

วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัย
เอเชียอาคเนย์



ISSN 2465-549X

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2

กรกฎาคม-ธันวาคม 2565



SAU
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

19/1 ถนนเพชรเกษม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

โทร : 02-807-4500-27 ต่อ 323,

E-mail: saujournalssh@sau.ac.th



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

SAU Journal of Social Sciences and Humanities

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

วัตถุประสงค์

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เป็นวารสารทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการของนักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการ และผู้สนใจทั่วไปในสาขารัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ รวมถึงสหวิทยาการ อื่นๆ

นโยบายการตีพิมพ์

1. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์รับบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษจากผู้นิพนธ์ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
2. บทความที่จะได้รับการพิจารณาต้องเขียนตามรูปแบบที่วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์กำหนด
3. บทความที่ตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์มาก่อน หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่นๆ หากตรวจสอบพบว่าผู้นิพนธ์ส่งหรือตีพิมพ์บทความในที่อื่นๆ กองบรรณาธิการจะระงับการตีพิมพ์และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการตีพิมพ์ทุกกรณี
4. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการพิจารณากลับกลองคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 ท่านในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind pre-reviewed)

5. บทความที่นำเสนอต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

6. บทความไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เขียนไม่แก้ไขบทความตามระยะเวลาที่กำหนด
กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการตีพิมพ์และไม่คืนค่าลงทะเบียยน

คณะที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.ฉันทวุฒิ พิษผล	อธิการบดี
รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพันธ์ ดำรงทองสุข	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิจัย
อาจารย์ พันธ์ พุทธานุกรณ์	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ
อาจารย์ นภาพันท์ สุวรรณโชติเนตร	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
อาจารย์ ดร.ภาวิธ รุจาฉันท	รองคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษ บัณฑิตวิทยาลัย

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.พุดิธร จิรายุส	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
---------------------------	--------------------------

กองบรรณาธิการภายใน มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอร์ช เสมอมิตร	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ เวศร์ภาดา	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
อาจารย์ ดร.ฉัตรพล มณีกุล	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

กองบรรณาธิการภายนอก

อาจารย์ ดร.เพ็ญศรี บางบอน	สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ดิน ปรัชญพฤกษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สังข์ศรี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ศาสตราจารย์เกียรติคุณเสนาะ ตีเยาว์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.อำพล บุตตาสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกาญจน์ วิชาวนาติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ พัฒนพงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ อิงอาจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรประภา อารีราษฎร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดุลย์ ทานาราช	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณกร วรากุลรักษ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยาวิทย์ เมธีราพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญดา รื่นสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.เสาวภาคย์ แผลมเพ็ชร	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.สุธาสินี วิทยาภรณ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
อาจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ นิลคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ฝ่ายจัดการและธุรการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

จัดพิมพ์โดย

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ถนนเพชรเกษม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

ที่ติดต่อ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

ถนนเพชรเกษม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

โทร : 02-807-4500-27 ต่อ 323

E-mail: saujournalssh@sau.ac.th

การเผยแพร่

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ กำหนดออก ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม ของทุกปี

บทความหรือข้อคิดเห็นในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

เป็นทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เขียน ไม่ถือเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ได้ดำเนินงานมาเป็น ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม พ.ศ.2565 โดยปัจจุบันวารสารได้รับการรับรองจากสภามหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ และได้รับการยอมรับให้อยู่ในระดับฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI กลุ่ม 2 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จากผลการดำเนินงานของวารสารฉบับนี้ได้นำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมในมิติที่หลากหลายด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ โดยวารสารฉบับนี้มีบทความที่น่าสนใจทั้งหมด 6 บทความ เป็นบทความวิจัย 5 บทความ และบทความวิชาการ 1 บทความ ผู้สนใจสามารถติดตามบทความวิชาการและบทความวิจัยต่าง ๆ ได้ทั้งจากวารสารที่จัดพิมพ์เป็นรูปเล่มและจากวารสารอิเล็กทรอนิกส์ในเว็บไซต์ <https://tcithaijo.org/index.php/saujournalssh>

สุดท้ายนี้ทางกองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์หวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความวิชาการและบทความวิจัยต่าง ๆ ในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ในวิชาการทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นอย่างมาก ในนามกองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้พิจารณาบทความ เพื่อให้บทความมีคุณภาพก่อนตีพิมพ์ และขอขอบคุณคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษาทุก ๆ ท่านที่ได้ส่งผลงานวิจัยเพื่อเข้าสู่กระบวนการพิจารณาคุณภาพเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ และโอกาสนี้ทางกองบรรณาธิการขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษา ส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ใน “วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์” โดยสามารถศึกษารายละเอียดต่าง ๆ ทำเล่มหรือจากเว็บไซต์ของวารสาร

ดร.พุดิธร จิรายุส

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความ	หน้า
แนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย Guidelines to Develop Education for Senior Citizens: A Pattern of Multi-age Classroom สุพิชา บุรณะวิทยาภรณ์	1-16
พฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่าน แอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada Customer Behaviour and Integrated Marketing Communication Affecting the Decision to Use a Service for Purchasing Products through the Application: A Case Study Comparing Shopee and Lazada โชติกา เหล่าศรี, มณีกัญญา นากามัทสี และทิฆัมพร พันลิกเดช	17-32
การจัดกลุ่มจังหวัดตามสถิติด้านการท่องเที่ยวรายภูมิภาคภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 Clustering of Provinces Based on Regional Tourism Statistics under the Epidemic Situation of Covid-19 ชนิษฐา สร้อยทอง, บุษรา พวงสมบัติ, นัทธีรา สรรมณี และกมลชนก พานิชการ	33-47
วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศOrganizational Culture Affecting Success in International Business Management MAB HOM1, วิชากร เฮงขวัญกุล และมณีกัญญา นากามัทสี	48-62
ความต้องการและแนวทางในการเรียนรู้ของครูวัยก่อนเกษียณในเขตจังหวัดสงขลา Needs and Guidelines for Teachers on Preretirement Learning in Songkhla เชาวนี แก้วมโน	63-77

บทความ

หน้า

แนวทางการพัฒนาเกณฑ์ประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

78-94

GUIDELINES FOR DEVELOPING LAND POTENTIAL ASSESSMENT CRITERIA FOR HOUSING
DEVELOPMENT FOR LOW-INCOME PEOPLE

ชัยยุทธ นิธิธีรพัชร และ วรณิศา นาวาล่อง

แนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย

Guidelines to Develop Education for Senior Citizens: A Pattern of Multi-age Classroom

สุพิชา บูรณะวิทย์ภรณ์

Suphicha Booranavitayaporn

วิทยาลัยดุสิตธานี

Dusit Thani College

suphicha.bo@dtc.ac.th

Received June 24, 2022 & Revise July 25, 2022 & Accepted July 25, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาด้านการศึกษาเรียนรู้ของผู้สูงอายุไทย 2) เพื่อศึกษาแนวคิดในการจัดการศึกษา การพัฒนาทักษะ-การเรียนรู้ และแนวคิดการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการเก็บข้อมูลผ่านการทบทวนเอกสารหลักฐานและการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาในครั้งนี้มี ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานครที่มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จำนวน 12 ท่าน และผู้ให้ข้อมูลเสริม อีก 3 ท่าน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามการจำแนกชนิดของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคที่ผู้สูงอายุประชากรไทยประสบ ในการศึกษาเรียนรู้ในช่วงสูงอายุ มากที่สุด คือ เรื่องสุขภาพทางกาย รองลงมา คือเรื่องการเรียนรู้จดจำ และอุปสรรคด้านการเดินทาง 2) ประเด็นด้านแนวคิดในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า รูปแบบของการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุชื่นชอบมากที่สุด คือ การเรียนรู้ในชั้นเรียน กลุ่ม-ชมรม เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน ตามความสนใจเป็นหลัก เช่น ศิลปะ ดนตรี กีฬา วิชาที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพ และ 3) ประเด็นด้านแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องของหัวข้อการเรียนรู้ และบรรยากาศในการเรียน สถานที่ สภาพแวดล้อมของการจัดการศึกษา รองลงมา คือ ครูหรือผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระ ควรมีประสบการณ์ตรง โดยเป็นคนที่เราใจใส่ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ ให้โอกาสในการเรียนรู้ในระดับที่เหมาะสมกับวัยและทักษะในการเรียนของแต่ละคน

คำสำคัญ: การศึกษา, ผู้สูงอายุ, ห้องเรียนหลากหลายวัย

Abstract

This research consisted of 3 objectives which were 1) to examine the learning obstacles of Thai senior citizens, 2) to study and develop lifelong education concepts for senior citizens, 3) to develop education for senior citizens in a pattern of multi-age classroom. The research method was qualitative research using documentary research and in-depth interview. The key informants included 12 active learning Thai senior citizens who were 60 years old and above living in Bangkok and another 3 stakeholders. The researcher analyzed the data using content analysis.

The research results showed that the learning obstacles that most Thai senior citizens underwent were physical health, followed by learning memory and inconvenience in transportation. For the education concepts for senior citizens, the results revealed that the most well-liked pattern was the classroom learning such as groups or clubs for enjoyment according to one's interest for example; art, music, sport, and other subjects which are applicable in daily life or making a living. For the development of education for senior citizens in a pattern of multi-age classroom, the results showed that the most important factors included the customized topics and comfortable learning atmosphere. Another important factor was the teacher or facilitator who should be experienced, caring, able to convey knowledge and offer appropriate learning opportunities for each student in the multi-age classroom.

Keywords: Education, Senior Citizen, Multi-Age Classroom

บทนำ

การศึกษาเรียนรู้เป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาชีวิต การศึกษาตามความหมายที่เป็นทางการ คือกระบวนการพัฒนาคนหรือมนุษย์ในทุกทาง ไม่ว่าจะเป็นด้านสติปัญญา ทักษะคุณสมบัติ และนิสัยจิตใจอันจะช่วยสร้างมนุษย์ที่มีคุณภาพในการนำพาองค์กรและประเทศชาติไปในทิศทางที่ดี (ภิญโญ สาร, 2521 อ้างถึงใน พิมพ์พรรณ เทพสุเมธานนท์, นุชนาถ สุนทรพันธุ์ และ นवलลอ แสงสุข, 2544) สำหรับการศึกษาในภูมิภาคเอเชียและประเทศไทยมีระดับการแข่งขันที่สูง มีการให้ความสำคัญกับการศึกษาภาคบังคับและการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นหลัก โดยผู้ศึกษาเกือบทั้งหมดจะอยู่ในวัยเด็ก วัยรุ่น จนถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ยังมีประเด็นปัญหาหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยตรง (ธีระวัฒน์ เหมะจุฑา, 2554: กลิ่น สระทองเนียม, 2556) ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็วซึ่งแตกต่างจากประเทศตะวันตกที่มีประสบการณ์ในเรื่องสังคมสูงอายุมากกว่า ตามระบบสถิติการลงทะเบียน กรมการ

ปกครองได้ให้ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุของประเทศไทย ปี 2561 โดยประเทศไทยในปีพ.ศ. 2561 มีจำนวนประชากรซึ่งมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 10,666,803 คน หรือเฉลี่ยทั่วประเทศอยู่ที่ร้อยละ 16.06 จากจำนวนประชากรทั้งหมด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2561) นอกเหนือจากนี้การเติบโตของสังคมเมืองและการอาศัยอยู่ร่วมกันในลักษณะครอบครัวเดี่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อสายสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว ครอบครัวเดี่ยวประกอบไปด้วยบุคคลเพียง 2 รุ่นที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่และวัยเด็กถึงวัยรุ่น อาจทำให้ขาดความเข้าใจและการรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลในวัยสูงอายุ

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) ซึ่งบุคคลจำเป็นต้องศึกษาหาความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เทคโนโลยีสมัยใหม่กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเกื้อกูลกิจกรรมการศึกษาตลอดชีวิต สภาพแวดล้อมซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีในปัจจุบัน เป็นแรงผลักดันให้ทุกชีวิตรวมทั้งกลุ่มผู้สูงอายุจำเป็นต้องเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุข สอดคล้องกับ ปาหนัน กนกวงศ์วัฒน์ (2562) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับการจ้างงานผู้สูงอายุ ว่าผู้สูงอายุในวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) ยังคงมีศักยภาพในการทำงาน และควรเป็นงานที่ได้ใช้ความรู้อย่างอิสระ ดังนั้นผู้สูงอายุจึงนับเป็นหนึ่งในกลุ่มที่ควรได้เรียนรู้ทักษะจำเป็นตามแนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-long learning) ซึ่งการจัดการศึกษาและพัฒนาทักษะสำหรับผู้สูงอายุมีความแตกต่างกับการจัดการศึกษาโดยทั่วไป มักจะต้องนำหลักการเรียนรู้สำหรับวัยผู้ใหญ่มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เหมาะแก่การเรียนรู้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ผู้จัดการศึกษายังต้องมีความเข้าใจในด้านการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพื่อจัดการศึกษาและพัฒนาทักษะให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม

จากรายงานการวิจัย ทิศทางการให้บริการของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่จะก้าวเข้าสู่วัยผู้สูงอายุพบว่า มีผู้สูงอายุในช่วงก่อนเกษียณมากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ให้ข้อมูล มีความต้องการบริการด้านความรู้ ทั้งทางด้านสุขภาพ, นันทนาการ, การปฏิบัติตนทางศาสนา และผู้สูงอายุสูงถึงประมาณร้อยละ 40 ของผู้ให้ข้อมูล มีความต้องการบริการความรู้ทางด้านการเงิน, การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์, โซเชียลเน็ตเวิร์ค และการประกอบธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1-12, 2556) จะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุไทยมีความต้องการศึกษาเรียนรู้และเสริมทักษะ แต่อาจมีประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคในการเข้าถึงการศึกษาและเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นตามแนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต การจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นการลดช่องว่างและส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้สูงอายุ

