกัน
2. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยวิธีการวิจัยแบบสำรวจโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการศึกษา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสรุปผลการวิจัย และนำเสนอผลการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ มุสลิมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 807,245 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ มุสลิมที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม การเก็บแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form เรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้
 - ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะความเป็นมุสลิม เป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ
 - ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert scales)
 - ตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert scales)
2. แบบสอบถาม เรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร มีข้อคำถามที่ผ่านกระบวนการหาคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) และทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 30 คน และนำ



ข้อมูลหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Crobach's Alpha Coefficient) มีค่า 0.835 และหากพิจารณาค่าในแต่ละด้านพบว่าทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.7 เนื่องจากโดยปกติแล้วเกณฑ์ในการยอมรับจะอยู่ที่ 0.7 และจึงได้เก็บข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตัวเอง โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ .05 ใช้สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าที่ (t-test) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างที่มีตัวแปร 2 กลุ่มและทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ตามแปรปรวน (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามด้วยตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ซึ่งช่วยในการพยากรณ์ให้มีความถูกต้องมากขึ้น

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.2) ที่เป็นมุสลิมดั้งเดิมอิสลามโดยกำเนิด (ร้อยละ 95.8) มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี (ร้อยละ 54.5) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.4) เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 36.0) ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท (ร้อยละ 54.7)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	0.60	มากที่สุด
ด้านราคา	4.18	0.67	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16	0.72	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06	0.79	มาก
รวม	4.18	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล โดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้ ปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.33$) สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.18$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.16$) และด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.06$) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และพิจารณาในแต่ละหัวข้อ ผลได้ดังนี้ เมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลอย่างต่อเนื่องและเป็นประจำ และมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล และแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล มีปรึกษากับผู้อื่นมาก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล แสดงข้อมูลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ใช้เวลาในการเลือกเป็นอย่างมาก	4.057	.9652	มาก
2. ปรึกษากับผู้อื่นมาก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล	3.823	1.0996	มาก



ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
3. พิจารณาคูณลักษณะของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น รูปร่าง, ขนาด, ประโยชน์	4.222	.8395	มากที่สุด
4. สอบถามผู้ชาย เมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ให้เข้าใจอย่างชัดเจน	4.237	.8648	มากที่สุด
5. ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลอย่างต่อเนื่องและเป็นประจำ	4.528	.6598	มากที่สุด
6. พึงพอใจในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล และแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล	4.478	.6638	มากที่สุด
รวม	4.224	.6338	มากที่สุด

4. ข้อมูลวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	ค่าทดสอบ	ผลทดสอบ
ลักษณะการเป็นมุสลิมที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน	$t = 2.55$	ปฏิเสธ
เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน	$t = -0.07$	ยอมรับ
อายุแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน	$F = 1.09$	ยอมรับ
อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน	$F = 2.01$	ยอมรับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน	$F = 1.18$	ยอมรับ
การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน	$F = 0.14$	ยอมรับ

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะการเป็นมุสลิม เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน โดยสถิติที่ใช้ Independent Sample t-test และสถิติ F-Test (One-way ANOVA) พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะการเป็นมุสลิม มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลแตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคอาหารฮาลาลอยู่แล้ว จึงทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมดั้งเดิม (อิสลามดั้งเดิม) และมุสลิมใหม่ (เข้ารับอิสลาม) ที่แตกต่างกันนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลของเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ต่างกัน

5. การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยพหุคูณของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสถิติของสมการถดถอยพหุคูณของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Model	R	R square	Adjusted R square	Std.Error of the Estimate
1	.703 ^a	.494	.489	.453

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจที่ .703 และสามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ 49.40% และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

Model	Sum of square	df	Mean square	F	Sig.
1 (Constant)	1.333	.168		7.920	.000
ด้านผลิตภัณฑ์	.072	.063	.068	1.143	.254



ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล (ต่อ)

Model	Sum of square	df	Mean square	F	Sig.
ด้านราคา	.246	.061	.259	4.070	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.206	.066	.232	3.139	.002
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.171	.055	.212	3.120	.002

a. Dependent Variable: (การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล)

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลสามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$Y = 1.333 + 0.246 (\text{ด้านราคา}) + 0.206 (\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.171 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$

ค่า B ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.072, 0.246, 0.206 และ 0.171 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดมีค่าเป็นบวก นั่นคือ หากค่าของตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นตามค่า B ของแต่ละตัวแปร และเมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทั้ง 4 ตัวแปร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่า ทั้งสามตัวแปรนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล นั่นคือ ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภค และสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถร่วมกันอธิบายความสัมพันธ์ตัวแปรตามได้ดี ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงราคาที่ชัดเจน และมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล เช่น สถานที่จัดจำหน่ายนั้นมีการรักษาความสะอาด ไม่เสี่ยงต่อการปนเปื้อน เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์



อาหารฮาลาล เช่น การประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีสื่อต่าง ๆ หรือป้ายแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ผู้วิจัยขอสรุป ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.2 และเป็นมุสลิมดั้งเดิมอิสลามโดยกำเนิดร้อยละ 95.8 กลุ่มผู้บริโภคมียุอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี ร้อยละ 54.4 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 52.4 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 36.0 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 54.7 ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่นำมาศึกษา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งผู้วิจัยจะแบ่งการอภิปรายในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานฮาลาลในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ($\bar{x} = 4.510$) ในปัจจุบัน ผู้บริโภคได้รับข่าวสารมากขึ้นและตระหนักถึงสัญลักษณ์มาตรฐานฮาลาล ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบกับสถานการณ์ประเด็นข่าวต่าง ๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาลในปัจจุบัน จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตระหนักถึงความปลอดภัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ได้รับรองมาตรฐาน GMP HALAL HACCP ISO ฯลฯ ซึ่งมาตรฐานเหล่านี้เป็นมาตรฐานที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะทุกขั้นตอน (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2551)

ด้านราคา จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีราคาแสดงอย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.250$) การให้ความสำคัญกับการอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับราคาบนตัวผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลอย่างละเอียดเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yooyen and Leerattanakorn (2012)



ที่ว่าราคามีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 90.25 เห็นว่า ราคาควรมีความสมเหตุสมผลสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคควรได้รับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีการรักษาความสะอาด ไม่เสี่ยงต่อปนเปื้อน ($\bar{x} = 4.210$) ปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุดในการเลือกซื้อหรือเข้าใช้บริการร้านอาหาร/ขนมหวานแบรนด์สากล ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศดี และมีความสวยงาม ในขณะเดียวกันต้องยังคงรักษาไว้ซึ่งภาพลักษณ์ของแบรนด์ สอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ วงศ์สอน (2562) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้ายอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญสินค้าที่มีการจำหน่ายที่แพร่หลาย และสะดวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ด้านการส่งเสริมการตลาด จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภค จะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่มีการประชาสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ($\bar{x} = 4.155$) กลยุทธ์ที่สำคัญของการส่งเสริมการตลาดคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้ง่าย เป็นคนที่ชอบรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tolusic, Zmaic, and Deze (2002) ที่ว่า ผู้ขายควรกระตุ้นผู้บริโภคซื้ออาหารออร์แกนิกค่าจากสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ เป็นต้น กล่าวคือ ผู้ขายต้องทำให้สื่อสามารถเข้าถึงผู้มีอำนาจที่ตัดสินใจซื้อในครอบครัว

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่เป็นมุสลิมดั้งเดิม (อิสลามโดยกำเนิด) มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล และจากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่แตกต่างกัน ลักษณะการเป็นมุสลิมที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลักษณะการเป็นมุสลิมเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคอาหารฮาลาล จึงทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมดั้งเดิม (อิสลามดั้งเดิม) และมุสลิมใหม่ (เข้ารับอิสลาม) ที่แตกต่างกันนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่แตกต่างกัน



2. การศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร โดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ผู้บริโภคมั่นใจในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลอยู่แล้ว จึงทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่น เชื่อถือว่าปลอดภัย ถูกสุขลักษณะในตัวผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ส่วนด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนั้น ๆ ที่ช่วยประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การวิจัยครั้งนี้มีปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในส่วน of ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงความสะดวกสบายในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลเป็นแรงจูงใจ ความเชื่อถือ และทัศนคติ ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย และจากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จึงทำให้การทำการตลาดต้องให้ความสำคัญกับด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มากขึ้น เพื่อใช้ในเชิงธุรกิจทางด้านอุตสาหกรรมอาหาร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาร่วมกับวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล และเพื่อใช้เป็นข้อมูลของการทำการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยใช้เทคนิคของเครื่องมือในการวิจัย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อให้ได้ความคิดเห็นความเชื่อ ทัศนคติ หรือแนวคิดของผู้บริโภคยิ่งขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น



2.2 ควรทำการศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ครอบคลุมพื้นที่อื่น ๆ มากกว่านี้เนื่องจากผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ที่ต่างกันอาจมีทัศนคติต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะส่งผลที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

รายการอ้างอิง

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ = Services marketing*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทัศนีย์ วงศ์สอน. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2561). การส่งออกและนำเข้าอาหารฮาลาล. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/709499/709499
- ศุภร เสรีรัตน์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *ช่องทางตรวจสอบและโปรแกรมผลิตภัณฑ์ฮาลาล*. สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/prg/2759664>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *สถิติศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม*. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/04.aspx>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2551). *คำอธิบายพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551*. สืบค้นจาก https://www.moac.go.th/law_agri-files-422891791101
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and control* (7thed.). illustrated: Prentice Hall.
- Tolusic, K., Zmaic, K., & Deze, J. (2002). Marketing-mix in the function of the organic food of Eastern Croatia. *Ekonomski Pregled*, 53(7), 782–794.
- Yooyen, A., & Leerattanakorn, N. (2012). Discovering Niche Market Consumer Preferences and Willingness to Pay for Organic Pork. *Chinese Business Review*, 11(3), 251–264.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1

Factors Affecting Satisfaction of Participants in the 1st Southern Goat Festival

เอกพล ทองแก้ว^{1*}, อภิญญา รัตนไชย¹, เสาวณีย์ เล็กบางพง², ประจักษ์ เทพคุณ³, ภูธฤทธิ์ วิทยาพัฒนานุรักษ์ รักษาศิริ⁴

Ekkaphon Thongkaew^{1*}, Apinya Ratanachai¹, Saowanee Lekbangpong², Prajak Thepkun³,

Bhutharit Vittayaphattananurak Raksasiri⁴

(Received: April 28, 2023; Revised: June 9, 2023; Accepted: June 27, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และใช้สถิติเชิงพรรณนา อธิบายลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ Independent Sample t-test และ F-test เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และช่องทางการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 กับตัวแปรตามคือ ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ผ่านช่องทางบุคคลใกล้ชิดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.30 รองลงมาคือ สื่อสังคม คิดเป็นร้อยละ 26.10 2) การประเมินระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน และ 3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และศาสนาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

¹คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

¹Faculty of Natural Resources, Prince of Songkla University

²คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

²Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University

³วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีราชิवास มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

³Agricultural and Technology College of Narathiwat, Princess of Naradhiwas University

⁴คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁴Faculty of Animal Sciences and Agricultural Technologyrtment Silpakorn University

*Corresponding author. E-mail: 5810620027@email.psu.ac.th



คำสำคัญ: ความพึงพอใจ แพะ ภาคใต้ งานแพะภาคใต้

Abstract

The objectives of this research are to study satisfaction rate and factors among participants of the 1st Southern Goat Festival. The data were collected through questionnaires from 400 participants. Descriptives statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used to describe the data. Independent Sample t-Test and F-Test analyses were performed to determine the relationship between independent and dependent variables regarding the participants' satisfaction level at the festival. The results indicated the following: 1) The sample group received information about the festival activities primarily through intimate acquaintances at 72.30%, followed by social media at 26.10%. 2) The level of satisfaction towards the festival showed the highest rate of satisfaction in all aspects. 3) The statistical analysis revealed that age, education level, and religion significantly affected the satisfaction rate at a significance level of .05.

Keywords: Satisfaction, Goat, Southern, Southern Goat Festival

บทนำ

ในประเทศไทยมีการส่งเสริมและสนับสนุนมาการเลี้ยงแพะอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2562 มีจำนวนแพะ 832,533 ตัว เพิ่มขึ้นจำนวน 387,759 ตัว จำนวนเกษตรกรเลี้ยงแพะ 65,850 ครัวเรือน เพิ่มขึ้น 27,197 ครัวเรือน และมีกลุ่มเกษตรกรเลี้ยงแพะ จำนวน 501 กลุ่ม ชมรมผู้เลี้ยงแพะระดับจังหวัด 64 ชมรม และเครือข่ายระดับเขต 9 เขต ในส่วนของการบริโภคและการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ มีการประมาณการว่า จำนวนแพะที่ใช้บริโภคในประเทศไทยมีประมาณปีละ 377,000 ตัว ส่งออกตลาดต่างประเทศไปยังประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดมาเลเซีย ประมาณ 100,000 ตัวต่อปี ตลาดลาวและเวียดนาม ประมาณ 40,000 ตัวต่อปี ในขณะที่เดียวกันมีการนำเข้าแพะจากประเทศเมียนมาประมาณ 39,231 ตัวต่อปี เห็นได้ว่าแพะยังเป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการอย่างต่อเนื่องทั้งในและนอกประเทศ การเลี้ยงแพะจึงจัดเป็นอาชีพคู่สัตว์ทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับเกษตรกรและผู้ที่ต้องการเลี้ยงสัตว์เป็นอย่งยิ่ง เพราะช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้เลี้ยงจากการจำหน่ายผลผลิตทั้งที่เป็นการจำหน่ายแพะมีชีวิต เนื้อแพะ นมแพะ ผลิตภัณฑ์แปรรูป รวมไปถึงผลพลอยได้จากการเลี้ยง เช่น มูลแพะที่สามารถใช้เป็นปุ๋ยได้ นอกจากนั้นการเลี้ยงแพะยังใช้พื้นที่ไม่มากโดยสามารถใช้การเลี้ยงแบบเน้นให้แพะอยู่ในบริเวณที่จัดไว้และสามารถใช้อาหารที่มีในท้องถิ่นร่วมกับการปลูกหญ้าอาหารแพะในพื้นที่



ของเกษตรกรเอง เช่น กล้วยแพงโกล่า เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันของแพะได้ด้วย สำหรับรายได้ที่จะได้รับจะขึ้นอยู่กับกำหนดยแพะ และผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ เพราะราคาขายแพะมีชีวิตและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จะมีความแตกต่างกันไป โดยแพะมีชีวิตราคาจะขึ้นกับอายุ น้ำหนัก และความสวยงาม ความต้องการแพะในปัจจุบันตลาดยังมีความต้องการอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยผู้ซื้อมักจะเป็นผู้มาติดต่อซื้อกับผู้เลี้ยงโดยตรง ความต้องการซื้อยังคงมีมากในภาคใต้และตลาดต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 จังหวัดราชบุรี, 2562)

การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงแพะ ทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด ตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งได้กำหนดกรอบนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะแก่เกษตรกรรายย่อย ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะต้องศึกษาและพัฒนาการเลี้ยงของตนเอง พัฒนาสายพันธุ์แพะที่เลี้ยง ให้เลี้ยงง่าย โตเร็ว ทนทานต่อโรค สนับสนุนให้เกษตรกรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเพื่อนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะด้วยกัน รวมทั้งส่งเสริมด้านการทำอาหาร และผลิตภัณฑ์จากเนื้อแพะ ควรจะมีเมนูอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อแพะ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของแพะและผลิตภัณฑ์จากแพะให้มากขึ้น เพราะหากเลี้ยงเพื่อขายแพะมีชีวิตอย่างเดียว อาจทำให้ราคาขึ้นอยู่กับตลาดหรือพ่อค้าคนกลางเป็นเหตุให้ได้รับราคาไม่สูง และไม่พอใจให้เลี้ยง แต่หากผู้เลี้ยงมีการนำมาทำอาหาร หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแพะ เกษตรกรผู้เลี้ยงไม่จำเป็นต้องขายยกฝูงในครั้งเดียวเพราะสามารถเลี้ยงเอาไว้บริโภคเอง หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายต่อไปได้ โดยแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้มีการพัฒนาการเลี้ยงแพะและบริโภคแพะได้มากขึ้นคือ เกษตรกรและผู้สนใจในอาชีพการเลี้ยงแพะ จะต้องได้รับรู้เกี่ยวกับองค์ความรู้การเลี้ยงแพะตลอดจนการพัฒนาแพะด้านต่าง ๆ เพื่อเข้าสู่มาตรฐานในอนาคต รวมทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด ตลอดจนแหล่งเงินทุน เพื่อให้การเลี้ยงแพะมีความยั่งยืน สามารถประกอบเป็นอาชีพหลักเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรต่อไป (สรวิศ ธาณีโต, 2563) การมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ จะช่วยให้การเลี้ยงแพะมีความมั่นคงในอนาคต (สุธา โอมณี, 2560)

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมทางวิชาการเพื่อการส่งเสริมการเลี้ยงแพะและบริโภคผลิตภัณฑ์จากแพะ จึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้เกษตรกรและผู้สนใจในการเลี้ยงแพะ สามารถได้รับข้อมูล ข่าวสารทั้งในด้านองค์ความรู้ในการเลี้ยง การพัฒนาแพะในด้านต่าง ๆ การแปรรูปและการตลาด รวมถึงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น จากเกษตรกรด้วยกันและนักวิชาการด้านแพะ เป็นการเพิ่มความมั่นใจในการเลี้ยงให้มากขึ้น และนำไปสู่การเพิ่มจำนวนการเลี้ยงต่อไป ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากแพะได้ตรงตามความต้องการและพัฒนาการจัดกิจกรรมให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อให้การจัดกิจกรรมในอนาคตมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์



ต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมทางวิชาการ หรือเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจเกี่ยวกับการเลี้ยงแพะและผลิตภัณฑ์จากแพะ อันจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์จากแพะ และเพื่อความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์จากแพะให้มากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

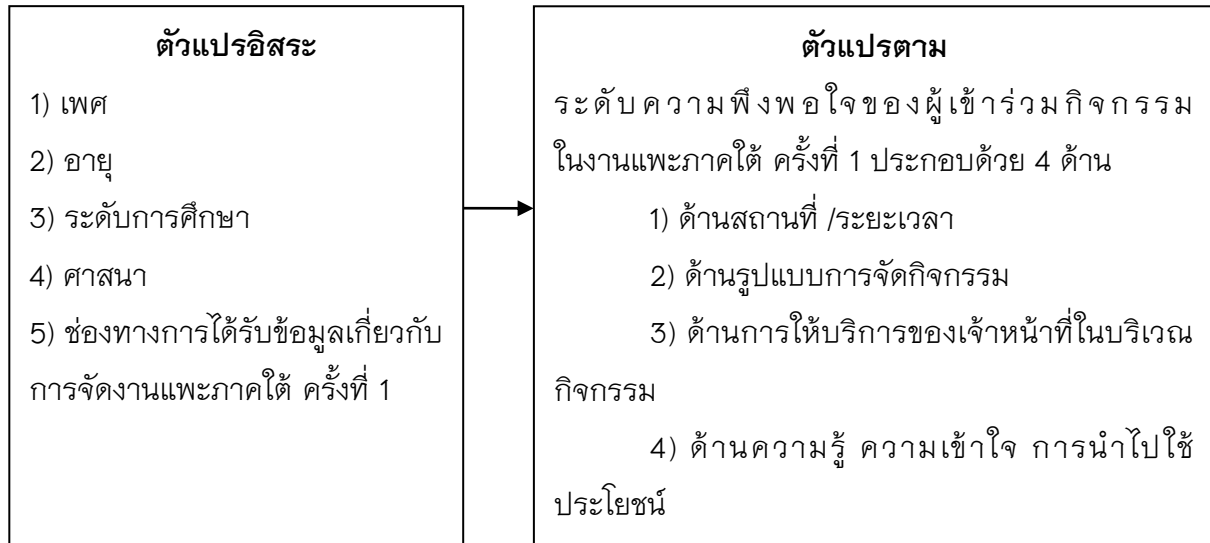
การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ และกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยต่อไปนี้ สื่อ มีบทบาทสำคัญมากในสังคมยุคปัจจุบัน เพราะเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความรู้ หรือเนื้อหาต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในงานส่งเสริมการเกษตร “สื่อ” มีความสำคัญมากในการถ่ายทอดความรู้ หรือแนวคิดต่าง ๆ ระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชีวิตความเป็นอยู่ของชีวิตเกษตรกรให้ดีขึ้น (ณรงค์ สมพงษ์, 2535) สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการเกษตร สื่อกิจกรรมหมายถึงกิจกรรม วิธีการต่าง ๆ มากมายตามแต่วัตถุประสงค์ที่จะได้จัดทำขึ้นเพื่อสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมาย สื่อประเภทกิจกรรมจึงได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารระดับต่าง ๆ หลากรูปแบบ เช่น การประชุม การสัมมนา การสาธิต การเปิดองค์การให้กลุ่มต่าง ๆ ได้เข้าเยี่ยมชม พบปะกับกลุ่มเป้าหมาย การจัดนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม จัดกิจกรรมทางการศึกษา ส่งเสริมอาชีพ (เจตนีย์ เพชรศรี, 2552) ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจจากการได้เรียนรู้ ได้ลงมือปฏิบัติจริง และสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจได้เป็นอย่างดี (พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ และทิพวรรณ ลิ้มงูร, 2562) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งนั้นอย่างไร และได้รับการตอบสนองอย่างไร หากได้รับการตอบสนองด้วยดีก็จะมีคามพึงพอใจมาก แต่หากได้รับการตอบสนองในทางตรงกันข้ามอาจจะผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ (สันดุสิต บิรวงษ์ตระกูล และคณะ, 2563) Korman (1977 อ้างถึงใน ใจทิพย์ เย็นสุข, 2561) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ทฤษฎีการสนองความต้องการ (Need fulfillment



theory) คือความพึงพอใจในงานเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงาน กับกล่าวคือการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคล 2) ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม (Reference-group theory) คือความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งจะใช้สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน หรือผลที่ได้จากการทำงาน โดย Dubrin (1992, อ้างถึงใน ใจทิพย์ เย็นสุข, 2561) ได้แบ่งระดับความพอใจ ออกเป็น 4 ระดับได้แก่ ระดับที่ 1 ความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน (Basic needs satisfied) ซึ่งจะได้รับการดูแลและปฏิบัติในขั้นพื้นฐานถือว่าอยู่ในขั้นปกติ ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับตามความคาดหวัง (Expectation satisfied) ขั้นนี้จะได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างเป็นมิตร ระดับที่ 3 ความพึงพอใจพิเศษ (Extra satisfaction) ได้รับการปฏิบัติและดูแลเป็นอย่างดี อย่างซาบซึ้ง ระดับที่ 4 ความปิติยินดี (Customer delight) จะได้รับการปฏิบัติเป็นอย่างดีเหนือความคาดหวัง การวัดความพึงพอใจใช้วิธีการวัดได้ 3 แนวทาง คือ สังเกต สัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม (ณัฐฐา เสวกวิหारी, 2560) ซึ่งในปัจจุบันนิยมใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในงานวิจัย เพราะการใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บข้อมูลที่ชัดเจน และสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ได้สะดวกกว่าวิธีการอื่น ๆ (กฤษฎีติณห์ ต้มโธสง, 2565) จากการศึกษาของภัคกร ขวัญสุขศรี และเมณิกัญญา นากามัทลี (2566) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการจัดซื้อจัดจ้างกลุ่มธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทางภาคใต้ของประเทศไทย พบว่า ระดับการศึกษาและแผนก แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการงานจัดซื้อจัดจ้าง แตกต่างกัน ที่ระดับ 0.05 และธันยรัตน์ ปรีชาบริสุทธิ์กุล (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการลงทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP กรณีศึกษา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอ่างทอง พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และปัจจัยคุณภาพการให้บริการทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ Paul (2021) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค กรณีศึกษาการบริโภคอาหารที่มีโปรตีนสูงเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภควัยทำงานในประเทศไทย พบว่า ระดับความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อขึ้นอยู่กับภูมิหลังที่แตกต่างระหว่างบุคคล นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์ และราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ มีความแตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ณ ลานกิจกรรม ชั้น 1 ห้างเซ็นทรัล เฟสติวัล หาดใหญ่ ระหว่างวันที่ 30 เมษายน – 1 พฤษภาคม 2565

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ณ ลานกิจกรรม ชั้น 1 ห้างเซ็นทรัล เฟสติวัล หาดใหญ่ ระหว่างวันที่ 30 เมษายน – 1 พฤษภาคม 2565 ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน .05 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 385 คน แต่ในทางปฏิบัติจริง อาจเก็บตัวอย่างเพิ่มมากขึ้นเป็น 400 คนได้ (ละเอียด คิลาน้อย, 2560) คณะผู้วิจัยจึงได้เก็บจำนวนตัวอย่าง 400 คน ทำให้ได้ระดับความเชื่อมั่นเป็น 95.44% สูงกว่าระดับที่ 95% ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (สุวิมล ติรภานนท์, 2543) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างระหว่างวันที่ 30 เมษายน – 1 พฤษภาคม 2565 ช่วงเวลา 11.00 – 21.00 น. ณ ลานกิจกรรมชั้น 1 ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา และช่องทางการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ประกอบด้วย 4 ด้านคือ ด้านสถานที่ /ระยะเวลา ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม และด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์

3. ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาระดับความพึงพอใจและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อการกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 การประเมินระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ 1) ด้านสถานที่ / ระยะเวลา 2) ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม 3) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม และ 4) ด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งวัดระดับความพึงพอใจโดยใช้มาตราวัดแบบ Rating scale ได้แก่ คะแนน 5.00 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คะแนน 4.00 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.00 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับกลาง คะแนน 2 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และคะแนน 1.00 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม เมื่อได้แบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงจากผู้วิจัยในเบื้องต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC: Item objective congruence index) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน จากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไข ตรวจสอบให้ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาจากการทดสอบของแบบสอบถาม พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.848 แสดงว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นสูง จากนั้นผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล



5.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาการจัดงานในระหว่างวันที่ 30 เมษายน – 1 พฤษภาคม 2565 ช่วงเวลา 11.00 – 21.00 น. ณ ลานกิจกรรมชั้น 1 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอธิบายข้อมูลในแบบคำถามจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administration)

5.3 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถาม และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 2) สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistics) ใช้เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์ Independent sample t-test เพื่อทดสอบว่าตัวแปรเพศ กับตัวแปรตามคือ ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 และใช้ การวิเคราะห์ F-Test เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ตัวแปร อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา และช่องทางการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 กับตัวแปรตามคือ ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ราย โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 79.00 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมาคือ ระดับปวช./ปวส. คิดเป็นร้อยละ 23.50 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 10.01 ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 5.00 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 64.70 ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 35.30 มีอายุอยู่ในช่วง 25–35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36–45 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.10 และมีอายุช่วง 45–55 ปี และ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.30 และ 1.70 ตามลำดับ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานผ่านทางคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 72.30 รองลงมาคือ สื่อ Social คิดเป็นร้อยละ 26.10 และโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 26.10 (ตารางที่ 1)



ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=400)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	316	79.00
หญิง	84	21.00
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	239	59.70
ปวช./ปวส.	94	23.50
ปริญญาโท	40	10.01
มัธยมศึกษาปีที่ 6	20	5.00
ปริญญาเอก	7	1.70
ศาสนา		
พุทธ	259	64.70
อิสลาม	141	35.30
อายุ (ปี)		
25 – 35	184	45.90
36 – 45	152	38.10
45 – 55	57	14.30
55 ขึ้นไป	7	1.70
การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงาน*		
คนใกล้ชิด	289	72.30
สื่อ Social	104	26.10
โปสเตอร์	7	1.70

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



2. ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ด้านสถานที่ / ระยะเวลา จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานที่ / ระยะเวลาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความพร้อมของอุปกรณ์ โสตทัศนูปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.98 รองลงมาคือ ช่วงระยะเวลาในการจัดงาน (เสาร์-อาทิตย์) ค่าเฉลี่ย 4.95 และ สถานที่จัดกิจกรรมมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.74 คะแนนความพึงพอใจด้านสถานที่/ ระยะเวลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.74)

2.2 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมให้คะแนนความพึงพอใจ ในหัวข้อการให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ และเจ้าหน้าที่มีความสุภาพ เป็นมิตร และเป็นกันเอง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.98 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ประจำบูธร้านค้า มีอัธยาศัยดี สุภาพ ยิ้มแย้ม ค่าเฉลี่ย 4.97 และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 4.93 ตามลำดับคะแนนความพึงพอใจ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.92)

2.3 ด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์ พบว่า ได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภค ผลิตภัณฑ์จากแพะมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.84 รองลงมาคือ ได้รับความรู้ในการผลิตแพะ ค่าเฉลี่ย 4.83 ได้รับความรู้จากการเยี่ยมชมกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.83)

2.4 ความรู้/ประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำไปปรับใช้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.83 ตามลำดับ คะแนนความพึงพอใจด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.85) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=400)

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
	มากที่สุด	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ด้านสถานที่ / ระยะเวลา							
สถานที่จัดกิจกรรมมี	366	27	7	–	–	4.74	0.35
ความเหมาะสม	(91.60)	(6.70)	(1.70)			(มากที่สุด)	



ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

(n=400)

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
	มากที่สุด	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ มีความพร้อม : เครื่อง เสียง จอฉายภาพ	394 (98.30)	3 (0.80)	3 (0.80)	-	-	4.98 (มากที่สุด)	0.20
ช่วงระยะเวลาในการจัด งาน (เสาร์-อาทิตย์)	380 (95.00)	20 (5.00)	-	-	-	4.95 (มากที่สุด)	0.22
การประชาสัมพันธ์งาน	168 (42.00)	134 (33.60)	91 (22.70)	7 (1.70)	-	4.15 (มากที่สุด)	0.84
ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม							
รูปแบบ/หัวข้อ ในการจัด กิจกรรมมีความ เหมาะสม	289 (72.30)	104 (26.10)	7 (1.70)	-	-	4.70 (มากที่สุด)	0.50
ระยะเวลาในการจัด กิจกรรม เสวนา มีความ เหมาะสม	279 (69.70)	101 (25.20)	20 (5.00)	-	-	4.64 (มากที่สุด)	0.58
ความพึงพอใจการจัด กิจกรรมโดยรวม	377 (94.10)	20 (5.00)	3 (0.80)	-	-	4.91 (มากที่สุด)	0.32
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม							
การอำนวยความสะดวก ของเจ้าหน้าที่	377 (94.10)	20 (5.00)	3 (0.80)	-	-	4.93 (มากที่สุด)	0.28
การให้คำแนะนำหรือ ตอบข้อซักถามของ เจ้าหน้าที่	393 (98.30)	7 (1.70)	-	-	-	4.98 (มากที่สุด)	0.13
เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ เป็นมิตร และเป็นกันเอง	393 (98.30)	3 (0.80)	4 (0.90)	-	-	4.98 (มากที่สุด)	0.13



ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

(n=400)

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
	มากที่สุด	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เจ้าหน้าที่ประจำบูธร้าน	386	14	-	-	-	4.97	0.18
คำ มีธรรมาศย์ดี สุภาพ ยิ้มแย้ม	(96.60)	(3.40)				(มากที่สุด)	
ด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์							
ความรู้ในการผลิตแพะที่ ได้รับจากกิจกรรม	333	64	3	-	-	4.83	0.40
	(83.20)	(16.00)	(0.80)			(มากที่สุด)	
ความรู้เกี่ยวกับการ บริโภคผลิตภัณฑ์จาก แพะที่ได้รับ	336	64	-	-	-	4.84	0.37
	(84.00)	(16.00)				(มากที่สุด)	
ประโยชน์ที่ได้รับจากการ เยี่ยมชมกิจกรรม	330	70	-	-	-	4.83	0.38
	(82.40)	(17.60)				(มากที่สุด)	
ความรู้/ประโยชน์จาก การเข้าร่วมกิจกรรมที่จะ นำไปปรับใช้ได้	346	54	-	-	-	4.83	0.34
	(86.60)	(13.40)				(มากที่สุด)	

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจภาพรวมของการจัดกิจกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.81) โดยมีระดับคะแนนความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านสถานที่ / ระยะเวลา ค่าเฉลี่ย 4.74 ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม ค่าเฉลี่ย 4.69 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม ค่าเฉลี่ย 4.96 และด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.84 ซึ่งทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ตารางที่ 3)



ตารางที่ 3 ความพึงพอใจด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม

(n=400)