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย ในกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นการสร้างและต่อยอดองค์ความรู้ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงของกลุ่มผู้สูงอายุในสังคมไทย เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่น ๆ ในบริบทที่ใกล้เคียงได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาทางการศึกษาเรียนรู้ ของผู้สูงอายุไทย
2. เพื่อศึกษาแนวคิดในการจัดการศึกษา การพัฒนาทักษะ-การเรียนรู้ และแนวคิดการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

1. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาและการศึกษาตลอดชีวิต

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้จำแนกการศึกษาออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

- 1.1 การศึกษาในระบบโรงเรียน (Formal Education) หมายถึง การศึกษาในสถาบันทางการศึกษา เช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย โดยมีการกำหนดการศึกษาที่เป็นระเบียบแบบแผนตามมาตรฐาน เช่น หลักสูตร จุดมุ่งหมาย วิธีการเรียนการสอนและปฏิบัติ การสอบวัดประเมินผล ซึ่งมีเกณฑ์และเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545)
- 1.2 การศึกษานอกระบบโรงเรียน (Non-formal Education) เป็นการศึกษาที่จัดให้กับผู้ที่อยู่นอกระบบโรงเรียน เช่น หน่วยงานและสถาบันซึ่งไม่ใช่สถาบันทางการศึกษา หรือสถาบันทางการศึกษาอาจเป็นเพียงสถานที่ในการจัดการเรียนการสอน โดยการศึกษาแบบนี้จะมีความยืดหยุ่น (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545)
- 1.3 การศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Education) หมายถึง การศึกษาที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน เป็นการศึกษาเฉพาะตัวบุคคลซึ่งไม่ได้มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน สามารถเกิดขึ้นที่ใดก็ได้ โดยเกิดขึ้นตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาสของแต่ละบุคคล (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545)

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและเทคโนโลยี ระบบการศึกษาไทยมีความจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อพัฒนาให้ทันความเปลี่ยนแปลง และตอบสนองนโยบายของประเทศชาติ มีนิยามและแนวคิดทางการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัยสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุข นอกเหนือจากนี้ยังเชื่อมโยงกับการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายในทิศทางที่ต้องการ (ศักรินทร์ ชนประชา, 2562)

การศึกษาตลอดชีวิต จึงเป็นการจัดกระบวนการทางการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับความต้องการเรียนรู้และศักยภาพของบุคคลในการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้บุคคลสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่อง ถือเป็นภาพรวมขนาดใหญ่ของการศึกษาทุกประเภท ทั้งการศึกษาในระบบ นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2556) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบที่สอดคล้องกัน โดยเป็นการผสมผสานการศึกษาทุกระบบ เพื่อให้บุคคลมีโอกาสดำเนินการศึกษาพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนตั้งแต่เกิดจนถึงตาย สามารถทำงานและอยู่ร่วมกันในสังคมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง นันทภา ปัญญารัตน์ (2556) ได้อธิบายถึงแนวความคิดของการศึกษาตลอดชีวิตว่าได้ถูกริเริ่มและเผยแพร่ไปทั่วโลกมาตลอดระยะเวลาช่วง 60 ปีที่ผ่านมา ในการประชุมระหว่างชาติว่าด้วยการศึกษาผู้ใหญ่ (World Conference on Adult Education) โดยมีสาระสำคัญกล่าวถึงธรรมชาติของมนุษย์ในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา โดยการศึกษาควรมีได้ทุกโอกาสในรูปแบบที่หลากหลายและควรเปิดโอกาสให้ทุกคนได้เข้าถึง แนวความคิดเรื่องการศึกษาตลอดชีวิตได้ถูกใช้เป็นหลักในการจัดการศึกษาในหลายๆ ประเทศ สำหรับประเทศไทยได้กล่าวถึงแนวความคิดนี้ตั้งแต่แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2520 ซึ่งเป็นฉบับแรก และมีการใช้แนวคิดนี้ในแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2555) ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรในช่วงครึ่งศตวรรษที่ผ่านมา โดยสัดส่วนของผู้สูงอายุในประเทศไทยจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเริ่มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 เนื่องจากการลดลงของภาวะเจริญพันธุ์ จำนวนบุตรเฉลี่ยต่อครอบครัวลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับในอดีต จากการคำนวณข้อมูลสำมะโนประชากรและการเคหะ พ.ศ. 2503 – 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ จะเห็นได้ว่าอัตราเพิ่มของผู้สูงอายุสูงขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาคาดการณ์ประชากรไทย พ.ศ. 2553 – 2583 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำหรับในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ได้ระบุความหมายของ “ผู้สูงอายุ” ไว้ว่าคือ บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย นอกเหนือจากหลักเกณฑ์ด้านตัวเลขอายุ ยังมีหลักเกณฑ์อื่นๆ ซึ่งไม่ได้เน้นตัวเลขอายุที่ชัดเจนเป็นสำคัญ จึงเกิดคำว่า “ผู้สูงวัย” โดยพิจารณาจากประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมา วิทยุฒิของบุคคลนั้น ๆ ผู้สูงอายุไม่ใช่คนแก่แต่เป็นผู้สูงวัยที่ทรงคุณค่า (Senior Citizen) มีสถานภาพตามบทบาทและมีคุณภาพชีวิตที่ดี

องค์การอนามัยโลกได้ให้ความหมายของแนวคิด “พหุพลัง” (Active Aging) ไว้ว่าคือ กระบวนการสร้างโอกาสที่เหมาะสมด้านสุขภาพ การเพิ่มคุณภาพชีวิตซึ่งนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดี (Health) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Participation) และการมีหลักประกันที่มั่นคง (Security) ขณะเดียวกันสังคมก็จัดระบบการปกป้องคุ้มครอง การสร้างความมั่นคง และการดูแลที่พอเพียงในยามที่ผู้สูงอายุต้องการ (World Health Organization, 2002)

3. แนวคิดการเรียนรู้ของผู้ใหญ่

ความหมายของการเรียนการสอนผู้ใหญ่ ตามที่โนวส์ (Knowles) ได้ให้ไว้ คือ ศาสตร์และศิลป์ในการนำหรือช่วยให้ผู้ใหญ่เรียนรู้ เนื่องจากผู้ใหญ่มีคุณลักษณะที่แตกต่างไปจากเด็ก (1) ผู้ใหญ่มีอิสระในการชี้นำตนเองและการเรียนรู้ (2) ผู้ใหญ่มีประสบการณ์ซึ่งช่วยในการเรียนรู้ (3) ผู้ใหญ่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งเรื่องบทบาทและสังคม (4) ผู้ใหญ่ต้องการเรียนรู้สิ่งที่สามารถนำไปประยุกต์แก้ปัญหาในชีวิตได้ (5) ผู้ใหญ่ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจภายในของการเรียนรู้ (Corley, 2008 และ อมราภรณ์ หมีปาน 2552)

4. แนวคิดห้องเรียนสำหรับคนหลายวัย

แนวคิดห้องเรียนสำหรับคนหลายวัยเป็นแนวคิดที่มีมานานในประเทศฝั่งตะวันตก ซึ่งหมายถึงห้องเรียนที่มีการเรียนร่วมกันของผู้เรียนมากกว่า 1 ชั้นปีการศึกษาขึ้นไป และมีงานวิจัยที่หลากหลายที่นำเสนอประโยชน์ของการเรียนรู้ในห้องเรียนที่มีนักเรียนอายุแตกต่างกันมาเรียนร่วมกัน ตามหลักการของห้องเรียนสำหรับคนหลายวัย เนื่องจากผู้เรียนมีอายุ พื้นฐานและประสบการณ์ที่ต่างกัน จึงทำให้ผู้สอนจำเป็นต้องใช้หลักสูตรแบบบูรณาการ โดยให้ความสนใจกับผู้เรียนเป็นรายบุคคล Miller (1990) ได้ศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณมากกว่า 20 ชิ้น พบว่าการเรียนในชั้นเรียนที่มีผู้เรียนอายุแตกต่างกัน หรือมีหลายวัยเป็นการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพเทียบเท่าได้กับห้องเรียนทั่วไปที่จัดแบ่งตามเกณฑ์อายุเป็นสำคัญ นอกเหนือจากนี้ยังมีการยืนยันว่านักเรียนที่มาจากห้องเรียนที่มีผู้เรียนอายุแตกต่างกัน จะมีผลการเรียนรู้ดีกว่า เมื่อเทียบกับผู้เรียนที่มาจากห้องเรียนทั่วไป

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

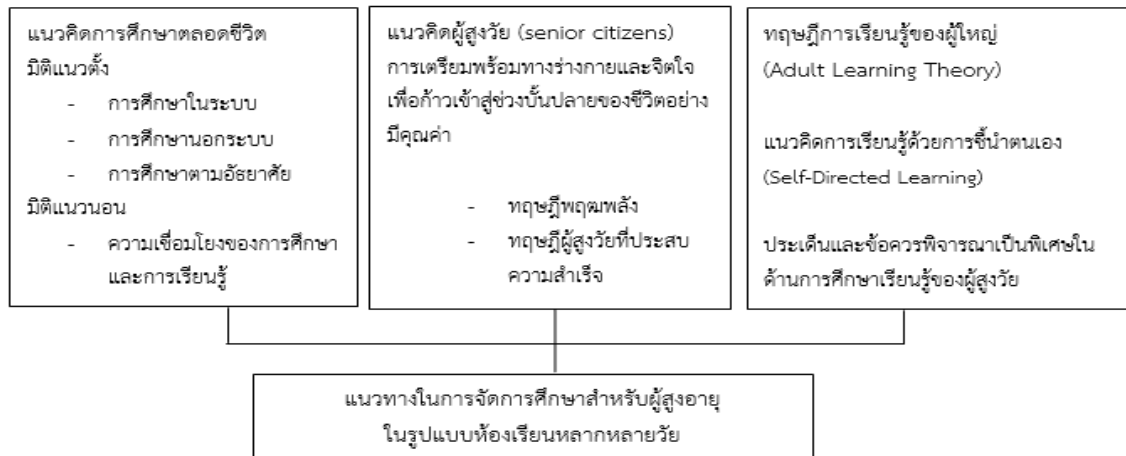
สุริยรัตน์ พรหมเพชร, ภูษิต บุญทองเถิง และทัศนีย์ นาคุณทรง (2559) ได้ทำการศึกษาห้องเรียนของคนหลายวัย เพื่อให้เข้าใจปฏิสัมพันธ์ พฤติกรรมและกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของกลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มวัยแรงงาน และกลุ่มผู้สูงวัย จำนวน 20 ท่าน ในพื้นที่ตำบลกำแพง อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ผ่านการวิจัยแบบผสมวิธี เพื่อศึกษาปรากฏการณ์วิทยาเชิงสังคม มีผลการศึกษาว่า กลุ่มคนหลายวัยมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในอดีต เนื่องจากวิถีชีวิตเรียบง่าย มีการแบ่งปัน ถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ในปัจจุบันกลุ่มคนหลายวัยมีปฏิสัมพันธ์กันลดลงเนื่องจากภาวะบีบคั้นทางจิตใจสูงขึ้น กลุ่มผู้วิจัยศึกษาได้สรุปพฤติกรรมของกลุ่มคนหลายวัย กระบวนการเรียนรู้ใหม่สำหรับห้องเรียนคนหลายวัยออกมาเป็นขั้นตอน

อุทุมพร หลอดโค (2558) ได้ทำการศึกษากระบวนการจัดการความรู้ของศูนย์สามวัยสานใยรักแห่งครอบครัว -ของชุมชนตำบลบะหว้า อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์และการจดบันทึกภาคสนาม ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการจัดการความรู้ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) การสร้างความรู้และจัดเก็บองค์ความรู้ 2) การแลกเปลี่ยนความรู้ไปสู่กลุ่มเด็กและ

เยาวชน กลุ่มวัยกลางคน และกลุ่มผู้สูงวัยในชุมชน และ 3) กระบวนการถ่ายทอดความรู้โดยผ่านการบรรยาย อภิปราย ฝึกปฏิบัติและการยกตัวอย่างกรณีศึกษา

Gillian Boulton-Lewis, Rosemary Aird และ Laurie Buys (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอุปสรรคซึ่งขัดขวางการเรียนรู้ในช่วงบั้นปลายของชีวิตของผู้สูงอายุชาวออสเตรเลียตั้งแต่อายุ 55 ปีขึ้นไป ผ่านการวิจัยแบบผสมซึ่งใช้ทั้งแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือการวิจัย โดยมีปัจจัยสำคัญหลายประการซึ่งเป็นอุปสรรคในการเรียนรู้ช่วงสูงวัย เช่น เรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาเรียนรู้ วิชาที่เปิดให้ศึกษาเรียนรู้ตรงกับความต้องการ การเดินทาง การเข้าถึงข้อมูลในการศึกษาเรียนรู้ และเหตุผลส่วนตัวอื่น ๆ นอกจากนี้งานวิจัยของ Dr. Jatinder Sandhu, Professor Leela Damodaran, Loughborough University และ Leonie Ramondt (2013) ยังได้เพิ่มเติมเกี่ยวกับอุปสรรคในการเรียนรู้ของผู้สูงอายุทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านการวิจัยแบบผสมซึ่งใช้ทั้งแบบสอบถาม การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือการวิจัย โดยพบว่าอุปสรรคหลักคือความกลัวในการใช้คอมพิวเตอร์ การสนับสนุนทางการเรียน คุณภาพและการสนับสนุนจากทางหน่วยงานที่จัดการสอน ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและทางเทคโนโลยี ปัญหาทางด้านการจดจำและ อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี

กรอบแนวคิดวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการจัดการศึกษา และพัฒนาทักษะ สำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นการสร้างและต่อยอดองค์ความรู้ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงของกลุ่มผู้สูงอายุในสังคมไทย ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้พิจารณาทั้งหมด 2 วิธี ได้แก่ 1) การเก็บข้อมูลโดยวิธีการทบทวน

เอกสารหลักฐาน (Documentary Research) โดยผู้วิจัยจะศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์วิจัย) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) แบบตัวต่อตัว โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จำนวน 12 ท่าน และผู้ให้ข้อมูลเสริม ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการจัดการศึกษาและพัฒนาทักษะสำหรับผู้สูงอายุจำนวน 3 ท่าน และมีการตรวจสอบแบบสามเส้า การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามการจำแนกชนิดของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเงื่อนไขการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นกลุ่มผู้สูงอายุประชากรไทย มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป คัดเลือกผู้สูงอายุที่มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันกำลังเข้าร่วมการศึกษาเรียนรู้ในชั้นเรียนซึ่งจัดโดยสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงาน หรือ มีประสบการณ์การเข้าร่วมการศึกษาในชั้นเรียนภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา และสำหรับผู้ให้ข้อมูลเสริม คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการจัดการศึกษาและพัฒนาทักษะสำหรับผู้สูงอายุ คัดเลือกโดยประสบการณ์พิเศษที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ดูแลบริหารหลักสูตรหรือรายวิชาในสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงาน ซึ่งมีผู้สูงอายุเข้าร่วมการศึกษาเรียนรู้ในชั้นเรียน

การวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถถอนตัวจากการเข้าร่วมวิจัยได้ทุกกรณีหากไม่สะดวกใจ สำหรับเครื่องมือวิจัยผู้วิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพ โดยได้เรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านช่วยพิจารณาประเด็นคำถามของเครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งเรื่องเนื้อหา การใช้ภาษาและการเรียงลำดับคำถาม ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนการวิจัยมีดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยทำความเข้าใจกับผู้สูงอายุ ญาติและผู้ดูแลผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยเป็นผู้รวบรวมข้อมูลและนัดหมายผู้สูงอายุด้วยตนเอง โดยมีการนัดหมายเวลาและสถานที่ซึ่งผู้สูงอายุมีความสะดวก เพื่อเตรียมการขอเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 1-2 ครั้ง พร้อมทั้งขออนุญาตบันทึกเทป จดบันทึกข้อมูลและสังเกตการณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด ผู้วิจัยจะยุติการสัมภาษณ์เมื่อข้อมูลมีความอิ่มตัว ผู้วิจัยมีแนวทางการเก็บข้อมูล โดย 1) การทำแบบทดสอบสมรรถภาพสมองสำหรับผู้สูงอายุ โดยเป็นแบบทดสอบเบื้องต้นซึ่งถูกพัฒนาสำหรับผู้สูงอายุ ใช้เวลาในการทำประมาณ 30 นาที 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง คือ มีการกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ 9 คำถามหลัก โดยใช้เวลาประมาณ 60 นาที และมีวิธีดำเนินการชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลทราบถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย และอธิบายให้ทราบถึงความสำคัญและคุณค่าของข้อมูลที่จะได้จากผู้ให้ข้อมูล จัดสถานที่การให้สัมภาษณ์ที่มีความเป็นส่วนตัว เพื่อให้บรรยากาศที่ดี ไม่ถูกรบกวน โดยผู้วิจัยจะประพฤติตนตามพื้นฐานของจริยธรรมการวิจัย ใช้วิธีการบันทึกเทป จดบันทึกรายละเอียดและข้อสังเกต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด มีการกล่าวขอบคุณในความร่วมมือของผู้สูงอายุด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ และขอความร่วมมือในกรณีที่มีการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในครั้งถัดไป โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยตัวเอง เพื่อควบคุมการเก็บข้อมูลอย่างถูกต้องและเพื่อจะได้มีโอกาสชี้แจงข้อสงสัยแก่ผู้เข้าร่วมการวิจัย เมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการจัดระบบและหาความหมาย แยกแยะ เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยคำนึงถึง ทัศนะของคนใน (Insider View) ซึ่งหมายถึงมุมมองของผู้สูงอายุและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้ข้อสรุปจากการวิเคราะห์ ข้อมูล โดยผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และเพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ใช้การ ตรวจสอบแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การศึกษาเอกสารประกอบควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่กำลังเข้าร่วมการศึกษาเรียนรู้ในชั้นเรียนซึ่งจัดโดย สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงาน หรือ มีประสบการณ์การเข้าร่วมการศึกษาในชั้นเรียนภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 12 ท่าน โดยมาจากชมรมผู้สูงอายุจำนวน 3 แห่งและโครงการของหน่วยงานภาครัฐจำนวน 2 โครงการ

ผู้ให้ข้อมูลเสริม คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการจัดการศึกษาและพัฒนาทักษะสำหรับผู้สูงอายุ คัดเลือกโดย ประสบการณ์พิเศษที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ดูแลบริบทหลักสูตรหรือรายวิชาในสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงาน ซึ่งมีผู้สูงอายุเข้าร่วมการศึกษาเรียนรู้ในชั้นเรียน จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม วิทยากร จากกรมพัฒนาสังคม และหัวหน้างานเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ โดยระยะเวลาการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่าง มกราคม – เมษายน พ.ศ. 2565

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาด้านการศึกษาเรียนรู้ ของผู้สูงอายุไทย ประเด็นปัญหาการศึกษาเรียนรู้ ของผู้สูงอายุไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคที่ผู้สูงอายุประชากรไทยประสบ ใน การศึกษาเรียนรู้ในช่วงสูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุได้กล่าวถึงมากที่สุด คือ ประเด็นเรื่องสุขภาพทางกาย เช่น โรค ประจำตัว ความเสื่อมถอยทางกาย โดยผู้สูงอายุได้เน้นย้ำถึงความเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่แตกต่างกับตอน เป็นหนุ่มสาว และส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ รองลงมา คือ ประเด็นด้านการเรียนรู้จดจำ เช่น การประมวล ความคิด ความหลงลืม โดยผู้สูงอายุได้เน้นย้ำถึงความเปลี่ยนแปลงของการเรียนรู้จดจำที่แตกต่างกับตอนเป็น หนุ่มสาว ประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคที่ผู้สูงอายุได้กล่าวถึงเป็นลำดับที่สาม คือ การเดินทาง ที่อาจจะใช้ เวลานาน-ไม่สะดวก โดยผู้สูงอายุได้เน้นย้ำถึงอุปสรรคในการเดินทางมาเรียนซึ่งสอดคล้องกับการให้ข้อมูล ของผู้ให้ข้อมูลเสริม นอกจากนี้ผู้สูงอายุได้กล่าวถึงประเด็นอื่น ๆ รองลงมา คือ เรื่องความมั่นใจในการเรียนรู้ เช่น ความกังวล ความกลัว ที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในเวลาที่จำกัด หรือความรับผิดชอบอื่นๆ เช่น การงาน การหา รายได้ให้ตนเองหรือครอบครัว รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการเรียน

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแนวคิดในการจัดการศึกษา การพัฒนาทักษะ-การเรียนรู้ และแนวคิดการศึกษาตลอด ชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ

รูปแบบของการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุชื่นชอบมากที่สุด คือ การเรียนรู้ในชั้นเรียน จากสถานศึกษา องค์กร หรือหน่วยงาน มีผู้สูงอายุเพียงบางส่วนที่ต้องการการเรียนรู้แบบผสมผสาน ทั้งจากในชั้นเรียนและผ่านสื่อต่างๆ ด้วยตนเอง เช่น สื่อออนไลน์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ชี้แจงถึงความไม่ถนัดและความกังวลในการเรียนออนไลน์ โดยรูปแบบการเรียนรู้ซึ่งเป็นที่นิยมมากที่สุด คือ การเข้ากลุ่ม-ชมรม ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการช่วยเหลือสังคม วิชาและกิจกรรมที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ ศิลปะ ดนตรี และกีฬาประเภทต่างๆ รองลงมา ได้แก่ วิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพ และวิชาการพัฒนาตนเอง

วัตถุประสงค์ในการศึกษาเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ที่ถูกพูดถึงมากที่สุด จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลเสริม คือ เพื่อความเพลิดเพลินและสนุกสนาน ตามความสนใจ โดยผู้สูงอายุจะเลือกเรียนวิชาและทำกิจกรรมที่ตนเองมีความสนใจเป็นหลัก และวัตถุประสงค์รองลงมา คือ เพื่อพัฒนา รักษาสุขภาพจิตใจ บริหารสมอง ซึ่งหลายท่านได้พูดถึงแรงจูงใจภายในของการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ แทรกอยู่ในการให้สัมภาษณ์ เช่น เพื่อพัฒนา รักษาสุขภาพร่างกาย และ เพื่อเข้าสังคม ได้เจอผู้คนใหม่ที่หลากหลาย

ด้านความถี่ในการพยายามเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ คำตอบที่ถูกพูดถึงมากที่สุด จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา โดยสอดคล้องกับการระบุเรื่องระยะเวลาในการเรียนในชั้นเรียนที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุที่มากกว่า 8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ การอบรมแต่ละครั้งอาจจะมีจำนวนชั่วโมงที่ไม่ยาวมากต่อวัน เพื่อให้เอื้อกับบริบทของผู้สูงอายุ

ด้านเนื้อหาในการศึกษาเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ที่ถูกพูดถึงมากที่สุดจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สารเนื้อหาที่มีการผสมผสาน ทั้งจากหลักสูตรกลาง และมีเนื้อหาที่เหมาะสมกับท้องถิ่นได้ด้วย โดยครูผู้สอน หรือผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระ ควรจะเป็น วิทยากร หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเนื้อหาสาระนั้น ๆ โดยตรง โดยเป็นคนที่เขาใจใส่ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี

ด้านสื่อในการศึกษาเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ที่ถูกพูดถึงมากที่สุดจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลายท่านได้เล่าถึงความไม่ถนัดทางด้านออนไลน์ และเห็นว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องเรียนรู้เพิ่มเติม สอดคล้องกับรูปแบบการศึกษา วิธีการเรียนการสอน ซึ่งผู้สูงอายุสนใจ ได้แก่ การนำชมนอกสถานที่เรียน และการใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยประกอบการเรียน

ด้านแหล่งเงินทุนสนับสนุนการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุให้เกิดผลตามเป้าหมาย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ควรมีการสนับสนุนจากรัฐบาลและชุมชน สำหรับด้านการวัดและการประเมินผล ผู้ให้ข้อมูล

ส่วนมากเห็นว่ามีสำคัญและควรเป็นการประเมินผลด้วยวิธีที่หลากหลายประกอบกันและเอื้อต่อบริบทของผู้สูงอายุ

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย

การรับรู้เกี่ยวกับรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย ประกอบไปด้วยผู้ร่วมชั้นเรียนจากหลากหลายวัย มากกว่าการมีผู้ร่วมชั้นเรียนวัยเดียวกันทั้งหมด จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเคยได้ยินเกี่ยวกับห้องเรียนหลากหลายวัยมาก่อน และมีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีความน่าสนใจ แต่อาจจะมี ความเหมาะสมกับชั้นเรียนบางประเภท ไม่ใช่ทุกชั้นเรียน

ผู้ให้ข้อมูลส่วนมาก เห็นว่าประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องของบรรยากาศในการเรียน และสถานที่ สภาพแวดล้อมของการจัดการศึกษา ประเด็นที่สำคัญรองลงมา คือ ครูหรือผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระ ควรจะเป็น วิทยากร หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเนื้อหาสาระนั้น ๆ โดยตรง โดยเป็นคนที่เขาใจใส่ สามารถถ่ายทอดความรู้ ได้ดี ให้โอกาสในการเรียนรู้ในระดับที่เหมาะสมกับวัยและทักษะในการเรียนของแต่ละคน

อภิปรายผล

1. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาด้านการศึกษาเรียนรู้ ของผู้สูงอายุ ไทย

ประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคที่ผู้สูงอายุประชากรไทยประสบ ในการศึกษาเรียนรู้ในช่วงสูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุได้กล่าวถึงมากที่สุด คือ ประเด็นเรื่องสุขภาพทางกาย เช่น โรคประจำตัว ความเสื่อมถอยทางกาย สอดคล้องกับหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน รองลงมา คือ ประเด็นด้านการเรียนรู้จดจำ เช่น การประมวลความคิด ความหลงลืม โดยผู้สูงอายุได้เน้นย้ำถึงความเปลี่ยนแปลงของการเรียนรู้จดจำซึ่งแตกต่างกับตอนเป็นหนุ่มสาว สอดคล้องกับ ผลการศึกษาอุปสรรคในการเรียนรู้ของผู้สูงอายุทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศของ ของ Dr. Jatinder Sandhu, Professor Leela Damodaran, Loughborough University และ Leonie Ramondt (2013) โดยเป็นการวิจัยแบบผสมที่พบว่าหนึ่งในปัจจัยสำคัญซึ่งเป็นอุปสรรคหลัก คือ ปัญหาทางการจดจำ

2. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแนวคิดในการจัดการศึกษา การพัฒนาทักษะ- การเรียนรู้ และแนวคิดการศึกษาตลอด ชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ

รูปแบบของการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุชื่นชอบมากที่สุด คือ การเรียนรู้ในชั้นเรียน จากสถานศึกษา องค์กร หรือหน่วยงาน โดยระหว่างการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความต้องการเรียนในชั้นเรียน และความต้องการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ สุริยรัตน์ พรหมเพ็ชร, ภูจิต บุญทองเถิง

และทัศนีย์ นาคุณทรง (2559) ได้ทำการศึกษาห้องเรียนของคนหลายวัย พบว่า ในปัจจุบันกลุ่มคนหลายวัยมีปฏิสัมพันธ์กันลดลงเนื่องจากภาวะบีบคั้นทางจิตใจสูงขึ้น จึงร่วมกันตั้งกลุ่มห้องเรียนของคนหลายวัยเพื่อเป็นกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ในการแก้ไขปัญหาในพื้นที่

มีผู้สูงอายุเพียงบางส่วนซึ่งต้องการการเรียนรู้แบบผสมผสาน ทั้งจากในชั้นเรียนและผ่านสื่อต่างๆ ด้วยตนเอง เช่น สื่อออนไลน์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ชี้แจงถึงความไม่ถนัด และความกังวลในการเรียนออนไลน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Dr. Jatinder Sandhu, Professor Leela Damodaran, Loughborough University และ Leonie Ramondt (2013) ระบุว่า หนึ่งในอุปสรรคหลักคือความกลัวในการใช้คอมพิวเตอร์ และอุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี

วัตถุประสงค์ในการศึกษาเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ซึ่งถูกพูดถึงมากที่สุด จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เพื่อความเพลิดเพลิน และสนุกสนาน ตามความสนใจ โดยผู้สูงอายุจะเลือกเรียนวิชาและทำกิจกรรมที่ตนเองมีความสนใจเป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Education) ซึ่งเป็นการศึกษาที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน เป็นการศึกษาเฉพาะตัวบุคคลซึ่งไม่ได้มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน สามารถเกิดขึ้นที่ใดก็ได้ โดยเกิดขึ้นตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาสของแต่ละบุคคล (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545)

3. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการจัดการศึกษาในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย ประกอบด้วยผู้ร่วมชั้นเรียนจากหลากหลายวัย มากกว่าการมีผู้ร่วมชั้นเรียนวัยเดียวกันทั้งหมด จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเห็นว่าประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องของบรรยากาศในการเรียน และสถานที่สภาพแวดล้อมของการจัดการศึกษา ประเด็นที่สำคัญรองลงมา คือ ครูหรือผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระ ควรจะเป็น วิทยากร หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเนื้อหาสาระนั้นๆ โดยตรง โดยเป็นคนที่เอาใจใส่ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ โดยระหว่างการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความชื่นชมและการให้ความสำคัญต่อครูผู้สอนของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมภาวะพหุพลัง: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยวัยที่สามนครเชียงใหม่ (สุดาพร ปัญญาพฤษ และ ปวีณา ลีตระกูล, 2563) ซึ่งได้ให้แนวทางทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ ในแง่สื่อและสถานที่ที่ควรมีความปลอดภัย เหมาะสมกับบริบทของผู้สูงอายุ รวมทั้งผู้สอน/วิทยากร ควรมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ และมีความเข้าใจในหลักการจิตวิทยา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่อง “แนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยทางด้านการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัย โดยอาศัยกรอบ (3Cs Framework) เพื่อใช้เป็นหลักยึดในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

1. รายวิชาและหัวข้อการเรียนรู้ตามความสนใจของผู้เรียน (Customized Topics) จากผลการวิจัย พบว่า การจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบห้องเรียนหลากหลายวัยเป็นรูปแบบที่มีความน่าสนใจ แต่อาจมีความเหมาะสมกับชั้นเรียนบางประเภท ไม่ใช่ทุกชั้นเรียน โดยควรผ่านการสอบถามข้อคิดเห็นของผู้เรียน และตอบวัตถุประสงค์หลักของผู้เรียนสูงอายุ นั่นคือ เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน ตามความสนใจ โดยผู้สูงอายุ จะเลือกเรียนวิชาและทำกิจกรรมที่ตนเองมีความสนใจเป็นหลัก วัตถุประสงค์รองลงมา คือ เพื่อพัฒนา รักษา สุขภาพร่างกายจิตใจ บริหารสมอง และเข้าสังคมได้ จากผลการวิจัยรายวิชาและหัวข้อที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ ศิลปะ ดนตรี และกีฬาประเภทต่าง ๆ รองลงมา ได้แก่ วิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพ และ วิชาการพัฒนาตนเอง

2. บรรยากาศและสถานที่ (Comfortable Ambience) จากผลการวิจัย พบว่า ประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคที่ผู้สูงอายุประชากรไทยประสบ ในการศึกษาเรียนรู้ในช่วงสูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุได้กล่าวถึงมากที่สุด คือ ประเด็นเรื่องสุขภาพทางกาย ประเด็นด้านการเรียนรู้จดจำ และประเด็นด้านการเดินทาง

บรรยากาศและสถานที่จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สุดในการจัดการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งช่วยแก้ไข ประเด็นปัญหาอุปสรรคในการเรียนรู้ของผู้สูงอายุได้ สถานที่จัดการการเรียนรู้จึงควรเป็นศูนย์กลางในชุมชนซึ่งผู้เรียนสามารถเดินทางมาได้สะดวก หรือลูกหลานสามารถมาส่งได้ รวมทั้งบรรยากาศการเรียนควรมีความ สะดวกสบาย มีสื่อการเรียนรู้และวิธีการสอนที่น่าสนใจ เช่น การนำชมนอกสถานที่เรียน รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุคือรูปแบบในชั้นเรียน กลุ่ม-ชมรมจากสถานศึกษา องค์กรหรือหน่วยงาน

หากมีการใช้สื่อการเรียนรู้แบบผสมผสาน เช่น สื่อออนไลน์ ก็ควรจัดชั้นเรียนอบรมให้ความรู้ทางด้านการ ใช้สื่อแก่ผู้เรียน เพื่อลดความกังวล เสริมสร้างความรู้และทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

3. ครูผู้สอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ (Caring Facilitators) หรือผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระ ควรจะเป็น วิทยากร หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเนื้อหาสาระนั้น ๆ โดยตรง เป็นคนที่เอาใจใส่ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี โดย ผู้สอนควรทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและผู้แนะนำที่ดี มากกว่าการเป็นผู้บรรยายเพียงอย่างเดียว สามารถให้การ สนับสนุนผู้เรียนในทุกๆ วัย โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในระดับที่เหมาะสมกับวัยและทักษะของแต่ละคน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งถัดไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่และจังหวัดอื่นๆ เพื่อศึกษาผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มที่กว้างขึ้น สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ได้
2. ควรต่อยอดการวิจัย เพื่อศึกษาชั้นเรียนสำหรับผู้สูงอายุ และห้องเรียนหลากหลายวัยของหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561). ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2561 ด้วยระบบ Power Bi / pdf. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2563 จาก http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1550973505-153_0.pdf
- กลิ่น สระทองเนียม. (2556). แก่ปัญหาคุณภาพการศึกษา : ต้องเป็นวาระแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563 จาก <https://www.moe.go.th/2020/>
- ธีระวัฒน์ เหมะจุธา. (2554). ระบบการศึกษา..นับหนึ่งใหม่ยังไม่สาย (แต่ต้องรออีก 25 ปี). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563 จาก <https://xn--l3cz3ajb3d4g.com/?p=2082>
- นันทภา ปัญญารัตน์. (2556). การพัฒนาโปรแกรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงพุทธสำหรับแม่ชีไทย. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์ดุขบัณฑิต (ค.ด.) สาขาวิชา การศึกษานอกระบบโรงเรียน กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาหนัน กนกวงศ์วัฒน์. (2562). การศึกษาระบบบริการสุขภาพ ระบบการจ้างงาน และระบบสวัสดิการสังคมเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี. วารสารศูนย์การศึกษาแพทยศาสตร์คลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า, 36(4), 321-331.
- พิมพ์พรรณ เทพสุเมธานนท์, นุชนารถ สุนทรพันธุ์ และนวลละออ แสงสุข. (2544). ความรู้เบื้องต้นด้านการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภิญโญ สาร. (2521) หลักการบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2555). รายงานประจำปี สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2554. บริษัท พงษ์พาณิชย์เจริญผล จำกัด.
- ศักดิ์รินทร์ ชนประชา. (2562). การศึกษาตลอดชีวิต. วารสาร AL-NUR บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยฟาฏอนี, 14(26), 159-175.

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2563 จาก https://www.bic.moe.go.th/images/stories/5Porobor._2542pdf.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553- พ.ศ. 2583, สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2563 จาก http://doh.hpc.go.th/data/plan59/ThaiPopForecast2553_83.pdf
- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2556). คัมภีร์ กศน. หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วน จำกัด เอ็น.เอ. รัตน์ เทรตดิ้ง
- สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1-12. (2556). รายงานการวิจัย ทิศทางการให้บริการของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่จะก้าวเข้าสู่ผู้สูงอายุ. กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2556
- สุดาพร ปัญญาพฤษ และ ปวีณา ลีตระกูล. (2563). แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมภาวะพลัดหลัง: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยวัยที่สามนครเชียงราย. วารสารครุฑพิบูล. 7(1) : 48-61
- สุริยรัตน์ พรหมเพ็ชร, ภูษิต บุญทองเถิง, & ทศนีย์ นาคุนทร. (2559). ห้องเรียนของคนหลายวัย A Class of Different Ages. วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 12(1), 135-144.
- อมราภรณ์ หมีปาน. (2552). การพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาต่อเนื่องทางวิชาชีพแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพพยาบาลกองทัพบก. วารสารพยาบาลทหารบก. 10(2) : 47-57
- อุทุมพร หลอดโค. (2558). กระบวนการจัดการความรู้ของศูนย์สามวัยสานใยรักแห่งครอบครัว. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(1), 103-116.
- Boulton-Lewis, G., Aird, R., & Buys, L. (2016). Older Australians: Structural barriers to learning in later life. *Current aging science*, 9(3), 188-195.
- Corley, M. A. (2008). Adult Learning Theories. *Diperolehi pada Ogos*, 3, 2009.
- Knowles, M. (1970). *The modern practice of education: Andragogy versus pedagogy*. New York, NY: Cambridge Book Company.
- Miller, B. (1990). A review of the quantitative research on multigrade instruction. *Research in Rural Education*, 7(1), 1-8.

- Sandhu, J., Damodaran, L., & Ramondt, L. (2013). ICT skills acquisition by older people: motivations for learning and barriers to progression. *International Journal of Education and Ageing*, 3(1), 25-42.
- World Health Organization: WHO. 2002. *Active aging a policy framework*. Geneva: Graphic Design.

พฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada
Customer Behaviour and Integrated Marketing Communication Affecting the
Decision to Use a Service for Purchasing Products through the Application:
A Case Study Comparing Shopee and Lazada

โชติกา เหล่าศรี¹ มณีกัญญา นากามัทสี² และทิฆัมพร พันลึกเดช³

Chotika Laosri¹, Maneekanya Nagamatsu², and Tikhamporn Punluekdej³

¹Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University.

^{2,3} Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University

E-mail: s63414100009@sau.ac.th

Received July 13, 2022 & Revise July 21, 2022 & Accepted July 25, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada 2) ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada 3) ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada 4) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada และ 5) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาการทำธุรกิจตลาดออนไลน์ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการซื้อสินค้าใน Shopee และ Lazada ภายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตามแนวคิดของ Cochran et al., (1953) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA F-test) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้วิธีของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada ร่วมกัน 268 คน ใช้บริการ Shopee อย่างเดียว 116 คน ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการจากร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ และใช้บริการ Lazada อย่างเดียว 16 คน ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการจากมี Code ส่วนลดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ 2) ค่าเฉลี่ยของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.=.607) และการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$, S.D.=.540) 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน

เพศ อายุ สถานะ รายได้ อาชีพ และการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 6) พฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($R^2=.540^{**}$, $.599^{**}$)

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค, การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ, การตัดสินใจใช้บริการ, Shopee, Lazada

Abstract

This research aimed to study: 1) customer behaviour affecting the decision to use a service for Purchasing Products through the Application: A Case Study Comparing Shopee and Lazada. 2) levels of integrated marketing communication and the decision to use a service 3) to compare decision to use a service factors, classified by personal factors; 4) to compare the decision to use a service factors, classified by customer behaviour; 5) to compare decision to use a service factors, classified by integrated marketing communication; and 6) to present relations between customer behaviour, integrated marketing communication, and the decision to use a service for Purchasing Products through the Application: a case study of comparing Shopee and Lazada. The research employs quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data were collected from Shopee and Lazada application users within around Bangkok 400 users under the concept of Cochran et al. (1953). The statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation, one- way ANOVA, and Pearson's correlation.

The study's findings revealed that: 1) 268 customers chose to use Shopee and Lazada together, 116 used Shopee only; the majority chose to use a trusted merchant, and 16 used Lazada only; the majority chose to use the service from a discount from doing various activities; 2) integrated marketing communication was at high level ($\bar{X}=4.15$, S.D.=.607), and decision to use a service was at highest level ($\bar{X}=4.28$, S.D.=.540); 3) sex, age, status, incomes,

occupation, and education have an influenced the decision to use a service at the statistically significant level of .05; 4) different customer behaviour factors affect the decision to use a service at the statistically significant level of .05; 5) different integrated marketing communication factors affect the decision to use a service at a statistically significant level of .05; and 6) customer behaviour and integrated marketing communication were significantly related at moderate to the decision to use a service at .01 ($R^2=.540^{**}$, $.599^{**}$).