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ด้านสถานที่ / ระยะเวลา	4.74 (มากที่สุด)	0.40
ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม	4.69 (มากที่สุด)	0.17
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณ กิจกรรม	4.96 (มากที่สุด)	0.02
ด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์	4.84 (มากที่สุด)	0.02
รวม	4.81 (มากที่สุด)	0.18

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1

ตารางที่ 4 ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ครั้งที่ 1 จำแนกตามเพศ

เพศ	N	Mean	Std.Deviation	Std.Error	t	Sig.
ชาย	316	4.524	.401	.028	-.822	.465
หญิง	84	4.577	.418	.059		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



อภิปรายผลการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด และส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 - 35 ปี รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ผ่านช่องทางบุคคลคนใกล้ชิดมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลยังเป็นช่องทางที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากกว่าช่องทางอื่น ๆ อาจจะเป็นเพราะการพูดคุยสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารได้ง่ายและไม่ยุ่งจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางช่องทางดังกล่าวมากที่สุด

2. การประเมินระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสถานที่ / ระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.74) อาจเป็นเพราะสถานที่จัดงานกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 เป็นสถานที่เปิดซึ่งทำให้ผู้ที่ผ่านไปผ่านมาเกิดความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าว และได้ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมภายในงาน ประกอบกับการจัดงานตรงกับวันหยุดสุดสัปดาห์จึงทำให้ผู้เข้าชมให้ความสนใจเข้าร่วม อีกทั้งผู้จัดงานได้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานล่วงหน้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวได้อย่างถูกต้องและตรงตามวันเวลาที่จัดงาน 2) ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.69) อาจเป็นเพราะการจัดงานในครั้งนี้ เป็นการจัดงานรูปแบบที่แปลกใหม่ที่เป็นการจัดงานแสดงผลงานทางวิชาการในห้างสรรพสินค้า และภายในงานมีกิจกรรมมีความหลากหลายที่สร้างการดึงดูดใจแก่ผู้เข้าร่วม ซึ่งแตกต่างกับการจัดงานที่เป็นนิทรรศการทางวิชาการในรูปแบบที่เคยจัด จึงทำให้ตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.96) อาจเป็นเพราะการให้ความรู้และการแนะนำตัวผลิตภัณฑ์หรือองค์ความรู้เกี่ยวกับแพะนั้นผู้จัดงานได้จัดเจ้าหน้าที่ประจำบูธ เพื่อให้ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เข้าชม โดยเจ้าหน้าที่จะให้ความรู้โดยการบอกเล่าพูดคุยหรือแนะนำ ซึ่งจะเป็นการสร้างความเป็นกันเองแก่ผู้เข้าร่วมงาน สามารถตอบข้อซักถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับเนื้อหาต่าง ๆ ได้ จึงทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 4) ด้านความรู้ ความเข้าใจการนำไปใช้ประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 4.84) อาจเป็นเพราะการจัดงานในครั้งนี้เป็นการนำเอาองค์ความรู้ทางวิชาการมาเผยแพร่แก่สาธารณชนเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาเรียนรู้ได้อย่างง่าย โดยผู้จัดงานเน้นการใช้ภาษาที่มีความง่ายต่อการเข้าใจ ซึ่งเป็นการลดการใช้ภาษาที่เป็นภาษาทางวิชาการลง ซึ่งทำให้ผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมอ่านแล้วสามารถเข้าใจง่ายและสามารถนำไปประยุกต์ได้มากยิ่งขึ้น



ซึ่งเป็นไปตามสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (2563) ที่พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการจัดนิทรรศการ และการนำเสนอผลงานวิจัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้ความรู้/คำอธิบายของวิทยากรประจำบูธนิทรรศการ และประโยชน์ที่จะนำไปใช้ มีความพึงพอใจมากที่สุดอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.66) และเป็นไปตามชาติรี คำเอก และอุไรวรรณ ไอยสุวรรณ (2561) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของ เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการการจัดการปุ๋ยเฉพาะพื้นที่สำหรับชาวในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จังหวัด เพชรบุรี พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ (เช่น การคัดเลือก เกษตรกรและการทำงานของเจ้าหน้าที่ของโครงการ) ตลอดจนผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม ของโครงการ (เช่น การลดต้นทุนการผลิตและการให้ผลผลิตข้าวเปลือก) อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และศาสนา มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 4 ด้านคือ 1) ด้านสถานที่ / ระยะเวลา 2) ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม 3) ด้าน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม 4) ด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์ อาจเป็นเพราะปัจจัยดังกล่าวที่มีความแตกต่างกันจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้หรือ ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือนิทรรศการแตกต่างกันซึ่งประสบการณ์เหล่านี้จะมีผลต่อระดับ ความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับชาติรี คำเอก และอุไรวรรณ ไอยสุวรรณ (2562) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ของเกษตรกรที่เข้าร่วมการฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือ/เว็บไซต์ในโครงการการเพิ่ม ประสิทธิภาพและลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมของระบบการผลิตข้าวในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้เทคนิคเกษตรแม่นยำสูง พบว่า อายุของเกษตรกรที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าร่วม ฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือ/เว็บไซต์ในด้านกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม ด้านนำ ความรู้ไปใช้ประโยชน์ ด้านแอปพลิเคชันบนมือถือ/เว็บไซต์ และในภาพรวมแตกต่างกัน โดยเกษตรกร ที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจมากกว่าเกษตรกรที่มีอายุมากกว่า และเป็นไปตามเอนก จันทร์เครือ และ กิ่งกนก ขวลิตรำรง (2561) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรต่อโครงการแผนพัฒนาอาชีพ เกษตรกรตามความต้องการของชุมชนเพื่อบรรเทาภัยแล้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทของการทำการเกษตร และโครงการที่ได้รับความช่วยเหลือต่างมีความพึงพอใจ ต่อโครงการแผนพัฒนาอาชีพตามความต้องการของชุมชนเพื่อบรรเทาภัยแล้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน



สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายลักษณะของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและใช้การวิเคราะห์ Independent Sample t-Test และ F-Test เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ / ระยะเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.74) ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.69) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบริเวณกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.96) และด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 4.84) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแพะภาคใต้ ครั้งที่ 1 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และศาสนาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานผ่านช่องทางบุคคลใกล้ชิดมากที่สุด ดังนั้นในการจัดงานครั้งต่อไปผู้จัดงานควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะทางสื่อสังคม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

1.2 จากการวิจัยพบว่า อายุ และระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพราะฉะนั้นในการจัดกิจกรรมในอนาคต ควรมีการจัดกิจกรรมภายในงานที่มีความหลากหลายเข้าใจได้ง่ายสอดคล้องกับระดับความรู้และช่วงอายุของผู้เข้ากิจกรรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความรู้จากภายในงานได้อย่างครบถ้วน และเพื่อเป็นการสร้างความน่าสนใจของกิจกรรมภายในงานได้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการประเด็นความรู้ และวิธีการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำมาใช้วางแผนในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมายต่อไป



2.2 ควรมีการศึกษาการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการประเด็นความรู้ ความต้องการวิธีการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนประชาสัมพันธ์และวางแผนจัดกิจกรรมให้เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อแสดงให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ

2.4 ควรมีการปรับวิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากขึ้นและครอบคลุมประเด็นการศึกษามากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมและสื่อเพื่อการส่งเสริมการเลี้ยงแพะและการบริโภคผลิตภัณฑ์จากแพะ ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2564

รายการอ้างอิง

- กฤษฎีทิณฑ์ ต้มโธสง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการคอร์สการเตรียมความพร้อมก่อนการตั้งครรภ์ออนไลน์ในผู้ที่ตั้งครรภ์แล้ว (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- เจตน์ยธ เพชรศรี. (2552) การเปิดรับสื่อและความต้องการเนื้อหาข่าวสาร ของนักการเมืองท้องถิ่นจากสื่อขององค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี). สืบค้นจาก https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/STOU.the.2009.17
- ใจทิพย์ เย็นสุข. (2561). การพัฒนาความสามารถการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยการสอนแบบกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนคาเบรียลอุปถัมภ์ (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, กรุงเทพฯ.
- ชาติรี คำเอก และอุไรวรรณ ไอยสุวรรณ. (2561). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจัดการปุ๋ยเฉพาะพื้นที่สำหรับชาวในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี. รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 “นวัตกรรมที่พลิกโฉมสังคมโลก” (158-165). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี.



- ชาติรี คำเอก และอุไรวรรณ ไอยสุวรรณ. (2562). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่เข้าร่วมฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือ/เว็บไซต์ในโครงการการเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมของระบบการผลิตข้าวในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้เทคนิคเกษตรแม่นยำสูง. รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 11 (1-8). นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ณรงค์ สมพงษ์. (2535). *สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ณัฐฐา เสวกวิหारी. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามาศิ (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พัชรา เขียมกิจการ สบายใจ และทิพวรรณ ลิ้มงูร (2562). ความต้องการสื่อในการส่งเสริมการเกษตรในเมืองของสถานศึกษาในเขตชุมชนเมือง. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 27(55), 110-134.
- ภัคกร ขวัญสุขศรี และมณีกัญญา นากามัทลี. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการจัดซื้อจัดจ้างกลุ่มธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทางภาคใต้ของประเทศไทย. *Journal of Modern Learning Development*, 8(1), 153-167.
- ธันยนันท์ ปรีชาบริสุทธิ์กุล. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการลงทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP กรณีศึกษา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอ่างทอง *วารสารโครงการทวีปริญญาทางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ*, 1-10. สืบค้นจาก <http://www.mpamba.ru.ac.th/images/Project/bangkok015/6317950013.pdf>
- ละเอียต ศิลาน้อย. (2560). การใช้สูตรทางสถิติ (ที่ถูกต้อง) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณในทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 12(2), 50-61.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 จังหวัดราชบุรี. (2562). *เลี้ยงแพะ อาชีพเสริมด้านปศุสัตว์ สร้างกำไร 700 บาท/ตัว*. สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th/view/1>
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (2563). รายงานประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของหน่วยงาน. สืบค้นจาก https://webs.rmutl.ac.th/assets/upload/files/2021/09/20210928090846_25025.pdf



- สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล, นิสากร ยินดีจันทร์, อังศุมาริน สุขย์รัตนโชค, ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา, จเร เกื่อนพวงแก้ว, ปฏิภาณ กิตตินันท์วัฒน์, และ Mwangati Whenda-Bhose NG oli. (2563). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์ (สองภาษา) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. *วารสารสหวิทยาการ สังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 3(2), 107-120.
- สุชา โอมนิ. (2560). การศึกษารูปแบบการเลี้ยงและวิธีการตลาดแพะเนื้อ กรณีศึกษาจังหวัด สุราษฎร์ธานี (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สุราษฎร์ธานี.
- สุวิมล ตีรกานนท์. (2543). *การประเมินโครงการ:แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สรวิศ ธานีโต. (2563). *เร่งส่งเสริมเกษตรกรเลี้ยงแพะส่งออกเวียดนาม จีน มาเลเซียเพิ่มความต้องการสูง*. สืบค้นจาก <https://www.komchadluek.net/news/agricultural/411358>
- เอนก จันทร์เครือ และกิ่งกนก ขวลิตรำรง (2561). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อโครงการแผนพัฒนา อาชีพเกษตรกรตามความต้องการของชุมชนเพื่อบรรเทาภัยแล้ง จังหวัดราชบุรี. *วารสาร รัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 5(2), 36-55.
- Paul, K. (2021). Factors Effecting Customer Satisfaction and Purchase Intention: A Case Study of High Protein Food Purchase for Weight Control among Young Adults in Thailand. *Songklanakarin Journal of Management Sciences*, 38(1), 26-55



กลุ่มของความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงในมุมมองของคนรัสเซีย:
กรณีศึกษาผ่านสุภาษิต

A group of meanings that reflect the image of women from the perspective of
Russian people: a case study of proverbs

ปริตต์ อรุณโชน^{1*}

Parit Aroonost^{1*}

(Received: May 1, 2023; Revised: June 17, 2023; Accepted: June 27, 2023)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านมุมมองของชาวรัสเซียในอดีต ผ่านการศึกษาสุภาษิตที่ปรากฏคำเรียกหรือสัญลักษณ์ที่สื่อถึงผู้หญิง โดยเน้นการวิเคราะห์ผ่านแหล่งข้อมูลรวบรวมสุภาษิตภาษารัสเซียจากพจนานุกรมสุภาษิต และแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 65 ลำดับ วิเคราะห์และจัดกลุ่มตามความหมายที่สะท้อนผ่านสุภาษิตเกี่ยวกับผู้หญิงในประเด็นต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ทั้งในเชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบของชาวรัสเซียที่มีต่อผู้หญิงในอดีต ผลการศึกษพบว่า คนรัสเซียมีมุมมองเชิงลบต่อผู้หญิงมากกว่าเชิงบวกอย่างเห็นได้ชัด โดยภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสุภาษิตสามารถแบ่งเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงง่าย 2) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านภาระหน้าที่ 3) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการพุดคุยนิทาและการส่งเสียงดัง 4) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านสติปัญญา 5) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความขัดแย้งและความแตกแยก 6) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการเน้นอารมณ์ความรู้สึกเป็นที่ตั้ง 7) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านข้อจำกัดของการใช้ประโยชน์และคุณค่า 8) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านพฤติกรรมที่ดื้อรั้น และ 9) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการขาดความน่าเชื่อถือ การศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมทางความคิด ตลอดจนพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของบทบาทสตรีที่แปรไปด้วยอคติบนสังคมของชายเป็นใหญ่ได้

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ ผู้หญิง สุภาษิต ภาษารัสเซีย

¹สาขารัสเซียและยูเรเชียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹Russian and Eurasian studies, Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

*Corresponding author. E-mail: parit.a@arts.tu.ac.th



Abstract

This research examined a group of meanings that reflect the historical image of women from the perspective of Russian people by studying the proverbs or symbols related to women. The data were gathered from Russian proverb dictionaries and electronic sources, totaling 65 proverbs. The data were analyzed and categorized the meanings highlighting both positive and negative historical image of women in Russian context. The results indicated that Russians generally held more negative views towards women. The identified groups of women imagery portrayed in the proverbs include: 1) inconsistency and indecision; 2) societal responsibilities and role; 3) talkativeness and loudness; 4) intelligence; 5) conflict-making; 6) emotional centering; 7) value limitations and worthlessness; 8) stubbornness; and 9) unreliability. This study contributes to the understanding of relationship between language and culture perceptions, as well as the historical development of gender roles and attitudes in patriarchal prejudices within Russian society.

Keywords: Image, Women, Proverbs, Russian

บทนำ

หนึ่งในบทบาทของภาษาที่สำคัญสำหรับการดำรงอยู่ของมนุษย์ในแต่ละยุค นอกเหนือจากการสื่อสาร คือการให้หรือส่งต่อชุดข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้สัมผัสจากสภาพแวดล้อมรอบตัวในสังคมของตน ชุมทรัพย์ในรูปแบบข้อมูลดังกล่าวที่มนุษย์สั่งสมมาหลายอย่างมีลักษณะเป็นปรัชญา แก่นความคิด หรือแนวคิดของผู้คนในยุคก่อนที่สามารถให้ประโยชน์ให้กับคนรุ่นหลัง หรือสามารถสะท้อนการรับรู้ วัฒนธรรม ความคิด และมุมมองของผู้คนในอดีตได้ ลักษณะการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอประเด็นดังกล่าวในบางครั้งอยู่ในสิ่งที่เรียกว่าสุภาษิตหรือภาษิต คำว่า “สุภาษิต” ตามความหมายของราชบัณฑิต ประกอบไปด้วยองค์ประกอบสองประการหลัก หนึ่งใน “ถ้อยคำหรือข้อความที่กล่าวสืบต่อกันมาช้านาน” และสอง คือ “คำกล่าวที่เป็นคติคำสอนให้ประพฤติดีหรือไม่ประพฤติอย่างใดอย่างหนึ่ง” (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550)

สุภาษิตจึงไม่เพียงมีความเก่าแก่และทรงคุณค่าในการเป็นหลักยึดหลักปฏิบัติเพื่อแนะนำสั่งสอนผู้คนในรุ่นต่าง ๆ แต่ยังสามารถเป็นสิ่งที่สะท้อนการนำเสนอมุมมองของผู้คนในอดีต ทั้งนี้ความหมายข้างต้นสอดคล้องกับนักวิชาการชาวรัสเซียที่ได้ให้คำนิยามสุภาษิตว่าเป็น คำสอนในรูปอุปมาขนาดสั้นและการใช้ภาษาทั่ว ๆ ไปที่ได้รับการเผยแพร่และเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้คน (Dal, 1957) โดยสะท้อนถึง



ประสบการณ์ทางสังคมและประวัติศาสตร์ของผู้คนที่มีอายุหลายศตวรรษ (Martynova & Mitrofanova, 1986) นอกจากนี้จุดที่เพิ่มเติมความหมายของสุภาษิตที่แตกต่างจากนิยามของไทยคือการเปรียบเทียบ “คำตัดสิน” ที่สามารถประเมินสิ่งที่ดีและไม่ดีได้ (Dal, 1957) จากประเด็นด้านความหมายต่าง ๆ อาจกล่าวได้ว่าสุภาษิตสามารถเสนอมุมมองของผู้คนในประเด็นต่าง ๆ ในแต่ละสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบได้ ซึ่งมีนัยยะครอบคลุมถึง “ภาพลักษณ์” ในประเด็นนั้น ๆ ได้

ภาพลักษณ์ตามความหมายของราชบัณฑิตยสถาน คือ “ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554) นอกจากนี้นักวิชาการไทยได้เพิ่มเติมความหมายด้านความรู้สึกในนิยาม โดยกล่าวถึงภาพลักษณ์ว่าเป็น “ภาพในใจ เกิดจากการใช้ถ้อยคำสร้างให้เกิดความคิด ความรู้สึกและความประทับใจโดยอาศัยจินตนาการ” (กุลหลาบ มัลลิกะมาส, 2537) หากมีการนำความคิดและความรู้สึกเข้ามาสู่การพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ หลีกเลียงไม่ได้ในการพัฒนาไปสู่การประเมินคุณค่าเชิงบวกและลบในเรื่องนั้น ๆ สอดคล้องกับสาระสำคัญของภาพลักษณ์เชิงซ้อนซึ่งจัดเป็นประเภทหนึ่งของภาพลักษณ์ตามมุมมองของพรทิพย์ พิมลสินธ์ (2540) นักวิชาการอีกท่านหนึ่ง โดยระบุว่าภาพลักษณ์มีทั้งลักษณะเชิงบวกและเชิงลบตามความคิดของบุคคล ซึ่งพิจารณาจากความรู้ความสามารถ ฐานะ การศึกษา และอื่น ๆ เนื่องด้วยปัจจัยด้านวัฒนธรรมและความคิดความเชื่อของผู้คนในแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน ทำให้การสะท้อนภาพลักษณ์เชิงบวกและเชิงลบในเรื่องต่าง ๆ ผ่านสุภาษิตแต่ละภาษาจึงอาจมีทั้งจุดร่วมและจุดที่แตกต่างกันไป งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาประเด็นเรื่องภาพลักษณ์ที่มีต่อเพศหญิงในสุภาษิตรัสเซียซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงมุมมองของชนชาติรัสเซียในอดีตได้

บทบาทของเพศหญิงเป็นหนึ่งในหัวข้อที่ได้รับการตั้งคำถามอยู่มากในยุคปัจจุบันโดยเฉพาะในประเด็นด้านการแสวงหาความเท่าเทียมกับเพศชายและการป้องกันการกดขี่ทางเพศในยุคสังคมแบบปิตาธิปไตย ดังจะพบได้จากการเกิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อผลักดันแนวคิดสตรีนิยมหรือเฟมินิสต์ขึ้นผ่านองค์กรหรือหน่วยงานในแต่ละประเทศ การศึกษาวิจัยบทบาทเพศหญิงที่หลายฝ่ายมองว่าถูกกดทับและถูกลดคุณค่าในหลายสังคมจึงเป็นหนึ่งในหัวข้อที่ได้รับความนิยมในสาขาต่าง ๆ ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ในมิติด้านภาษาบทบาทและภาพลักษณ์ของสตรีได้รับการศึกษาผ่านสำนวนสุภาษิตจากหลากหลายภาษา โดยสะท้อนให้รับรู้ผ่านมุมมองของคนชาติต่าง ๆ ที่มีต่อผู้หญิงในอดีตซึ่งมักปรากฏภาพลักษณ์เชิงลบทั้งในส่วนของโลกตะวันออกในหลายประเทศที่อยู่ฐานคิดของสังคมแบบชายเป็นใหญ่ซึ่งจะพบได้จากการนำเสนอบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงที่เชื่อมโยงกับการทำงานบ้าน เรื่องครัวเรือน การมีหน้าที่ในการปรนนิบัติสามีและคนในครอบครัว การครองตนในการไม่นอกใจ (วรารัษฎ์ มหามนตรี, 2557; อุบล เทศทอง, 2548) ในขณะที่โลกตะวันตกพบการนำเสนอ



อคติทางเพศโดยเฉพาะเพศหญิงที่ถูกกลบเกลื่อนในสังคม ซึ่งเชื่อมโยงกับบทบาทของความเชื่อเรื่องสิ่งเหนือธรรมชาติตลอดจนบทบาททางคริสต์ศาสนาในอดีต (อาทิตย์ จิตรโท, 2558)

ทั้งนี้ในแวดวงวิชาการไทยยังไม่พบงานวิจัยผ่านสุภาษิตรัสเซียซึ่งถือเป็นหนึ่งในตัวแทนของการมองบทบาทและความสำคัญของผู้หญิงในโลกตะวันตก การศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสุภาษิตรัสเซียจึงสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจในประเด็นด้านบทบาททางเพศในสังคมของคนรัสเซียซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การนำมาใช้ต่อยอดสำหรับการศึกษารายวิชาภาษารัสเซียเพื่อเข้าใจโครงสร้างทางไวยากรณ์ของภาษารัสเซียควบคู่กับบริบททางสังคม อีกทั้งงานวิจัยดังกล่าวยังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการทางความคิดของชาวรัสเซียที่มีต่อผู้หญิงในอดีตที่มีอิทธิพลต่อการเกิดกระแสการเรียกร้องความเท่าเทียมทางสังคมในรัสเซียในยุคต่าง ๆ ได้ อาทิ ช่วงเวลาของสหภาพโซเวียตที่มุ่งเน้นความเท่าเทียมทางสังคม หรือในกระแสสังคมยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความหลากหลายด้านแนวคิดสตรีนิยมและการกำหนดความสำคัญของผู้หญิงผ่านภาคส่วนของรัฐ เอกชน หรือหน่วยงานไม่แสวงหาผลกำไร จึงอาจกล่าวได้ว่าผลของการศึกษาข้างต้นมีลักษณะทั้งในเชิงการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมทางความคิดของผู้คนในสังคมเฉพาะได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

บทความวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ในการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงประเภทต่าง ๆ ผ่านการวิเคราะห์สุภาษิตที่ปรากฏคำเรียกหรือสัญลักษณ์ที่สื่อถึงผู้หญิง

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นส่วนประกอบของความรู้สึกรู้สึกของมนุษย์ที่รับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนกับข้อเท็จจริงนั้น ๆ สอดคล้องกับการนิยามความหมายของเสรี วงษ์มณฑา (2541) ที่ระบุถึง “องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัวของคนใดคนหนึ่ง” ตลอดจนการนิยามของพจนานุกรมภาษารัสเซียที่กล่าวถึงผลลัพธ์ของการสะท้อนปรากฏการณ์การรับรู้ของโลกแห่งวัตถุในความคิดของมนุษย์ (Dictionary of the Russian Language, n.d.) มุมมองของการรับรู้ภาพลักษณ์เกิดจากความคิด ความเชื่อ ตลอดจนความประทับใจของปัจเจกบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปราศจากอคติโดยสิ้นเชิง



องค์ประกอบของภาพลักษณ์สามารถแบ่งประเภทได้ดังต่อไปนี้ 1) องค์ประกอบเชิงการรับรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ปัจเจกบุคคลสามารถสังเกตได้โดยตรงในด้านสถานที่ บุคคล หรือเหตุการณ์ 2) องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้โดยเน้นความรู้เกี่ยวกับประเภทหรือคุณสมบัติของสิ่งต่าง ๆ ที่รับรู้ 3) องค์ประกอบเชิงความรู้สึกซึ่งหมายถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และ 4) องค์ประกอบเชิงการกระทำที่กล่าวถึงความมุ่งหมายหรือเจตนาสำหรับแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้า (ทัศนัย โคตรทอง, 2560) ลักษณะภาพลักษณ์สามารถอยู่ในรูปของสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ได้ ประสบการณ์การรับรู้และการตีความภาพลักษณ์ทำให้สามารถแบ่งการรับรู้แบบอัตวิสัยของมนุษย์ได้เป็นสองแบบหลัก ได้แก่ ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยกล่าวถึงความพึงพอใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในสังคมต่าง ๆ อาทิ การกล่าวชื่นชม การแสดงความสนุกสนาน และภาพลักษณ์เชิงลบ หมายถึง ภาพลักษณ์ในประเด็นต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นจากความไม่พึงพอใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อาทิ การแสดงลักษณะของการตำหนิ การทะเลาะเบาะแว้ง (กัญญ์วรา เจนพินิจกุล และเกรวี เพชรทิพย์, 2566) งานวิจัยนี้เน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่สะท้อนการรับรู้เชิงความรู้สึกของชาวรัสเซียและข้อเท็จจริงในรูปแบบภาพลักษณ์ที่ประกอบขึ้นทั้งภาพลักษณ์เชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบได้

งานวิจัยด้านสำนวนสุภาษิตเกี่ยวกับผู้หญิงในไทยและรัสเซีย

ในมิติทางภาษาของแวดวงวิชาการไทย บทบาทและความสำคัญของเพศหญิงได้รับการศึกษาผ่านสำนวนสุภาษิตในภาษาต่าง ๆ หลากหลายภาษา ได้แก่ การศึกษาภาพสะท้อนโลกทัศน์ของคนไทยต่อผู้หญิงโดยกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงในสามสถานะคือบุตรสาว ภรรยา และมารดา แต่ละสถานะต่างมีบทบาทของตนเอง (วรารัตน์ มหามนตรี, 2557) การศึกษาภาพสะท้อนโลกทัศน์ที่มีต่อผู้หญิงของภาษิตเขมร พบการให้ความสำคัญของผู้หญิงในการเป็นผู้กำหนดฐานะและอนาคตของคนในครอบครัวพร้อมความคาดหวังให้ผู้หญิงปฏิบัติหน้าที่อย่างสมบูรณ์ตามกฎเกณฑ์ที่สังคมของชาวเขมรกำหนด (อุบล เทศทอง, 2548) การศึกษาภาพสตรีที่ปรากฏในสุภาษิตมลายูที่พบความเชื่อมโยงคตินิยมของผู้หญิงกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ส่งผลต่อหลักประพฤติปฏิบัติของผู้หญิงในสังคมไม่ว่าจะเป็นสถานะโสด สมรส หรือเป็นหม้าย (นุรีดา อิบนิสุลย์มาน, 2565)

การศึกษาโลกทัศน์ของชาวจีนต่อผู้หญิงผ่านสำนวนจีนโดยพบการให้คำนิยามความสวยของผู้หญิงที่หลากหลายในแต่ละยุค สถานะสังคมที่เมื่อเติบโตใหญ่ต้องออกเรือนดูแลสามี อบรมบุตร (กัลยาณี กฤตโตปการกิต, 2563) การศึกษาภาพผู้หญิงที่สะท้อนผ่านสุภาษิตอิตาลีสืบพบถึงการนำเสนอสถานะของผู้หญิงในเชิงลบ อคติการเกลียดชังผู้หญิง และความไม่เท่าเทียมทางเพศเพื่อกำหนดบทบาทและควบคุมพื้นที่ของผู้หญิงในสังคมของอิตาลี (วิลาลินีเย่ แฝงยงค์, 2564) การศึกษาภาพลักษณ์เชิงลบของผู้หญิงในสำนวนสุภาษิตสเปนพบว่าสังคมสเปนเป็นสังคมที่ยึดชายเป็นใหญ่



มีการกล่าวถึงลักษณะเชิงลบของผู้หญิงในสุภาษิตมากมาย อีกทั้งมีการกำหนดบทบาทของผู้หญิงมากมาย เช่น การเชื่อฟังสามี การขยัน การรักนวลสงวนตัว เป็นต้น (อาทิตย์ จิตรโท, 2558)

ในแวดวงวิชาการรัสเซียพบการศึกษามุมมองของผู้หญิงทั้งในสุภาษิตรัสเซียเพียงอย่างเดียวและการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับสุภาษิตในภาษาต่างประเทศอื่น ๆ โดยในการศึกษาด้านสุภาษิตรัสเซียเพียงอย่างเดียวประกอบไปด้วยการศึกษามุมมองของสุภาษิตในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในภาพสะท้อนโลกทางภาษา ผลการศึกษามุมมองภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความไม่แน่นอนและอารมณ์แปรปรวนที่มีความโดดเด่นมากที่สุดซึ่งเชื่อมโยงกับลักษณะนิสัยของผู้หญิงที่มีความซับซ้อนและเข้าใจยากถือเป็นภาพเหมารวมที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้เรื่องราวของผู้หญิงในยุคปัจจุบันได้ (Fomicheva, 2020) งานวิจัยด้านภาพเหมารวมทั้งเพศในสุภาษิตรัสเซียพบข้อจำกัดของบทบาททางสังคมของผู้หญิงในสังคมสาธารณะ อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ของผู้หญิงยังมีความขัดแย้งกันในเชิงบวกมีการกล่าวชื่นชมความฉลาด ความสวย ความใจดี และความจงรักภักดีในขณะที่มุมมองเชิงลบผู้หญิงถูกมองว่าเป็นผู้ที่ประสقمุ่งร้าย คนที่ชอบพูดคุ้ยและผู้ที่มีความไร้สาระ (Bychkova, 2020)

ในการศึกษาสำนวนสุภาษิตเชิงเปรียบเทียบพบการศึกษาร่วมกันที่แสดงภาพเหมารวมทางเพศในสุภาษิตรัสเซียและอังกฤษ โดยผลการศึกษามุมมองเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ในขณะที่สุภาษิตที่เกี่ยวข้องผู้ชายเป็นไปในเชิงบวกในทั้งสองภาษา ในประเด็นของเพศหญิงจากการศึกษาความถี่ของสุภาษิต พบว่าสุภาษิตรัสเซียที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงเชิงลบมีมากกว่าสุภาษิตอังกฤษทั้งในหมวดพฤติกรรมและลักษณะภายในของผู้หญิง (Shaimardanova & Akhmetova, 2021) การศึกษามโนทัศน์ทางเพศของ “ผู้หญิง” “แม่” และ “ผู้หญิงสาว” ในสำนวนรัสเซีย อังกฤษ และจีน ผลการศึกษามุมมองความแตกต่างของการให้ความสำคัญของเพศหญิงในแต่ละวัฒนธรรม โดยในวัฒนธรรมรัสเซียผู้หญิงมีความเชื่อมโยงกับการแสดงอารมณ์ ความพร้อมในการปะทะและต่อสู้ ในวัฒนธรรมอังกฤษเชื่อมโยงกับความอดทนอดกลั้น และวัฒนธรรมจีนผู้หญิงเชื่อมโยงกับการปกปิดเป็นความลับ ความลึกลับ (Tokareva, Kirillova & Konnova, 2019)

ในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้ชายและผู้หญิงที่ปรากฏในสำนวนรัสเซียและจีน ประเด็นด้านเพศหญิงพบความเหมือนและความแตกต่างในแต่ละวัฒนธรรม จุดร่วมของทั้งสองวัฒนธรรมคือการให้ความสนใจไปที่ความสวย ความใจดี ความขยัน จุดต่างด้านรูปลักษณ์ภายนอกผู้หญิงจีนจะให้ความสำคัญด้านความอ่อนเยาว์มากกว่า ลักษณะนิสัยให้ความสำคัญกับการอดออมมากกว่า และพฤติกรรมของผู้หญิงจีนจะให้ความสำคัญกับเรื่องการถือพรหมจรรย์ในขณะที่คนรัสเซียมุ่งเน้นด้านอารมณ์ความรู้สึกมากกว่า (Zhang, 2020) ในการศึกษาสุภาษิตที่เกี่ยวข้องกับมุมมองเชิงลบที่เกี่ยวข้องผู้หญิงในภาษารัสเซียและภาษาโปรตุเกส ผลการศึกษามุมมองร่วมในการนำเสนอมุมมองเชิงลบของ