Keywords: Customer Behaviour, Integrated Marketing Communication, Decision to Use a Service, Shopee, Lazada.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พฤติกรรมผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ทำให้ตลาด E-commerce สามารถขยายตัวกว่า 7 เท่าในรอบ 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ. 2563 กล่าวได้ว่าในปี พ.ศ. 2563 ขนาดของตลาด E-Commerce ไทยเติบโตอยู่ที่ 3 แสนล้านบาท ซึ่งเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 42 ต่อปี ก่อนการเกิดสถานการณ์โควิด 19 และเร่งตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ในช่วงการระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งสวนทางกับธุรกิจค้าปลีกจากการขายหน้าร้าน (Store-based retail) ที่หดตัวสูงสุดถึงร้อยละ 11 สิ่งนี้สามารถสะท้อนได้ถึงการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นภายใต้ข้อจำกัดของการเดินทางจากมาตรการล็อกดาวน์ การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่อการสัมผัสเชื้อในสถานชุมชน รวมถึงความต้องการประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปเลือกซื้อของด้วยตนเอง (Marketeer, 2021)

การเปลี่ยนแปลงไปของตลาด E-commerce ที่รุนแรงดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าจำนวนมากต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานภายในองค์กรของตนเอง จากเดิมเป็นการเปลี่ยนไปของการขายสินค้าจากหน้าร้านมาสู่การใส่ใจในเรื่องของการตระหนักรู้ของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยการสร้างการสื่อสารทางการตลาด หรือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการส่งเสริมการขายด้วยการนำสินค้าตนเองลงขายผ่านเพจร้านค้า หรือการนำสินค้าไปวางขายตามแพลตฟอร์ม E-commerce ใหญ่ ๆ อย่าง Amazon Alibaba E-Bay Lazada Shopee การขายโดยพนักงานด้วยการเป็นผู้ดูแลเพจร้านค้าออนไลน์ การตอบคำถามจากลูกค้า หรือแม้กระทั่งการไลฟ์ขายของเพื่อดึงดูดความสนใจ (วีรพร จอมแบ่ง และพีรภรณ์ ทวีสุข, 2563) การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้าของบริษัททราบถึงทิศทางการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงการโฆษณา การเปิดตัวสินค้าใหม่ การแจ้งให้ทราบข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น กล่าวได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสำคัญอย่างมากต่อการทำธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ เพราะเนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคมีการใช้สื่อช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น การทำการสื่อสารการตลาดจึงต้องมีการปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด (ภัทรวิดี เอี่ยมสุโขทัย, 2561)

ในการศึกษาธุรกิจ E-Commerce ของประเทศไทย พบว่า ปัจจุบันมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada มากที่สุด เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการค้าปลีกออนไลน์รายอื่น ๆ จากยอดการเข้าใช้งานเฉลี่ยต่อเดือนสูงถึง 51 ล้านครั้งต่อเดือน สำหรับ Shopee และ 33 ล้านครั้งต่อเดือน สำหรับ Lazada เมื่อมองภาพรวมรายได้หลักทั้งสองแพลตฟอร์ม พบว่า มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 296 สำหรับ Shopee และร้อยละ 46 ของ Lazada ตามลำดับในปี 2563 ซึ่งจากการเข้ามาทำตลาด E-Commerce ของทั้ง 2 แพลตฟอร์ม มียอดการเข้าใช้งานมีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง เป็นผลมาจาก Shopee มุ่งสร้างและพัฒนาแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือตั้งแต่เริ่มต้น ส่วน Lazada เป็นการมุ่งสร้างและพัฒนาเว็บไซต์โดยเน้นลูกค้าที่ซื้อผ่านเว็บไซต์ บวกกับผลกระทบจากยอดการใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปจากซื้อของผ่านคอมพิวเตอร์มาเป็นโทรศัพท์มือถือ ทำให้ Shopee มีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับ Lazada (Padermkurkulpong, 2020) เนื่องจาก Shopee ทำกลยุทธ์ด้านการตลาด (Marketplace) จากการจับคู่ผู้ซื้อและผู้ขายระหว่างกัน โดยไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกระบวนการจัดการสินค้า เมื่อเทียบกับ Lazada ที่ใช้โมเดลธุรกิจแบบ Amazon และ Alibaba ที่บริหารจัดการการขนส่งสินค้าทั้งกระบวนการ ทำให้ลูกค้าต้องมีโอกาสสินค้า และเดลิเวอรี่ได้ช้ากว่าเนื่องจากติดข้อจำกัดในการขยายคลังสินค้า ในขณะที่รูปแบบการทำกลยุทธ์ด้วย marketplace ทางลูกค้าเพิ่งจะมาพัฒนาในระยะเวลาต่อ (Marketing in secret, 2020)

ในมุมมองของความสำคัญต่อการให้บริการที่เหมาะสมกับผู้ใช้งานตามภูมิภาค ภูมิประเทศ (Localization) กล่าวได้ว่า แอปพลิเคชัน Shopee มีการพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานตามพฤติกรรมของผู้คนตามภูมิภาค ภูมิประเทศ ได้อย่างลงตัว โดยข้อบ่งชี้ไทยแลนด์จะมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับคนไทย เช่น การกดสั่งซื้อของที่ต้องการการกดไลค์โนโพสต่าง ๆ กลับกันในฝั่งของ Lazada จะมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมือนกันทั้งหมด แต่จะมีความแตกต่างกันแค่ในเรื่องของการเปลี่ยนภาษาตามภูมิภาคเท่านั้น (แบรนดบุฟเฟต์, 2564) นอกจากนี้ แคมเปญการตลาดต่าง ๆ ของช้อปปียังได้มีการพัฒนาออกแบบให้เหมาะสมกับคนไทย เช่น การใช้ดารามาร่วมเป็นพรีเซ็นเตอร์อย่าง ณเดช-ญาญ่า รวมถึง แบนแบน GOT7 ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในกรุงเทพ และยังช่วยสร้างภาพจำให้เกิดความน่าเชื่อถือกับตัวแบรนด์ หรือการจ้างนักฟุตบอลระดับโลกอย่าง คริสเตียโน โรนัลโด มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้ช้อปปี้ในระดับภูมิภาคด้วย สิ่งเหล่านี้ยังเป็นการตอกย้ำความสามารถต่อการขยายฐานกลุ่มผู้ใช้ไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศชายในภูมิภาคอาเซียนได้มากขึ้น (Marketeer, 2021)

ถึงแม้ตลาดด้าน E-Commerce ของทั้งสองแพลตฟอร์มจะถือเป็นเบอร์ใหญ่ ๆ ในตลาดอาเซียนและประเทศไทย แต่ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการทำการตลาดของ Shopee สามารถทำกำไรได้อย่างที่คาดหวัง เนื่องจากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาทาง Shopee ยังไม่สามารถทำกำไรให้กลับเข้าบริษัทได้เลย กลับกันทางบริษัทยังมีการขาดทุนไปเป็นเงินรวมแล้วกว่า 1.1 หมื่นล้านบาท เมื่อเทียบกับลาซาด้าที่มีการดำเนินการโดยกลุ่มอาลีบาบาที่เป็นเจ้าของลาซาด้า มีการลงทุนได้มากถึง 120,000 ล้านบาท โดยที่ยังไม่มีแนวโน้มจะได้กำไรกลับคืน (Padermkurkulpong, 2020) ดังนั้นการทำกลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการออกโปรโมชั่น การทำโค้ดส่วนลด การนำดารามาเป็นพรีเซ็นเตอร์ หรือแม้กระทั่งการลดราคาสินค้าในช่วงเวลาพิเศษของทั้งสองแพลตฟอร์มจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการอยู่รอดขององค์กรของทั้งสองต่อไป

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำกลยุทธ์ทางการตลาดของทั้ง 2 แพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็นการนำพฤติกรรมผู้บริโภคเข้ามาใช้เป็นตัวแปรที่ทำการสื่อสารการตลาดขององค์กร ปัจจัยส่วนบุคคลตามภูมิประเทศ ภูมิภาคเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาแพลตฟอร์มในการดำเนินการขายทางผู้วิจัยจึงได้จัดทำงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada” ขึ้น ต่อมาพัฒนางานด้านการตลาดออนไลน์ด้วยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อให้องค์กรที่ทำธุรกิจด้าน E-commerce เจ้าอื่น ๆ สามารถนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปเป็นต้นแบบต่อการศึกษาและพัฒนาธุรกิจของตนเองต่อไป โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังจะอธิบายในงานวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada
2. เพื่อศึกษาปัจจัยระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada
5. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาการทำธุรกิจตลาดออนไลน์

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน
4. ปัจจัยพฤติกรรม และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

1. พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือพฤติกรรมในการตัดสินใจต่อการใช้บริการ และยังหมายถึงความรวมถึงการประเมินผลการใช้บริการทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล อันมีความสำคัญต่อการ

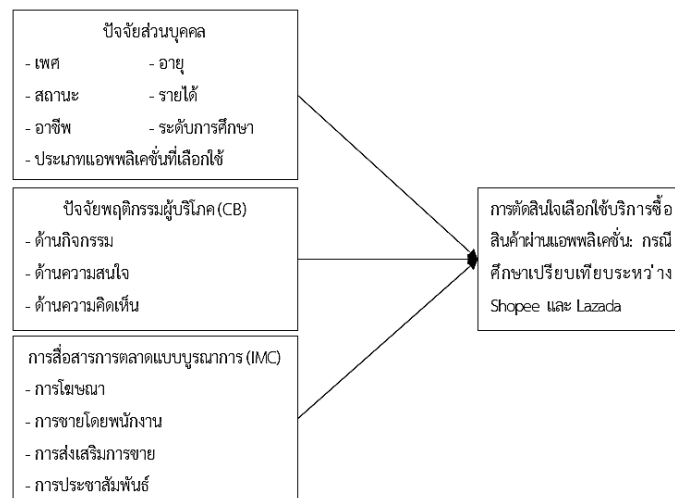
เข้าใช้บริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล อันมีองค์ประกอบต่อความเข้าใจ 3 องค์ประกอบได้แก่ ด้านกิจกรรม ที่มาจากการกระทำของบุคคลต่อสิ่ง ๆ หนึ่ง ด้านความสนใจ ที่มาจากการชอบ ความหลงใหลต่อสิ่ง ๆ หนึ่ง และด้านความคิดเห็น ที่มาจากการต้องการในการแสดงออกในคำพูด การเขียน หรือการแสดงท่าทางต่อสิ่ง ๆ หนึ่ง (เกรียง กิจบำรุงรัตน์, 2564) ในขณะที่เมอร์ชนัน สุขประเสริฐ (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

2. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ หมายถึง การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับตลาดเป้าหมายขององค์กรให้เกิดบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการใช้สื่อจากทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและให้ผู้บริโภคเข้าใจในตราสินค้ามากที่สุด รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภคด้วยวิธีการสื่อสารแบบครบวงจร อันได้แก่ 1) การสื่อสารโดยการโฆษณา 2) การสื่อสารโดยการประชาสัมพันธ์ 3) การสื่อสารโดยการส่งเสริมการขาย และ 4) การสื่อสารโดยใช้พนักงานขายทางตรง (ทิวาพร ทราบเมืองปัก และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย, 2565) กล่าวได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการมุ่งเน้นการผสมผสานการใช้ช่องทางทั้ง 4 รวมกันเพื่อส่งข่าวสารจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคให้สอดคล้องและชัดเจนกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการนำเสนอได้อย่างรอบด้าน ครอบคลุม และสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจใช้บริการได้ในที่สุด (Blakeman, 2018)

3. การตัดสินใจใช้บริการ เป็นการกลั่นกรองจากผลลัพธ์ต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบต่อตัวผู้ซื้อ กล่าวคือ ขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้บริโภคจะจ่ายเงินเพื่อให้ใช้บริการ โดยปกติกระบวนการตัดสินใจใช้บริการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหาว่าสิ่งที่ตนเองต้องการคืออะไร ต่อมาจะเป็นเรื่องของการค้นหาสิ่งที่ตนเองต้องการจากแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน บุคคลรอบข้าง หรือตามอินเทอร์เน็ตที่มีความน่าเชื่อถือ (ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์, 2562) เมื่อผู้บริโภคได้ทำการค้นหาเรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่ขั้นตอนที่ 3 อันได้แก่การประเมินทางเลือกจากสิ่งที่ตนเองค้นหาว่าเหมาะสม คุ่มค่าหรือไม่ หากเกิดความคุ้มค่าจะตัดสินใจซื้อในที่สุด กลับกันหากตัวเลือกที่มีอยู่ยังไม่สามารถตอบโจทย์ของตนเองได้ จะกลับไปสู่ขั้นที่ 1 ใหม่ วนไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะเจอสินค้าที่เหมาะสมกับตนเอง ในขั้นต่อมาคือ การตัดสินใจใช้บริการ เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายต่อจากการตัดสินใจใช้บริการ คือ พฤติกรรมหลังใช้บริการ หากบริการเป็นไปตามคุณภาพที่กล่าวไว้ ผู้บริโภคจะยินดีจ่ายในครั้งต่อไป กลับกันหากไม่ได้คุณภาพตามที่กล่าวไว้ จะส่งผลให้กลับไปสู่ข้อที่ 1 เพื่อหาสิ่งที่ดีที่สุดต่อไป (กิตติทัศน์ ทักษุณีย์, 2559)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาองค์ประกอบความรู้ที่ได้มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียด ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada อย่างน้อย 1 ครั้งภายใน 1 รอบเดือนที่ผ่านมาภายในกรุงเทพมหานคร โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada อย่างน้อย 1 ครั้งภายใน 1 รอบเดือนที่ผ่านมาภายในกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของ Cochran et al., (1953) จำนวน 400 คน ด้วยวิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ทำการสร้างและพัฒนาขึ้นเองจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในงานวิจัย โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1-2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

สำหรับส่วนที่ 3-4 แบบสอบถามระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการ มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น มี 5 ระดับ ระดับตามแบบของ Likert' Scale (1932) สามารถอธิบายได้ดังนี้

มากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน

มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

ผลคะแนนที่ได้จากการสำรวจนั้น จะนำมาทำการวิเคราะห์และแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญ โดยการให้คะแนนแต่ละระดับ มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้ Best, (1977)

$$\begin{aligned} \text{ความห่างของอัตรากำหนด} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดผลค่าคะแนนเฉลี่ย

ผลเฉลี่ย	4.21–5.00	ระดับมากที่สุด
ผลเฉลี่ย	3.41–4.20	ระดับมาก
ผลเฉลี่ย	2.61–3.40	ระดับปานกลาง
ผลเฉลี่ย	1.81–2.60	ระดับน้อย
ผลเฉลี่ย	1.00–1.80	ระดับน้อยที่สุด

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการ ในเนื้อหาที่สอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้พร้อมทั้งทำการกำหนดขอบเขตของข้อคำถามจากแต่ละปัจจัยที่จะทำการศึกษา

2. ทำการสร้างแบบสอบถาม โดยการนำข้อคำถามจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ตามขอบเขตที่กำหนดไว้

3. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่น่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความเที่ยงเพื่อวัดความสอดคล้องภายในของคุณภาพโดยรวมของเครื่องมือทั้งฉบับด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวมเท่ากับ .911

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือน เมษายน-มิถุนายน 2565 ด้วยระบบ google form ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ มีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ 100%

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ด้วยค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย และวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างมากกว่าสองกลุ่ม โดยการหาค่าเฉลี่ย F-test และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจใช้บริการ โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada” มีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน (ร้อยละ 49.0) อายุ 20-30 ปี จำนวน 192 คน (ร้อยละ 48.0) อยู่ในสถานะ โสด จำนวน 288 คน (ร้อยละ 72.0) รายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.0) เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 112 คน (ร้อยละ 28.0) ศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 268 คน (ร้อยละ 67.0) สำหรับการตัดสินใจสั่งของผ่านทางแอปพลิเคชัน พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้ Shopee และ Lazada ร่วมกัน 2 แอปพลิเคชัน จำนวน 268 คน (ร้อยละ 67.0) รองลงมา คือ ตัดสินใจใช้เฉพาะ Shopee จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.0) รองลงมา คือ ตัดสินใจใช้เฉพาะ Lazada จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.0)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค (CB) สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. แอปพลิเคชัน Shopee จำนวน 384 คน (มาจากผู้ตัดสินใจใช้ 2 แอปพลิเคชันรวมกันบวกกับผู้ตัดสินใจใช้เฉพาะ Shopee) ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์จากร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ จำนวน 130 คน (ร้อยละ 19.5) รองลงมา คือ บริการผ่อนชำระโดยตรงไม่ตัดผ่านบัตรเครดิต จำนวน 117 คน (ร้อยละ 17.5) มี Code ส่วนลดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ จำนวน 62 คน (ร้อยละ 9.4) ค่าจัดส่ง จำนวน 35 คน (ร้อยละ 5.2) สะสม Coin แลกส่วนลด จำนวน 21 คน (ร้อยละ 3.1) ระยะเวลาในการจัดส่ง จำนวน 12 คน (ร้อยละ 1.8) การรับประกันสินค้า จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.0) ตามลำดับ

2. แอปพลิเคชัน Lazada จำนวน 284 คน (มาจากผู้ตัดสินใจใช้ 2 แอปพลิเคชันรวมกันบวกกับผู้ตัดสินใจใช้เฉพาะ Lazada) ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์จาก มี Code ส่วนลดจากการทำ

กิจกรรมต่าง ๆ จำนวน 64 คน (ร้อยละ 9.6) รองลงมา คือ ระบบส่วนลดเงินสดจากร้านค้า จำนวน 53 คน (ร้อยละ 7.9) ค่าจัดส่ง จำนวน 51 คน (ร้อยละ 7.6) มีส่วนลดพิเศษ เช่น เงินคืนพิเศษ สำหรับการซื้อพร้อมหลากหลายรายการ จำนวน 43 คน (ร้อยละ 6.5) ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า จำนวน 35 คน (ร้อยละ 5.2) ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ จำนวน 30 คน (ร้อยละ 4.5) การรับประกันสินค้า จำนวน 8 คน (ร้อยละ 1.2) ตามลำดับ

โดยผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ของทั้ง 2 แอปพลิเคชันนิยมเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ภายในวันจันทร์-วันศุกร์ ใช้บริการในช่วงเวลากลางคืน 19.00-24.00 น. โดยตัดสินใจใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ เข้าใช้บริการครั้งละ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง และมียอดสั่งซื้อสินค้าต่อครั้งโดยรวมอยู่ที่ 500-1,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระดับระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวม

ระดับค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)	4.15	.607	มาก
การตัดสินใจใช้บริการ (DUS)	4.28	.540	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.=.607) และระดับการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$, S.D.=.540)

สรุปผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน และการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานะ รายได้ อาชีพ การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4. ปัจจัยพฤติกรรม และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada

	ตัวแปร	CB	IMC	DUS
CB	Pearson Correlation		.245**	.540**
IMC	Pearson Correlation			.599**
DUS	Pearson Correlation			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

หมายเหตุ CB (Customer Behaviour) หมายถึง พฤติกรรมผู้บริโภค

IMC (Integrated Marketing Communication) หมายถึง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

DUS (Decision of Use a Service) หมายถึง การตัดสินใจใช้บริการ

จากตารางที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาค่าของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคโดยรวม ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวม และปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่า R^2 อยู่ที่ .540** และ .599** ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยและข้อมูลต่าง ๆ ได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานะ รายได้ อาชีพ การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมกมล หงส์ยนต์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ให้

ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมาภรณ์ ปัญญา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันช้อปปี้ (Shopee) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน คล้องกับงานวิจัยของ รวมศักดิ์ แซ่เฮง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กล่าวว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าชุดกีฬา มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก เมื่อพิจารณาความแตกต่างพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา กล่าวว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยงบประมาณต่อการซื้อ 1 ครั้งอยู่ที่ 300-500 บาท เมื่อพิจารณาความแตกต่างพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคด้านความต้องการ งบประมาณ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐณี คงหัวรอบ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาวลัย เวฬุฒิกร และชินจิตต์ แจ่มเจนกิจ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดรูปแบบดิจิทัลของร้านค้าออนไลน์ Shopee ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กล่าวว่า ระดับของการสื่อสารการตลาดรูปแบบดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาการสื่อสารการตลาดรูปแบบดิจิทัล แยกตามปัจจัยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า การสื่อสารการตลาดรูปแบบดิจิทัลในด้านการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายด้วยพนักงาน และการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐณี คงห้วยรอบ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้าน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเปรียบเทียบระหว่าง Shopee และ Lazada มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่า R^2 อยู่ที่ .540** และ .599** สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรพร จอมแปง และพีรภรณ์ ทวีสุข (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ Pet Café กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้าน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย พนักงาน และการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ Pet Café อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาธิยา โสภ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์ Happy Sunday กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านโฆษณา ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแบรนด์ Happy Sunday ของเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐณี คงห้วยรอบ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้าน การโฆษณา ความถี่ในการซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมนที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ทางแอปพลิเคชันควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในการ Live แจก Coin หรือกิจกรรมเล่นเกมส์เพื่อแลกแต้มส่วนลดต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมส่วนลดในช่วงพิเศษ สัปดาห์ละครั้ง เพื่อดึงดูดยอดผู้ใช้งานให้เข้าใช้งานแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น
2. จากผลการศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Shopee และ Lazada ควรมีการพัฒนาขายโดยพนักงานสำหรับการตอบคำถามทางออนไลน์เพื่อให้ผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากการขายโดยพนักงานต่อการตอบคำถามกับผู้กำลังตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนกดสั่งซื้อ หาก

พนักงานขายสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด สามารถตอบสนองได้รวดเร็วที่สุด จะส่งผลต่อองค์กรมากที่สุด

3. จากผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ องค์กรควรเปลี่ยนวิธีการส่งเสริมการขายจากการใช้ฟรีเซนต์อร์มาสู่การทำกลยุทธ์การตลาดด้านอื่น ๆ ทดแทน เช่น การเน้นถึงความแตกต่าง การเน้นบริการส่งของรวดเร็ว บริการรับประกันสินค้า เพื่อให้เกิดกลุ่มลูกค้ามากเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเน้นการศึกษาแยกแอฟพลีเคชัน Shopee และ Lazada ออกจากกัน เพื่อการมุ่งประเด็นศึกษาให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจใช้บริการของแต่ละแอฟพลีเคชันมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษารายครั้งต่อไป ควรนำตัวแปรความพึงพอใจ และความภักดีตราสินค้าเข้ามาศึกษาเพิ่มเติม และศึกษาในรูปแบบสมการ SEM (Structural Equation Modeling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่ต้องการนำงานวิจัยไปพัฒนาและพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการทำกลยุทธ์ในแอฟพลีเคชันต่อไป

3. ในการศึกษารายครั้งต่อไป ควรนำปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยแยกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยตรง และการขายโดยใช้บุคคล ไปศึกษาแยกตัวแปรต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้ได้รับผลการวิจัยที่ลึกซึ้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติทัศน์ ทศกัญญ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อชุดชั้นในวาโก้ของผู้หญิงที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 6(2), 54-65.
- เกรียง กิจบำรุงรัตน์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางสังคมออนไลน์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 41(2), 18-29.
- ณัฐณี คงห้วยรอบ. (2559). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Lazada ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์. (2562). อิทธิพลคุณค่าตราสินค้าในฐานะปัจจัยตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อรถยนต์โตโยต้าผิงฮันบุรี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ณิชาธิ์ โสภ. (2563). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์ Happy Sunday. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ทิวพร ทราบเมืองปัก, และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2565). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ในจังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน, 4(1), 30-43.
- แบรนด์บุฟเฟต์. (2564). ดีแฟล์สมรภูมิ “อีคอมเมิร์ซ” แข่งเดือดทะลุ 7.5 แสนล้าน “Shopee-LAZADA” วิ่งนำสุดท้ายเหลือไม่กี่เจ้า. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.Brandbuffet.in.th/2021thailand-and-asean-e-commerce-landscape-kkp-research>.
- ปัทมาภรณ์ ปัญญา. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันช้อปปี้ (Shopee) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เปรมกมล หงส์ยนต์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- เมธชนัน สุขประเสริฐ. (2559). ปัจจัยจากการใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรวิทย์ เอี่ยมสุโข. (2561). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ของพนักงานสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รวมศักดิ์ แซ่เฮง. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- วีรพร จอมแปง, และพีรภาว ทีวีสุข. (2563). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ Pet Café. วารสารการบริหารการพัฒนา, 10(3), 152-167.
- สุธาวัลย์ เวฬุณิศ, และชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2564). การสื่อสารการตลาดรูปแบบดิจิทัลของร้านค้าออนไลน์ Shopee ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค, วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 34(1), 76-89.
- เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed). New Jersey: Prentice-hall Inc.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication Creative Strategy from Idea to Implementation* (3rd ed). New York: Rowman & Littlefield.

- Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical problems of the Kinsey report. *Journal of the American Statistical Association*, 48(264), 673-716.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of psychology*. 22(140), 1-55.
- Marketeer. (2021). *Expose the Thai e-commerce battleground, where is the opportunity*. Retrieved July 9, 2022, from <https://marketeeronline.co/archives>.
- Marketing in secret. (2020). เจาะกลยุทธ์ Lazada ทำไม่ถึงยังความแข็งแกร่งในธุรกิจได้จนถึงทุกวันนี้. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก <https://marketinginsecret.com/strategy-lazada>.
- Padermkurkulpong, K. (2020). 3 กลยุทธ์การเติบโตของ Shopee ที่ทำให้แซง Lazada ขึ้นเป็นเบอร์หนึ่งแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ในอาเซียน. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565, จาก <https://workpointtoday.com/shopee-growth-strategies-over-lazada>.