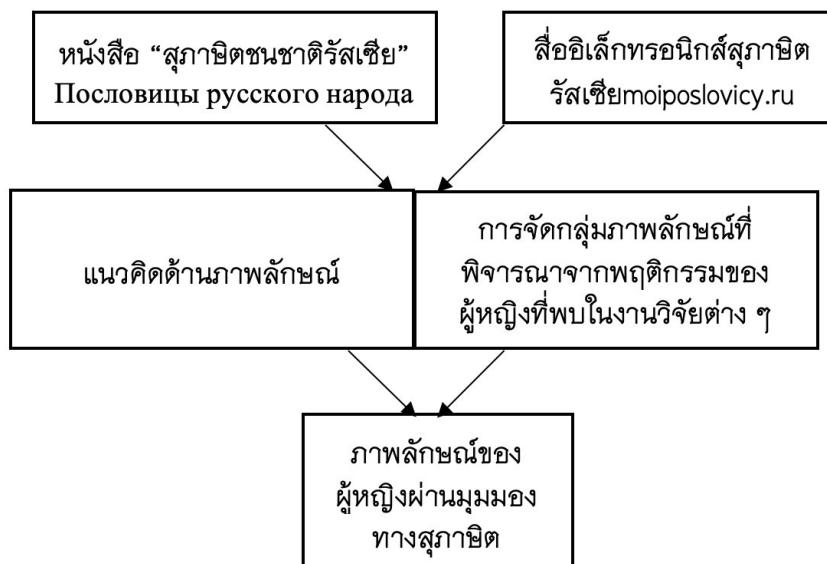
ผู้หญิง โดยผู้หญิง คือ คนที่ชอบพูดจามุ่งร้าย โง่เขลา เจ้าเล่ห์ เจ้าอารมณ์ ขี้หงุดหงิด ถือเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีสถานะต่ำกว่าผู้ชาย มีการเปรียบเทียบผู้หญิงกับสัตว์ในหลากหลายสำนวน

ผลการศึกษาจากงานวิจัยข้างต้นทั้งหมดสะท้อนมุมมองเชิงลบที่มีต่อผู้หญิงโดยเฉพาะในยุโรป ไม่ว่าจะเป็นสเปน โปรตุเกส อิตาลี ในขณะที่มุมมองของชาวตะวันออกมักมีการกำหนดมาตรฐานและบทบาททางสังคมของผู้หญิงไว้อย่างเด่นชัด ทำให้ผู้หญิงต้องมีพฤติกรรมตาม ค่านิยมของสังคม และเนื่องจากภาพเหมารวมเชิงลบที่ปรากฏในแต่ละสัญชาติส่งผลต่ออคติของผู้คนที่มีต่อผู้หญิงมาตั้งแต่อดีตและยังส่งผลต่อการสืบต่อชุดความคิดเหมารวมต่าง ๆ มาจนถึงผู้คนในยุคสมัยปัจจุบันได้

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยด้านภาพลักษณ์ของผู้หญิงทั้งในภาษาไทยและภาษารัสเซีย มักมีการจัดประเภทกลุ่มความหมายด้านภาพลักษณ์ผู้หญิงที่พิจารณาจากพฤติกรรมหรือลักษณะการแสดงออกของผู้หญิงในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การให้การดูแลสามี การทำงานบ้านงานครัว พฤติกรรม การพูดคุยนินทา โดยมักเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำที่มีลักษณะเป็นผลเสียหรือแง่ลบตามมุมมองของผู้คนในแต่ละวัฒนธรรมนั้น ๆ ทำให้การจัดประเภทภาพลักษณ์ในงานวิจัยฉบับนี้เน้นการพิจารณาตามเกณฑ์ด้านพฤติกรรมของผู้หญิงที่ปรากฏในแต่ละสัญชาติรัสเซียเป็นสำคัญ เช่น การเปลี่ยนแปลงและไม่คงที่ การพูดคุยนินทา เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสัญชาติรัสเซียสามารถสะท้อนผ่านกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านสุภาษิตรัสเซียผู้วิจัยใช้การเก็บหลักฐานชั้นรองหรือหลักฐานทุติยภูมิในภาษารัสเซียและภาษาไทยโดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยด้านภาพลักษณ์และสำนวนสุภาษิตในภาษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงหรือมีสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นเพศหญิง

2. เก็บรวบรวมข้อมูลสุภาษิตในภาษารัสเซียที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงหรือมีสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นเพศหญิงรวมทั้งหมด 65 สุภาษิต โดยแหล่งข้อมูลสุภาษิตรัสเซียดังกล่าวประกอบไปด้วย 1) หนังสือ “สุภาษิตชนชาติรัสเซีย” Пословицы русского народа (Dal, 1879) 2) แหล่งรวบรวมสุภาษิตรัสเซียที่เกี่ยวกับผู้หญิงในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า moiposlovicy.ru (n.d.) โดยแหล่งข้อมูลทั้งสองเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความเก่าแก่และสามารถสะท้อนมุมมองความคิดของผู้คนชาวรัสเซียในหลายศตวรรษที่ผ่านมาได้ ในขณะที่แหล่งข้อมูลทั้งสองเป็นการนำเสนอสุภาษิตที่อาศัยการรวบรวมมาจากแหล่งสุภาษิตในที่ต่าง ๆ แหล่งข้อมูลทั้งสองจึงสามารถเป็นตัวแทนของการศึกษาสุภาษิตเพื่อทราบถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงชาวรัสเซียในอดีตได้

3. การพิจารณาในการเก็บข้อมูลของสุภาษิตเกี่ยวกับผู้หญิงเน้นสุภาษิตที่ปรากฏคำเกี่ยวกับผู้หญิงในภาษารัสเซียได้แก่ “баба” (ผู้หญิงทั่ว ๆ ไป) “женщина” (ผู้หญิง) “кума” (แม่ทูลหัว) “женская” (ที่เกี่ยวกับผู้หญิง) หรือคำที่เป็นสัญลักษณ์ของเพศหญิง อาทิ “прялка” (เครื่องปั่นด้ายด้วยมือ) “волос” (เส้นผม) “курица” (ไก่ตัวเมีย) “ребра” (กระดูกซี่โครง)

4. การแปลสุภาษิตจากภาษารัสเซียเป็นภาษาไทยเป็นการแปลตรงตามตัวอักษรเป็นสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ศึกษาความหมายของสุภาษิตภาษารัสเซียที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง และในบางสุภาษิตจะพิจารณาที่มาเพื่อเข้าใจถึงมุมมองและความคิดของผู้คนที่ปรากฏในแหล่งข้อมูลดังกล่าวมากขึ้น

2. วิเคราะห์และจัดกลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์เกี่ยวกับผู้หญิงในสุภาษิตโดยใช้เกณฑ์ด้านลักษณะพฤติกรรมของผู้หญิงในรูปแบบต่าง ๆ โดยสามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ทั้งในเชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบเกี่ยวกับผู้หญิง

3. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา



ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์สุภาษิตเกี่ยวกับผู้หญิงในฐานข้อมูลที่ปรากฏสามารถแสดงให้เห็นถึงความคล้ายคลึงด้านกลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสังคมของชาวรัสเซียในแต่ละกลุ่ม โดยพิจารณาจากเกณฑ์ด้านพฤติกรรมการแสดงออกหรือการกระทำของผู้หญิงในสุภาษิตพร้อมการวิเคราะห์จากแนวคิดด้านภาพลักษณ์ซึ่งสามารถเรียงลำดับความถี่จากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้

1. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงง่าย

สุภาษิตรัสเซียในกลุ่มดังกล่าวมีสัดส่วนมากที่สุด โดยพบทั้งสิ้น 11 สุภาษิต เน้นการสะท้อนพฤติกรรมของผู้หญิงที่มักมีความไม่แน่นอนและมีการเปลี่ยนแปลงตามบริบทและความต้องการของตน อยู่เสมอโดยสามารถสังเกตได้จากตัวอย่างต่าง ๆ ต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Перекажи-поле – бабий ум	ต้นท่มเบิลวิดคือความคิดของผู้หญิง
У бабы семь пятниц на неделе	ผู้หญิงมีเจ็ดวันศุกร์ในหนึ่งสัปดาห์
Женские немощи (болести) догадки лечат	ความเจ็บป่วยของผู้หญิงรักษาได้จากการคาดเดา
Девичьи (женские) думы изменчивы	ความคิดของผู้หญิงเปลี่ยนแปลงได้
Женские умы – что татарские сумы	ความคิดของผู้หญิงเหมือนกระเป๋าของชาวตาตาร์
На женский норов нет угадчика	ลักษณะของผู้หญิงไม่มีผู้คาดเดาได้

สุภาษิตต่าง ๆ อยู่ในลักษณะคำเปรียบถึงความไม่แน่นอนของผู้หญิงในหลากหลายบริบท อาทิ ต้นท่มเบิลวิดซึ่งเป็นพืชล้มลุกที่โครงสร้างส่วนบนเมื่อโตเต็มที่จะแยกออกจากรากและลำต้นของตน จากลมแรงโดยเปรียบกับความคิดของผู้หญิงที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเปรียบวิถีชีวิตของผู้คน ในวันศุกร์จากสุภาษิต “ผู้หญิงมีเจ็ดวันศุกร์ในหนึ่งสัปดาห์” เนื่องจากวันศุกร์ในสังคมรัสเซียยุคก่อน ผู้คนจะไปตลาดเพื่อซื้อสินค้าและมักมีการติดเงินโดยขอผัดผ่อนไปในศุกร์หน้า เหตุการณ์ดังกล่าวจะซ้ำรอย ในศุกร์ถัดไปเรื่อย ๆ เป็นวงจร (Trusov, 2020) สะท้อนการเปลี่ยนแปลงไปมาของความคิดของผู้หญิง หรือกรณีการเปรียบเทียบความคิดผู้หญิงกับกระเป๋าของชาวตาตาร์ เนื่องจากในบริบททาง ประวัติศาสตร์ชาวตาตาร์เป็นชนชาติที่เร่ร่อน ความมั่งคั่งจากกรณีนี้เปรียบกับกระเป๋ามักมีการเปลี่ยนแปลง มีการเคลื่อนย้ายทรัพย์สินจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง กระเป๋าในบางครั้งเต็มไปด้วยทรัพย์สินสมบัติ บางครั้งก็โล่ง โดยปัจจัยขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ของการเคลื่อนพลเพื่อไปรบในดินแดนต่าง ๆ (Our Tatarstan, 2020)



นอกจากนี้ยังพบกรณีอื่น ๆ ที่ระบุถึงความยากลำบากในการคาดเดาถึงพฤติกรรมและความคิดของผู้หญิง เช่น “ลักษณะของผู้หญิงไม่มีผู้คาดเดาได้” “ความคิดของผู้หญิงเปลี่ยนแปลงได้” เป็นต้น

2. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านภาระหน้าที่

ในสุภาษิตกลุ่มดังกล่าวมีการกล่าวถึงภาระหน้าที่ตลอดจนบทบาทของผู้หญิงในสิ่งที่ควรรับผิดชอบ สิ่งที่ดีควรประพฤติปฏิบัติ โดยมีการนำเสนอกลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และมีความเป็นกลาง โดยพบทั้งสิ้น 10 สุภาษิต ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Мужик да собака всегда на дворе, а баба да кошка завсегда в избе	ผู้ชายและสุนัขมักจะอยู่นอกบ้าน ส่วนผู้หญิงและแมวมักอยู่ในเรือนอยู่เสมอ
Бабы-то промысли, что неправые помысли	อาชีพออกกล่าวสัจธรรมของผู้หญิงเป็นความคิดที่ผิดพลาด
Бабы города недолго стоят (а без баб города не стоят)	เมืองที่สร้างโดยผู้หญิงคงอยู่ได้ไม่นาน (แต่เมืองที่ปราศจากผู้หญิงไม่สามารถดำรงอยู่ได้)
Лучше раз в году родить, чем день-деньской бороду брить	การให้กำเนิดหนึ่งครั้งต่อปีดีกว่าการโกนหนวดวันแล้ววันเล่า
Курице не быть петухом, а бабе мужиком	ไก่ตัวเมียไม่สามารถเป็นไก่ตัวผู้ได้ ส่วนผู้หญิงไม่สามารถเป็นผู้ชาย (หัวหน้าครอบครัว) ได้
Пусти бабу в рай: она и корову за собой ведет	อนุญาตให้ผู้หญิงเข้าสวรรค์ หล่อนจะนำวัวติดตัวมาด้วย

สุภาษิตถ่ายทอดความคิดของชาวรัสเซียในหลายศตวรรษก่อนที่มีการแบ่งภาระความรับผิดชอบระหว่างชายและหญิงชัดเจน โดยผู้ชายจะทำงานนอกบ้าน ในขณะที่ผู้หญิงจะอยู่ในบ้านซึ่งมีบทบาทในการทำครัว ทำความสะอาด และดูแลบ้านจากสุภาษิต “ผู้ชายและสุนัขมักจะอยู่นอกบ้าน ส่วนผู้หญิงและแมวมักอยู่ในเรือนอยู่เสมอ” การมีหน้าที่ให้กำเนิดบุตรซึ่งมีความลำบากน้อยกว่างานหรือภาระของผู้ชายจากสุภาษิต “การให้กำเนิดหนึ่งครั้งต่อปีดีกว่าการโกนหนวดวันแล้ววันเล่า” นอกจากนี้สุภาษิตไม่สนับสนุนให้ผู้หญิงทำหน้าที่ในส่วนที่เป็นความรับผิดชอบของผู้ชายเนื่องจากจะทำให้ผลลัพธ์ออกมาไร้ประสิทธิภาพ และยังเป็นเรื่องที่ผู้คนในสังคมไม่ให้การยอมรับตามที่พบในสุภาษิต “อาชีพออกกล่าวสัจธรรมของผู้หญิงเป็นความคิดที่ผิดพลาด” หรือ “เมืองที่สร้างโดยผู้หญิงคงอยู่ได้ไม่นาน”



(Dictionary of proverbs and sayings, n.d) อย่างไรก็ตามก็ตีบทบาทของผู้หญิงในการดูแลบ้าน การประกอบอาหาร ภาระหน้าที่ในครัวเรือนมีความสำคัญซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกจากสุภาษิต “แต่เมืองที่ปราศจากผู้หญิงไม่สามารถดำรงอยู่ได้” หรือ “อนุญาตให้ผู้หญิงเข้าสวรรค์ หล่อนจะนำวัวติดตัวมาด้วย”

3. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการพูดคุยนินทาและการส่งเสียงดัง

สุภาษิตกลุ่มดังกล่าวนำเสนอกลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์เชิงลบด้านพฤติกรรมของผู้หญิงที่มีการจับกลุ่มนินทา พูดคุย การส่งเสียงดัง หรือการพูดจาโดยไร้แก่นสาร โดยพบทั้งสิ้น 10 สุภาษิต ตามที่ปรากฏในตัวอย่างต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Три бабы – базар, а семь – ярмарка	ผู้หญิงสามคนเปรียบเป็นตลาดบazaar ส่วนผู้หญิงเจ็ดคนเปรียบตั้งงานแสดงสินค้า
Волос долог, а язык длинней (у бабы).	เส้นผมว่ายาวแล้ว แต่ลิ้น (ของผู้หญิง) ยาวกว่า
Вольна баба в языке, а черт в бабьем кадыке	ผู้หญิงมีอิสระในการใช้ภาษา ส่วนซาตานอยู่ใน ลูกกระเดือกของผู้หญิง
Где баба, там рынок; где две, там базар	ที่ไหนมีผู้หญิงหนึ่งคนที่นั่นมีตลาด ที่ไหนมีผู้หญิง สองคนที่นั่นมีตลาดบazaar
Баба бредит, да черт ей верит	ผู้หญิงพูดจาเพ้อเจ้อ ส่วนซาตานเชื่อหล่อน
Курица гогочет, а петух молчит	ไก่ตัวเมียส่งเสียงดัง ส่วนไก่ตัวผู้หนึ่งเงียบ

จากตัวอย่างของสุภาษิตมีการนำเสนอพฤติกรรมการส่งเสียงดังผ่านสัญลักษณ์คือไก่ตัวเมีย ตรงกันข้ามกับเพศชายที่มักเป็นฝ่ายที่นิ่งเงียบในสุภาษิต “ไก่ตัวเมียส่งเสียงดัง ส่วนไก่ตัวผู้หนึ่งเงียบ” การเปรียบเทียบผู้หญิงกับสถานที่ส่งเสียงดัง โดยยิ่งมีผู้หญิงจำนวนมากเท่าใด สถานที่ ๆ นำมาใช้เปรียบในสุภาษิตก็จะมีเสียงดังมากขึ้นเท่านั้น ได้แก่ “ตลาด” (рынок) “ตลาดบazaar” (базар) (มีความแตกต่างจากคำว่า “ตลาด” ที่ทั่วไปโดยคำศัพท์คำดังกล่าวมีรากศัพท์มาจากภาษาเปอร์เซีย ตะวันออกมีนัยยะแฝงถึงสถานที่ ๆ ผู้คนส่งเสียงดัง (Radio Sputnik Fm, 2018) ไปสู่ “งานแสดงสินค้า” (ярмарка) จากสุภาษิต “ผู้หญิงสามคนเปรียบเป็นตลาดบazaar ส่วนผู้หญิงเจ็ดคนเปรียบตั้งงานแสดงสินค้า” หรือ “ที่ไหนมีผู้หญิงหนึ่งคนที่นั่นมีตลาด ที่ไหนมีผู้หญิงสองคนที่นั่นมีตลาดบazaar” (ตลาดแสดงสินค้านั้นปรากฏผู้คนจำนวนมากในช่วงเวลาที่กำหนดไว้โดยมักจะปรากฏในเทศกาลต่าง ๆ



ในขณะที่ตลาดบาศาร์เป็นตลาดที่มีการเปิดขายเป็นประจำโดยไม่ต้องพิจารณาจากวันในเทศกาลและมักมีผู้คนมากมายที่มักจะส่งเสียงดัง) นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง “ผู้หญิง” กับ “ชาตาน” ในด้านการพูด และมีการสื่อความในแง่ลบในความหมาย การพูดจาเรื่องไม่ดี เรื่องนินทาจากสุภาษิต “ผู้หญิงมีอิสระในการใช้ภาษา ส่วนชาตานอยู่ในลูกกระเดือกของผู้หญิง” และ “ผู้หญิงพูดจาเพื่อเจ้า ส่วนชาตานเชื่อหล่อน”

4. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านสติปัญญา

ในประเด็นภาพลักษณ์ข้างต้นผู้วิจัยพบสุภาษิตที่นำเสนอมุมมองด้านสติปัญญาของผู้หญิงที่ส่วนใหญ่ถูกกล่าวในเชิงลบและเต็มไปด้วยข้อจำกัด อีกทั้งมีการเปรียบเทียบผู้หญิงกับวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ ที่สะท้อนมุมมองเชิงลบ โดยพบทั้งสิ้น 8 สุภาษิต ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Волос долог, да ум короток	เส้นผมยาวแต่ความฉลาดสั้น
Волос глуп – везде растет	เส้นผมโง่เขลา และมันเติบโตขึ้นทุกหนทุกแห่ง
Женское сердце – что ржа в железе. Баба – что жаба	ใจของผู้หญิงเหมือนสนิมในเหล็ก ผู้หญิงเปรียบดังคางคก
В чем деду стыд, в том бабе смех	ในสิ่งที่ผู้ชายมีความละอายใจ ผู้หญิงกลับหัวเราะซ้ำชั้น
Пока баба с печи летит, семьдесят семь дум передумает	ในขณะที่ผู้หญิงออกห่างจากเตาทำอาหาร หล่อนเปลี่ยนความคิดไปเจ็ดสิบเจ็ดครั้ง

ในภาพลักษณ์กลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่นำเสนอประเด็นที่ว่าผู้หญิงมีข้อจำกัดทางปัญญา เต็มไปด้วยความโง่เขลา โดยในสุภาษิตใช้คำว่า “เส้นผมยาว” เพื่อใช้แทนลักษณะของผู้หญิงจากสุภาษิต “เส้นผมยาวแต่ความฉลาดสั้น” หรือ “เส้นผมโง่เขลา และมันเติบโตขึ้นทุกหนทุกแห่ง” นอกจากนี้มีการเปรียบเทียบผู้หญิงเป็นคางคกซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อดั้งเดิมในกรณีที่สัตว์จำพวกกบเมื่ออยู่ในกระทะร้อนจะไม่กระโดดหนีเพราะประสาทสัมผัสชาจนกระทั่งมันเสียชีวิตในท้ายที่สุด (Fomicheva, 2020) จากสุภาษิต “ใจของผู้หญิงเหมือนสนิมในเหล็ก ผู้หญิงเปรียบดังคางคก” อย่างไรก็ตามมีบางสุภาษิตที่กล่าวถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้หญิงที่เป็นคนที่คิดเร็ว มีไหวพริบ และสามารถคาดการณ์สิ่งต่าง ๆ ได้ล่วงหน้าเลือกทำสิ่งที่ถูกต้องได้อย่างรวดเร็วจากสุภาษิต “ในขณะที่ผู้หญิงออกห่างจากเตาทำอาหาร หล่อนเปลี่ยนความคิดไปเจ็ดสิบเจ็ดครั้ง” (The world of idiomatic phrases, 2023)



5. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความขัดแย้งและความแตกแยก

สุภาษิตกลุ่มดังกล่าวนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในเรื่องความไม่ลงรอย การแตกแยก หรือความขัดแย้ง โดยพบทั้งสิ้น 7 สุภาษิต สามารถนำเสนอผ่านตัวอย่างต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Семь топоров вместе лежат, а две прялки врознь	ขวานเจ็ดเล่มอยู่ด้วยกัน แต่เครื่องปั่นด้าย สองเครื่องแยกกันอยู่
Куда черт не поспеет, туда бабу пошлет Где бес не сможет, туда бабу пошлет.	ที่ใดที่ซาตานไปไม่ทันกาล มันจะส่งผู้หญิงไปที่นั่น ที่ใดที่ปีศาจไม่สามารถ มันจะส่งผู้หญิงไปที่นั่น
Две косы и рядом, и в кучке, а две прялки – никак	เปียสองข้างทั้งอยู่ใกล้กันและอยู่เป็นคู่ แต่เครื่องปั่นด้านสองเครื่องเป็นไปไม่ได้

ความแตกแยกและความไม่ลงรอยของผู้หญิงจากมุมมองของสุภาษิตในหลายกรณีเกิดขึ้นเมื่อผู้หญิงอยู่ด้วยกัน ต่างจากผู้ชายหรือเด็กผู้หญิงที่เมื่ออยู่รวมกันกลับไม่ประสบปัญหาดังกล่าวจากสุภาษิต “ขวานเจ็ดเล่มอยู่ด้วยกัน แต่เครื่องปั่นด้านสองเครื่องแยกกันอยู่” และ “เปียสองข้างทั้งอยู่ใกล้กันและอยู่เป็นคู่ แต่เครื่องปั่นด้านสองเครื่องเป็นไปไม่ได้” โดยเปรียบเทียบผู้หญิงเป็น “เครื่องปั่นด้าย” ผู้ชายเป็น “ขวาน” และเด็กผู้หญิงเป็น “ผมเปีย” นอกจากนี้ยังพบการเปรียบเทียบผู้หญิงเป็นคนที่ทำงานให้กับปีศาจหรือซาตาน ตัวแทนของความชั่วร้ายและความไม่ดี จากสุภาษิต “ที่ใดที่ซาตานไปไม่ทันกาล มันจะส่งผู้หญิงไปที่นั่น” และ “ที่ใดที่ปีศาจไม่สามารถ มันจะส่งผู้หญิงไปที่นั่น” หมายถึงการกระทำที่ไม่คิดของผู้หญิงที่นำมาสู่การเกิดปัญหาต่าง ๆ ในเวลาต่อมา (Folk art, 2023) โดยบริบทดังกล่าวปีศาจหรือซาตานเป็นสัญลักษณ์ของความแตกแยก ความขัดแย้ง หรือปัญหาใด ๆ

6. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการเน้นอารมณ์ความรู้สึกเป็นที่ตั้ง

ในประเด็นดังกล่าวของสุภาษิตบอกเล่าภาพลักษณ์เชิงลบของผู้หญิงที่เน้นอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ มากกว่าเหตุผล โดยพบทั้งสิ้น 7 สุภาษิต ตามที่ปรากฏในตัวอย่างต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Женское сердце, что котел кипит	หัวใจของผู้หญิงก็เหมือนหม้อต้มน้ำที่เดือด
Бабы слезы чем больше унимать, тем хуже	น้ำตาของผู้หญิงยิ่งกลั้นยิ่งแย่งลง
Баба слезами беде помогает	ผู้หญิงแก้ไขปัญหาวัยน้ำตา
Без плачу у бабы дело не спорится	ผู้หญิงจะไม่ได้เถียงโดยไม่มีน้ำตา



จากสุภาษิตมีการเปรียบเทียบอารมณ์ใจร้อนของผู้หญิงกับหม้อต้มน้ำเดือดในสุภาษิต “หัวใจของผู้หญิงก็เหมือนหม้อต้มน้ำที่เดือด” อีกทั้งมีการตัดสินใจ การแก้ปัญหา หรือการกระทำใด ๆ โดยใช้อารมณ์ความรู้สึกเป็นที่ตั้ง โดยสังเกตได้จากการปรากฏคำว่า “น้ำตา” ในประโยคของสุภาษิตต่าง ๆ ได้แก่ “น้ำตาของผู้หญิงยิ่งกลั่นยิ่งแฉะลง” “ผู้หญิงแก้ไขปัญหาด้วยน้ำตา” และ “ผู้หญิงจะไม่ได้เถียงโดยไม่มีน้ำตา”

7. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านข้อจำกัดของการใช้ประโยชน์และคุณค่า

ภาพลักษณ์ในสุภาษิตข้างต้นมีการลดคุณค่าหรือการกล่าวถึงความไร้ประโยชน์ของผู้หญิงในการทำกิจกรรมใด ๆ โดยพบทั้งสิ้น 6 สุภาษิต ตามที่ปรากฏในตัวอย่างต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Баба с возу – кобыле легче	ผู้หญิงที่ลงจากเกวียน ม้าเพศหญิงก็จะ (ลากเกวียนได้) ง่ายขึ้น
Я думал, идут двое, ан мужик с бабой	ผมคิดว่ามีคนเดินมาสองคน ที่แท้เป็นผู้ชาย กับผู้หญิง
Кобыла не лошадь, баба не человек	ม้าตัวเมียไม่ใช่ม้า ส่วนผู้หญิงไม่ใช่คน
От нашего ребра нам не ждать добра	เราไม่อาจคาดหวังประโยชน์จากซี่โครงของเราได้

จากตัวอย่างข้างต้นกล่าวถึงบทบาทของผู้หญิงที่ถูกมองจากสังคมในอดีตว่าเป็นภาระ ข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์หรือสิ่งแรกที่ควรค่าแก่การเสียสละ โดยจะพบจากสุภาษิต “ผู้หญิงที่ลงจากเกวียน ม้าเพศหญิงก็จะ (ลากเกวียนได้) ง่ายขึ้น” โดยมีที่มาจากการขนส่งโดยพาหนะของผู้คนในสมัยก่อนที่ใช้เกวียนและใช้ม้าลากจูง กรณีที่สามีและภรรยาขึ้นนั่งเกวียนมาด้วยกันและต้องขึ้นเนินเขา ผู้เป็นภรรยาจะลงจากเกวียนเพื่อให้ม้าสามารถขนสามีและสิ่งของขึ้นเนินไปได้ก่อน (Kovyneva, 2023) การกล่าวถึงบทบาทของผู้หญิงที่มีความสำคัญและคุณค่าไม่เท่าเทียมกับผู้ชาย มีการลดคุณค่าของผู้หญิงที่ไม่เท่ากับมนุษย์ตามที่ปรากฏในสุภาษิต “ผมคิดว่ามีคนเดินมาสองคน ที่แท้เป็นผู้ชายกับผู้หญิง” และ “ม้าตัวเมียไม่ใช่ม้า ส่วนผู้หญิงไม่ใช่คน” หรือการย้ำเตือนถึงการไม่สามารถคาดหวังสิ่งที่ดีหรือประโยชน์จากผู้หญิงได้จากสุภาษิต “เราไม่อาจคาดหวังประโยชน์จากซี่โครงของเราได้” โดยในบริบทดังกล่าวผู้หญิงถูกเปรียบกับซี่โครงตามความเชื่อของคัมภีร์ไบเบิลที่ผู้หญิงถือกำเนิดขึ้นมาจากซี่โครงของผู้ชาย (Journal of Foma, 2023)



8. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านพฤติกรรมที่ดื้อรั้น

สุภาษิตข้างต้นนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่มีพฤติกรรมของความดื้อรั้น ไม่ยอมคน โดยพบทั้งสิ้น 4 สุภาษิต สามารถสังเกตได้จากตัวอย่างต่าง ๆ ต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Мужик тянет в одну сторону, баба в другую	ผู้ชายดึงไปทางหนึ่ง ผู้หญิงดึงไปอีกทางหนึ่ง
Смирен топор, да веретено бодливо	ขวานถ่อมตน ส่วนแกนหมุนปั่นด้ายพุ่งปัก
Бабе хоть кол на голове теши	ผู้หญิงไม่สามารถล้มไม้ให้คมบนหัวได้

ความไม่เชื่อฟังและการดื้อรั้นของผู้หญิงสามารถพบในสังคมสมัยก่อนที่มีความเป็นปิตาธิปไตย หรือสังคมที่ผู้ชายเป็นใหญ่ในครอบครัวตามที่ปรากฏในสุภาษิต “ผู้ชายดึงไปทางหนึ่ง ผู้หญิงดึงไปอีกทางหนึ่ง” การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้ชายและผู้หญิง โดยเพศชายไม่ดื้อรั้นเท่าผู้หญิง ตามที่พบในสุภาษิต “ขวานถ่อมตน ส่วนแกนหมุนปั่นด้ายพุ่งปัก” มีการเปรียบเทียบผู้หญิงเป็น “แกนหมุนปั่นด้าย” ส่วนผู้ชายเป็น “ขวาน” นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างจากสุภาษิตที่เกี่ยวกับการล้มขวานที่ควรล้มกับแทงไม้แทนที่จะเป็นหัวของมนุษย์แต่ผู้หญิงก็เลือกที่จะไม่เชื่อฟัง ดังนั้นสุภาษิต “ผู้หญิงไม่สามารถล้มไม้ให้คมบนหัวได้” จึงกล่าวถึงความดื้อรั้นของผู้หญิงที่แม้จะได้รับการเตือนแต่ก็ยังดื้อรั้นไม่เชื่อฟัง (The world of idiomatic phrases, 2023)

9. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการขาดความน่าเชื่อถือ

สุภาษิตที่นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการขาดความน่าเชื่อถือเป็นสุภาษิตที่ปรากฏน้อยที่สุดโดยพบทั้งสิ้น 2 สุภาษิต ประกอบไปด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

สุภาษิตรัสเซีย	คำแปลแบบตรงตัวในภาษาไทย
Не купи у попа лошади, не бери и удовы дочери	อย่าซื้อม้าจากพระสันตะปาปา อย่ารับลูกสาวจากหญิงม่าย
Кто бабе (свахе) поверит, трех дней не проживет	ใครก็ตามที่เชื่อผู้หญิง (แม่สื่อ) จะไม่มีชีวิตอยู่ในสามวัน

สุภาษิตนำเสนอกลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ไม่สามารถไว้วางใจได้ การขาดความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีสถานะเป็นม่ายทั้งนี้ในมุมมองของผู้คนในสมัยก่อน ผู้หญิงม่ายและผู้หญิงชราถูกมองในเชิงลบ หากไม่ได้รับความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนจากผู้ชาย ผู้หญิงกลุ่ม



ดังกล่าวจะมีชีวิตอยู่ด้วยความทุกข์ยาก อยู่ในสภาพที่ลำบากยากจน และไม่มั่นคง (Bychkova, 2020) ทำให้ไม่สามารถดูแลลูกของตนให้เป็นคนที่ดีพร้อมและสมบูรณ์ได้ จึงปรากฏคำเตือนสุภาษิต “อย่าซื้อผ้าจากพระสันตะปาปา อย่ารับลูกสาวจากหญิงม่าย” หรือตัวอย่างของสุภาษิตที่นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่มักกล่าวคำโกหกอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลต่อการขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้นการเชื่อผู้หญิง (หรือในบางกรณีกล่าวถึงผู้หญิงที่อยู่ในสถานะของแม่สื่อ) ดังที่พบในสุภาษิต “ใครก็ตามที่เชื่อผู้หญิง (แม่สื่อ) จะไม่มีชีวิตอยู่ในสามวัน”

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในสุภาษิตรัสเซีย สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ว่า สุภาษิตส่วนใหญ่เน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในเชิงลบ โดยเฉพาะลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของผู้หญิงที่ไม่เป็นที่ยอมรับในสังคมรัสเซีย เพื่อเป็นเครื่องเตือนใจ และนำมาใช้เป็นข้อห้ามไม่ให้ผู้หญิงชาวรัสเซียประพฤติหรือละเมิดค่านิยมของสังคมในขณะนั้น โดยอาจกล่าวได้ว่าสังคมในรัสเซียในยุคอดีตมีลักษณะเป็นแบบปิตาธิปไตยที่มีการกำหนดความสำคัญของผู้ชายเป็นลำดับแรก และใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานของผู้ชายเพื่อวัดสิ่งที่เหมาะสมและสิ่งที่พึงกระทำให้กับผู้หญิง ดังจะพบได้จากการให้ความหมายที่สะท้อนบทบาทภาพลักษณ์เชิงลบของผู้หญิงทั้งการพูดจาฉะฉาน การส่งเสียงดัง การขาดความน่าเชื่อถือ และประเด็นอื่น ๆ อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์เชิงบวกสามารถพบในประเด็นด้านการปฏิบัติตามภาระหน้าที่ของผู้หญิงในฐานะผู้ดูแลครอบครัว การทำครัว และการดูแลความเรียบร้อยภายในบ้าน มีการกล่าวถึงมุมมองเชิงบวกด้านการคิดเร็วและการตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ เนื่องจากประสบการณ์ชีวิตและการใช้ชีวิตที่มีเรื่องให้คิดมากมายของผู้หญิงส่งผลต่อความรวดเร็วในการตัดสินใจ

ภาพลักษณ์เชิงลบของผู้หญิงที่ปรากฏในกลุ่มความหมายของสุภาษิตของสังคมรัสเซียหลายศตวรรษก่อนหน้านี้ปฏิเสธไม่ได้ว่ามีที่มาจากความเชื่อและความศรัทธาของศาสนาคริสต์ที่มีต่อผู้คนในยุคดังกล่าว โดยจะพบได้จากข้อสังเกตจากการใช้สุภาษิต “เราไม่อาจคาดหวังประโยชน์จากซีโครงของเราได้” ซึ่งมีที่มาจากความเชื่อในทางศาสนาว่าอีฟผู้เป็นมนุษย์เพศหญิงคนแรกถือกำเนิดขึ้นจากซีโครงของอดัมผู้เป็นมนุษย์เพศชายคนแรก โดยเพศหญิงถูกมองในภาพลักษณ์เชิงลบตั้งแต่ในช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้งความเชื่อเรื่องราวเหนือธรรมชาติที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนา เพศหญิงยังปรากฏร่วมกับปีศาจหรือซาตาน ทั้งการอยู่ในสถานะเดียวกันซาตาน การอยู่ใต้บังคับบัญชาของซาตาน หรือการเป็นส่วนหนึ่งของซาตาน จากสุภาษิต “ผู้หญิงพูดจาเพื่อเจ้า ส่วนซาตานก็เชื่อหล่อน” “ที่ใดที่ซาตานไปไม่ทันกาล มันจะส่งผู้หญิงไปที่นั่น” “ผู้หญิงมีอิสระในการใช้ภาษา ส่วนซาตานอยู่ใน



ลูกกระเดือกของผู้หญิง” สะท้อนภาพลักษณ์เชิงลบของผู้หญิงที่ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมจากผู้ชาย เพื่อให้ปฏิบัติตามค่านิยมที่สังคมกำหนด ในทางกลับกันหากผู้หญิงอยู่โดยปราศจากผู้ชายจะทำให้ผู้หญิงขาดความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะในสถานะของฝ่ายที่จะถูกมองว่าชีวิตความเป็นอยู่มีความยากลำบากและความทุกข์ยากทำให้ลูก ๆ หรือผู้ที่อยู่แวดล้อมเติบโตขึ้นเป็นบุคคลที่มีคุณภาพตามความคาดหวังจากสังคมไม่ได้ตามที่ปรากฏในสุภาษิต “อย่าซื้อม้าจากพระสันตะปาปา อย่ารับลูกสาวจากหญิงม่าย”

ภาพลักษณ์เชิงลบของผู้หญิงในสังคมรัสเซียที่เกี่ยวข้องกับมิติทางศาสนาโดยเฉพาะบทบาทของอีฟสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ผู้หญิงผ่านสุภาษิตอิตาเลียนของวิลาลินี แลงยงค์ (2564) ที่กล่าวถึงการถูกตีตราของผู้หญิงว่าเป็นผู้สืบทอดความชั่วร้ายจากอีฟ ซึ่งเป็นเพศหญิงที่อ่อนแอ ไร้ความสามารถและปัญญา ในขณะที่เดียวกันอคติเชิงลบที่มีต่อผู้หญิงในสังคมยุโรปนอกเหนือจากรัสเซียและอิตาลีแล้วยังสามารถพบได้ในสเปนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์เชิงลบในสำนวนสุภาษิตสเปนของอาทิติย จิตรโท (2558) ที่กล่าวถึงการพบสุภาษิตเชิงลบจำนวนมากของผู้หญิง และผู้หญิงยังต้องมีหน้าที่ในการประพฤติปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับค่านิยมของสังคม อาทิ การรักษามวลสรวงนตัว การเชื่อฟังสามี การไม่โกหก การขยันขันแข็ง การประหยัดอดออม

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านสุภาษิตรัสเซียโดยใช้การเก็บข้อมูลจากหนังสือ “สุภาษิตชนชาติรัสเซีย” Пословицы русского народа (Dol, 1879) และแหล่งรวบรวมสุภาษิตรัสเซียที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า moiposlovicy.ru (n.d.) รวมทั้งสิ้น 65 สุภาษิตผู้วิจัยพบการนำเสนอกลุ่มความหมายของภาพลักษณ์ใน 9 ประเด็นย่อยดังต่อไปนี้ 1. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงง่าย 2. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านภาระหน้าที่ 3. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการพูดคุยนินทาและการส่งเสียงดัง 4. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านสติปัญญา 5. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านความขัดแย้งและความแตกแยก 6. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการเน้นอารมณ์ความรู้สึกเป็นที่ตั้ง 7. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านข้อจำกัดของการใช้ประโยชน์และคุณค่า 8. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านพฤติกรรมที่ดื้อรั้น และ 9. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้านการขาดความน่าเชื่อถือ โดยสุภาษิตที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ด้านพฤติกรรมของผู้หญิงที่มีความไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงง่ายพบมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของโพมิเชวาในด้านความโดดเด่นของสุภาษิตรัสเซียที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง (Fomicheva, 2020) ทั้งนี้สามารถเชื่อมโยงได้จากพฤติกรรมของผู้หญิงที่มักไม่สามารถตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างแน่ชัดโดยมีปัจจัยเสริมด้านค่านิยมของสังคมชาย



เป็นใหญ่ที่มักจะกำหนดบทบาทให้ผู้ชายเป็นคนที่ตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ แทนผู้หญิง การศึกษาในด้านดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของผู้คนในการให้ความสำคัญกับผู้หญิงในหลายศตวรรษก่อนหน้านี้ได้ ซึ่งในหลายสิ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนไปจากยุคปัจจุบันภายใต้การนำเสนอประเด็นทางสังคมที่พบถึงอคติของผู้คนหรือการเหมารวมที่อาจคาดเคลื่อนจากความเป็นจริง การจัดกลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ทั้ง 9 ประเภทมีความสำคัญต่อการเข้าใจถึงพฤติกรรมที่ปรากฏของผู้หญิงในสังคมรัสเซียที่ถูกกดทอนบทบาทไป นำมาสู่การทำความเข้าใจถึงปัญหาความไม่เท่าเทียมทางเพศที่ยังฝังรากลึกในหลายสังคม และสามารถนำมาสู่การถกเถียงประเด็นและการเพิ่มความเข้าใจมุมมองต่าง ๆ ที่มีต่อผู้หญิงที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การศึกษากลุ่มของความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่พบในสภานิติบัญญัติรัสเซียทำให้เกิดความเข้าใจถึงมุมมองเชิงลบเป็นส่วนใหญ่ของผู้คนในสังคมรัสเซียยุคอดีต สามารถนำมาสู่การพิจารณาเรื่องความเข้าใจเรื่องบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงในอดีต และมุมมองต่าง ๆ ที่ถูกมองว่าเป็นภาพเหมารวมหรืออคติจากความคลาดเคลื่อนในแง่มุมมองต่าง ๆ ส่งผลมาถึงความเชื่อในยุคปัจจุบันหรือไม่ ตลอดจนนำมาสู่การตรวจสอบสิทธิสตรีของภาครัฐทั้งในรัสเซียหรือไทยในปัจจุบันว่าครอบคลุมการใช้ชีวิตของผู้หญิงในการป้องกันจากการใช้ความรุนแรงทั้งร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการถูกเลือกปฏิบัติหรือไม่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษากลุ่มความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ในงานวิจัยฉบับนี้ศึกษาผ่านสภานิติบัญญัติซึ่งเป็นหลักความเชื่อและหลักคำสอนที่มีอิทธิพลในยุคอดีตของรัสเซียเป็นหลัก ควรมีการศึกษาวิจัยภาพลักษณ์หรือบทบาทของผู้หญิงในยุคปัจจุบันว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นไร โดยสามารถศึกษาถึงประเด็นดังกล่าวผ่านงานวรรณกรรมหรือภาพยนตร์ในยุคสมัยใหม่เพื่อเป็นหนึ่งในภาพสะท้อนวิถีการมองโลกของคนรัสเซียในปัจจุบันได้ นอกจากนี้ในบริบทของสภานิติบัญญัติสามารถศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผู้หญิงรัสเซียและผู้หญิงไทยเพื่อเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมตลอดจนความคิดความเชื่อของผู้คนจากทั้งสองชนชาติได้



รายการอ้างอิง

- กัญญ์วรา เจนพินิจกุล และเกวลี เพชรทิพย์. (2566). ภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการโทรทัศน์จีน : กรณีศึกษารายการวอไรตี้ ทอล์กโชว์ “ชื่อเจี้ยนชิ่งเหนียนชว”. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 42(1), 7–21.
- กัลยาณี กฤตโตปการกิต. (2563). สำนวนจีน : ภาพสะท้อนโลกทัศน์ของชาวจีนต่อสตรีจีน. *วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 13(1), 271–301.
- กุหลาบ มัลลิกะมาส. (2537). *วรรณคดีวิจารณ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทัศนัย โคตรทอง. (2560). ภาพลักษณ์ผู้สื่อข่าวที่ถูกสะท้อนบทบาทผ่านภาพยนตร์ไทย (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- นุรีดา อิบนิสลุyman. (2565). ภาพสตรีในสุภาษิตมลายู. *วารสารอักษรศาสตร์*, 51(1), 83–104.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *ภาพลักษณ์*. สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th>
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- วรารัตน์ มหามนตรี. (2557). ภาพิต สำนวน : ภาพสะท้อนโลกทัศน์ของคนไทยต่อผู้หญิง. *วารสารอารยธรรมศึกษา ไชย-สาละวิน*, 5(2), 9–58.
- วิลาสินีย์ แผงยงค์. (2564). ภาพผู้หญิงที่สะท้อนผ่านสุภาษิตอิตาเลียน. *วารสารอักษรศาสตร์*, 50(1), 83–104.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550). *สุภาษิต*. สืบค้นจาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledge=สุภาษิต-๒๕-สิงหาคม-๒๕๕๐>
- อาทิตย์ จิตรโท. (2558). ภาพลักษณ์ในเชิงลบของผู้หญิงในสำนวนสุภาษิตสเปน. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 31(1), 131–146.
- อุบล เทศทอง. (2548). โลกทัศน์ต่อชายหญิง : ภาพสะท้อนจากภาษิตเขมร. *วารสารดำรงวิชาการ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 4(2), 131–155.
- Bychkova, E. A. (2020). Gender stereotypes in proverbs and sayings of the Russian language. *New Horizons of Russian Studies*, 9, 9–14.
- Dal, V. I. (1879). *Proverbs of the Russian People*. St. Petersburg: M. O. Wolf.
- Dal, V. I. (1957). *Proverbs of the Russian People*. Collection. Moscow.



- Dictionary of proverbs and sayings. (n.d.). *Cities of ladies don't last long*. Retrieved from <https://slovarick.ru/19/>
- Dictionary of the Russian Language. (n.d.). *Image*. Retrieved from <https://gufo.me/dict/ozhegov/образ>
- Folk art. (2023). *12 popular expressions, the meaning of which is not known to everyone*. Retrieved from <https://folkruussia.ru/rabota/zabegalas-kak-najda-znachenie-pogovorki.html>
- Fomicheva, A.P. (2020). The role of proverbs and sayings in shaping the image of a women in the Russian language picture of the world. "Social and humanitarian problems of education and professional self-realization "Social Engineer-2020", 273–277.
- Journal of Foma. (2023). *Woman: made from the rib of a man?*. Retrieved from <https://foma.ru/zhenshhina-sotvorennaya-iz-rebra-muzhchinyi.html>
- Kovyneva, M. (2023). *Why do they say "a woman with a cart – it's easier for a mare?"*. Retrieved from <https://www.culture.ru/s/vopros/baba-s-vozu-kobyle-legche/>
- Martynova, A. N. & Mitrofanova, V. V. (1986). *Proverbs, sayings, riddles*. Moscow.
- Moiposlovicy. (n.d.). *Proverbs About Women*. Retrieved from <https://moiposlovicy.ru/zhenschina.html>
- Our Tatarstan. (2020). *Women's minds that Tatar sums*. Retrieved from <https://dzen.ru/media/nashtatarstan/jenskie-umy-chto-tatarskie-sumy5edb c95d784aeb7d7a944576>
- Radio Sputnik Fm. (2018). *What is the difference between a bazaar and a market?*. Retrieved from <https://bash.news/sputnik/uroki-russkogo/78348-chem-otlichaetsja-bazar-ot-rynka-9989>
- Shaimardanova, M. R. & Akhmetova, L. A. (2021). Value Representation of Gender Stereotypes through Paroemias Containing Gender Nomination (Based on English and Russian Proverbs). *Philology. Theory & Practice*, 14(10), 3249–3254.
- The world of idiomatic phrases. (2023). *Interpretation and origin of the idiomatic phrase "there's no way to beat it into thick head"*. Retrieved from <https://www.fraze.ru/index.php/frazeologizm/na-bukvu-h/khot-kol-na-golove-teshi>
- The world of idiomatic phrases. (2023). *The origin, meaning and use of the proverb "Baba (while) flies from the stove, seventy-seven thoughts will change her mind."* Retrieved from <https://faze.ru/index.php/poslovitsy-pogovorki/poslov-na-bukvu-b/baba-poka-s-pechi-letit>



- Tokareva, N. A., Kirillova, T. S. & Konnova, O. V. (2019). Gender concepts of «woman, mother, girl» in Russian, English and Chinese phraseology. *Bulletin of Kalmyk university scientific journal*, 110–116.
- Trusov, M. (2020). Seven Fridays a week: the meaning and origin of the expression. Retrieved from <https://dzen.ru/media/id/5c1b6cb3d07efb00a93f3b7a/sem-piatnic-na-nedele-znach-enle-l-prolshojdenie-vyrazeniia5edf24d375cc01341718705a>
- Zhang, Q. (2020). The image of a man and woman on the example of Russian and Chinese Linguocultural systems (based on the analysis of phraseological units). *The world of science, culture and education*, 2(81), 466–468.



การพัฒนาแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร แปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

The development of a model to promote SMEs entrepreneurs in the agro- processing industry in three southern border provinces

ทรงยศ สารภาพ^{1*} ธีรวิทย์ บุญยโสภณ¹ สุชาติ เชียงฉิน¹

Srongyot Sarapab^{1*}, Teravuti Boonyasophon¹, Suchart Siengchin¹, Somnoek Wisuttiapet¹

(Received: May 11, 2023; Revised: June 8, 2023; Accepted: June 16, 2023)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs 2) พัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs 3) จัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ การวิจัยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน แบ่งออกเป็น 5 จังหวัด คัดเลือกแบบเจาะจงเลือก โดยระบุขอบเขตพื้นที่ จังหวัดยะลา ปัตตานี นราธิวาส พัทลุง และจังหวัดสงขลา คือ 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรม 2) กลุ่มสภาอุตสาหกรรม 3) กลุ่มหอการค้า และ 4) กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs โดยวิเคราะห์ข้อมูลรอบที่ 1 ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยการจัดทำความถี่ของประเด็นแนวโน้มรอบที่ 2 และรอบที่ 3 มีลำดับและขั้นตอนดังนี้ 1) การคำนวณค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป 2) การคำนวณค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน 3) การคำนวณค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ จะต้องมีย่านน้อยกว่า 1.50 ผลการวิจัยพบว่าการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปองค์ประกอบของรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs มีทั้งสิ้น 8 องค์ประกอบหลัก และ 43 องค์ประกอบย่อย และสามารถสร้างรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs รวมถึงได้จัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เทคนิคเดลฟาย

¹คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

¹Faculty of Business and Industrial Development, King Mongkuts University of Technology North Bangkok

*Corresponding author. E-mail: srongyot_sarapab@hotmail.com



Abstract

This qualitative research regarding on entrepreneur promotion has the objectives as follows: 1) To study the components of the SMEs promotion model. 2) To develop a promotion model for SMEs entrepreneurs. 3) To create a guideline implementing the promotion model for SMEs entrepreneurs in the agro-processing industry in three southern border provinces. The Delphi method was used including 20 experts from 5 provinces purposive sampling with purposive sampling based on specifying the provincial boundaries, namely Yala, Pattani, Narathiwat, Phatthalung and Songkhla. The expert groups consisted of industrial experts, The Federation of Thai Industries Chamber of Commerce and SMEs entrepreneurs. Data analysis involved three rounds: Round 1 analyzed the content from expert opinions, focusing on identifying recurring issues. In Rounds 2 and 3, the analysis included the following steps: 1) Calculating the median values above 3.50. 2) Calculating the difference between the mode and the median. 3) Calculating the interquartile range, which should be less than 1.50. The research findings revealed the promotion model for SMEs entrepreneurs consists of 8 main components and 43 sub-components. Furthermore, the study is able to develop a promotion model for SMEs and create a guideline implementing the model in the agro-processing industry in three southern border provinces.

Keywords: SMEs entrepreneurs model development, Agro-processing industry business, Three southern border provinces, Delphi technique

บทนำ

ตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัด และกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ เรื่องการตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน 2560 โดยอาศัยอำนาจตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงาน จังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2561 มาตรา 26 วรรคหนึ่ง ประกอบมติคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัด และกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ ครั้งที่ 3/2560 เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2560 โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี จึงได้แบ่งกลุ่มจังหวัดออกเป็น 18 กลุ่มจังหวัด โดยกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วยจังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา โดยจังหวัดยะลา



เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการลงทุนในพื้นที่โครงการเมืองต้นแบบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

โครงการเมืองต้นแบบ "สามเหลี่ยม มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน" เป็นโครงการที่รัฐบาลคัดสรรเมืองต้นแบบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเสนอเป็น "สามเหลี่ยมการพัฒนาอย่างยั่งยืน" เชื่อมโยงพื้นที่ถึงกันในลักษณะเครือข่ายประกอบด้วยอำเภอสุไหงโก-ลก จังหวัดนราธิวาส เพื่อพัฒนาเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนระหว่างประเทศ (International border city) อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี เพื่อพัฒนาเป็นเมืองต้นแบบเกษตรอุตสาหกรรมก้าวหน้าผสมผสาน (Agricultural industry city) และอำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นเมืองต้นแบบการพัฒนาที่พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (Sustainable development city) มีจุดแข็ง (Strengths) ด้านภูมิประเทศติดทะเล และประเทศเพื่อนบ้าน สะดวกต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้า พื้นที่มีความหลากหลายทางชีวภาพส่งผลให้มีวัตถุดิบหลากหลายเพื่อการอุตสาหกรรม มีจุดอ่อน (Weakness) วิถีชีวิตเป็นแบบสังคมชนบท ใช้ชีวิตเรียบง่าย ไม่สนใจการทำงานในภาคอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบเดิมขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี และขาดเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการแปรรูปสินค้า มีโอกาส (Opportunities) รัฐบาลมีการสนับสนุนนโยบาย Thailand 4.0 โดยการส่งเสริมให้ใช้นวัตกรรมเพื่อการแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า มีภัยคุกคาม (Threats) การบังคับใช้กฎหมายผังเมืองส่งผลให้อุตสาหกรรมไม่สามารถประกอบกิจการได้ และราคาผลผลิตและค่าใช้จ่ายประจำวันมีแนวโน้มสูงขึ้นแต่ค่าจ้างแรงงานยังคงต่ำลง ธุรกิจมีลักษณะเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบเดิมขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี และขาดเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการแปรรูปสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Pratt and Tucci (2020) การวิเคราะห์ SWOT เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่ช่วยให้ธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปประเมินตนเองได้ สถานการณ์ตลอดจนองค์ประกอบของกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ มีรูปแบบในแต่ละด้านมีความเหมาะสมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์สำหรับการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs และจัดทำคู่มือนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมหรือแนวทางต้นแบบสามารถยกระดับรายได้เศรษฐกิจกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ร่วมกับหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งนักธุรกิจในพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ ภายใต้แนวคิด "สานพลังประชารัฐ ผ่านการลงทุนขนาดใหญ่" (Big push) แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ซึ่งมีขอบเขตของเนื้อหาที่ต้องการศึกษามุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน



ของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
2. เพื่อพัฒนารูปแบบด้านเนื้อหาเป็นแนวทางการยกระดับรายได้เศรษฐกิจการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
3. เพื่อจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้ประกอบการจะต้องมีองค์ความรู้ และจัดอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการและความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการศึกษาดูงานเพื่อสามารถนำความรู้ ประสบการณ์มาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานในพื้นที่ให้มีศักยภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น มีบุคลากรของผู้ประกอบการโดยใช้นวัตกรรมความรู้ใหม่ ๆ มาพัฒนาผู้ประกอบการอย่างเต็มรูปแบบด้านการปลูกเกษตรแปลงขนาดใหญ่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม มีศักยภาพด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม การสนับสนุนสินค้าการส่งออก สร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดเชิงสร้างสรรค์แบบมีเหตุมีผล ด้านทักษะการพูด อ่านเขียนภาษาท้องถิ่นและภาษาอังกฤษ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่พร้อมทำงาน และอุทิศตนเพื่อส่วนรวม มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จจะกล่าวถึงนโยบายและแผนงานหลักประกอบด้วย

สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (2560) นโยบายประเทศไทย 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) แผนปฏิบัติการที่มีความชัดเจนทั้งแผนงานโครงการงบประมาณดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบหลัก ผู้มีส่วนร่วม กระบวนการทำงาน และระยะเวลาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติได้อย่างจริงจัง

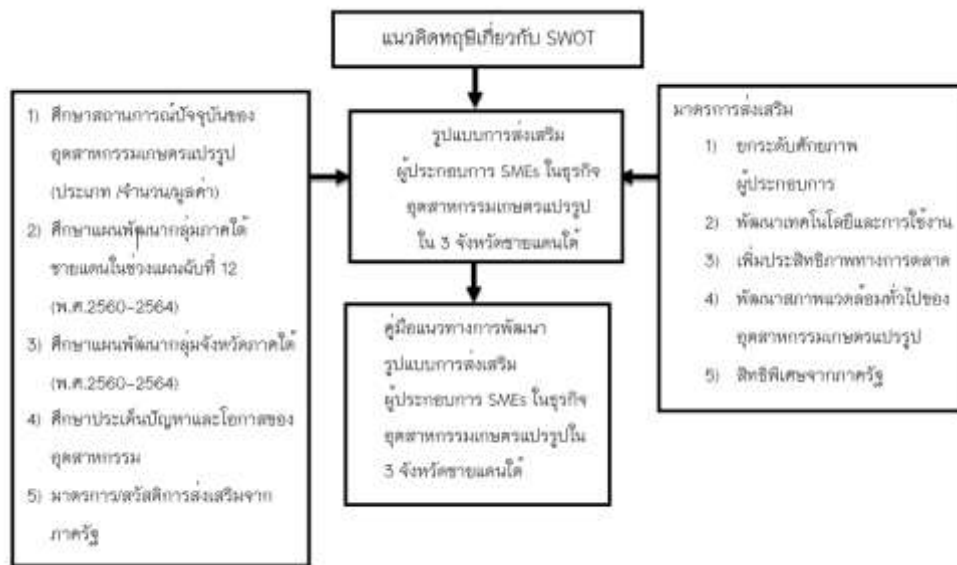
แนวคิดการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายใต้แผนการส่งเสริมฯ นั้นให้ความสำคัญทั้งการพัฒนา SME เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความสามารถในการ



แข่งขันเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด (Competitive growth) และการส่งเสริม SME เพื่อเป็นเครื่องมือการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive growth) การนำหลักการ SWOT Analysis ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งหลักการดังกล่าวเป็นเครื่องมือที่นิยมใช้ทั้งในองค์กรภาคธุรกิจและหน่วยงานรูปแบบอื่น ผนวกกับเป็นหลักการที่ได้รับการยอมรับและมีการใช้งานอย่างกว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับ Pratt and Tucci (2020) มีความเหมาะสมที่จะเป็นหลักการเบื้องต้นในการประเมินสถานการณ์การประกอบธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน โซเฟีย แวะมะ (2561) กล่าวว่า การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารารายย่อยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารารายย่อยในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ และคณะ (2561) ได้ศึกษามาตรการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทางการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจังหวัดยะลา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี ด้านการผลิตและด้านการจัดการ อาชวิน ใจแก้ว (2561) กล่าวว่าผู้ประกอบการเป็นปัจจัยการผลิตที่มีชีวิตจึงเป็นผู้ผสมผสานปัจจัยอื่น ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์ออกมาเป็นสินค้าหรือบริการสู่ตลาดรวมถึงนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากความสามารถในความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร จึงก่อให้เกิดการสร้างและนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ นฤมล คำอ่อน (2562) ได้สรุปองค์ประกอบของรูปแบบมีความแตกต่างกันไปในแต่ละจุดมุ่งหมายในศึกษาวิจัย จะขึ้นอยู่กับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมพบว่าสิ่งสำคัญขององค์ประกอบของรูปแบบจะประกอบไปด้วยหลัก 1) ความเป็นมาและความสำคัญของรูปแบบ 2) หลักการและวัตถุประสงค์ 3) แนวคิด พื้นฐานของรูปแบบ 4) กระบวนการของรูปแบบ 5) ผลที่ได้รับซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติและนำไปใช้กับผู้อื่นต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษาความเกี่ยวข้องและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีนโยบายและแผนพัฒนาสนับสนุนยกระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและความสามารถในการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญในเรื่องที่เกี่ยวกับความรู้และทักษะด้านธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปซึ่งสามารถยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs เป็นเรื่องที่มีความสำคัญและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

วิธีการวิจัย

การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย (Delphi technique) มีขั้นตอนดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วิธีวิจัยแบบ Delphi method การวิจัยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยผู้ให้ข้อมูลหลักจะเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel experts) จำนวน 20 คน คัดเลือกแบบเจาะจงเลือก (Purposive sampling) โดยแบ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม คือ คัดเลือกจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสำนักงานอุตสาหกรรม จำนวน 5 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสภาอุตสาหกรรม จำนวน 5 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านหอการค้า จำนวน 5 คน และจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านผู้บริหารสถานประกอบการ SMEs ในพื้นที่จังหวัดพัทลุง สงขลา ปัตตานี ยะลา และจังหวัดนราธิวาส จำนวน 5 คน ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่างการให้ข้อมูลพื้นฐาน

ลำดับที่	ตำแหน่งหน้าที่	วุฒิการศึกษา	ประสบการณ์	จำนวน
1.	ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัด	ปริญญาตรี	5 ปี ขึ้นไป	5 คน
2.	ประธานอุตสาหกรรมจังหวัด	ปริญญาตรี	5 ปี ขึ้นไป	5 คน
3.	ประธานหอการค้าจังหวัด	ปริญญาตรี	5 ปี ขึ้นไป	5 คน
4.	ผู้บริหารสถานประกอบการ SMEs	ปริญญาตรี	5 ปี ขึ้นไป	5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รอบที่ 1 แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) การสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 20 คน โดยการนัดหมายเข้าพบกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล การวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม รวมถึงองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย

2. แบบสอบถามการประเมินผลข้อมูลองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รอบที่ 2 ใช้คำตอบจากแบบสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 จัดทำเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งกำหนดค่าระดับคะแนนช่วงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ

3. แบบสอบถามประเมินยืนยันคำตอบต่อองค์ประกอบต่าง ๆ รอบที่ 3 จากแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยจัดทำเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า ทำการจำแนกข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปเป็นฉันทามติ (Consensus) ยืนยันคำตอบหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยควอไทล์ (Interquartile)



การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 20 คน รอบที่ 1 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ และเนื้อหาหรือประเด็นของการวิจัย (Index of item Objective Congruence: IOC) ดังนี้

1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่ารายการคำถาม มีความสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย

0 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่ารายการคำถาม มีความสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย

-1 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่ารายการคำถาม ไม่สอดคล้องกับประเด็นการวิจัย

IOC มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป หมายถึง มีความสอดคล้อง

IOC มีค่าน้อยกว่า 0.50 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รอบที่ 2 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ด้วยลักษณะมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ดังนี้

ความสำคัญระดับมากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน

ความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4 คะแนน

ความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน

ความสำคัญระดับน้อย เท่ากับ 2 คะแนน

ความสำคัญระดับน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลประเมินยืนยันคำตอบต่อองค์ประกอบต่าง ๆ รอบที่ 3 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile range) ของข้อมูลที่มีการแจกแจงความถี่การแปลความหมายของค่ามัธยฐานดังนี้

ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 0.50 – 1.49 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

IQR = 0.00 ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นในข้อนั้น สอดคล้อง (เป็นเอกฉันท์)

IQR ≤ 1.50 ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นในข้อนั้น สอดคล้อง



ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำผลของการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาวิเคราะห์ผลโดยการสรุปพิจารณาค่าที่ใช้สำหรับการตัดสินระดับความสอดคล้องกันของข้อมูล ซึ่งพิจารณาจากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) ที่จะต้องมีค่าน้อยกว่า 0.5 ใช้ในการพิจารณา ในการทำเดลฟายในรอบที่ 2 นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สรุปและนำเสนอค่ามัธยฐาน (Median) ที่ระดับ 4 กับระดับ 5 ไว้ด้วยเพื่อแสดงให้เห็นถึงทิศทางของความสอดคล้องกันของข้อมูลว่าเป็นไปในทิศทางที่เห็นด้วยกับองค์ประกอบต่าง ๆ ผลของการวิจัยพบว่า มีองค์ประกอบหลัก 8 องค์ประกอบ และองค์ประกอบย่อย 43 องค์ประกอบ รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้รับฉันทามติจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 ท่าน ว่าเห็นด้วยกับองค์ประกอบและวิธีพัฒนาทุกองค์ประกอบ ตามที่ผู้วิจัยได้ค้นพบจากการทำวิจัย ซึ่งสามารถนำมาสรุปและนำเสนอในรูปแบบตาราง ดังข้อมูลปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามเดลฟายรอบที่ 3

รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป		ผลการพิจารณาระดับความสอดคล้องกัน ของข้อมูล					ความ สอดคล้อง
		Mean	Median	Q1	Q3	IQR	
1. ด้านการพัฒนาศักยภาพกำลังคนและการจัดหาแรงงาน							
1.1	การกำหนดวิสัยทัศน์	4.2	4	4	4	0	มีความ สอดคล้อง
1.2	การกำหนดนโยบาย	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
1.3	การสร้างวัฒนธรรม	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
1.4	การเพิ่มผลตอบแทนให้พนักงาน	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามเดลฟายรอบที่ 3 (ต่อ)

รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป		ผลการพิจารณาระดับความสอดคล้องกัน ของข้อมูล					ความ สอดคล้อง
		Mean	Median	Q1	Q3	IQR	
1. ด้านการพัฒนาศักยภาพกำลังคนและการจัดหาแรงงาน							
1.5	การจัดระบบการศึกษา	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
1.6	การส่งเสริมการลงทุน	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
1.7	การจัดหาแรงงาน	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
2. ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและการใช้งาน							
2.1	ส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
2.2	แสวงหาเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในพื้นที่	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
2.3	ส่งเสริมด้านเทคโนโลยีโดยไม่ยึดติดกับความสำเร็จในอดีต	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
2.4	พัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
2.5	ส่งเสริมนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
3. ด้านการตลาดและรูปแบบการค้าสมัยใหม่ ๆ							
3.1	นโยบายการบริหารงานการตลาดสมัยใหม่	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
3.2	วางแผนการทำงานและเพิ่มช่องทางสื่อสาร	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง


ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามเดลฟายรอบที่ 3 (ต่อ)

รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป		ผลการพิจารณาระดับความสอดคล้องกัน					
		ของข้อมูล					
		Mean	Median	Q1	Q3	IQR	ความ สอดคล้อง
3.3	เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
3.4	คาดการณ์ขนาดของธุรกิจ	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
3.5	ส่งเสริมการค้าสมัยใหม่	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
4. ด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์							
4.1	การขนส่งสินค้าในทุกรูปแบบ	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
4.2	การจัดหาท่าเรือในการขนส่งสินค้าทาง น้ำ	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
4.3	การจัดการด้านสารสนเทศ	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
4.4	ระบบการขายสินค้าที่มีคุณภาพ	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
4.5	การจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมและตรง ต่อเวลา	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
5. ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมทั่วไปของอุตสาหกรรม							
5.1	การจัดเตรียม facility อย่างครอบคลุม พื้นที่	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
5.2	มีการควบคุมมาตรฐานด้าน สิ่งแวดล้อม	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง


ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามเดลฟายรอบที่ 3 (ต่อ)

รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป		ผลการพิจารณาระดับความสอดคล้องกัน					
		ของข้อมูล					ความ สอดคล้อง
		Mean	Median	Q1	Q3	IQR	
5.3	มาตรการด้านการจัดการความเสี่ยง	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
5.4	มาตรการด้านความสะอาดและความ ปลอดภัย	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
5.5	มาตรการจัดทำตัวบ่งชี้ด้าน สิ่งแวดล้อม	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
6. ด้านการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ							
6.1	สนับสนุนการศึกษาดูงาน	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
6.2	วางแผนกลยุทธ์ตามเป้าหมาย	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
6.3	ถ่ายทอดการบริหารงานที่เป็นทีมใน องค์กร	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
6.4	วางแผนวิสัยทัศน์สร้างศักยภาพด้าน ความรู้	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
6.5	ภาวะความเป็นผู้นำในการบริหารงาน	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
ด้านงบประมาณการลงทุนทางการเงิน							
7.1	จัดสรรงบประมาณด้านอุตสาหกรรม	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
7.2	ให้สิทธิประโยชน์การนำเข้าเครื่องจักร	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง



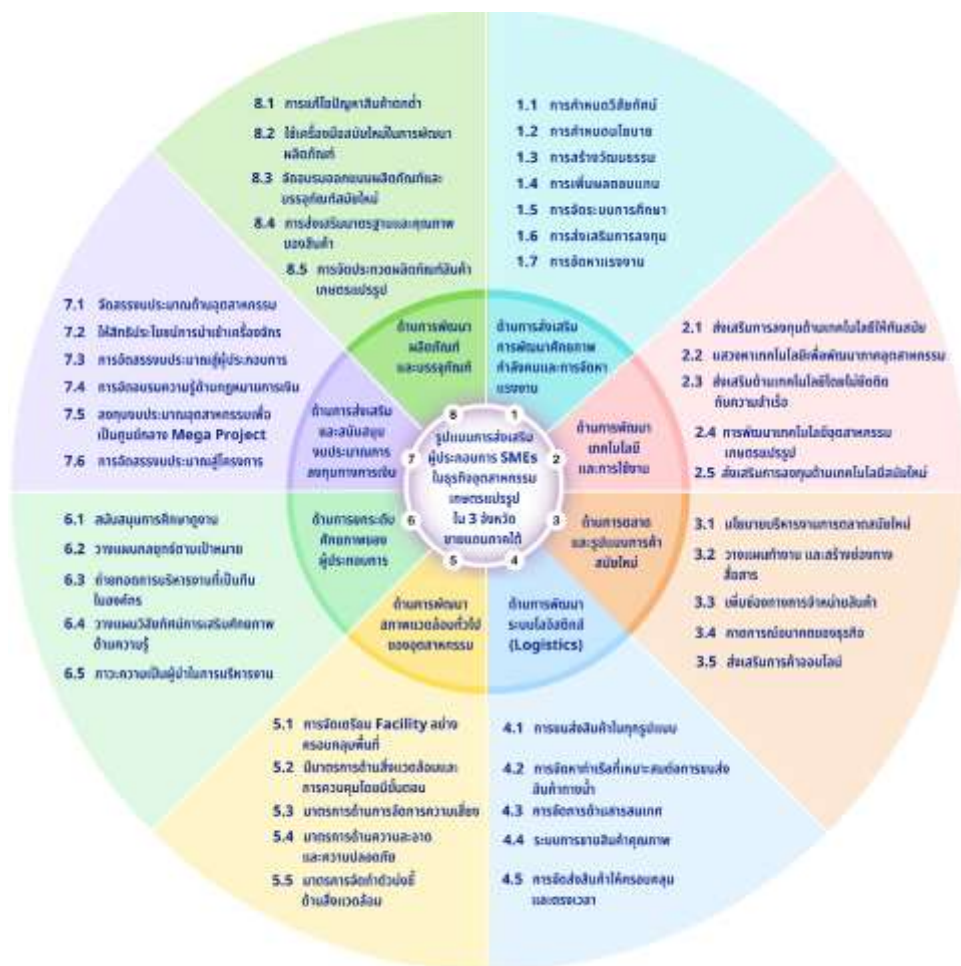
ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามเดลฟายรอบที่ 3 (ต่อ)

รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป		ผลการพิจารณาระดับความสอดคล้องกัน					
		ของข้อมูล					ความ สอดคล้อง
		Mean	Median	Q1	Q3	IQR	
7.3	การจัดสรรงบประมาณสู่ผู้ประกอบการ	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
7.4	การจัดอบรมความรู้ด้านกฎหมายการเงิน	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
7.5	การจัดสรรงบประมาณสู่โครงการ	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
7.6	ลงทุนการเงินเป็นศูนย์กลาง Mega Project	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์							
8.1	การแก้ไขปัญหาสินค้าตกต่ำ	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
8.2	ใช้เครื่องมือสมัยใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
8.3	จัดอบรมออกแบบและบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
8.4	การส่งเสริมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า	4.8	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง
8.5	การจัดประกวดผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป	4.9	5	5	5	0	มีความ สอดคล้อง

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลของการวิจัยพบว่าองค์ประกอบหลักทั้ง 8 องค์ประกอบและองค์ประกอบย่อยทั้ง 43 องค์ประกอบในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs



ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ผู้วิจัยได้นำมาจัดสร้างเป็นรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนใต้ เห็นด้วยกับองค์ประกอบและวิธีการพัฒนาทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสม ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อจัดทำคู่มือแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แสดงคู่มือที่ผ่านการจัดสัมมนา กลุ่มย่อยจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 ท่าน ซึ่งมีองค์ประกอบเหล่านี้เป็นพื้นฐานในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนใต้ ให้เติบโตสร้างความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังภาพที่ 4



สารบัญ	
ส่วนที่ 1 บทนำ	หน้า
1.1 หลักการและเหตุผลในการจัดทำคู่มือ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของคู่มือ	2
1.3 รูปแบบการนำเสนอในคู่มือประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้อื่น	3
1.5 วิธีการใช้คู่มือ	4
ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป	
การพัฒนาโรงงาน	6
2.1 การกำหนดสายโซ่อุปทาน	6
2.2 การกำหนดมาตรฐาน	7
2.3 การตลาดแบบออนไลน์	8
2.4 การเงินและธนาคาร	9
2.5 การจัดการเอกสาร	10
2.6 การส่งเสริมการตลาด	11
2.7 การจัดหาแรงงาน	12
ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป	14
3.1 ขั้นตอนการพัฒนาระบบที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์	14
3.2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป	16
3.3 ขั้นตอนการพัฒนาระบบที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์	17
3.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป	18
3.5 ขั้นตอนการพัฒนาระบบที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์	19

ภาพที่ 4 คู่มือแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป
ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาอภิปรายผลโดยการสรุปและพิจารณาค่าที่ใช้สำหรับการตัดสินระดับความสอดคล้องกันขององค์ประกอบของรูปแบบของข้อมูล

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถสร้างรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถสรุปจำนวนองค์ประกอบหลักได้ 8 องค์ประกอบ และองค์ประกอบย่อยได้ 43 องค์ประกอบ ได้นำมาจัดสร้างเป็นรูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนใต้

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สามารถสร้างคู่มือแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แสดงคู่มือที่ผ่านการจัดสัมมนา



กลุ่มย่อยจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผลการวิจัยมีองค์ประกอบหลัก 8 องค์ประกอบ และองค์ประกอบย่อย 43 องค์ประกอบดังนี้

ด้านการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพกำลังคนและการจัดหาแรงงาน 1) การกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ 2) การกำหนดนโยบายการพัฒนาศักยภาพกำลังคน 3) การสร้างวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ 4) การเพิ่มผลตอบแทนให้พนักงานเพื่อจูงใจให้ทำงานในพื้นที่ 5) การจัดระบบการศึกษาของประเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของในพื้นที่ 6) ส่งเสริมการลงทุนทั้งในภาครัฐและ 7) จัดหาแรงงานที่มีความรู้ความสามารถในพื้นที่ ผู้ประกอบการควรจะมีความรู้ความเข้าใจในบริบทท้องถิ่นของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ กระทรวงแรงงาน (2563) กล่าวว่าแรงงาน ถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยแต่เดิมเป็นประเทศเกษตรกรรมต่อมา มีการพัฒนามาสู่อุตสาหกรรมหนักที่เน้นการใช้แรงงานเข้มข้น จนถึงปัจจุบันในปี 2560 รัฐบาลได้มีการประกาศ นโยบายแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) หรือนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจของประเทศที่เคยขับเคลื่อนด้วยฐานแรงงานเข้มข้นในอุตสาหกรรมหนักไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสร้างอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต

ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและการใช้งาน 1) ส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม 2) แสวงหาเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาภาคอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในพื้นที่ 3) ส่งเสริมด้านเทคโนโลยีโดยไม่ยึดติดกับความสำเร็จในอดีต 4) พัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป 5) ส่งเสริมนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผู้ประกอบการต้องลงทุนด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม มีการกำหนดมาตรฐานเพื่อควบคุมการใช้งานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ โดยไม่ยึดติดกับความสำเร็จในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับ ธิติยา ทองเก็น (2564) กล่าวว่า การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับบริบทความต้องการในการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ โดยใช้รูปแบบ "Social Creative Potential Development Model" (SCPD Integrated Model)

ด้านการตลาดและรูปแบบการค้าสมัยใหม่ ๆ 1) นโยบายการบริหารงานการตลาดสมัยใหม่ 2) วางแผนการทำงานและสร้างช่องทางการสื่อสารถึงลูกค้าทุกกลุ่ม 3) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า 4) คาดการณ์อนาคตของธุรกิจ 5) ส่งเสริมนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการขายระบบ online เพื่อสร้างตลาดให้มากขึ้น ส่งเสริมการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรแปรรูปประเภทต่างๆ ให้กระจายตัวโดยผ่านระบบ Online Marketing, Social Network Marketing ซึ่งสอดคล้องกับ Wertime and Fenwick (2008) กล่าวว่า ความหมายของการตลาดดิจิทัล



คือการพัฒนาการตลาดในอนาคต เมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล และสื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่สามารถระบุตัวผู้ใช้งานได้

ด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ 1) การขนส่งสินค้าในทุกรูปแบบ 2) การจัดหาท่าเรือที่เหมาะสม และเพียงพอต่อการขนส่งสินค้าทางน้ำ 3) การจัดการด้านสารสนเทศเพื่อคาดการณ์ความต้องการสินค้า 4) ระบบการขายสินค้าที่มีคุณภาพ 5) การจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมและตรงต่อเวลา ผู้ประกอบการต้องมีทักษะการบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อการส่งสินค้าที่ตรงต่อเวลา จัดการระบบสาธารณูปโภคชัดเจนและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ เอกชัย คุปตาวาทิน, พัลลภ พรหมสาเพ็ชร, และวาสนา ช่อมะลิ (2561) ที่อธิบายว่าโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต การขนส่ง และการเคลื่อนย้ายผลผลิตในพื้นที่ซึ่งสามารถนำไปสู่การตัดสินใจในการลดกิจกรรมที่ไม่เกิดให้เกิดคุณค่าได้ สำหรับสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมทั่วไปของอุตสาหกรรม 1) การจัดเตรียม facility อย่างครอบคลุมพื้นที่ 2) มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและการควบคุมโดยมีขั้นตอน 3) มาตรการด้านการจัดการความเสี่ยง 4) มาตรการด้านความสะอาดและด้านความปลอดภัย 5) มาตรการจัดทำตัวบ่งชี้ด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการจะต้องมีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและการกระบวนการควบคุมโดยมีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างมีรูปแบบและแบบแผนงาน ประกาศใช้มาตรการด้านความสะอาดและด้านความปลอดภัยอย่างจริงจัง ให้ครอบคลุมและทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยสนับสนุนผลกระทบของสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน พุทธิฉัตร ปัญญาประชุม (2559) (Riyanto, Sutrisno, & Ali, 2017) Gamal, Taneo, & Halim, 2018) (Sujarwo, Cicihratnasih, & Sodikin, 2018) งานเหล่านี้ให้ผลการวิจัยที่สอดคล้องกันคือ สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ด้านการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ 1) สนับสนุนการศึกษาดูงาน 2) วางแผนกลยุทธ์ตามเป้าหมาย 3) ถ่ายทอดการบริหารงานที่เป็นทีมในองค์กร 4) วางแผนวิสัยทัศน์การเสริมสร้างศักยภาพด้านความรู้ 5) ภาวะความเป็นผู้นำในการบริหารงาน ผู้ประกอบการ มีทักษะการคิดวิเคราะห์ และการคิดเชิงสร้างสรรค์แบบมีเหตุมีผล ด้านทักษะการพูด-อ่าน-เขียนภาษาท้องถิ่น และภาษาอังกฤษ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Morris, Kuratko & Covin, 2008) กล่าวถึง ความเป็นประกอบการองค์กร (Entrepreneurship) ว่าเป็นแง่มุมสำคัญของการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กร การทำกำไร ความสามารถในการนวัตกรรมและการเจริญเติบโตขององค์กร



ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณการลงทุนทางการเงิน 1) จัดสรรงบประมาณด้านอุตสาหกรรม 2) ให้สิทธิประโยชน์การนำเข้าเครื่องจักร 3) การจัดสรรงบประมาณสำหรับผู้ประกอบการ 4) การจัดอบรมความรู้ด้านกฎหมายการเงิน 5) ลงทุนงบประมาณอุตสาหกรรมเพื่อเป็นศูนย์กลาง Mega project 6) การจัดสรรงบประมาณสู่โครงการ ผู้ประกอบการจะต้องรู้วิธีการบริหารจัดการด้านงบประมาณเพื่อให้สอดคล้องกับระบบและวิธีการจัดการงบประมาณที่มุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับเอกกมล เอี่ยมศรี (2556) ได้กล่าวว่า การบริหารการเงิน คือการวางแผนการจัดระเบียบและการควบคุมกำกับกิจกรรมทางการเงิน เช่น การจัดซื้อ และการใช้ประโยชน์ จากเงินทุนขององค์กร กำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและคงอยู่ได้ในระยะยาว

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 1) การแก้ไขปัญหาสินค้าตกต่ำ 2) ใช้เครื่องมือสมัยใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) จัดอบรมออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ 4) การส่งเสริมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า 5) การจัดประกวดผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป ผู้ประกอบการจะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ภาวะการผลิตและการค้า เกษตรแปรรูป สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรแปรรูปให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับวิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง, ยรรยง ศุภรัตน์, นธิ เหมมันต์, จุฑามาศ พรหมมนตรี, นิศาชล สกุลชาญณรงค์, และฐานันท์ ตั้งรุจิกุล. (2562). กล่าวว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือเป็นรูปแบบเป็นกล่องพลาสติกทรงกลมสี่เหลี่ยม มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจน มีป้ายฉลากติดข้างกล่อง ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากที่มีคุณภาพ และผลิตได้เพียงพอต่อความต้องการการใช้งาน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ข้อมูลที่สรุปได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ นำมาออกแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อการสัมภาษณ์ ซึ่งมีคำถาม ปัญหาและอุปสรรคและมีแนวทางการแก้ไข เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตอบและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และจัดทำแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญออกความเห็นในลักษณะการจัดลำดับความสำคัญของข้อคำถามแต่ละข้อและระบุเหตุผลที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยลงในช่องว่างท้ายคำถามรวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้ รวมถึงการพิจารณาจากคำตอบแบบสอบถาม Delphi method โดยจัดทำเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน



ประเมินค่าโดยใช้สอบถามผู้เชี่ยวชาญยืนยันผล และนำผลจากการตอบแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานแล้วทำการจำแนกข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปใหม่ได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันกำหนดนโยบาย กำหนดวิสัยทัศน์ มาตรฐานความปลอดภัยและมาตรฐานการผลิตอุตสาหกรรมให้เหมาะสมกับสถานประกอบการ SME ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

1.2 กระทรวงศึกษาควรสนับสนุนด้านการเรียนการสอนและการฝึกอบรมบุคลากรกลุ่มเกษตรกรเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นในการบริหารจัดการและดำเนินการธุรกิจ

1.3 กระทรวงแรงงานควรส่งเสริม สนับสนุน กลุ่มแรงงานเกี่ยวกับธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในพื้นที่ให้มีจำนวนมากขึ้นในการทำงาน

1.4 สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และสำนักงานอุตสาหกรรมควรร่วมกันสนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรม พัฒนามาตรฐานคุณภาพของสินค้า ตรวจสอบมาตรฐานสินค้าเกษตรแปรรูปของคนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

1.5 ผู้บริหารสถานประกอบการ SMEs ควรร่วมกันสนับสนุน ส่งเสริมองค์ความรู้ ด้านการทำแผนธุรกิจ การบริหารจัดการเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านเกษตรแปรรูป การผลิต การแปรรูป ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตลาดออนไลน์ และการเปิดเสรีทางการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อยเพิ่มเติมในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

2.2 ควรมีการศึกษาและนำผลวิจัยไปพัฒนารูปแบบการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

2.3 ควรศึกษาและวิจัยเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย (Focus group) โรงไม้ โรงปาล์ม โรงยางพารา โรงไม้โรงงานโรงงานปลากระป๋อง โรงงานแปรรูปทุเรียน โรงงานแปรรูปเกษตร ในการส่งเสริมผู้ประกอบการในจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส

2.4 ควรศึกษาและวิจัยการส่งเสริมมาตรฐานของสินค้าที่ยังไม่ได้มาตรฐาน (อย.) กับผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย



2.5 วิจัยและประเมินผลการพัฒนาศักยภาพ Reskill และ Upskill กับผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

รายการอ้างอิง

- กระทรวงแรงงาน. (2563). *สถิติแรงงานประจำปี 2562*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน.
- กัลยรัตน์ พินิจจันทร์, ดุษฎี นาคเรือง, วัชรระ ขาวสังข์, ปิยะดา มณีนิล, ปวีณา เจาะอารง, อับดุลเราะห์มาน สาและ, และภุริชาติ พรหมเต็ม. (2561). การพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยาอำเภอธารโต จังหวัดยะลา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(4), 67-81.
- โซเฟีย แวะมะ. (2561). การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารารายย่อยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 29(3), 102-116.
- ธิดิยา ทองเกิน. (2564). การพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 11(2), 45-60.
- นฤมล คำอ่อน. (2562). *รูปแบบการจัดการเครือข่ายชุมชนเพื่อความมั่นคงทางอาหาร* (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- พุทธิฉัตร ปัญญาประชุม. (2559). *ผลกระทบของสภาพแวดล้อมการทำงานต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ เขตอุตสาหกรรมนิคมแหลมฉบัง* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, ยรรยง ศชรรัตน์, นธี เหมมันต์, จุฑามาศ พรหมมนตรี, นิศาชล สกูลชาญณรงค์, และฐานันท์ ตั้งจุฑา. (2562). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือ บ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. *การประชุมหาผู้ใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9* (หน้า 1491-1505). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ
- สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. *วารสารไทยคู่ฟ้า*, 33(4), 3-17.



- อาชวิน ใจแก้ว. (2561). การบูรณาการศักยภาพการผลิตเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของคลัสเตอร์วิสาหกิจกลุ่มล้านนาในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, กรุงเทพฯ.
- เอกกมล เอี่ยมศรี. (2556). การบริหารงานการเงิน (Financial Management) . สืบค้นจาก <https://elamsri.wordpress.com>
- เอกชัย คุปตาวาทิน, พัลลภ พรหมสาเพ็ชร, วาสนา ช่อมะลิ, และทนายวุฒิ โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2561). แนวทางการลดต้นทุนโลจิสติกส์ กรณีศึกษา เกษตรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 48–74.
- Gamal, N. L., Taneo, S. Y. M., & Halim, L. (2018). Job satisfaction as a mediation variable in the relationship between work safety and health (K3) and work environment to employee performance. *Journal of Applied Management*, 16(3), 486–493.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). *Corporate Entrepreneurship & Innovation, Entrepreneurial Development within Organizations (2nd ed)*. Thomson: South-Western.
- Pratt, M. K., & Tucci, L. (2020). *SWOT analysis strengths, weaknesses, opportunities and threats analysis*. Retrieved from <https://searchcio.Techtarget.com/definition/SWOT-analysis-strengths-weaknesses-opportunities-and-threats-analysis>
- Riyanto, S., Sutrisno, A., & Ali, H. (2017). The Impact of working motivation and working environment on employees performance in Indonesia stock exchange. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 342–348.
- Sujarwo, E., CicihRatnasih, & Sodikin, A. (2018). The effect of organizational culture and environmental work on employee performance through organization commitment PT. Ciwangi Berlian Motors. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 4(5), 14–27.
- Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *DigiMarketing, the Essential Guide to New Media & Digital Marketing (1st ed.)*. New Jersey: Wiley & Son.



การพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย The Development of a Situation Test to Measure Psychological Well-Being of the Thai Elderly

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์¹ ธิดาร์ก ลูเอชา^{1*} นงลักษณ์ อาณี¹ จิตรนันท์ ศรีเจริญ²

Teerapatra Ekphachaisawat¹, Thidarak Luecha^{1*}, Nonglak Arnee¹, Jitranan Sricharoen²

(Received: April 26, 2023; Revised: June 13, 2023; Accepted: June 30, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยที่มีคุณภาพเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ 2) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนไทยเพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 60-85 ปี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทั้งสิ้น 1,000 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย การหาคุณภาพเครื่องมือ ดำเนินการโดยการหาความสอดคล้องของข้อคำถามแบบรายข้อ และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ Mplus

ผลการวิจัยพบว่า 1) การสร้างและพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิจัย พบว่า แบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ การมีสัมพันธภาพที่ดี อารมณ์เชิงบวก การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ และการเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งทุกองค์ประกอบมีค่าไอเกน มากกว่า 1.00 และสามารถอธิบายการประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยได้ร้อยละ 50.971 และ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย โมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹Faculty of Human and Social Science Phetchabun Rajabhat University

²คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

²Faculty of Science and Technology Phetchabun Rajabhat University

*Corresponding author. E-mail: thidarak@pcru.ac.th



ดัชนีความกลมกลืนของโมเดล ค่า $\chi^2 = 69.695$ $df = 59$ $\chi^2 / df = 1.18$ $p\text{-value} = 0.1608$ $CFI = 0.972$ $TLI = 0.956$ $RMSEA = 0.019$ และ $SRMR = 0.034$

คำสำคัญ: แบบวัดเชิงสถานการณ์ สุขภาวะทางจิต ผู้สูงอายุไทย

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop a situational measurement approach to assess the mental well-being of Thai elderly people with accurate and reliable quality, 2) to examine the structural accuracy of situational measurements to measure the mental well-being of Thai elderly people. The population used in this research includes Thai male and female aged between 60–85 years. The research utilized a multi-stage sampling method and obtained a sample size of 1,000 elderly people. The research instrument was a situational test to measure psychological well-being of Thai elderly people. The instrument quality was assessed through item-total correlation and Cronbach's alpha coefficient analysis. Data analysis was conducted using Exploratory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA) with the statistical software Mplus.

The results showed that 1) The development of a situational measurement test to measure mental well-being of the Thai elderly based on the factor analysis, consists of 4 factors: positive relationships, positive emotions, psychological resilience and self-esteem. Each factors has the Eigen Value over 1.00 and can explain the mental health assessment of the Thai elderly at 50.971 %. 2) The confirmatory factor analysis showed that measurement models align with empirical data. The model coherence index is as follows: $\chi^2 = 69.695$ $df = 59$ $\chi^2 / df = 1.18$ $p\text{-value} = 0.1608$ $CFI = 0.972$ $TLI = 0.956$ $RMSEA = 0.019$ and $SRMR = 0.034$

Keywords: Situational test, Psychological well-being, Thai elderly

บทนำ

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ไม่สมดุลทำให้ในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ซึ่งคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2561 จะเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าประชากรในวัยเด็ก ในปี 2563 ประเทศไทยมีประชากรผู้สูงอายุจำนวน 12 ล้านคน คิดเป็น



ร้อยละ 18 ของประชากรทั้งหมด (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2564) ส่วนในปี 2564 จำนวนผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้นเป็น 12.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ของประชากรทั้งหมด และในอีก 20 ปีข้างหน้าประชากรสูงอายุจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4 ต่อปี ส่วนผู้สูงอายุวัยปลายที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป จะเพิ่มด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2565) การเข้าสู่วัยผู้สูงอายุส่งผลให้บุคคลมีความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย เศรษฐกิจและสังคม โดยร่างกายจะเกิดความเสื่อม เกิดความเจ็บป่วย ไม่สบายตัว ช่วยเหลือตัวเองได้น้อยลง หรือเกิดโรคเรื้อรังที่ต้องการการรักษาที่ยาวนาน เมื่อไม่ได้ทำงานเพราะเกษียณอายุแล้ว รายได้อาจลดลงจนไม่พอกับค่าใช้จ่าย บทบาททางสังคมลดลงจึงได้รับการยอมรับนับถือน้อยลง การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อสุขภาวะทางจิตและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ทำให้ไม่มีความสุข รู้สึกท้อแท้ รู้สึกไร้ค่า หงุดหงิด ผิดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิต ทั้งนี้ ปัญหาสุขภาพจิตของผู้สูงอายุที่พบบ่อย ได้แก่ ความวิตกกังวล ซึมเศร้า นอนไม่หลับ ภาวะสมองเสื่อม และปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์ (กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, 2561) ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุ และการประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากผลการศึกษานำไปเป็นข้อมูลสำหรับการส่งเสริมสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งนำไปใช้เป็นแนวทางในการป้องกันปัญหาสุขภาพจิตของผู้สูงอายุในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยสามารถประเมินได้โดยใช้แบบวัดแบบของนักวิชาการตะวันตก เช่น แบบวัดสุขภาวะทางจิตของ Ryff and Keyes (1995) แบบวัดสุขภาวะเชิงอัตวิสัยของ Diener (1984) ซึ่งแบบวัดอาจไม่สอดคล้องกับบริบทสังคมไทย เนื่องจากเป็นแบบวัดที่พัฒนาขึ้นจากบริบทสังคมและวัฒนธรรมในประเทศตะวันตก

สำหรับแบบวัดที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทยมีนักวิชาการหรือหน่วยงานพัฒนาขึ้นเช่นกัน เช่น แบบวัดสุขภาพจิต ซึ่งพัฒนาโดยกรมสุขภาพจิต แบบวัดสุขภาวะทางจิต พัฒนาโดยคณางค์ มณีศรี (2550) ทั้งสองแบบวัดเป็นแบบวัดที่ใช้สำหรับคนทั่วไป ส่วนแบบวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุโดยตรง คือ แบบวัดสุขภาวะทางจิต ซึ่งพัฒนาโดยอรพินท์ ชูชม, พรณี บุญประกอบ, มนัส บุญประกอบ, อุษาสี ศรีจินดารัตน์, และสุชาดา สุธรรมรักษ์ (2563) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีแบบวัดสุขภาวะทางจิตสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ แต่แบบวัดดังกล่าวเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่าที่มีข้อคำถามปลายปิด โดยข้อคำถามจะไม่ยาวมากนัก ข้อมูลในข้อคำถามจึงจำกัด และไม่มีตัวอย่างประกอบ การตีความคำตอบจึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์และบริบทแวดล้อมของผู้ตอบ ซึ่งมีความแตกต่างกันอาจส่งผลให้ผู้ตอบไม่เข้าใจคำถาม หรือตีความหมายของคำถามผิดไป และเมื่อไม่มีโอกาสได้รับคำชี้แจง ผู้วิจัยอาจจะได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง (วัลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2556) ดังนั้นเพื่อให้การวัดสุขภาวะทางจิตของ



ผู้สูงอายุมีความสมบูรณ์มากขึ้น จึงควรมีการสร้างแบบวัดที่ไม่ใช่แบบวัดในลักษณะประเมินค่าความคิดเห็นหรือทัศนคติ โดยการสร้างแบบวัดในเชิงสถานการณ์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาและพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย เพื่อสร้างองค์ความรู้พื้นฐานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยที่มีคุณภาพเที่ยงตรงและเชื่อถือได้
2. เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาวะทางจิต

สุขภาวะทางจิต (Psychological well being) หรือ ความสุข เป็นการนิยามในศาสตร์จิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งมีรากฐานมาจาก 2 มุมมอง คือ มุมมองเฮโดนิคส์ (Hedonic) และยูโดโมนิกส์ (Eudaimonic) ดังนี้

1. สุขภาวะในมุมมองเฮโดนิคส์ (Hedonic) หรือความสุขเชิงอัตวิสัย (Subjective well – being, SWB) ให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึกทั้งความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ โดยเชื่อว่ามนุษย์ต้องการได้รับความพึงพอใจมากที่สุดซึ่งเป็นความรู้สึกทางบวก และต้องการลดความเจ็บปวดให้เหลือน้อยที่สุด โดยที่ความรู้สึกพึงพอใจสูงสุดเป็นหนทางนำไปสู่ความสุข (Henderson & Knight, 2012)

2. สุขภาวะในรูปแบบยูโดโมนิกส์ (Eudaimonic) หรือสุขภาวะทางจิต (Psychological Well – Being, PWB) ให้ความสำคัญกับการเติบโตทางจิต ความสุขที่แท้จริง การทำสิ่งที่ดีมีคุณค่า ใช้ชีวิตให้ตั้งงาม การพัฒนาศักยภาพในตนเอง โดยเน้นในเรื่องการพัฒนาลักษณะของบุคคล สุขภาวะทางจิตเป็นการรับรู้ของบุคคลในการดำเนินชีวิตเชิงบวก

สำหรับองค์ประกอบสุขภาวะทางจิต (Psychological well – being) แบ่งเป็น 6 มิติ คือ 1) การยอมรับตนเอง (Self-acceptance) มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง 2) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Positive relation with other) มีความไว้วางใจ ความปรารถนาดีต่อผู้อื่น 3) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) เชื่อมั่นในตนเอง 4) ความสามารถในการจัดการสภาพแวดล้อม (Environmental mastery) ใช้โอกาสรอบตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) การมีเป้าหมายในชีวิต (Purpose in life) มีจุดมุ่งหมาย



ทิศทางชีวิต และ 6) ความงอกงามในตนเอง (Personal growth) มีศักยภาพในการเติบโตทั้งร่างกายและจิตใจ (Ryff, 1989)

นอกจากแนวคิดสุขภาวะในมุมมองเฮโดนิคส์ (Hedonic) และยูโดโมนิคส์ (Eudaimonic) แล้ว สุขภาวะทางจิตตามแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกของ Seligman มี 5 องค์ประกอบ คือ 1) สภาวะอารมณ์เชิงบวก (Positive emotion) เป็นความรู้สึกและอารมณ์ด้านดีของบุคคลที่มีสถานการณ์ต่างๆ เช่น ความสุข ความเพลิดเพลิน ความตื่นเต้น ความพอใจ ความภูมิใจ และความอัศจรรย์ใจ 2) การได้ทุ่มเททำกิจกรรมที่ชอบ (Engagement) คือ การเอาใจใส่จดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับสิ่งนั้น มีความกระตือรือร้น ไม่เบื่อหน่าย ปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำกิจกรรมนั้นให้สำเร็จ รู้สึกเพลิดเพลินกับการทำกิจกรรม จนกระทั่งลืมเวลาที่กำลังผ่านไป 3) ความสัมพันธ์ที่ดี (Relationships) ความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากครอบครัว คู่ชีวิต อาชีพการงาน สังคมรอบข้าง รวมทั้งความสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ 4) การรู้สึกว่าชีวิตมีความหมาย (Meaning) เป็นการค้นหาจุดแข็งของตนเองเพื่อทำบางสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตนเองที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคม 5) การบรรลุถึงเป้าหมาย (Accomplishment) เป็นการสร้างความเชี่ยวชาญให้เกิดความสำเร็จและบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการอย่างเป็นรูปธรรม (Seligman, 2011)

สำหรับองค์ประกอบสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุ กรมสุขภาพจิต กำหนดไว้ 5 องค์ประกอบ คือ 1) สุขสบาย (Health) คือ ความสามารถของผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพร่างกายให้มีสมรรถภาพร่างกายที่แข็งแรง 2) สุขสนุก (Recreation) คือ ความสามารถของผู้สูงอายุในการเลือกวิถีชีวิตที่รื่นรมย์ สนุกสนานสร้างความสนุกให้ชีวิต 3) สุขสง่า (Integrity) คือ ความรู้สึกพึงพอใจในชีวิต เชื่อมมั่นในตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง และช่วยเหลือผู้อื่นในสังคม 4) สุขสว่าง (Cognition) คือความสามารถของผู้สูงอายุด้านความจำการใช้ความคิดอย่างมีเหตุมีผล การแก้ไขปัญหา และความสามารถในการจัดการสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) สุขสงบ (Peacefulness) คือ ความสามารถของผู้สูงอายุ รู้จักควบคุมอารมณ์ และสามารถจัดการกับสภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถผ่อนคลายให้เกิดความสุขสงบกับตนเองได้ รวมทั้งความสามารถในการปรับตัวยอมรับสภาพสิ่งที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง (กรมสุขภาพจิต, 2555) ในขณะที่อรพินทร์ ชูชม และคณะ (2563) แบ่งองค์ประกอบสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ 1) สภาวะทางอารมณ์จิตใจทางบวก หมายถึง การที่บุคคลมีสภาวะอารมณ์ความรู้สึกทางบวกต่อตนเอง มีการจัดการอารมณ์ทั้งทางบวกและลบทำจิตใจให้สงบ โดยมีการปล่อยวาง มีการมองโลกในแง่ดี 2) การพึ่งพาตนเองหมายถึง การที่บุคคลมีความเชื่อมั่นในตนเองสามารถมีอิสระในการตัดสินใจและการกระทำได้ด้วยตนเอง และเห็นคุณค่าของตนเอง 3) สัมพันธภาพทางสังคม หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าคุณค่าได้รับความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ที่ดี



กับครอบครัวและเพื่อน ช่วยเหลือหรือสนับสนุนซึ่งกันและกัน 4) มีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่ามีคุณธรรม หลักความเชื่อหรือคำสอนศาสนาที่ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตได้อย่างผาสุก และ 5) ความยึดหยุ่น หมายถึง การทำจิตใจให้ยอมรับสภาพความเป็นจริงของชีวิตและการเปลี่ยนแปลง

จากแนวคิดเกี่ยวกับสุขภาวะทางจิตที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถกำหนดภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยในการวิจัยครั้งนี้ มี 4 องค์ประกอบ คือ การมีสัมพันธภาพที่ดี อารมณ์เชิงบวก การมีที่ยึดเหนี่ยวทางใจ และการเห็นคุณค่าในตัวเอง

แนวคิดเกี่ยวกับแบบวัดเชิงสถานการณ์

แบบวัดเชิงสถานการณ์เป็นการจำลองหรือสร้างเหตุการณ์ เรื่องราวต่าง ๆ ขึ้น แล้วให้ผู้สูงอายุแสดงความรู้สึกว่าตนเองจะกระทำหรือมีความเห็นอย่างไรต่อสถานการณ์ที่กำหนดขึ้น โดยปกติแล้วการตอบสนองต่อสถานการณ์นั้นอาจให้การตอบสนองว่าตัวเองจะอย่างไร การตอบอาจทำให้ผู้ตอบเขียนหรือบอกขอความคิดเห็นของตนเองหรืออาจจะให้เลือกคำตอบจากตัวเลือกที่กำหนดไว้ก็ได้ (พิชิต ฤทธิ์จัญญ , 2545) การสร้างแบบวัดเชิงสถานการณ์มีขั้นตอนดังนี้ (เอมอร จังศิริพรปกรณ์, 2550)

1. กำหนดพฤติกรรม คุณลักษณะ ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม เจตคติที่ต้องการตรวจสอบ จากนั้นเลือกสถานการณ์ และพิจารณาว่าพฤติกรรมที่ต้องการวัดนั้น ผู้ตอบจะแสดงออกมาในสถานการณ์อะไรบ้าง

2. แต่งสถานการณ์ นำสถานการณ์ที่เลือกมาแต่งเติมให้เป็นเรื่องราวที่บุคคลในสถานการณ์นั้นปฏิบัติ คล้อยตามหรือกำลังประสบอยู่ แล้วถามถึงความคิดเห็นของผู้ตอบต่อตัวเลือกที่กำหนดให้โดยสถานการณ์ต้องไม่รุนแรงเกินไป เช่น สถานการณ์ที่มีคนใกล้ชิดตาย

3. แต่งตัวเลือกให้เป็นข้อความที่แสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้ตอบ

4. ทบทวนสถานการณ์ว่ามีความเพียงพอและข้อความเหมาะสม

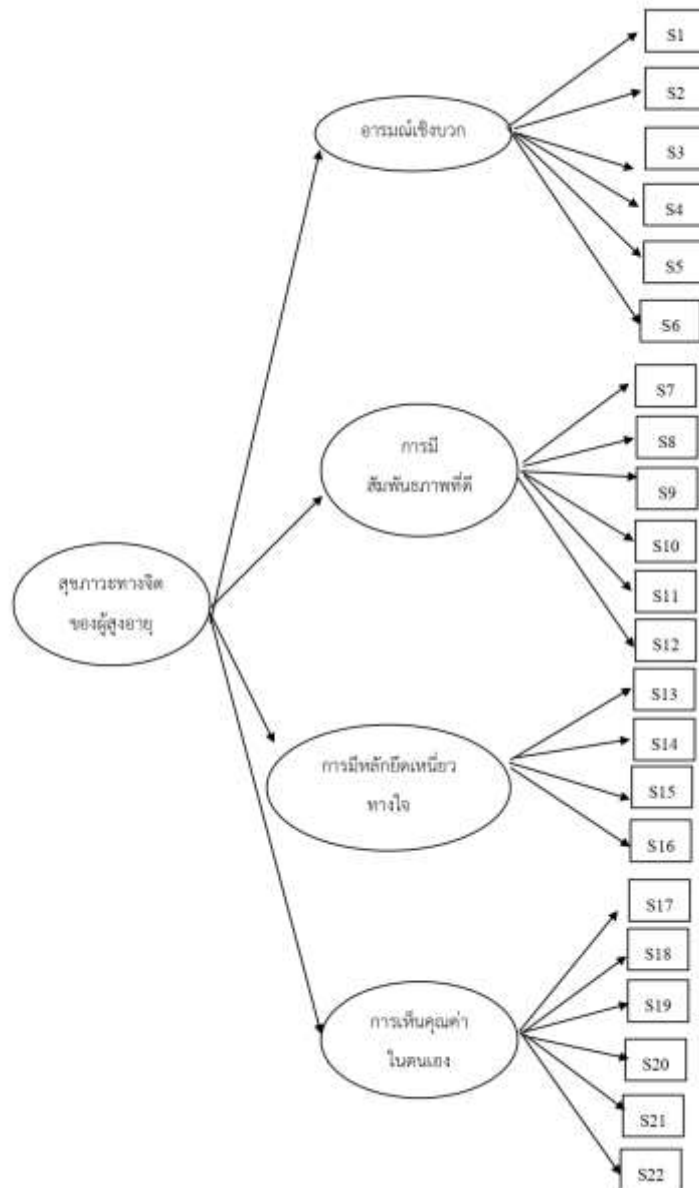
5. นำไปทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขหลังการทดลองใช้

จากแนวคิดเกี่ยวกับแบบวัดเชิงสถานการณ์ดังกล่าว สามารถนำมาสู่การสร้างแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 1. กำหนดพฤติกรรม 2. การสร้างสถานการณ์ 3. การสร้างตัวเลือกให้เป็นข้อความที่แสดงความรู้สึกสู่พฤติกรรมของผู้สูงอายุ 4. ทบทวนสถานการณ์ว่ามีความเพียงพอและเหมาะสมของข้อความ และ 5. นำไปทดลองใช้และปรับปรุง

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับสุขภาวะทางจิต และแนวคิดเกี่ยวกับแบบวัดเชิงสถานการณ์ดังกล่าวสามารถนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent variable) 1 ตัวแปร คือ ตัวแปรสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุ ตัวแปรสังเกตได้ (Observe variable) 4 ตัวแปร คือ การมีสัมพันธภาพที่ดี ประกอบด้วยสถานการณ์ 6 สถานการณ์ (S1 – S6) อารมณ์เชิงบวก ประกอบด้วยสถานการณ์ 6 สถานการณ์ (S7 – S12) การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ ประกอบด้วยสถานการณ์



4 สถานการณ์ (S13 – S16) และการเห็นคุณค่าในตนเอง ประกอบด้วยสถานการณ์ 6 สถานการณ์ (S17 – S22)

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนไทยเพศชาย และหญิงที่มีอายุระหว่าง 60–85 ปี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) ซึ่งได้กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ควรไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi stage sampling) ประกอบด้วย

1. การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยแบ่งถิ่นที่อยู่ออกเป็น 6 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยจับสลาก เลือกตัวอย่างภาคละ 1 จังหวัด รวม 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดเพชรบูรณ์

3. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ ใน 6 จังหวัด ดังกล่าว ทั้งนี้จำนวนโรงเรียนผู้สูงอายุและจำนวนผู้สูงอายุแต่ละจังหวัดสืบค้นจากเว็บไซต์ของกรมกิจการผู้สูงอายุ (2564) หลังจากการสุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวผู้สูงอายุทั้งสิ้น 1,000 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 โรงเรียนผู้สูงอายุและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โรงเรียนผู้สูงอายุ	จำนวนผู้สูงอายุ/คน	กลุ่มตัวอย่าง/คน
1. โรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดปทุมธานี	262	40
2. โรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดเพชรบูรณ์	3022	375
3. โรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี	1879	233
4. โรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดกาญจนบุรี	1875	322
5. โรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัด อุบลราชธานี	385	50
6. โรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช	642	80
รวม	8065	1000



*จำนวนกลุ่มประชากรผู้สูงอายุ (N) ในโรงเรียนผู้สูงอายุในแต่ละจังหวัดที่เป็นตัวแทนของระดับภาคเป็นไปตามสัดส่วนของกลุ่มประชากรทั้งหมดเท่าที่รวบรวมข้อมูลได้และประมาณการเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ (n)

จากตารางที่ 1 พบว่าจำนวนประชากรในโรงเรียนผู้สูงอายุที่ใช้ในการวิจัยมีทั้งสิ้น 8,065 คน เมื่อดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชาชนแต่ละจังหวัด ดังนี้ จังหวัดปทุมธานีกลุ่มตัวอย่าง 40 คน จังหวัดเพชรบูรณ์กลุ่มตัวอย่าง 375 คน จังหวัดจันทบุรีกลุ่มตัวอย่าง 233 คน จังหวัดกาญจนบุรีกลุ่มตัวอย่าง 322 คน จังหวัดอุบลราชธานีกลุ่มตัวอย่าง 50 คน จังหวัดนครศรีธรรมราชกลุ่มตัวอย่าง 80 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง 1,000 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย โดยมีลำดับขั้นตอนในการสร้างและพัฒนาแบบวัดสุขภาวะทางจิตให้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ดังต่อไปนี้

1. กำหนดคุณลักษณะและพฤติกรรมสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุ 4 ด้าน คือ การมีสัมพันธภาพที่ดี อารมณ์เชิงบวก การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ และการเห็นคุณค่าในตนเอง
2. สร้างข้อคำถามที่เป็นสถานการณ์ที่มีตัวละครอยู่ในสถานการณ์นั้น จำนวน 22 ข้อ จากนั้นกำหนดตัวเลือกที่เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงลักษณะสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุในด้านนั้น ตัวเลือกเป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก การให้คะแนนมีตั้งแต่ 1 – 4 คะแนน
3. นำแบบวัดเชิงสถานการณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ คือ 1) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ 2) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล และ 3) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา
4. ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency :IOC) โดยเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา คือค่า IOC ต้องมากกว่า 0.60 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) ทั้งนี้แบบวัดเชิงสถานการณ์ที่สร้างขึ้นมีค่า IOC ระหว่าง 0.66 – 0.80 ทั้ง 22 ข้อ
5. นำแบบวัดไปทดลองใช้ครั้งที่ 1 กับผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนเป็นผู้สูงอายุระหว่าง 60 – 85 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในจังหวัดพิจิตร เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมชัดเจนของภาษาที่ใช้ในข้อคำถามและตัวเลือก ซึ่งพบว่าแบบวัดเชิงสถานการณ์ที่สร้างขึ้นมีภาษาที่ชัดเจน
6. นำแบบวัดไปทดลองใช้ครั้งที่ 2 กับผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 60 – 85 ปี จำนวน 100 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี เพื่อวิเคราะห์หาอำนาจจำแนกรายข้อ (Item discrimination analysis) โดยการทดสอบแบบที (t-test) ทั้งนี้ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ -1.00 ถึง



+1.00 แบบวัดที่ดีควรมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป (พิชิต ฤทธิจักรูญ , 2545) จากการวิเคราะห์หาอำนาจจำแนกรายข้อ พบว่า สถานการณ์ในแบบวัดจำนวน 14 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item discrimination, t) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรายข้อกับคะแนนรวมของทั้งแบบวัด (Item-total correlation, r) ระหว่าง 0.21 – 0.65 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กล่าวคือ ผู้วิจัยมีการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนทั้งวัตถุประสงค์การวิจัย ประโยชน์ที่เกิดจากการวิจัย กระบวนการดำเนินการวิจัย เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ข้อปฏิบัติระหว่างการตอบแบบวัด การแปลผลการวิจัย การเก็บรักษาข้อมูลความลับของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งให้ข้อมูลว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถขอยุติการตอบแบบวัดได้ทันทีที่เกิดความไม่สบายใจหรือไม่อยากตอบ เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างซักถามจนเกิดความเข้าใจเป็นอย่างดีและตัดสินใจอย่างอิสระในการให้ความยินยอมตอบแบบวัด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูล 1 ครั้ง ในสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กำหนด การวิเคราะห์และเสนอผลการวิจัย จะเป็นการนำเสนอในภาพรวมที่ไม่มีข้อมูลเชื่อมโยงไปยังผู้ตอบแบบวัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis: CFA) โดยประเมินค่าดัชนีความเหมาะสมสอดคล้องจาก X^2 (Chi Square Test) X^2 / df (Relative Chi Square) GFI (Goodness Fit Index) CFI (Comparative Fit Index) และ (RMSEA Root Mean Square Error of Approximation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Mplus ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบข้อมูลเบื้องต้นพบว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติ โดยมีการกระจายตัวแบบ Multivariate normal distribution ซึ่งดูจากค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity เท่ากับ 813.91 และ $p < .001$ และมีค่า Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) เท่ากับ 0.758 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ในระดับมาก (สุกมาส อังคุชิตติ, สมถวิล วิจิตวรณนา, และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2552)

ผลการวิจัย

1. การสร้างและพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจผลการวิจัย พบว่า สามารถจัดองค์ประกอบ ได้ 4 องค์ประกอบ และ



ได้กำหนดชื่อองค์ประกอบดังนี้ 1) การมีสัมพันธภาพที่ดี หมายถึง การที่ผู้สูงอายุมีความสนิทสนมคุ้นเคย ไว้วางใจ ยอมรับ ให้ภัยบุคคลในครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน รวมทั้งได้รับคำปรึกษา และสามารถพึ่งพาอาศัยบุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้านและชุมชนได้ 2) อารมณ์เชิงบวก หมายถึง การที่ผู้สูงอายุคิดเชิงบวกต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีความรู้สึกทางบวก มีการมองโลกในแง่ดี และจัดการสถานการณ์ในทางบวก 3) การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ คือการที่ผู้สูงอายุมีหลักคุณธรรม จริยธรรม คำสอนทางศาสนาในการดำเนินชีวิต และ 4) การเห็นคุณค่าในตนเอง หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความสามารถของตนเอง เชื่อมมั่นว่าตนเองดำรงชีวิตอยู่ได้ แก้ไขปัญหาได้ และสามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ โดยแสดงค่าไถ่จากการสักระกอบและจากการหมั่นแก่องค์ประกอบ ดังตาราง ที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าไอเกนจากการสักระกอบ และจากการหมั่นแก่องค์ประกอบ

องค์ประกอบ	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
				Loadings			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1. การมีสัมพันธภาพที่ดี	3.202	22.874	22.874	3.202	22.874	22.874	2.268	16.202	16.202
2. อารมณ์เชิงบวก	1.620	11.573	34.447	1.620	11.573	34.447	1.893	13.524	29.726
3. การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ	1.224	8.742	43.189	1.224	8.742	43.189	1.488	10.626	40.352
4. การเห็นคุณค่าในตนเอง	1.090	7.782	50.971	1.090	7.782	50.971	1.487	10.619	50.971

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าไอเกนของสถิติตั้งต้น (Initial eigen values) ขององค์ประกอบพบว่า ค่าไอเกนขององค์ประกอบมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดจำนวนองค์ประกอบ (สุกมาส อังศุโชติ และคณะ, 2552)



2. การวิเคราะห์หาอำนาจจำแนกรายข้อ โดยการทดสอบแบบที และการหาค่าความเชื่อมั่น โดยนำแบบวัดไปทดลองใช้ครั้งที่ 2 กับผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 100 คน พบว่า สถานการณ์ในแบบวัดจำนวน 14 ข้อ มีอำนาจจำแนกรายข้อ อยู่ระหว่าง 0.2 – 0.6 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุว่าค่าอำนาจจำแนกรวมมีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป (สิน พันธุ์พินิจ, 2554) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบวัดทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.833 ผู้วิจัยจึงตัดข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกไม่อยู่ในเกณฑ์ออก

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) โดยการใช้การวิเคราะห์แบบ Principal Component Analysis (PCA) และทำการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Varimax orthogonal rotation) โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 500 คน การจัดรวมกลุ่มของตัวแปรที่เป็นสถานการณ์ขึ้นเป็นองค์ประกอบ พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ต้องมากกว่า 0.3 (สุกมาส อังกฤษดี และคณะ, 2552) ผลการจัดรวมกลุ่มของตัวแปรขึ้นเป็นองค์ประกอบ ปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบ

สถานการณ์ (S)	น้ำหนักองค์ประกอบ				ผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบ
	1	2	3	4	
(S1) ร่างกายของท่านมีความเสื่อม รับประทานอาหารได้น้อยลง คิดอยากจะ ไปไหนก็ไม่สะดวก จึงไม่ได้พบปะเพื่อน หรือญาติพี่น้องบ่อยนัก ท่านจะรู้สึก อย่างไร	0.12	0.74	0.18	-0.1	อารมณ์เชิงบวก
(S3) ท่านมีฐานะทางการเงินในระดับ ปานกลาง ญาติของท่านยืมเงินท่านไป จำนวน 100,000 บาท เมื่อทวงถาม ญาติ ของท่านกลับไม่ยอมใช้หนี้ ท่านพยายาม ทำทุกวิถีทาง แต่ญาติของท่านก็ยังไม่ ชำระหนี้ จากเหตุการณ์ดังกล่าวท่านรู้สึก อย่างไร	0.18	0.66	0.40	0.14	อารมณ์เชิงบวก


ตารางที่ 3 ผลการจับกลุ่มองค์ประกอบ (ต่อ)

สถานการณ์ (S)	น้ำหนักองค์ประกอบ				ผลการจัดกลุ่ม องค์ประกอบ
	1	2	3	4	
(S4) ท่านตกบันไดจนเจ็บข้อเท้า ส่งผลให้ เดินไม่สะดวก และเจ็บปวดตลอดเวลา ท่านจะรู้สึกอย่างไร	0.24	0.75	-0.23	0.30	อารมณ์เชิงบวก
(S5) หากบุคคลในครอบครัวของท่าน ปฏิบัติต่อท่านไม่ดี เช่น พุดจาไม่สุภาพต่อ ท่าน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร	0.33	0.15	0.34	0.60	การเห็นคุณค่าในตนเอง
(S6) ท่านมีปัญหาหนักใจไม่หลับ หลับยาก ตื่นบ่อย ตื่นมาไม่สดชื่น ท่านจะปฏิบัติ อย่างไร	0.15	-0.17	0.19	0.61	การเห็นคุณค่าในตนเอง
(S11) เมื่อท่านมีปัญหาทะเลาะกับสมาชิก ในครอบครัว ท่านทำอย่างไร	0.51	0.27	0.14	0.16	การมีสัมพันธภาพที่ดี
(S12) ท่านสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ แต่ สินค้า ที่ได้รับไม่ตรงโฆษณา ท่านรู้สึก เสียตายนเงินมาก และรู้สึกอายที่ไม่ ตรวจสอบก่อนสั่งซื้อสินค้า ท่านจะทำ อย่างไร	0.16	0.61	0.33	-0.18	อารมณ์เชิงบวก
(S14) หากมีโอกาสทำบุญตามคำสอน ของศาสนา เช่น ทอดกฐิน ผ้าป่า บริจาค เงินสร้างโรงพยาบาล ฯลฯ ท่านคิด อย่างไร	0.27	0.18	0.65	0.15	การมีหลักยึดเหนี่ยวทาง ใจ
(S15) หากท่านเป็นผู้สูงอายุที่ไร้ญาติขาด มิตรโดยสิ้นเชิง ท่านคิดว่าจะมีหลักใน การดำเนินชีวิตอย่างไร	0.15	0.19	0.74	0.21	การมีหลักยึดเหนี่ยวทาง ใจ



ตารางที่ 3 ผลการจับกลุ่มองค์ประกอบ (ต่อ)

สถานการณ์ (S)	น้ำหนักองค์ประกอบ				ผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบ
	1	2	3	4	
(S17) ถ้ามีสถานการณ์ที่ท่านและลูกหลานทะเลาะกันด้วยถ้อยคำรุนแรงมาก เนื่องจากความคิดเห็นไม่ตรงกัน ทำให้ท่านความเสียใจมาก ที่ลูกหลานไม่เชื่อฟังและเคารพท่าน ต่อมาลูกหลานมาขอโทษ และสำนึกผิด ท่านจะปฏิบัติอย่างไร	0.73	0.17	0.23	0.19	การมีสัมพันธภาพที่ดี
(S19) หากเพื่อนของลูกท่าน ขอให้ท่านช่วยเป็นคนกลางในการปรับความเข้าใจกับผู้ปกครอง เนื่องจากผู้ปกครองของเพื่อนลูกเคารพในตัวท่าน ท่านจะรู้สึกอย่างไร	-0.18	0.22	0.14	0.73	การเห็นคุณค่าในตนเอง
(S21) หากท่านต้องเป็นผู้สูงอายุติดเตียง ท่านจะรู้สึกอย่างไร	0.54	0.16	0.26	0.20	การมีสัมพันธภาพที่ดี
(S22) ท่านเข้าใจว่าหลานของท่านขโมยเงินท่านไป 500 บาท ท่านจึงดุด่าหลานของท่านด้วยถ้อยคำรุนแรง ต่อมาท่านพบว่าเงินของท่านหล่นอยู่ในห้องนอน ท่านคิดว่าท่านจะทำอย่างไร	0.59	0.37	0.52	0.22	การมีสัมพันธภาพที่ดี

จากตารางที่ 3 เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมีการจัดรวมกลุ่มของตัวแปรขึ้นเป็นองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบการมีสัมพันธภาพที่ดี ประกอบด้วยสถานการณ์ 6 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ 9, 11, 12, 17, 21, และ 22 โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.51 – 0.73 องค์ประกอบอารมณ์เชิงบวก ประกอบด้วยสถานการณ์ 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ 1, 3, และ 4 โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.66 – 0.75 องค์ประกอบการมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ ประกอบด้วยสถานการณ์ 2 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ 14, และ 15 โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ



อยู่ระหว่าง 0.65 – 0.74 และองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเอง ประกอบด้วยสถานการณ์ 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ 5, 6, และ 19 โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.60 – 0.73

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis: CFA) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 500 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Mplus พบว่า ค่า $\chi^2 = 69.695$ $df = 59$ $p\text{-value} = 0.1608$ $CFI = 0.972$ $TLI = 0.956$ $RMSEA = 0.019$ $SRMR = 0.034$ รายละเอียดดังตารางที่ 4

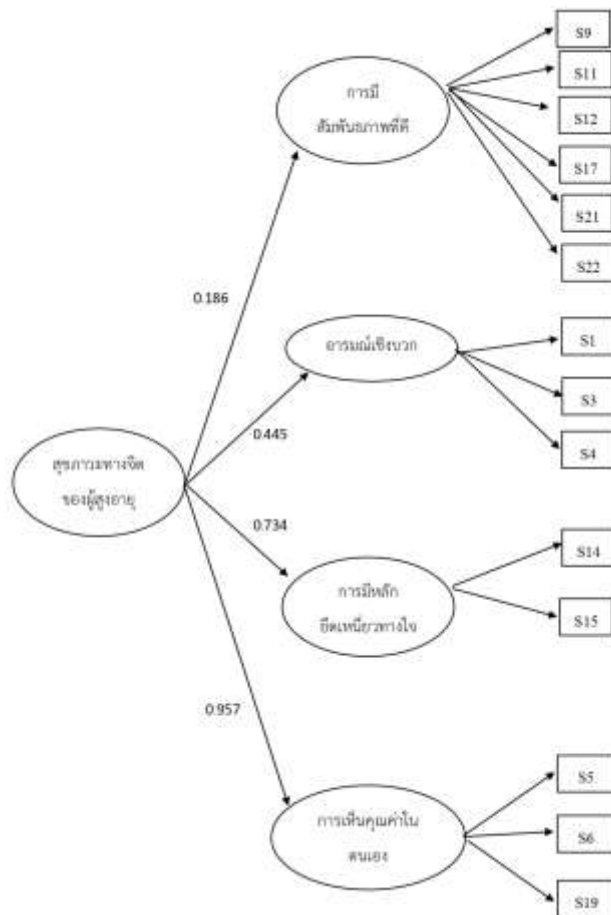
ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย

ค่าสถิติ	เกณฑ์พิจารณา	ค่าสถิติในโมเดล		
		χ^2	p-value	df
Chi-square	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	69.695	0.1608	59
RMSEA	น้อยกว่า 0.60		0.019	
CFI	มากกว่า 0.95		0.972	
TLI	มากกว่า 0.95		0.956	
SRMR	น้อยกว่า 0.08		0.034	

หมายเหตุ : เกณฑ์การพิจารณาค่าสถิติ Hair et al. (2010)

จากตารางที่ 4 พบว่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.60 CFI มีค่ามากกว่า 0.95 TLI มีค่ามากกว่า 0.95 และ SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.08 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ ดังนั้นแบบวัดจึงมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสามารถอธิบายองค์ประกอบในแบบวัดเชิงสถานการณ์ดังรูปที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบในแบบวัดเชิงสถานการณ์

อภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยที่มีคุณภาพเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ พบว่า แบบวัด 4 องค์ประกอบ คือ การมีสัมพันธภาพที่ดี อารมณ์เชิงบวก การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ และการเห็นคุณค่าในตนเอง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 องค์ประกอบการมีสัมพันธภาพที่ดี และองค์ประกอบอารมณ์เชิงบวก เป็นองค์ประกอบของสุขภาวะทางจิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ryff (1989) และ Seligman (2011) ที่อธิบายว่าการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นและอารมณ์เชิงบวกเป็นสิ่งที่แสดงถึงสุขภาวะทางจิตที่ดี เนื่องจากอารมณ์เชิงบวกเป็นอารมณ์ความรู้สึกด้านดีของบุคคล บุคคลที่มีสภาวะอารมณ์ทางบวกต่อตนเอง จะมีการจัดการอารมณ์ทั้งทางบวกและลบ ทำจิตใจให้สงบ โดยมีการปล่อยวาง มีการมองโลกในแง่ดี (อรพินทร์ ชูชม และคณะ, 2563) ผู้มีสุขภาพจิตดีจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น รู้สึกไว้วางใจและเห็นใจผู้อื่น



1.2 องค์ประกอบด้านการมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรพินทร์ ชูชม และคณะ (2563) ที่ว่าการมีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย โดยการศึกษาผู้สูงอายุที่มีการซึมซับหลักความเชื่อทางศาสนาพุทธที่สอนให้บุคคลมีความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตและยอมรับความจริงที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ และได้ปฏิบัติตามหลักธรรมทางพุทธศาสนา ทำให้มีสติมีการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธศาสนาที่ก่อให้เกิดความสุขใจที่แท้จริง ส่วนองค์ประกอบ การเห็นคุณค่าในตนเอง มีความสอดคล้องกับแนวคิดสุขภาวะด้านจิตใจ (Psychological wellness) ของ Adams, Bezner, and Steinhardt (1997) ซึ่งอธิบายว่าคนที่มีสุขภาวะดี คือการที่บุคคลมีความเชื่อในความสามารถของตนเอง การเปิดใจกว้างที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

1.3 องค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเอง พบว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดสุขภาวะด้านจิตใจ (Psychological wellness) ของ Adams, Bezner, and Steinhardt (1997) ซึ่งอธิบายว่าคนที่มีสุขภาวะดี คือ การที่บุคคลมีความเชื่อในความสามารถของตนเอง การเปิดใจกว้างที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของอุบลทิพย์ ไชยแสง และนิวัติ ไชยแสง (2566), ดวงพร หาญภาค (2560) ที่พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับสุขภาวะทางจิต

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย จากการทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล $\chi^2 = 69.695$ $df = 59$ χ^2 (Chi square test) $\chi^2 / df = 1.18$ $p\text{-value} = 0.1608$ $CFI = 0.972$ $TLI = 0.956$ $RMSEA = 0.019$ และ $SRMR = 0.034$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) แบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยที่พัฒนาขึ้นจึงเป็นแบบวัดที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สรุปผลการวิจัย

1. การพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทยที่มีคุณภาพเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ พบว่ามี 4 องค์ประกอบ คือ การมีสัมพันธภาพที่ดี อารมณ์เชิงบวก การมีหลักยึดเหนี่ยวทางใจ และการเห็นคุณค่าในตนเอง

2. ผลตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อวัดสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย จากวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดเชิงสถานการณ์เพื่อประเมินสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุไทย โมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล ค่า $\chi^2 = 69.695$ $df = 59$ χ^2 (Chi square test) $\chi^2 / df = 1.18$ $p\text{-value} =$



0.1608 CFI = 0.972 TLI = 0.956 RMSEA = 0.019 และ SRMR = 0.034 แสดงว่าแบบวัดที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 เนื่องจากแบบวัดเชิงสถานการณ์ประกอบด้วยข้อคำถามที่เป็นสถานการณ์ ผู้ตอบต้องตีความและเทียบเคียงกับประสบการณ์ของตนเอง ผู้ใช้แบบวัดจึงควรศึกษาการใช้แบบวัดลักษณะของสถานการณ์ เกณฑ์การตรวจให้คะแนน และเกณฑ์ในการแปลความหมายของช่วงคะแนนโดยละเอียด เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถอธิบายให้ผู้ตอบเข้าใจได้ รวมทั้งแปลผลระดับคะแนนได้อย่างถูกต้อง

1.2 แบบวัดเชิงสถานการณ์ที่พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้ร่วมกับการสังเกต การสัมภาษณ์ หรือใช้ประเมินร่วมกับแบบประเมินสุขภาวะทางจิตลักษณะอื่น เพื่อให้ผลการประเมินมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์โดยแบ่งตามภูมิภาคถิ่นที่อยู่อาศัย ลักษณะบริบทเชิงสังคมที่มีความแตกต่างกัน หรือพื้นที่ตามลักษณะชนบทกับเมือง เนื่องจากภูมิภาคถิ่นที่อยู่อาศัย ลักษณะบริบทเชิงสังคมที่มีความแตกต่างกัน จะมีวัฒนธรรม ประเพณี การขัดเกลาทางสังคม อุดมการณ์ทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการตีความสถานการณ์แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาเพิ่มเติมจะทำให้ได้องค์ความรู้ที่เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับลักษณะทางประชากร

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความลุ่มลึกมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). ทะเบียนโรงเรียนผู้สูงอายุปี 2564. สืบค้นจาก https://www.dop.go.th/thai/service_information/1/14
- กรมสุขภาพจิต. (2555). คู่มือความสุข 5 มิติสำหรับผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2561). แนวทางการดูแลสังคมจิตใจของผู้สูงอายุเพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพจิต. กรุงเทพฯ: ปิยอนต์ พับลิชชิง.



- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- คัตนาค์ มณีศรี. (2550). *แบบวัดสุขภาวะทางจิต*. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร ภาคาหาญ. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับระดับสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ ในโรงเรียนผู้สูงอายุ เขตรับผิดชอบศูนย์สุขภาพชุมชนเขตเมือง รพ.แพร่ (รองข้อ). *วารสารโรงพยาบาลแพร่*, 25(1), 13-23.
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2545). *หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เฮาส์ ออฟ เคอร์มิสท์.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.). (2564). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2563*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.). (2565). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2564*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วัลลภ รัฐรัตนนท. (2556). *วิธีและเทคนิคในการวิจัยทางรัฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ : เสมาธรรม.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2554). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒน์
- สุกมาส อังคุชิต, สมถวิล วิจิตวรณา, และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2552). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ เทคนิคการใช้โปรแกรม Lisrel*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- อรพินทร์ ชูชม, พรณิ บุญประกอบ, มนัส บุญประกอบ, อุษา ศรีจินดารัตน์, และสุชาดา สุธรรมรักษ์. (2563). การพัฒนาแบบวัดสุขภาวะทางจิตสำหรับผู้สูงอายุไทย. *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 12(23), 112-124.
- อุบลทิพย์ ไชยแสง และนิวัติ ไชยแสง. (2566). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเอง แรงสนับสนุนทางสังคมกับสุขภาวะทางจิตของผู้สูงอายุกลุ่มติดบ้าน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา. *วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน*, 9(1), 160-169.
- เอมอร จังศิริพรภรณ์. (2550). *การวัดและประเมินผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Adams, T., Bezner, J., & Steinhardt, M. (1997). The conceptualization and measurement of perceived wellness: Integrating balance across and within dimensions. *American Journal of Health Promotion*, 11(3), 208-18.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.



- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7thed.). Pearson: New York
- Henderson, L. W., & Knight, T. (2012). Integrating the hedonic and eudaimonic perspectives to more wellbeing and pathways to wellbeing. *International Journal of Wellbeing*, 2(3), 196–221.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141–166.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719–727.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. New York, NY: Atria Books.



สมรรถนะในยุคการเปลี่ยนแปลงของนักศึกษาวิชาชีพครู

Competency in the era of teacher professional students

กิตติยา รัตมีแจ่ม^{1*} รุ่งนภา ตั้งจิตตรเจริญกุล¹ ศิโรจน์ ผลพูนติน²

Kittiya Rutsamejam^{1*}, Rungnapa Tangchitcharoenkhul¹, Sirote Pholpuntin²

(Received: February 2, 2023; Revised: February 28, 2023; Accepted: March 27, 2023)

บทคัดย่อ

การพัฒนาการศึกษาและคุณภาพของผู้เรียนจะสำเร็จได้นั้นสมรรถนะของครูเป็นตัวแปรสำคัญ ซึ่งหลายหน่วยงานทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องจึงได้กำหนดกรอบสมรรถนะของครูไว้เพื่อเป็นแนวทาง ในการพัฒนาครูให้เป็นครูมืออาชีพที่นักศึกษาวิชาชีพครูต้องถูกประเมินตามพระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติที่ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่กำกับ และประสานให้สถาบันผลิตพัฒนาครูมีความพร้อม ในการพัฒนาสมรรถนะของครูผู้สอนในศตวรรษที่ 21 สมรรถนะเป็นคุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายใน ตัวบุคคลซึ่งมาจากความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ ทัศนคติ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ให้สร้างผลงานตามเกณฑ์ มาตรฐานในงานที่ตนรับผิดชอบ สมรรถนะครูจึงจำเป็นต่อการปฏิบัติวิชาชีพครูให้บรรลุอย่างมี ประสิทธิภาพตามความต้องการขององค์การทางการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา และคณะกรรมการ ครูสภาได้กำหนดรายละเอียดของสมรรถนะตามมาตรฐานความรู้และประสบการณ์วิชาชีพครู ทั้งนี้เพื่อ ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาให้การรับรองปริญญา และประกาศนียบัตรทางการศึกษาเพื่อการ ประกอบวิชาชีพครูของสถาบันต่าง ๆ ที่เสนอให้ครูสภารับรองตั้งแต่ปีการศึกษา 2562 เป็นต้นไป ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพครูทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศต้องผ่านการทดสอบ และ ประเมินสมรรถนะทางวิชาชีพครู สมรรถนะวิชาชีพครูจึงเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพครูให้มี ความรู้ ความสามารถ และให้ความสำคัญแก่กระบวนการเรียนการสอนควบคู่กับการปลูกฝัง ด้านคุณธรรม จริยธรรม และทักษะวิชาชีพ รวมถึงประเมินผลในทุกมิติ จึงต้องมีสมรรถนะที่เกี่ยวข้อง กับวิชาชีพครูเพื่อสอดคล้องกับยุคการเปลี่ยนแปลงของนักศึกษาวิชาชีพครูที่เน้นสมรรถนะเป็นฐาน ในการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลมิใช่เน้นหลักสูตรอิงมาตรฐานเช่นแต่เดิม

¹บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

¹Graduate School, Suan Dusit University

²มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

²Suan Dusit University

*Corresponding author. E-mail: rsd41@hotmail.com



คำสำคัญ: สมรรถนะ นักศึกษาวิชาชีพครู

Abstract

The competency of teachers is vital for the development of education and the quality of learners; therefore, the educational institutes have set a framework of teachers' competencies to develop and evaluate student teachers' competencies as stated in the Thailand National Education Act, B.E. 2542 that the relevant organizations must supervise and cooperate with the educational institutions to prompt the development of student teachers' competencies in the 21st century. Competency means hidden attributes of individuals as a result of knowledge, skills, motivations, attitudes, and other attributes that enable individuals to produce benchmark results in their responsible work. Thus, teachers' competencies are essential for the effective practice of the teaching profession to meet the requirements of educational organizations in the education reform era. Also, Teachers Council of Thailand Board issued the announcement to define the details of competencies as the standard of knowledge and experience to practice the teaching profession. Thereby, it can be used as a criterion for accreditation of the degree or educational certificates for teaching profession which various institutions propose the Teachers Council to certify from the academic year 2019 onwards. Applicants for teachers' licenses, both Thai and foreign teachers must pass the test and evaluation of teachers' competencies. Therefore, teachers' competencies are vital to develop qualities of teachers to be knowledgeable, competent, and to emphasis on the teaching-learning process along with the cultivation of morality, ethics and professional skills. Admittedly, the evaluation of all dimensions must involve teachers' competencies to be in line with the changing era which emphasizes competencies as the basis for teaching and learning management and assessment, unlike focusing on the standard-based curriculum as before.

Keywords: Competency, Student Teachers



บทนำ

หลักสูตรการผลิตครูไทยในปัจจุบันมีระบบและรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการผลิตครูดังรายงานผลการศึกษาลำางานเลขาธิการสภาการศึกษา (2558) ที่พบปัญหาและอุปสรรคการผลิตครูในภาพรวมที่ผ่านมามีหลายประการ ตรีนุช เทียนทอง (2566) กล่าวถึงการพัฒนาครูในปัจจุบันไว้ว่าเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ชาติเพราะอาชีพครูนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งแต่วันนี้ต้องยอมรับว่าโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จะทำอะไรให้การศึกษาสามารถปรับเปลี่ยนเพื่อให้เด็กและเยาวชนสามารถอยู่ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ได้ ครูเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการศึกษา เช่น ที่ผ่านมามักจะพูดว่าต้องเปลี่ยนกระบวนการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 แต่การจะเปลี่ยนโดยฉับพลันนั้นอาจจะทำไม่ได้ จึงต้องกลับมามองที่หน่วยผลิตครูซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏถือเป็นหน่วยใหญ่ในการผลิตครูทั้ง 38 แห่งจึงได้จัดทำโมเดลผลิตบัณฑิตครู (PTRU Model : Professional Teacher of Rajabhat University) โดยกำหนดสมรรถนะบัณฑิตราชภัฏไว้ 17 สมรรถนะ ได้แก่ 1) ปฏิบัติงานครูอย่างมืออาชีพ 2) ภาวะผู้นำและสัมพันธชุมชน 3) บริหารจัดการชั้นเรียน 4) ทำงานเป็นทีม 5) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 6) สื่อสารอย่างมีกลยุทธ์ 7) บุคลิกภาพความเป็นครูและทัศนคติในการปรับตัว 8) จิตอาสา จิตสาธารณะ 9) ศิลปะการใช้สื่อ 10) อำนวยความสะดวกเรียนรู้ 11) วัดและประเมิน 12) ประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 13) ออกแบบและพัฒนาหลักสูตร 14) เป็นพลเมืองดี 15) บูรณาการศาสตร์สู่การสอน 16) นวัตกรรมทางการศึกษา 17) จิตวิญญาณความเป็นครู ทั้ง 17 โมเดลนี้ถือเป็นแกนกลางที่ให้มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งนำโมเดลนี้ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของตน และจากที่ครูสภาได้ทำการตรวจสอบโมเดลผลิตบัณฑิตครู จำนวน 17 สมรรถนะในเบื้องต้น พบว่า เป็นไปตามข้อบังคับครูสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ทุกด้านในส่วนของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 นั้น วิจารย์ พานิช (2555) ได้สรุปปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดมาจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการสื่อสารทำให้นักการศึกษาหันมาให้ความสนใจและได้กำหนดทักษะของผู้เรียนและผู้สอนในศตวรรษที่ 21 ว่าครูยุคใหม่ต้องจัดองค์ความรู้ให้เกิดกับการพัฒนาผู้เรียน ดังนั้นครูจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ปฏิบัติงานหรือกิจกรรมวิชาชีพครูได้อย่างมีประสิทธิภาพ การกำกับครูให้มีความพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่และพัฒนาตนเองไปด้วยนั้น “สมรรถนะ” จึงมีส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการประเมินให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติที่กำหนดไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 เพราะทุกวันนี้องค์ความรู้ต่าง ๆ ไม่ได้หยุดนิ่ง ครูจึงจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการเรียนการสอนแบบ Active learning ถึงความรู้ต่าง ๆ นอกห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ในการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของการศึกษายุคปัจจุบัน



แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

ในบริบทของการทำงานสมรรถนะของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกต่อการทำงาน และเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จขององค์กรต่าง ๆ ได้ดีกว่าระดับการศึกษาหรือเซอร์วิสเซียมของบุคคล ทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์หรือทรัพยากรบุคคลในปัจจุบันเน้นการพัฒนาสมรรถนะเป็นฐาน ดังนั้น ความสำเร็จของการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาจะต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาสมรรถนะของครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อให้บุคลากรเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน McClelland (1993) ให้แนวคิดด้านสมรรถนะ ไว้ว่าสมรรถนะเกี่ยวกับความเข้าใจข้อแตกต่างทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานไม่ใช้การทดสอบด้วยแบบทดสอบความถนัดหลัก แนวคิดของ David McClelland กล่าวถึง องค์ประกอบของสมรรถนะ 5 ส่วน คือ 1) ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้ เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านเครื่องยนต์ 2) ทักษะ (Skill) คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ทักษะทางการถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น ทักษะที่เกิดขึ้นนั้นมาจากพื้นฐานทางความรู้ และสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว 3) บทบาททางสังคม (Social role) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องการสื่อให้บุคคลอื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทอย่างไรต่อสังคม เช่น ชอบช่วยเหลือผู้อื่น 4) ภาพพจน์หรือมโนทัศน์เกี่ยวกับตัวเอง (Self-image) หมายถึง ภาพพจน์หรือมโนทัศน์ที่บุคคลมองตัวเองว่าเป็นอย่างไร เช่น เป็นผู้นำ เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นศิลปิน เป็นต้น 5) แรงจูงใจ/เจตนา (Motive/Attitude) เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น พนา จินดาศรี (2557) และ Boyatzis (1982) กล่าวไว้สอดคล้องกันในเรื่องของสมรรถนะว่าเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่เหมาะสมกับบทบาททางการทำงาน และสามารถผลิตผลงานที่มีประสิทธิภาพเพราะสมรรถนะเป็นคุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งจะเป็นตัวผลักดันให้บุคคลนั้น ๆ สามารถสร้างผลการปฏิบัติงานที่ตนรับรองให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

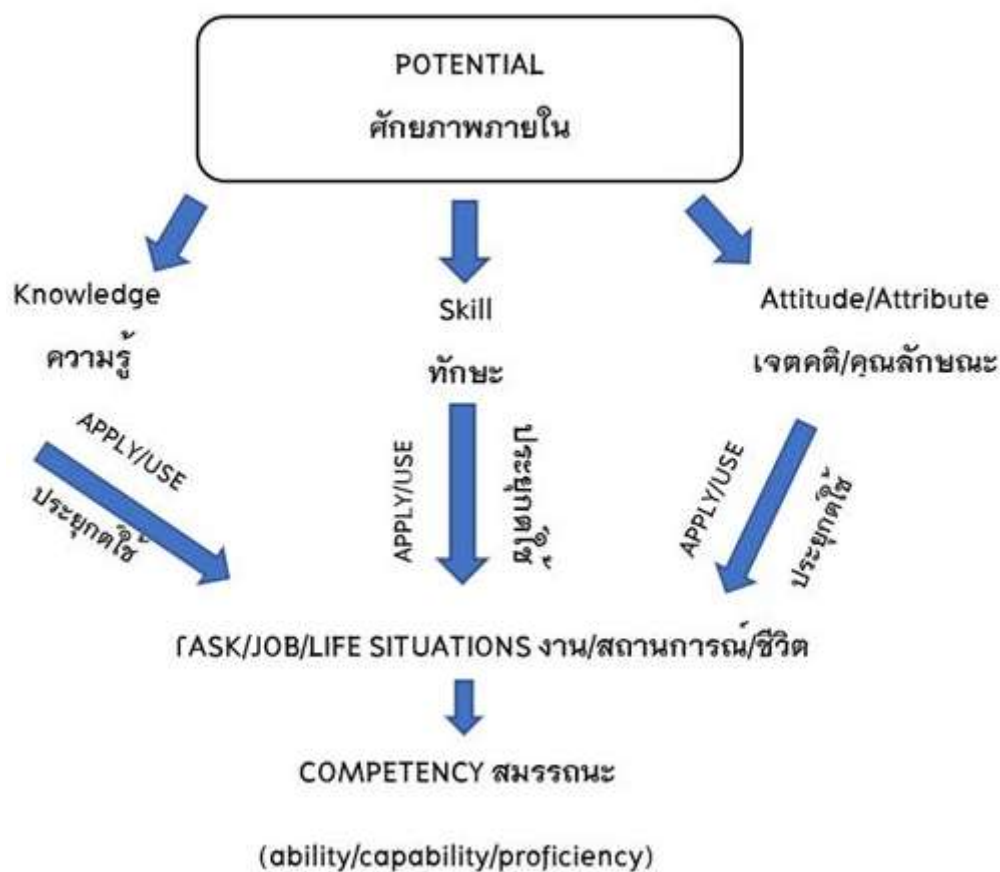
วิพัทธ์ วัฒนานิมิตกุล (2563) ให้แนวคิดเกี่ยวกับ หลักสูตรอิงสมรรถนะ (Competency-Based curriculum) ไว้ว่า เป็นหลักสูตรที่ยึดความสามารถที่ผู้เรียนพึงปฏิบัติได้เป็นหลัก เพื่อประกันว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับหนึ่ง ๆ จะมีทักษะ และความสามารถในด้านต่าง ๆ ตามที่ต้องการ สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะ และ/หรือพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้ผู้เรียนสามารถสร้างผลงานได้ องค์ประกอบสำคัญของหลักสูตรอิงสมรรถนะ คือ “มาตรฐานสมรรถนะ (Competency standards)” เพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะขั้นต่ำที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ การนำแนวคิด “หลักสูตรอิงสมรรถนะ” มาใช้ในหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต 4 ปี โดยแบ่งสมรรถนะเป็น 3 ระดับ ดังนี้



1. สมรรถนะหลัก เช่น สมรรถนะหลัก ที่ 1 ทักษะการฟัง
2. สมรรถนะรอง เช่น สมรรถนะรอง ที่ 1.1 ความเข้าใจในการฟัง
3. สมรรถนะย่อย เช่น สมรรถนะย่อยที่ 1.1.1 สามารถเข้าใจสิ่งที่ผู้พูดพูดตอบสนองความต้องการทันที ในการนี้ผู้พูด พูดอย่างช้า ๆ และชัดเจน

ขณะเดียวกันการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการบ่มเพาะ “บุคลิกภาพ (Character) บัณฑิต” ให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 มีความเข้าใจตนเองผู้อื่น และสังคมเน้นการบูรณาการหมวดวิชาศึกษาทั่วไปสอดแทรก ผสมผสานที่สอดคล้องกลมกลืน และเป็นเนื้อเดียวกันอย่างเป็นระบบกับหมวดวิชาหลักและเฉพาะของวิชาชีพ

บั้งอร เสรีรัตน์ (2562) สรุปความหมายของสมรรถนะว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการใช้ความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะที่ตนมีอยู่ในการทำงาน หรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จในระดับใดระดับหนึ่งดังภาพแนวคิดเกี่ยวกับ “สมรรถนะ”



ภาพที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

ที่มา: บั้งอร เสรีรัตน์ (2562)



จากภาพแนวคิดเกี่ยวกับ “สมรรถนะ” แสดงถึงพฤติกรรม การปฏิบัติที่สามารถวัดและประเมินผลได้ สมรรถนะจึงเป็นผลรวมของความรู้ ทักษะ เจตคติ คุณลักษณะและความสามารถอื่น ๆ ที่ช่วยให้บุคคล หรือกลุ่มบุคคลประสบความสำเร็จในการทำงาน

กล่าวโดยสรุป สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในของปัจเจกบุคคล อันเป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ ทศนคติ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้ตามเกณฑ์มาตรฐานในงานที่ตนรับผิดชอบ ซึ่งคุณลักษณะที่ซ่อนอยู่นี้จะเป็นที่ประจักษ์หากปรากฏอยู่ในพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความสามารถ และเจตคติในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สมรรถนะจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติวิชาชีพครูให้บรรลุอย่างมีประสิทธิภาพตามความต้องการขององค์การทางการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา

สมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานวิชาชีพครู

ตามที่คุรุสภาได้แก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพในส่วนของมาตรฐานวิชาชีพครูด้านมาตรฐานความรู้ และประสบการณ์วิชาชีพ และมาตรฐานการปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และทิศทางการศึกษาของชาติ โดยออกเป็นราชกิจจานุเบกษา (2563) ที่ประกาศรายละเอียดของมาตรฐานความรู้และประสบการณ์วิชาชีพครูตามข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้ออกประกาศดังกล่าวเพื่อกำหนดรายละเอียดของมาตรฐานความรู้ และประสบการณ์วิชาชีพครูตามข้อบังคับต่าง ๆ ไฉนั้นก็เพราะต้องการให้การฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งประกอบด้วย สาระความรู้ รวมไปถึงวิธีการประเมินที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์เพื่อให้ได้ใบประกอบวิชาชีพไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศก็จะมีเกณฑ์หรือมาตรฐานที่เท่าเทียมกันเพราะต้องผ่านกระบวนการและการทดสอบสมรรถนะจากการฝึกประสบการณ์ที่มีการวัดสมรรถนะในแบบเดียวกัน

จะเห็นได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาได้ดำเนินการเพื่อพัฒนาวิชาชีพครูมาโดยลำดับ มาตรฐานวิชาชีพทางการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้นประกอบวิชาชีพครูจึงกำหนดให้เป็นวิชาชีพควบคุมทางการศึกษาตั้งแต่วิชาชีพครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และบุคลากรทางการศึกษา (ตามที่ประกาศกำหนดในกฎกระทรวง) ที่ต้องการให้ผู้รับบริการจะมีความมั่นใจได้ว่าผู้ที่จะไปประกอบวิชาชีพครูต่อไปนั้นเป็นผู้มีความรู้ มีความสามารถเหมาะสมเป็นที่ยอมรับ และผ่านการประเมินสมรรถนะด้านต่าง ๆ มีความสามารถที่จะจัดการเรียนการสอนและปฏิบัติหน้าที่ตามสายงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ



วิภาณุ วัฒนานิมิตกุล (2563) แบ่งสมรรถนะเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สมรรถนะหลัก (Core competency) คือ สมรรถนะที่ทำหน้าที่หลักทางด้านการสอนและการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนที่ส่งผลต่อการทำงานให้สำเร็จมีความสามารถในการจัดการเรียนการสอน และส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการที่หลากหลายผู้เรียนเรียนรู้สาระต่าง ๆ ได้ดีขึ้นลึกซึ้งขึ้น เป็นสมรรถนะข้ามวิชา หรือคร่อมวิชา กล่าวคือ เป็น “Content free” ไม่เกาะติดเนื้อหาหรือไม่ขัดกับเนื้อหา เช่น สมรรถนะการคิดขั้นสูง

2. สมรรถนะเฉพาะ (Specific competency) คือ สมรรถนะของบุคคลซึ่งจำเป็นสำหรับวิชานั้น ๆ ทำให้แต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกันจึงส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลขึ้น เช่น สมรรถนะด้านการพูดในที่สาธารณะของวิชาภาษาไทย ซึ่งกำหนดเป้าหมายไว้ดังเช่น

2.1 สมรรถนะเชิงความรู้ (Cognitive competencies) หมายถึง ความรู้เฉพาะความเข้าใจ และ สิ่งที่ต้องตระหนักถึง

2.2 สมรรถนะเชิงเจตคติ (Affective competencies) จะเกี่ยวข้องกับค่านิยม เจตคติ ความสนใจ และสุนทรีย์ที่ผู้เรียนจะแสดงออกในการปฏิบัติของตน

2.3 สมรรถนะเชิงปฏิบัติการ (Performance competencies) เป็นพฤติกรรมการแสดงออก ที่เน้นทักษะปฏิบัติที่แสดงให้เห็นว่ามีภาระการทำงานจริง ๆ สมรรถนะเชิงปฏิบัติการนี้มักจะสืบเนื่อง ต่อมาจากสมรรถนะเชิงความรู้

2.4 สมรรถนะเชิงผลผลิต (Consequence or product competencies) เป็นสมรรถนะที่แสดง ให้เห็นถึงความสามารถของการกระทำเพื่อเปลี่ยนอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทำให้เกิดสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมา หรือการทำงานในอาชีพได้ประสบผลสำเร็จ

2.5 สมรรถนะเชิงแสดงออก (Exploratory or expressive competencies) เป็นความสามารถ ที่แสดงถึงการนำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ เพื่อพัฒนาผลงานหรือให้หาประสบการณ์ที่แปลก ออกไปอย่างเหมาะสม

สรุปได้ว่าสมรรถนะ มีทั้งสมรรถนะหลักและสมรรถนะประจำสายงาน ซึ่งในแต่ละสมรรถนะ จะสะท้อนให้เห็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ และความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้มีคุณภาพ ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยมีการวางแผน กำหนดเป้าหมายติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติงาน และปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง



สมรรถนะวิชาชีพครู

เนื่องจากหลักเกณฑ์การรับรองปริญญา กำหนดให้หลักสูตรผลิตครูจะต้องปรากฏคำอธิบาย รายวิชาชีพครูและการปฏิบัติการสอนในหลักสูตรตามองค์ประกอบมาตรฐานความรู้สาระความรู้ และสมรรถนะในแต่ละมาตรฐานความรู้ และมาตรฐานประสบการณ์วิชาชีพที่คุรุสภากำหนด จึงมีข้อเสนอเชิงนโยบายจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพให้มีความชัดเจน ซึ่งหนึ่งในมาตรฐานที่ต้องการกำหนดให้ชัดเจนคือสมรรถนะ เพราะหากสมรรถนะชัดเจนก็จะนำไปสู่การออกแบบหลักสูตร การผลิตครู การพัฒนาครู หรือพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาได้ชัดเจนและมีทิศทางที่แน่นอน ทองแก้ว (2556) กล่าวถึงสาระของมาตรฐานวิชาชีพว่ามาตรฐานวิชาชีพนั้นพึงครอบคลุมขอบเขต (Domain) ของมาตรฐานวิชาชีพที่พึงประสงค์ได้แก่

1. ด้านความรู้ทางวิชาชีพ (Professional knowledge) ทั้งความรู้ในเนื้อหาวิชา (Content knowledge) ความรู้ในศาสตร์การสอน (Pedagogical knowledge) และความรู้ในการบูรณาการเนื้อหา กับวิธีสอน (Pedagogical content knowledge)
2. ด้านการปฏิบัติทางวิชาชีพ (Professional practice)
3. ด้านคุณลักษณะ คุณสมบัติและค่านิยมทางวิชาชีพ (Professional valued and attributes)

จากข้อเสนอเชิงนโยบายจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพดังกล่าว สำนักงานเลขาธิการคุรุสภาจึงได้ดำเนินงานพัฒนามาตรฐานวิชาชีพครูด้านที่ 1 มาตรฐานความรู้วิชาชีพครู เพื่อให้สอดคล้องกับข้อเสนอเชิงนโยบายฯ บริบทการศึกษาในปัจจุบันและทิศทางในอนาคต รวมทั้งสอดคล้องกับกรอบสมรรถนะวิชาชีพครูในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมาตรฐานวิชาชีพครูของประเทศชั้นนำต่าง ๆ โดยมีหลักการสำคัญ ดังนี้

1. กำหนดตามองค์ประกอบของสมรรถนะ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่มีความสำคัญจำเป็นในการประกอบวิชาชีพครู
2. เพิ่มองค์ความรู้และแนวปฏิบัติทางวิชาชีพครูที่สอดคล้องกับบริบทความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 เช่น การประยุกต์ใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน การบูรณาการเนื้อหาและวิธีการสอน การจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการที่หลากหลายและเหมาะสมกับเนื้อหาวิชาที่สอน โดยมีเป้าหมายให้ผู้เรียนเกิดทักษะในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ทักษะการคิด การแก้ปัญหา การคิดแบบผู้ประกอบการ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้เรียน ผู้เรียนเกิดแรงบันดาลใจและมีพลังเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นพลเมืองตื่นรู้และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม เป็นต้น



3. กำหนดโครงสร้างและรายละเอียดของมาตรฐานความรู้วิชาชีพครูฐานสมรรถนะที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรผลิตครู

ดังนั้นมาตรฐานความรู้วิชาชีพครูฐานสมรรถนะนี้ สอดคล้องกับข้อเสนอเชิงนโยบายบริบท การศึกษาในปัจจุบันและทิศทางในอนาคต รวมทั้งสอดคล้องกับกรอบสมรรถนะวิชาชีพครูในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมาตรฐานวิชาชีพครูของประเทศชั้นนำต่าง ๆ โดยมีหลักการสำคัญ นอกจากกำหนดตามองค์ประกอบของสมรรถนะ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่มีความสำคัญ จำเป็นในการประกอบวิชาชีพครูแล้วยังเพิ่มองค์ความรู้และแนวปฏิบัติทางวิชาชีพครูที่สอดคล้องกับ บริบทความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 เช่น การประยุกต์ ใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน การบูรณาการเนื้อหาและวิธีการสอน การจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการที่หลากหลายและเหมาะสมกับเนื้อหาวิชาที่สอน โดยมีเป้าหมายให้ผู้เรียน เกิดทักษะในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ทักษะการคิด การแก้ปัญหา การคิดแบบผู้ประกอบการ และการ สร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้เรียน ผู้เรียนเกิดแรงบันดาลใจและมีพลังเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นพลเมืองตื่นรู้ และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม

วนิดา ภูวนารณนุรักษ์ (2552) ได้สังเคราะห์สมรรถนะครูไทยได้ 13 ด้าน คือ ความรู้และการ สื่อสาร การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ สมรรถนะด้านบริหารจัดการชั้นเรียน การวัดและ ประเมินผล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมทางการศึกษา การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียน การสอน จิตวิทยาสำหรับครู การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน คุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณ วิชาชีพ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การพัฒนาตนเองวิชาชีพและพัฒนาครู และการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ เช่นเดียวกันกับที่ พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และพรทิพย์ แข็งขัน (2551) ได้สังเคราะห์สมรรถนะ ครูไทยไว้ 16 สมรรถนะ คือ ต้องมีความรู้มีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร การพัฒนา หลักสูตรให้ทันสมัยสอดคล้องเหมาะสมกับผู้เรียน ก็จะทำให้ผู้สอนสามารถออกแบบการเรียนรู้ได้อย่าง หลากหลาย โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และบริหารจัดการชั้นเรียนได้ ขณะเดียวกันครูยังต้องใฝ่รู้ในการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาให้สอดคล้องกับการวัดและประเมินผล อาจนำไป ต่อ ยอดได้ถึงกระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ซึ่งมีทั้งหลักจิตวิทยา และการสร้าง ความสัมพันธ์กับชุมชน มีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ เสริมสร้างภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีมมุ่งพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์

ขณะเดียวกันสมรรถนะครูตามมาตรฐานวิชาชีพจากที่ประกาศของคณะกรรมการคุรุสภา ที่กล่าวไว้ 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 มาตรฐานความรู้และประสบการณ์วิชาชีพ ด้านที่ 2 มาตรฐาน



การปฏิบัติงาน และด้านที่ 3 มาตรฐานการปฏิบัติตน ในส่วนของมาตรฐานด้านความรู้และประสบการณ์วิชาชีพซึ่งเป็นสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครูนั้นต้องประกอบด้วย มาตรฐานความรู้ ซึ่งหมายถึงมาตรฐานตั้งแต่ความเป็นครู เรียนรู้ปรัชญาการศึกษา สืบทอดภาษา และวัฒนธรรม นำจิตวิทยาสำหรับครูมาปรับใช้ พัฒนาหลักสูตรมุ่งสู่การจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน พากเพียรทำการวิจัยเพื่อพัฒนา ศักยภาพนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา มีการวัดผลและประเมินผลที่ดีนำไปสู่การประกันคุณภาพทางการศึกษา ทำงานด้วยหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ซึ่งจะเป็นการปรับเปลี่ยนสมรรถนะของหลักสูตรให้สอดคล้องกับ มาตรฐานความรู้ มาตรฐานประสบการณ์วิชาชีพ สาระความรู้ สมรรถนะ และมาตรฐานการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพเพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดของการพัฒนาให้เป็นไปตามเป้าหมายของการปฏิรูปการศึกษา โดยต้องเริ่มพัฒนานักศึกษาวิชาชีพครูด้านสมรรถนะทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม เพื่อที่จะนำไปสู่ทักษะแห่งอนาคตใหม่

คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553) อธิบายไว้ว่าสมรรถนะความเป็นครู คือ คุณลักษณะของบุคคลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) ความสามารถ (Ability) และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน (Other characteristics) และเป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่ทำให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานได้ผลงานที่โดดเด่นกว่าคนอื่น ๆ ในสถานการณ์ที่หลากหลาย ซึ่งเกิดจากแรงผลักดันเบื้องต้น (Motives) อุปนิสัย (Traits) ภาพลักษณ์ภายใน (Self-image) และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคม (Social role) ที่แตกต่างกันทำให้แสดงพฤติกรรมการทำงานที่ต่างกัน

พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และพรทิพย์ แข็งขัน (2551) ได้นำเสนอสมรรถนะความเป็นครูในศตวรรษที่ 21 โดยแปลงจากมาตรฐานครูในมลรัฐฟลอริดา (Florida Education Standards Commission) สรุปได้ว่า ครูต้องมีสมรรถนะดังนี้

1. สามารถใช้ยุทธศาสตร์การประเมินอย่างหลากหลาย
2. สามารถใช้เทคนิคการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
3. สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเองและสถานศึกษา
4. สามารถใช้เทคนิคและยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมให้นักเรียนคิด
5. สามารถใช้ยุทธศาสตร์การเรียนการสอนที่หลากหลาย
6. มีจรรยาบรรณวิชาชีพครู
7. สามารถจัดสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางการเรียนรู้
8. มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหารายวิชา



9. สามารถสร้างสรรค์บรรยากาศทางการเรียนรู้
10. สามารถวางแผนการสอนและดำเนินการตามแผนได้อย่างหลากหลาย
11. สามารถทำงานร่วมกับเพื่อนครู ผู้ปกครอง และผู้เกี่ยวข้องกับการศึกษา และ
12. สามารถใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอน

สมรรถภาพของครูที่กำหนดขึ้นนั้นควรจะครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน สักัญญา ทองนาถ (2555) กล่าวถึงสมรรถนะ 3 ด้านไว้ คือ

1. สมรรถนะด้านความรู้ ความคิด (Cognitive competencies) เป็นความเข้าใจที่มีอยู่พร้อมที่จะแสดงออกได้ โดยไม่ต้องมีการปฏิบัติ เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับจิตวิทยาการเรียนรู้ ทฤษฎีพัฒนาการของเด็ก หลักการสอน ความรู้เกี่ยวกับหลักสูตร หรือการวิเคราะห์หลักสูตร เป็นต้น

2. สมรรถนะด้านเจตคติ หรือด้านคุณลักษณะ (Affective competencies) เป็นสมรรถนะเกี่ยวข้องกับค่านิยม เจตคติ ความสนใจ ความเชื่อ ความซาบซึ้ง คุณธรรมจริยธรรม การบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ เป็นต้น ซึ่งยากที่จะกำหนดออกมาให้ชัดเจน แต่ก็อาจกำหนดออกมาในลักษณะที่สัมพันธ์กับสิ่งอื่น ๆ

3. สมรรถนะด้านการปฏิบัติ/ทักษะความสามารถ (Performance competencies) เป็นสมรรถนะที่ครูแสดงออกมา และสามารถวัดและประเมินได้ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งสมรรถนะด้านนี้จะรวมถึงทักษะเฉพาะต่าง ๆ ของครูในแต่ละแขนงวิชาด้วย เช่น ครูพลศึกษา ครูแนะแนว หรือ ครูเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

สำหรับจุดมุ่งหมายในด้านผลผลิตบัณฑิตครูศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ได้ระบุให้นักศึกษามีสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

1. สมรรถนะด้านความรู้ คือ ความสามารถของนักศึกษาครู ทางด้านความรู้ในเนื้อหาวิชาที่จะนำไปใช้ในการสอนโดยตรง ความรู้ในวิชาชีพครูที่จะให้เป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และความรอบรู้อื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ของครู

2. สมรรถนะทางด้านเทคนิควิธีสอน คือ ความสามารถของนักศึกษาครูในการนำความรู้ไปปฏิบัติงานในหน้าที่ของครูทั้งทางด้านการสอน งานกิจการนักเรียน งานแนะแนว งานธุรการ งานพัฒนาตนเอง และงานพัฒนาสังคม

3. สมรรถนะทางด้านคุณลักษณะ คือ ความสามารถของนักศึกษาครูในการพัฒนาตนให้ตั้งมั่นอยู่ในคุณธรรม จริยธรรม มีความรักศรัทธาในอาชีพครู มีความตระหนักในคุณค่าของการดำรงรักษา ศิลปวัฒนธรรมของชาติ และให้มีจิตสำนึกในการพัฒนาสังคมหรือชุมชน



การจัดการเรียนการสอนให้เกิดสมรรถนะกับผู้เรียน วิไพภูมย์ วัฒนานิมิตกุล (2563) กล่าวว่า มีแนวทางส่งเสริมคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาว่าคุณลักษณะ และ/หรือ พฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะต่าง ๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ในการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะซึ่งในที่นี้จำแนกออกเป็น 4 มิติคือ

1. ออกแบบ/วางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้
2. ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้
3. สร้างบรรยากาศ/สนับสนุนการเรียนรู้
4. วัดและประเมินผลการเรียนรู้

สรุปได้ว่าสมรรถนะวิชาชีพครูจะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพครูให้มีความรู้ ความสามารถ และให้ความสำคัญแก่กระบวนการเรียนการสอนควบคู่กับการปลูกฝังด้าน คุณธรรม จริยธรรม และทักษะวิชาชีพ รวมถึงการประเมินผลในทุกมิติมีสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพครู ประกอบด้วย เช่น การจัดการเรียนรู้ การพัฒนาผู้เรียน การพัฒนาทางวิชาการ การพัฒนาสถานศึกษา สร้างบรรยากาศ มีการวัดผลประเมินผล และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการจัดการเรียนการสอน

การประเมินสมรรถนะ

ผู้ที่เป็นครูต้องมีสมรรถนะที่สำคัญในการพัฒนาการศึกษาของเด็กและเยาวชนรวมทั้งประชาชน ทั่วไปโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลง ความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม ชุมชน ได้อย่าง บูรณาการและสอดคล้องมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการศึกษา มีความมุ่งมั่นในการพัฒนา นักเรียนให้เป็นผู้ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา มีความรู้ คุณธรรม มีจริยธรรมในการดำรงชีวิต มีความตระหนักและมีความสามารถในการจัดกระบวนการเรียนรู้ ที่มุ่งปลูกฝังให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะ อันพึงประสงค์ภายใต้มาตรฐานคุณภาพวิชาชีพครู และจรรยาบรรณวิชาชีพครู สอดคล้องกับรูปแบบ การประเมินสมรรถนะตามข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพครู พ.ศ. 2556 ที่ต้องการให้ผู้ที่จะ ประกอบวิชาชีพครูต้องมีสมรรถนะ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะของครูที่จำเป็น ต่อการปฏิบัติงานในวิชาชีพครู ครูจึงเป็นบุคคลสำคัญในกระบวนการ ปฏิรูปการศึกษา โดยเฉพาะ ในกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลก ครูต้องปรับบทบาทของตนให้เข้ากับสภาพปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการคำนึงถึงลักษณะผู้เรียนใหม่ การปรับเนื้อหาใหม่ และการปรับกระบวนการเรียน การสอนใหม่ แต่เป็นกระบวนการทางปัญญาที่มีความสมดุลด้วยคุณธรรม และความรับผิดชอบ สมดุล ด้วยตนเองและส่วนรวม สมดุลด้วยผลประโยชน์ของประเทศชาติและประเทศเพื่อนบ้าน และสมดุลด้วย



การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและความคิดความถูกต้องในระยะยาวเป็นหลักสำคัญ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาครูและเตรียมครูที่จะเข้าสู่วิชาชีพ ให้มีสมรรถนะสูง เพราะครูต้องพัฒนาผู้เรียนให้สามารถเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในกระบวนการพัฒนาครู คือการเสริมสร้างและปลูกฝังเจตคติที่ดี และถูกต้องในการเป็นครูมืออาชีพ การสร้างและสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งผลให้ครูมีองค์ความรู้และทักษะในการจัดการเรียนรู้ อีกทั้งส่งเสริมให้มีระบบการสนับสนุนให้ครูสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพ ครูจึงเป็นบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการจัดการศึกษา คุณภาพของครูจึงมีความสำคัญ เพราะครูที่มีคุณภาพจะส่งผลต่อผู้เรียนที่มีคุณภาพ ครูจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นได้อย่างมีความสุข คุณภาพของครูผู้สอนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการเรียนรู้ของผู้เรียน

Fly and Miltner (2000) กล่าวถึงการประเมินสมรรถนะมีด้วยกัน 4 วิธี ดังนี้

1. การสังเกต (Observation) เป็นวิธีประเมินสมรรถนะโดยการสังเกตการปฏิบัติงานประจำวัน ถ้าบุคลากรปฏิบัติงานได้สำเร็จไม่มีข้อผิดพลาดก็สรุปได้ว่าเป็นผู้มีสมรรถนะ การประเมินสมรรถนะด้วยวิธีการสังเกต นอกจากเป็นวิธีที่ผู้ประเมินสามารถประเมินด้วยตนเองและได้เห็นสมรรถนะที่แท้จริงในขณะปฏิบัติงานของผู้ถูกประเมินแล้ว นับว่าเป็นการพัฒนาการกระจายอำนาจในการประเมิน การปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงาน และกระตุ้นให้มีความกระตือรือร้นแสวงหาสิ่งที่จะช่วยให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานมากขึ้น
2. การทดสอบ (Competency testing) เป็นการประเมินสมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ส่งเสริมสมรรถนะที่เหมาะสมถูกต้องตามมาตรฐานและเป็นข้อมูลในการประเมินการปฏิบัติการวิชาชีพ
3. การจำลองสถานการณ์ (Simulation) การประเมินสมรรถนะในการปฏิบัติงานบางครั้งไม่สามารถกระทำได้โดยตรง ดังนั้นการจำลองสถานการณ์จึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมในการประเมินสมรรถนะในการปฏิบัติงานที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ยาก
4. การประเมินตนเอง (Self-reports) เป็นการประเมินของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ หรือความสามารถของตนเอง การประเมินวิธีนี้เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพเพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการจัดการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาสมรรถนะต่อไป การประเมินวิธีนี้เป็นกระตุ้นให้ผู้ประเมินตระหนักถึงความซื่อสัตย์ต่อตนเอง รับรู้ถึงข้อจำกัด หรือความต้องการการเรียนรู้ของตนเอง



บั้งอร เสรีรัตน์ (2562) ให้หลักการวัดและประเมินผลฐานสมรรถนะ (Competency-based assessment) ไว้ว่าการวัดสมรรถนะเป็นการช่วยให้เห็นความสามารถที่เป็นองค์รวมของผู้เรียนโดยครูทำการทดสอบพฤติกรรมกาปฏิบัติ (Performance assessment) ของผู้เรียนตามเกณฑ์ที่กำหนด (Performance criteria) การวัดเน้นการประเมินองค์รวมของสมรรถนะด้วยเครื่องมือประเมินตามความเหมาะสมและประเมินผู้เรียนพร้อมที่จะรับการประเมิน หากประเมินผ่านผู้เรียนจะสามารถก้าวสู่จุดประสงค์การเรียนรู้ขั้นต่อไปได้ หากยังไม่ผ่านผู้เรียนจะได้รับการสอนซ่อมเสริม จนกระทั่งบรรลุผล ผู้เรียนแต่ละคนจะก้าวหน้าไปตามความสามารถของตนอาจก้าวหน้าไปได้เร็วในบางสาระ และอาจไปได้ช้าในบางสาระตามความถนัดของตนซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. มุ่งวัดสมรรถนะอันเป็นองค์ความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะต่าง ๆ ไม่ใช่เวลามากกับการสอบวัดตามตัวชี้วัดจำนวนมาก
2. วัดจากพฤติกรรม/การกระทำ/การปฏิบัติที่แสดงออกความสามารถในการใช้ความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะต่าง ๆ ตามเกณฑ์การปฏิบัติ (Performance criteria) ที่กำหนดเป็นการวัดอิงเกณฑ์ มิใช่อิงกลุ่มและมีหลักฐานการปฏิบัติ (Evidence) ใช้ตรวจสอบได้
3. ใช้การประเมินตามสภาพจริง (Authentic assessment) จากสิ่งที่ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง และความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน เช่น การประเมินจากการปฏิบัติ (Performance assessment) หรือการประเมินโดยใช้แฟ้มสะสมงาน (Portfolio assessment) รวมถึงการประเมินตนเอง (Student self-assessment) และการประเมินโดยเพื่อน (Peer assessment)
4. ใช้สถานการณ์เป็นฐาน เพื่อให้เห็นกระบวนการวัดและประเมินผลให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด และประเมินได้หลายประเด็นในสถานการณ์เดียวกัน มีความหลากหลายในการประเมินให้ถูกต้องแม่นยำมากที่สุด
5. ผู้เรียนต้องถูกประเมินตามกระบวนการของการวัดขั้นของสมรรถนะที่กำหนดหากไม่ผ่านจะต้องได้รับการซ่อมเสริมจนกระทั่งผ่านจึงจะก้าวไปสู่ลำดับขั้นต่อไป
6. การรายงานผล เป็นการให้ข้อมูลด้านพัฒนาการไปตามความสามารถของผู้เรียนเองตามลำดับขั้นที่ผู้เรียนทำได้จากเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่าการประเมินสมรรถนะนั้นมีประโยชน์มากเพราะจะทำให้ทราบระดับสมรรถนะของตนเอง เพื่อนำมาพัฒนาตนเองให้ดีและเหมาะสมยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ เจตคติในการทำงาน ทำให้เห็นประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานมากขึ้นทำให้เกิดการพัฒนาตนเอง พัฒนางานในหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้นได้



สมรรถนะครูในยุคการเปลี่ยนแปลง

สถาบันผลิตครูสามารถนำสมรรถนะของครูในศตวรรษที่ 21 ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับหลักสูตรให้เป็นหลักสูตรเน้นสมรรถนะ โดยการกำหนดสมรรถนะของครูให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาชีพรู และหมวดวิชาเอก และกำหนดสมรรถนะแกนกลางของการศึกษายุค 4.0 ให้เป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา นอกจากนี้ผู้สอนควรสอดแทรกและประเมินสมรรถนะเหล่านี้ทั้งในรายวิชาต่าง ๆ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาสามารถนำสมรรถนะของครู ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับบริบทของสถาบัน เพราะการพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาวิชาชีพครูนับเป็นประเด็นที่คนกลุ่มนี้จะไปสู่ครูมืออาชีพในอนาคต การพัฒนาตนเองให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการที่ได้กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษาที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ และนวัตกรรม 4 ด้าน ได้แก่ การคิดนอกกรอบ และต่อยอดเป็นการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และแก้ปัญหาเองได้ การสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ จึงจำเป็นต้องยกระดับคุณภาพการศึกษาโดยปรับเปลี่ยนการเรียนรู้จากเดิมที่เคยเน้นเนื้อหาวิชาเป็นการสอนเพื่อพัฒนาสมรรถนะ และความสามารถรู้ของนักเรียนมากกว่าที่จะเน้นให้เกิดการพัฒนาความรู้แต่เพียงอย่างเดียว เพราะความฉลาดรู้และสมรรถนะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนไทยที่ต้องมี เพื่อเป็นทักษะพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ทำให้คนในสังคมมีทักษะ และเจตคติที่ต่างไปจากเดิม ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การเข้าถึงความรู้ทำได้ง่ายขึ้น ดังนั้น การเรียนรู้จึงต้องปรับรูปแบบจากเดิมที่เคยเน้นถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ ไปสู่รูปแบบการมุ่งเน้นใช้ฐานความรู้ และระบบความคิดที่บูรณาการและเชื่อมโยงความรู้สู่ชีวิตประจำวัน เช่น ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และการตั้งคำถาม ความรู้ด้านคณิตศาสตร์ ระบบการคิดเหตุผล และการหาความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เพื่อหล่อหลอมผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ และความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ไปใช้ให้เกิดการสร้างรายได้ รวมถึงการเรียนรู้ด้านวิชาชีพ และทักษะชีวิต โดยครูยุคใหม่จะต้องปรับเปลี่ยนบทบาทจากครูผู้สอน เป็นโค้ช หรือ ผู้สนับสนุนการเรียนรู้ ทำหน้าที่กระตุ้น สร้างแรงบันดาลใจให้คำปรึกษา ชี้แนะวิธีการเรียนรู้ วิธีคิดที่สามารถบูรณาการความรู้ และเชื่อมโยงความรู้สู่ชีวิตประจำวันให้แก่ผู้เรียน



บทสรุป

กล่าวโดยสรุป สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในของแต่ละบุคคลอันเป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ ทัศนคติ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้ตามเกณฑ์มาตรฐานในงานที่ตนรับผิดชอบ ซึ่งคุณลักษณะที่ซ่อนอยู่นี้จะเป็นที่ประจักษ์หากปรากฏอยู่ในพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความสามารถ และเจตคติในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สมรรถนะครูจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติวิชาชีพครูให้บรรลุอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการในการเปลี่ยนแปลงระบบทางการศึกษาในหลากหลายด้าน หลายมิติ ยุคปฏิรูปการศึกษานี้วิชาชีพครูจึงได้รับการพัฒนาจากการกำหนดเป็นหลักเกณฑ์หรือกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับการคัดเลือก แสดงให้เห็นว่า บริบททางการศึกษาที่เปลี่ยนไปทำให้นักศึกษาวิชาชีพครู กลุ่มผู้ผลิต รวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องลุกขึ้นมาปรับตัวเองปรับแนวคิดให้ มีความชัดเจน และทำให้เห็นว่าแนวทางดังกล่าวต้องการมุ่งเน้นให้สถาบันอุดมศึกษามีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อนำไปสู่การผลิตบัณฑิตวิชาชีพที่มีคุณภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

นักศึกษาวิชาชีพครูในยุคการเปลี่ยนแปลงต้องมีการพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ด้านการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครูควรส่งเสริมให้เป็นผู้นำ ควรส่งเสริมให้นักศึกษาวิชาชีพครูมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนางานตามเป้าหมายและครอบคลุมงานทุกฝ่ายอย่างทั่วถึง ขณะที่มีโอกาสได้ออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พัฒนาตนเองให้มีความสามารถอย่างสร้างสรรค์ ปฏิบัติงานในสถานศึกษาตามความรู้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของสถานศึกษา และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกัลยาณมิตรที่ดี นอกจากนี้ยังต้องพัฒนานวัตกรรมการส่งเสริมสมรรถนะตนเองในการจัดการเรียนรู้เพื่อนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพราะสมรรถนะครูในยุคของการเปลี่ยนแปลงนั้น การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมสมรรถนะในการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาครู สมรรถนะครูในการจัดการเรียนรู้นั้นประกอบด้วย การบูรณาการสาระความรู้ ผนวกวิธีการสอน และเทคโนโลยี โลกในยุคปัจจุบันได้หมุนเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 เป็นยุคของเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge based economy) ดังนั้นการพัฒนานวัตกรรมจึงเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักศึกษาวิชาชีพครูสร้างจุดยืนที่เข้มแข็งมีสมรรถนะในตนเองพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง



รายการอ้างอิง

- ตรีสุข เทียนทอง. (2566). “กลุ่มมรภ.38 แห่งเปิดโมเดลพัฒนาครูฐานสมรรถนะ”. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/news/1996231/>
- เทียน ทองแก้ว. (2556). *สมรรถนะ (Competency): หลักการและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- บ้งอร เสรีรัตน์. (2562). *บรรยายพิเศษ โครงการ พัฒนาระบบบริหารจัดการด้านการประกันคุณภาพ การศึกษา : มหกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการเรียนการสอน ครั้งที่ 3 “การเรียนรู้เชิงรุกเพื่อพัฒนาสมรรถนะผู้เรียน” 22 พฤษภาคม 2562*. ณ ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- พนา จินดาศรี. (2557). *การศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ในบทความวิชาการวิจัย (รายงานการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: สมาคมวิจัย สถาบันและพัฒนาอุดมศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). *คู่มือการประเมินสมรรถนะครู*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา.
- พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ และพรทิพย์ แข็งขัน. (2551). *สมรรถนะครูและแนวทางการพัฒนาครูในสังคมที่เปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิก.
- มาตรฐานความรู้วิชาชีพครูฐานสมรรถนะของคุรุสภา. (2561). *ประกาศคณะกรรมการคุรุสภา เรื่อง สาระความรู้ สมรรถนะ และประสบการณ์วิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพครู*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2563). *ประกาศคณะกรรมการคุรุสภา เรื่อง รายละเอียดของมาตรฐานความรู้ และประสบการณ์วิชาชีพครูตามข้อบังคับคุรุสภา ว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562*. สืบค้นจาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/109/T_0010.PDF.
- วนิดา ภูวนารณรักษ์. (2552). *สมรรถนะครูไทย. วารสารรามคำแหง*, 26(5), 61–71.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *องค์แห่งการเรียนรู้และการจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: ตลาดาพับลิเคชั่น.
- วิวัฒน์ วัฒนานิมิตกุล. (2563). *บอกเล่าสาระสำคัญในการปรับปรุงเกณฑ์มาตรฐานระดับอุดมศึกษา และ มคอ. : ปรับประยุกต์สู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2558). *นโยบายสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.



- สุกัญญา ทองนาค. (2555). การพัฒนาแบบทดสอบสมรรถนะนักศึกษาตามมาตรฐานวิชาชีพครูแบบ
พหุมิติที่มีการตรวจให้คะแนนแบบพหุวิภาค (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต).
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Boyatzis, R.E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York:
John Wiley & Son.
- Fey, M. K., & Miltner, R. S. (2000). A competency-based orientation program for new graduate
nurses. *Journal of Nursing Administration*, 30(3), 126–132.
- McClelland, D.C. (1993). Testing for Competence rather than for Intelligence. *American Psychologist*,
28(1), 1–14.



คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รับผิดชอบเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ สาขาหลักในด้านสังคมศาสตร์ ประกอบไปด้วยสาขาวิชาศิลปะและมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ และสาขาวิชาบริหารธุรกิจ การจัดการและการบัญชี โดยมีสาขาวิชาย่อยดังนี้คือ ภาษาและภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์ทั่วไป ศึกษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการ และการบัญชี โดยบทความที่จะตีพิมพ์เผยแพร่ ถ้าเป็นผลงานวิจัยต้องดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน 5 ปี (ในกรณีที่บทความวิจัยที่เป็นหรือเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ต้องมีหนังสือรับรองและลงนามทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และนักศึกษาผู้ทำวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์) บทความที่จะตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ในระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น และกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับเพื่อความเหมาะสมและเป็นไปตามเกณฑ์ที่กองบรรณาธิการกำหนด

ประเภทของบทความ

1. บทความวิจัย
2. บทความวิชาการ
3. บทความปริทัศน์ บทความพิเศษ และปกิณกะ

การเตรียมบทความต้นฉบับ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป MS Word 97/03 for Windows แบบอักษร TH Niramit AS ขนาดตัวอักษร 16 อักษรปกติ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษ A4 ระยะขอบกระดาษ ด้านบน-ด้านล่าง 2.54 ซม. ด้านใน 3.17 ซม. ด้านนอก 2.54 ซม. ไม่เกิน 20 หน้า (ไม่รวมรายการอ้างอิง)
2. ชื่อเรื่อง พิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลาง ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา มีชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. ชื่อผู้เขียน พิมพ์ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่ใต้ชื่อเรื่องโดยชิดขอบกระดาษด้านขวา ขนาดตัวอักษร 14 อักษรปกติ และให้ระบุตัวเลขเป็นตัวยกท้ายชื่อผู้เขียน เพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน และ E-mail ของผู้เขียนบทความหลักไว้เป็นเชิงบรรทัดในหน้าแรก
4. ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน พิมพ์ชื่อหน่วยงานผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่บรรทัดส่วนล่างสุด ในหน้าแรก ขนาดตัวอักษร 12 อักษรปกติ ระบุหน่วยงานต้น เรียงไปจนถึง หน่วยงานหลัก และ E-mail (สำหรับผู้เขียนหลัก) และให้ระบุตัวเลขเป็นตัวยกท้ายชื่อหน่วยงานผู้เขียน เพื่อแสดงรายละเอียดชื่อผู้เขียนบทความทุกท่าน ไว้เป็นเชิงบรรทัดในหน้าแรก
5. บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 300 คำ
6. คำสำคัญ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ



7. การพิมพ์หัวข้อใหญ่สุด ให้ขีดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจากหัวข้อใหญ่ 4 ตัวอักษร เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ เว้นระยะพิมพ์หนึ่งบรรทัด

8. ตัวเลขให้ใช้เลขอารบิก คำย่อ ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) และวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Student centered learning)

9. บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

9.1 บทคัดย่อ (Abstract)

9.2 บทนำ (Introduction) ระบุความสำคัญของปัญหาการวิจัยที่นำไปสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัย

9.3 วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

9.4 การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย (Literature review & Conceptual framework)
การทบทวนเอกสาร/แนวคิด/ทฤษฎี/งานวิจัย ที่นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัย

9.5 วิธีการวิจัย (Research methodology) ระบุแบบแผนการวิจัยการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาคุณภาพเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การรับรองจริยธรรมการวิจัย/การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลหลัก

9.6 ผลการวิจัย (Research Results) เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปแบบตารางหรือรูปภาพ

9.7 อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

9.8 สรุปผลการวิจัย (Conclusion) ระบุข้อสรุปที่สำคัญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่

9.9 ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

9.10 รายการอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเนื้อหาเท่านั้น และควรมีอย่างน้อย 10 รายการ

10. บทความวิชาการ ประกอบด้วย

10.1 บทคัดย่อ (Abstract)

10.2 บทนำ (Introduction)

10.3 เนื้อเรื่อง (Content) แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ

10.4 บทสรุป (Conclusion)

10.5 ข้อเสนอแนะ (Suggestion)

10.6 รายการอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเนื้อหาเท่านั้น และควรมีอย่างน้อย 10 รายการ



11. การเตรียมเอกสารอ้างอิง

ให้ใช้ APA Formatted References, 6th edition ศึกษารายละเอียดได้ที่ <http://www.wooster.edu/psychology/apa-crib.html>

12. กรณีมีรูปภาพ และกราฟ บันทึกเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล JPEGs หรือ Tiffs เท่านั้น

ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิง

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

ใช้ระบบนาม-ปี (Name – year system) ตัวอย่างเช่น

ผู้เขียน 1 คน

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ, 2516)

(Siriphan, 2016)

ผู้เขียน 2 คน

(สายทอง แก้วฉาย และสร้อยณี อุสินยาง, 2562)

(Kaewchai & U-senyang, 2019)

ผู้เขียน 3-5 คน

การอ้างครั้งแรกให้ใส่ชื่อสกุลของทุกคน และการอ้างครั้งต่อไปให้ใส่เฉพาะชื่อสกุลของคนแรก แล้วตามด้วย และคณะ

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ, สายทอง แก้วฉาย และสร้อยณี อุสินยาง, 2563) ในการอ้างครั้งแรก

(Siriphan, Kaewchai, & U-senyang, 2020)

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ และคณะ, 2563) ในการอ้างครั้งต่อไป

(Siriphan et al., 2020)

ผู้เขียนมากกว่า 6 คน

การอ้างครั้งแรกและครั้งต่อไป ให้ใส่เฉพาะชื่อสกุลของคนแรกแล้วตามด้วย และคณะ

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ และคณะ, 2563)

(Siriphan et al., 2020)

2. รายการอ้างอิง

2.1 การอ้างอิงทั่วไป

- 1) ถ้าผู้เขียนไม่เกิน 7 คน ใส่ชื่อผู้เขียนทุกคน ผู้เขียนตั้งแต่ 8 คน ขึ้นไป ให้ใส่ชื่อ 6 คนแรก และตามด้วย...และชื่อผู้เขียนคนสุดท้าย
 - 2) ถ้าแหล่งอ้างอิงมาจากหนังสือ หนังสือออนไลน์ หรือ e-book ให้เรียงชื่อหนังสือ
 - 3) ถ้าแหล่งอ้างอิงมาจากวารสาร ให้เรียงชื่อวารสาร
 - 4) ถ้าแหล่งอ้างอิงเป็นเอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ให้เรียงชื่อการประชุม
- ตัวอย่างเช่น



Akbar, M. A., Mahmood, S., Alsanad, A., Alsanad, A. A.-A., Gumaei, A., & Qadri, S. F.

(2020). A multivocal study to improve the implementation of global. *Journal Soft: Evaluation and Process*, e2252, 1–28.

Pastor, A. V., Nunes, J. P., Ciampalini, R., Koopmans, M., Baartman, J., Huard, F., . . . Raclot, D. (2019). Projecting Future Impacts of Global Change Including Fires on Soil Erosion to Anticipate Better Land Management in the Forests of NW Portugal. *Journal water*, 11(2617), 2–19.

สัญญา เคนาภูมิ. (2562). ถอดรหัสการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยและการสร้างกลยุทธ์จากฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สร้อยณี อุสินยาง. (2562). จริยธรรมทางธุรกิจ : แนวทางในการจัดการธุรกิจสู่ความยั่งยืน. *วารสาร อัล-ฮิกมะฮ์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี*, 9(18), 225–235.

สร้อยณี อุสินยาง. (2562). แนวทางการอนุรักษ์และจัดการสถาปัตยกรรมอิสลามในสามจังหวัดภาคใต้ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม. *การประชุมวิชาการโครงการเจียรไนเพชรเพื่อพัฒนาศักยภาพนักวิจัยรุ่นใหม่ผ่านระบบ Multi-Mentering System (MMS8 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และศิลปกรรม* (หน้า 73–96). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.).

2.2 ผู้เขียนเป็นหน่วยงาน ตัวอย่างเช่น

National Institute of Emergency Medicine. (2014). *The gap of Thai Emergency Medicine: Report Emergency Medical Service System 2013*. (1st ed.) Bangkok. NP Press

Muangjunburee, P. (2012). *Welding Engineering*. Songkhla: Educational Technology, Faculty of Engineering, Prince of Songkla University.

2.3 การอ้างอิงเฉพาะบทในหนังสือ ตัวอย่างเช่น

Sahieam, C. (2014). Nurse case management for clients with diabetes mellitus. In Sindhu S, Wongrod P. (editor). *Case management for clients with diabetes mellitus and hypertension* (2nd ed.) (pp.9–46). Bangkok: Wattanakanpim Printting.

Benedyk, J. (2010). Aluminum alloys for lightweight automotive structures. *Materials, Design and Manufacturing for Lightweight Vehicles, Woodhead Publishing Series in Composites Science and Engineering*, 79–113.

2.4 การอ้างอิงเอกสารจากอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น

Kraonual, S. (2008). *Impacts of the Unrest Situation in the Three Southern Border Provinces on Health Care Service System*. Retrieved from <http://www.deepsouthwatch.Orgsites/default/files/Sunee%20-%20HealthSystem.pdf>



Inada, K. A. (1995). Buddhist reponse to the nature of human rights. *Journal of Buddhist Ethics*

Retrieved May 21, from <http://www.psu.edu/jbe.html>

2.5 วิทยานิพนธ์ ตัวอย่างเช่น

สร้อยณี อุเล็นยาง. (2559). *สุขภาพองค์การขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย : การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างและการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลตามบริบทวัฒนธรรมและประเภทขององค์กร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุฏฐบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

2.6 บทความในวารสาร ตัวอย่างเช่น

U-senyang, S., Trichandhara, K., & Rinthaisong, I. (2017). Antecedents of organizational health in Southern Thailand. *International Journal of Behavioral Science*, 12(1), 79–94.

ข้อแนะนำในการส่งต้นฉบับ

เมื่อผู้เขียนเตรียมไฟล์ต้นฉบับตามการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย/บทความวิชาการแล้ว สามารถส่งไฟล์ต้นฉบับทาง

E-mail: pnu_huso@hotmail.com และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/login>

โดยลงทะเบียนสมาชิกเข้าเว็บไซต์ แล้วทำตามคำแนะนำสำหรับการใช้งานเบื้องต้นของระบบ

ThaiJO (สำหรับผู้แต่ง Author) ซึ่งมีรายละเอียดตามหัวข้อดังนี้

- การสมัครสมาชิกวารสาร (Author Register) (ผู้ที่ยังไม่มี Username, Password ในระบบ ThaiJO)
- การส่งบทความ (Submission)
- รอดตรวจสอบสถานะ การตอบรับ/ปฏิเสธ ทาง E-mail

ข้อแนะนำการส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียนศึกษา ตรวจสอบขั้นตอนการส่งบทความวิจัย/วิชาการ และต้องดาวน์โหลดเอกสารที่เกี่ยวข้องที่เว็บไซต์ <http://journal.pnu.ac.th> หลังจากนั้นส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องและบทความต้นฉบับ 1 ชุด ทางไปรษณีย์ส่งมาที่

บรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

ชั้น 3 อาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

99 ม.8 ต. โคกเคียน อ. เมือง

จ. นราธิวาส 96000

การติดต่อวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

ติดต่อได้ที่ งานวารสาร (คุณปิยนุช วัจนศิริ หรือ คุณชมชัยยะห์ เจ๊ะสาเม๊ะ)

Tel 073-709-030 ต่อ 1161, Fax 073-709-030 ต่อ 1173

Mobile phone 09-3604-3247 E-mail: pnu_jr@hotmail.com

Research Article

- ❖ Guidelines for the Application of Information Technology in Financial Institution: A case study of Ban Khlong Sai Saving Group 972, Baan Khlong Sai Nai, Yupo Subdistrict, Mueang District, Yala province
- ❖ A Model of Helping and Establishing Appropriate Muslim Identity for Muallafs of Muslim organizations in the Southern Border Provinces
- ❖ Engagement of Generation Y's Staff in International College, XYZ University
- ❖ Training Package for Developing Teacher's Skill in Creating Classroom Management Activity for Reducing Students' Misbehavior in Oob-om Kindergarten School, Satun Province
- ❖ Project Evaluation on Fostering Morals and Ethics in Watthummikaram Municipal School, Prachuapkhirikhan Municipality, Prachuapkhirikhan District, Prachuapkhirikhan Province
- ❖ Innovation Leadership affecting Innovative Behavior of Personnel in Local Administrative Organizations in the Southern Border Provinces
- ❖ Effectiveness of Online Marketing Communication in Small Businesses from Consumers' Perspective
- ❖ The Meta-Analysis of Coaching Learning Process Management
- ❖ Customer's Satisfaction towards the Development of Commercial Organic Fertilizer Packaging
- ❖ Service quality of artificial turf football field business in Songkhla Province
- ❖ Cost and return of Nara Batik Group's Batik Fabrics Narathiwat Metropolis
- ❖ Effects of Marketing Mix Strategies on Halal Food Purchasing Decisions
- ❖ Factors Affecting Satisfaction of Participants in the 1st Southern Goat Festival
- ❖ A group of meanings that reflect the image of women from the perspective of Russian people: a case study of proverbs
- ❖ The development of a model to promote SMEs entrepreneurs in the agro- processing industry in three southern border provinces
- ❖ The Development of a Situation Test to Measure Psychological Well-Being of the Thai Elderly

Review Article

- ❖ Competency in the era of teacher professional students

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส 96000

โทร. 0-7370-9030

โทรสาร 0-7370-9030

<http://journal.pnu.ac.th>

E-mail: pnu_jr@hotmail.com