การจัดกลุ่มจังหวัดตามสถิติด้านการท่องเที่ยวรายภูมิภาค

ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

Clustering of Provinces Based on Regional Tourism Statistics under the Epidemic Situation of Covid-19

ชนิษฐา สร้อยทอง¹, บุษรา พวงสมบัติ¹, นัทธีรา สรรมนี², กมลชนก พานิชกร^{1*}

Khanitha Soithong¹, Butsara Puangsombat¹, Natdhera Sanmanee², Kamolchanok Panishkan^{1*}

¹Department of Statistics, Faculty of Science, Silpakorn University

²Department of Environmental Science, Faculty of Science, Silpakorn University

Email: panishkan_k@su.ac.th

Received July 26, 2022 & Revise August 24, 2022 & Accepted August 26, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มจังหวัดและหาคุณลักษณะของกลุ่มตามสถิติด้านการท่องเที่ยวรายภูมิภาคภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่เป็นทางการ การจัดกลุ่มจังหวัดใช้เทคนิคการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) วิเคราะห์ตามรายภูมิภาค ผลการศึกษาในแต่ละภูมิภาคมีผลการจัดกลุ่มคล้ายกันคือจัดกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่มจังหวัดได้แก่ 1) กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค กลุ่มจังหวัดนี้เป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยว มีจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติ 2) กลุ่มจังหวัดทางเล็กลงซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละภูมิภาค เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงรองลงมาจากกลุ่มแรก มีคุณลักษณะเป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นธรรมชาติหรือวัฒนธรรม กลุ่มจังหวัดนี้จึงเป็นทางเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่สวยงามของประเทศไทย 3) กลุ่มจังหวัดใกล้เคียงที่เดินทางไปกลับได้หรือจังหวัดที่อยู่ไกลจากเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวต่ำ มีจำนวนการเข้าพักน้อย จังหวัดในกลุ่มนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายแต่อาจไม่ได้เป็นที่นิยมมากนักในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจจะเนื่องจากความไม่สะดวกในการเดินทางหรือการไม่มีข้อมูลมากนักในการสืบค้นออนไลน์หรือประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19, การวิเคราะห์จัดกลุ่มจังหวัดตามสถิติด้านการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this study were to classify provinces and determine their characteristics based on regional tourism statistics under the epidemic situation of COVID-19 using secondary data from official sources. The grouping of provinces by region was done by using cluster analysis technique. The results of the study in each region gave the similar results of grouping into 3 groups as follows: 1) A group of provinces, which is the main cities in the region, is the main target of tourists. This group has the highest number of tourists and tourism spending form both Thai and foreign tourists. 2) A group of provinces, which is a popular choice among foreign tourists in the region, has the highest number of tourists and tourism spending inferior to the first group. This group consists of medium-sized provinces with natural or cultural attractions and was a top choice for foreign tourists who want to experience the beautiful nature of Thailand. 3) A nearby provinces that can travel back and forth from the main city or provinces that are far from the main city, is a group of provinces with low number of tourists and tourism spending and also low occupancy. There are many tourist attractions but may not be very popular among foreign tourists maybe due to the inconvenience of travel or lack of information to search online or publicize.

Keywords: the COVID-19 epidemic, tourism cluster analysis

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญมากในเชิงเศรษฐกิจโดยการท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดรายได้ การสร้างงานอาชีพ ทำให้เกิดการกระจายรายได้และหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 4 ของโลกในปี พ.ศ. 2561 และสามารถทำรายได้ให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 1.87 ล้านล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) เนื่องจากมีข้อได้เปรียบทั้งในเรื่องของสถานที่ธรรมชาติที่หลากหลาย ประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม อาหารรสเลิศ และยังมีค่าครองชีพที่ถูกรอีกด้วย ประเทศไทยจึงเป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงนักท่องเที่ยวไทยเองด้วยเช่นกัน แต่ด้วยวิกฤติโลกที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเริ่มระบาดมาตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2562 ทำให้การท่องเที่ยวโลกหยุดชะงักลงส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง

ต่อการท่องเที่ยวไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ที่รัฐบาลประกาศปิดประเทศห้ามการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศภายหลังเกิดการระบาด ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยลดลงจาก 40 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2562 เป็น 6.7 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งคิดเป็นการลดลงกว่าร้อยละ 83 โดยจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการระบาดของ COVID-19 มากที่สุด คือ จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร และชลบุรีซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด (หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2564) รัฐบาลได้ออกมาตรการเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ได้รับผลกระทบแต่การเยียวยาจากภาครัฐเพื่อการท่องเที่ยวที่ผ่านมาเป็นมาตรการทั่วไป ไม่ได้เป็นมาตรการเฉพาะที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาและกระตุ้นการท่องเที่ยวและธุรกิจในแต่ละจังหวัดหรือกลุ่มของจังหวัดโดยตรง ถึงแม้รัฐบาลได้กำหนดกลุ่มของจังหวัดเป็น 2 กลุ่มคือเมืองหลักและเมืองรอง โดยใช้เกณฑ์จำนวนนักท่องเที่ยวของปี พ.ศ. 2561 โดยเมืองหลักคือเมืองที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 4 ล้านคนขึ้นไป มีจำนวน 22 จังหวัด ที่เหลือเป็นเมืองรอง มีจำนวน 55 จังหวัดและรัฐบาลมีการออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง (ประเสริฐ ใจสม และคณะ, 2563) แต่จังหวัดในเมืองหลักและเมืองรองก็อาจมีคุณลักษณะของสถิติการท่องเที่ยวที่ต่างกันซึ่งทำให้ต้องการมาตรการในการส่งเสริมที่แตกต่างเช่นกัน

งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสถิติท่องเที่ยวของจังหวัดในแต่ละภูมิภาคโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลทางการจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติและจำนวนคนที่ติดโควิด-19 ในแต่ละจังหวัด เพื่อมาวิเคราะห์จัดกลุ่มจังหวัดที่มีลักษณะข้อมูลท่องเที่ยวที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกันในภูมิภาคต่างๆ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) เพื่อเป็นแนวทางในการหาวิธีการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มจังหวัดให้ตรงจุดเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้นส่งผลให้เกิดผลดีต่อการวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ (New normal) เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดดีขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มจังหวัดและหาคุณลักษณะของกลุ่มจังหวัดที่ถูกแบ่งตามสถิติด้านการท่องเที่ยวรายภูมิภาคภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) โดยวิธีลำดับชั้น (Hierarchical methods) และวิธี K-Means พิจารณาจากหน่วยตัวอย่าง 77 จังหวัด โดยแบ่งเป็น 5 ภูมิภาคและช่วงเวลาที่น่าสนใจจะเป็นช่วงไตรมาสที่ 3 (เดือนกรกฎาคม-กันยายน) ของปี พ.ศ. 2564 ตัวชี้วัดเกี่ยวกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาพิจารณา ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด ได้แก่ จำนวนผู้เข้าพัก (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน) รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท) รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (ล้านบาท) จำนวนคนที่ติดโควิด-19 ในแต่ละจังหวัด (คน) เพื่อจัดกลุ่มจังหวัดตามสถิติด้านการท่องเที่ยวรายภูมิภาคภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

วิธีดำเนินการวิจัย

หลังจากศึกษาถึงปัญหาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ขั้นตอนต่อไปของวิธีดำเนินงานวิจัยมีดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องจากแหล่งที่มีความเชื่อถือและนำไปผ่านกระบวนการทำความสะอาด (Data cleaning) ตรวจสอบและจัดการข้อมูลเกี่ยวกับค่าสูญหายและค่านอกกลุ่ม (Outlier) ทำการจัดระเบียบและบันทึกข้อมูลเพื่อเตรียมสำหรับการวิเคราะห์
2. ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวชี้วัดทางการท่องเที่ยว จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนผู้เข้าพัก (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน) รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท) รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (ล้านบาท) จำนวนคนที่ติดโควิด-19 ในแต่ละจังหวัด (คน)
3. วิเคราะห์การจัดกลุ่มจังหวัดที่ได้รับผลกระทบด้านการท่องเที่ยวในแต่ละภาคของประเทศไทย ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยแบ่งเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในแต่ละภูมิภาคแบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้
 - 3.1 การศึกษาลักษณะที่สำคัญของตัวชี้วัดจำแนกตามภาคจะใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวนและค่าเฉลี่ย
 - 3.2 การวิเคราะห์จัดกลุ่มจังหวัดในแต่ละภูมิภาค โดยใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) ด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบลำดับชั้น (Hierarchical methods) เพื่อเลือกจำนวนกลุ่มที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากเทคนิค Single linkage, Complete linkage, Average linkage และ Centroid method โดยจะพิจารณาจากแผนภาพ Vertical Icicle และแผนภาพ Dendrogram และเลือกวิธีที่ทำให้จำนวนผลการจัดกลุ่มมีการกระจายเหมาะสมมากที่สุด (ญาณวุฒิ เศรษฐกิจกุล และคณะ, 2552)

- 3.3 การวิเคราะห์จัดกลุ่มจังหวัดในแต่ละภูมิภาค โดยใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) ด้วยวิธี K-Means โดยใช้จำนวนกลุ่มที่ได้จากขั้นตอน 3.2 เนื่องจากวิธี K-Means เป็นเทคนิคการจัดกลุ่มที่นิยมใช้เพราะมีขั้นตอนเข้าใจง่าย สามารถใช้กับข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ได้ และให้คุณภาพการจัดกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ แต่ผู้วิเคราะห์ต้องกำหนดจำนวนกลุ่มเอง ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงนำจำนวนกลุ่มจากขั้นตอน 3.2 มาใช้ (วิโรจน์ ยอดสวัสดิ์และคณะ, 2560)
4. สรุปผลการจัดกลุ่มโดยจำแนกตามภูมิภาคและนำมาอภิปรายคุณลักษณะของแต่ละกลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและเผยแพร่อย่างเป็นทางการจาก 2 แหล่งได้แก่

1. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นการสำรวจเกี่ยวกับข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้ใช้ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวโดยช่วงเวลาที่นำมาพิจารณาจะเป็นช่วงไตรมาสที่ 3 (เดือนกรกฎาคม-กันยายน) ของปี พ.ศ. 2564 ตัวชี้วัดเกี่ยวกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาพิจารณาประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ จำนวนผู้เข้าพัก (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน) รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท) รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (ล้านบาท)
2. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมซึ่งเป็นการสำรวจเกี่ยวกับข้อมูลสถิติของจำนวนคนที่ติดโควิด-19 ในแต่ละจังหวัด (คน) โดยตัวชี้วัดเกี่ยวกับจำนวนคนติดโควิด-19 ในแต่ละจังหวัดนั้นถูกเก็บเป็นรายบุคคล ดังนั้นจึงจำเป็นต้องรวมข้อมูลแต่ละบุคคลให้เป็นรายจังหวัดและรายเดือนช่วงไตรมาสที่ 3 (เดือนกรกฎาคม-กันยายน) ของปี พ.ศ. 2564 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์ได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและเผยแพร่โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและสำนักงานสถิติแห่งชาติ เพื่อศึกษาการจัดกลุ่มจังหวัดตามข้อมูลของนักท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด 19 และนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มจังหวัด และเลือกใช้มาตรการเยียวยาในแต่ละกลุ่มจังหวัดให้เหมาะสม โดยพิจารณาจากหน่วยตัวอย่าง 77 จังหวัดแบ่งเป็น 5 ภูมิภาค วิเคราะห์จัดกลุ่มจังหวัดในแต่ละภูมิภาค โดยใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป IBM SPSS Statistics Version 23 และ Excel

ผลการวิจัย

ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคเมื่อผ่านการเตรียมข้อมูลให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแล้วจะถูกนำมาประมวลผลได้ผลการวิเคราะห์แยกตามรายภูมิภาคดังนี้

1. การจัดกลุ่มจังหวัดในภาคกลาง ข้อมูลที่นำมาใช้จัดกลุ่มจังหวัดเป็นตัวชี้วัดด้านท่องเที่ยว 6 ตัวชี้วัดโดยจังหวัดในภาคกลางประกอบด้วย 19 จังหวัด ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบลำดับชั้น (Hierarchical methods) ให้ผลการจัดกลุ่มจังหวัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จากนั้นวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Means โดยกำหนดการแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มพบว่าสามารถอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มจังหวัดได้เหมาะสม โดยทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มจังหวัดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคกลางจำแนกตามกลุ่ม

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยว	กลุ่ม (Cluster)			ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	↑ 450,637.00	↓ 80,765.33	↓ 10,378.20	180,593.00
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)	↑ 751,372.00	↓ 155,441.67	↓ 30,596.87	312,470.18
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน)	↑ 69,099.00	↓ 188.33	↓ 60.80	23,116.04
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)	↑ 2,225.32	↓ 337.62	↓ 33.92	865.62
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ(ล้านบาท)	↑ 874.83	↓ 1.28	↓ 0.07	292.06
จำนวนคนติดโควิด-19 (คน)	↑ 296,660.00	↓ 11,655.00	↓ 27,513.67	111,942.89
จำนวนจังหวัด	1	3	15	

หมายเหตุ ↑ หมายถึง สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม

↓ หมายถึง ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคกลางและจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม พบว่ากลุ่ม 1 ประกอบด้วย 1 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติและจำนวนคนติดโควิด-19 สูงกว่ากลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 เป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลวงหรือเมืองหลักในภูมิภาค มีลักษณะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคกลางเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

กลุ่ม 2 ประกอบด้วย 3 จังหวัดและกลุ่ม 3 ประกอบด้วย 15 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดที่ 2 ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าในกลุ่ม 3 เมื่อพิจารณาประเด็นของ

จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่ากลุ่ม 2 มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่ม 3 แสดงว่ากลุ่มจังหวัดนี้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อพิจารณาดูสมาชิกในกลุ่ม ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี และเพชรบุรี กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเด็นของจำนวนคนติดโควิด-19 กลุ่มนี้มีจำนวนคนติดโควิด-19 น้อยที่สุดในภูมิภาค

กลุ่ม 3 คือกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด อัตราการเข้าพักน้อยที่สุด ประกอบด้วย 15 จังหวัด ได้แก่ ลพบุรี สระบุรี ชัยนาท นครปฐม สิงห์บุรี อ่างทอง นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครนายก ราชบุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี และพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นจังหวัดขนาดเล็กและอยู่ไม่ไกลจากจังหวัดหลักของภูมิภาคมากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย โดยประหยัดระยะเวลาในการเดินทางจากจังหวัดหลักของภูมิภาค ดังนั้นในกลุ่มนี้จะมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักค้างคือน้อยกว่ากลุ่มอื่น กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดใกล้เคียงที่เดินทางไปกลับได้

2. การจัดกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออก ข้อมูลที่นำมาใช้จัดกลุ่มจังหวัดเป็นตัวชี้วัดด้านท่องเที่ยว 6 ตัวชี้วัดโดยจังหวัดในภาคตะวันออกประกอบด้วย 7 จังหวัด ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบลำดับขั้น (Hierarchical methods) ให้ผลการจัดกลุ่มจังหวัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จากนั้นวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Means โดยกำหนดการแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มพบว่าสามารถอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มจังหวัดได้เหมาะสม โดยทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มจังหวัดและจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม แสดงดังตารางที่ 2 พบว่า

กลุ่ม 1 ประกอบด้วย 1 จังหวัดซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติและจำนวนคนติดโควิด-19 สูงกว่ากลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 เป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาดูสมาชิกในกลุ่ม ได้แก่ ชลบุรี กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในภูมิภาค มีลักษณะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออก จำแนกตามกลุ่ม

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยว	กลุ่ม (Cluster)			ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	↑ 122,130.00	↓ 55,768.333	↓ 6,282.67	61,393.67
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)	↑ 182,775.00	↓ 64,946.33	↓ 11,462.33	86,394.55
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน)	↑ 1,984.00	↓ 427.67	↓ 0.00	803.89
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)	↑ 733.58	↓ 217.56	↓ 17.86	323.00
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ(ล้านบาท)	↑ 13.88	↓ 2.19	↓ 0.00	5.36

จำนวนคนติดโควิด-19 (คน)	↑ 79,804.00	↓ 14,817.00	↓ 18,106.67	37,575.89
จำนวนจังหวัด	1	3	3	

หมายเหตุ ↑ หมายถึง สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม
 ↓ หมายถึง ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม

กลุ่ม 2 ประกอบด้วย 3 จังหวัดและกลุ่ม 3 ประกอบด้วย 3 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดที่ 2 ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าในกลุ่ม 3 เมื่อพิจารณาประเด็นของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่ม 2 มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่ม 3 แสดงว่ากลุ่มจังหวัดนี้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ จันทบุรี ตราด และระยอง ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ติดทะเลดังนั้นกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเด็นของจำนวนคนติดโควิด-19 กลุ่มนี้มีจำนวนคนติดโควิด-19 น้อยที่สุดในภูมิภาค

กลุ่ม 3 คือกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด อัตราการเข้าพักน้อยที่สุดและไม่มีผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติเลย ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา สระแก้ว และปราจีนบุรี มีลักษณะเป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากเมืองหลักในภูมิภาคและไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลแต่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญเชิงศาสนา วัด วัฒนธรรม วิถีชาวบ้าน อุทยานแห่งชาติ กลุ่มจังหวัดนี้จะมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักค้างคืนน้อยกว่ากลุ่มอื่นและมีจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวที่น้อย

3. การจัดกลุ่มจังหวัดในภาคใต้ ข้อมูลที่นำมาใช้จัดกลุ่มจังหวัดเป็นตัวชี้วัดด้านท่องเที่ยว 6 ตัวชี้วัด โดยจังหวัดในภาคใต้ประกอบด้วย 14 จังหวัด ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบลำดับขั้น (Hierarchical methods) ให้ผลการจัดกลุ่มจังหวัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จากนั้นวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Means โดยกำหนดการแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มพบว่าสามารถอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มจังหวัดได้เหมาะสม โดยทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มจังหวัดและจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคใต้ จำแนกตามกลุ่ม

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยว	กลุ่ม (Cluster)			ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	↑ 104,566.00	↓ 11,328.80	↓ 2,982.25	39,625.42
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)	↑ 98,970.00	↓ 14,904.60	↓ 4,081.25	39,318.62
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน)	↑ 56,740.00	↓ 1,136.60	↓ 4.00	19,293.53

รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)	↑	766.09	↓	58.91	↓	10.49	278.50
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ(ล้านบาท)	↑	3,327.89	↓	9.77	↓	.02	1,112.56
จำนวนคนติดโควิด-19 (คน)	↓	10,202.00	↓	6,927.20	↑	13,792.38	10,307.19
จำนวนจังหวัด		1	5	8			
หมายเหตุ	↑	หมายถึง สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม					
	↓	หมายถึง ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม					

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคใต้และจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม พบว่ากลุ่ม 1 ประกอบด้วย 1 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติและจำนวนคนติดโควิด-19 สูงกว่ากลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 เป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในภูมิภาค มีลักษณะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคใต้เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

กลุ่ม 2 ประกอบด้วย 5 จังหวัดและกลุ่ม 3 ประกอบด้วย 8 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดที่ 2 ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าในกลุ่ม 3 เมื่อพิจารณาประเด็นของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่ม 2 มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่ม 3 แสดงว่ากลุ่มจังหวัดนี้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ นครศรีธรรมราช พังงา ตรัง กระบี่ และสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ติดทะเลมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและไม่ไกลจากเมืองหลัก กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเด็นของจำนวนคนติดโควิด-19 กลุ่มนี้มีจำนวนคนติดโควิด-19 น้อยที่สุดในภูมิภาค

กลุ่ม 3 คือกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด อัตราการเข้าพักน้อยที่สุด ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ ชุมพร นราธิวาส ปัตตานี พัทลุง สงขลา ยะลา ระนอง และสตูล มีลักษณะเป็นจังหวัดที่ห่างไกลจากจังหวัดหลักและต้องใช้ระยะเวลาเดินทางเป็นเวลานาน ดังนั้นในกลุ่มนี้จะมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักค้างคืนน้อยกว่ากลุ่มอื่น มีจำนวนคนติดโควิด-19 สูงที่สุดในภูมิภาค กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่ไกลจากเมืองหลักในภูมิภาค

4. การจัดกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือ ข้อมูลที่นำมาใช้จัดกลุ่มจังหวัดเป็นตัวชี้วัดด้านท่องเที่ยว 6 ตัวชี้วัดโดยจังหวัดในภาคเหนือประกอบด้วย 17 จังหวัด ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบลำดับขั้น (Hierarchical methods) ให้ผลการจัดกลุ่มจังหวัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จากนั้นวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Means โดยกำหนดการแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มพบว่าสามารถอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มจังหวัดได้เหมาะสม โดยทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มจังหวัดและจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคเหนือ จำแนกตามกลุ่ม

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยว	กลุ่ม (Cluster)			รวม
	1	2	3	
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	↑ 230,498.00	↓ 72,131.67	↓ 18,081.08	106,903.58
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)	↑ 284,648.00	↓ 86,637.00	↓ 26,687.38	132,657.46
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน)	↑ 3,028.00	↓ 430.67	↓ 134.00	1,197.56
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)	↑ 1,463.85	↓ 235.65	↓ 39.13	579.54
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ(ล้านบาท)	↑ 16.11	↓ 1.52	↓ .29	5.97
จำนวนคนติดโควิด-19 (คน)	↓ 4,389.00	↑ 5,375.00	↓ 4,436.31	4,473.44
จำนวนจังหวัด	1	3	13	

หมายเหตุ ↑ หมายถึง สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม
 ↓ หมายถึง ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคเหนือและจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม พบว่ากลุ่ม 1 ประกอบด้วย 1 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติสูงกว่ากลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 เป็นอย่างมาก และจำนวนคนติดโควิด-19 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในภูมิภาค เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ เชียงใหม่ กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในภูมิภาค มีลักษณะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

กลุ่ม 2 ประกอบด้วย 3 จังหวัดและกลุ่ม 3 ประกอบด้วย 13 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดที่ 2 ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าในกลุ่ม 3 เมื่อพิจารณาประเด็นของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่ม 2 มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่ม 3 แสดงว่ากลุ่มจังหวัดนี้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ เชียงราย

เพชรบูรณ์ และพิษณุโลก ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กลุ่ม 3 คือกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด อัตราการเข้าพักน้อยที่สุด ประกอบด้วย 13 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน น่าน แพร่ พะเยา อุตรดิตถ์ ตาก สุโขทัย พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ และอุทัยธานี ซึ่งจะมีทั้งจังหวัดที่ไกลจากจังหวัดหลักของภูมิภาค นักท่องเที่ยวจะต้องใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวข้ามจังหวัดและมีบางจังหวัดอยู่ไกลมากและเป็นทางผ่านสู่เมืองหลักในภูมิภาค ดังนั้นในกลุ่มนี้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนการเข้าพักน้อยกว่ากลุ่มอื่น มีจำนวนคนติดโควิด-19 สูง แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าค่าเฉลี่ยรวมเล็กน้อย กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่อยู่ไกลหรือไกลเมืองหลัก

5. การจัดกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ข้อมูลที่นำมาใช้จัดกลุ่มจังหวัดเป็นตัวชี้วัดด้านท่องเที่ยว 6 ตัวชี้วัดโดยจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วย 20 จังหวัด ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบลำดับขั้น (Hierarchical methods) ให้ผลการจัดกลุ่มจังหวัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จากนั้นวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธี K-Means โดยกำหนดการแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่มพบว่าสามารถอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มจังหวัดได้เหมาะสม โดยทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มจังหวัดและจำนวนจังหวัดจำแนกตามกลุ่ม แสดงดังตารางที่ 5 พบว่า

กลุ่ม 1 ประกอบด้วย 1 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติและจำนวนคนติดโควิดสูงกว่ากลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 เป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาดูสมาชิกในกลุ่ม ได้แก่ นครราชสีมา กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในภูมิภาค มีลักษณะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามกลุ่ม

ตัวชี้วัดการท่องเที่ยว	กลุ่ม (Cluster)			ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	
จำนวนผู้เข้าพัก(คน)	↑ 190,309.00	↓ 7,399.19	↓ 8,169.13	68,625.77
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย(คน)	↑ 328,441.00	↓ 53,379.00	↓ 17,892.69	133,237.56
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ(คน)	↑ 2,057.00	↓ 50.00	↓ 11.19	706.06
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย(ล้านบาท)	↑ 406.18	↓ 66.37	↓ 16.32	162.96
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ(ล้านบาท)	↑ 3.89	↓ .06	↓ .02	1.32

จำนวนคนติดโควิด-19(คน)	↑ 23,813.00	↓ 15,235.33	↓ 7,399.19	15,482.51
จำนวนจังหวัด	1	3	16	

หมายเหตุ ↑ หมายถึง สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม
 ↓ หมายถึง ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม

กลุ่ม 2 ประกอบด้วย 3 จังหวัดและกลุ่ม 3 ประกอบด้วย 16 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดที่ 2 ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าในกลุ่ม 3 เมื่อพิจารณาประเด็นของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่ม 2 มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่ม 3 แสดงว่ากลุ่มจังหวัดนี้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เมื่อพิจารณาคุณสมบัติในกลุ่ม ได้แก่ ขอนแก่น บุรีรัมย์และอุบลราชธานี ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองใหญ่มีความเจริญทัดเทียมเมืองหลักและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กลุ่ม 3 คือกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด อัตราการเข้าพักน้อยที่สุด ประกอบด้วย 16 จังหวัด ได้แก่ อำนาจเจริญ บึงกาฬ ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ เลย มหาสารคาม มุกดาหาร นครพนม หนองบัวลำภู หนองคาย ร้อยเอ็ด สกลนคร ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุตรดิตถ์ และยโสธร มีลักษณะเป็นกลุ่มจังหวัดที่อยู่ไกลจากเมืองหลัก มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมมาก แต่ก็มีจำนวนคนติดโควิด-19 น้อยกว่าค่าเฉลี่ยรวม

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการจัดกลุ่มจังหวัดตามข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยใช้ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬาและสำนักงานสถิติแห่งชาติ ช่วงเวลาที่นำมาพิจารณาจะเป็นช่วงไตรมาสที่ 3 (เดือนกรกฎาคม-กันยายน) ของปี พ.ศ. 2564 ตัวชี้วัดเกี่ยวกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาพิจารณาประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด โดยใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่ม จำแนกตามรายภูมิภาค 5 ภูมิภาคได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถแบ่งกลุ่มได้ลักษณะคล้ายกันในทุกภาคคือสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มจังหวัดได้แก่

กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค ภูมิภาคละ 1 จังหวัดรวมทั้งหมด 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ และนครราชสีมา กลุ่มจังหวัดนี้เป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยว มีจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติ เป็นเมืองใหญ่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้งในรูปแบบธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยีและความบันเทิง การเดินทางสะดวกและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงสามารถสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

กลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละภูมิภาค รวมทั้งหมด 17 จังหวัด ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี เพชรบุรี จันทบุรี ตราด ระยอง นครศรีธรรมราช พังงา ตรัง กระบี่ สุราษฎร์ธานี เชียงราย เพชรบูรณ์ พิษณุโลก ขอนแก่น บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงรองลงมาจากกลุ่มแรก มีคุณลักษณะเป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นธรรมชาติหรือวัฒนธรรม เช่น จังหวัดที่ทะเลสวยน้ำใส หรือมีเขื่อน น้ำตก แม่น้ำสายสำคัญหรืออุทยานแห่งชาติ กลุ่มจังหวัดนี้เป็นทางเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่สวยงามของประเทศไทย

กลุ่มจังหวัดใกล้เคียงเมืองหลักสามารถเดินทางไปกลับได้หรือจังหวัดที่อยู่ไกลจากเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค รวมทั้งหมด 65 จังหวัดที่เหลือ เป็นกลุ่มทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบายเดินทางไปกลับในระยะสั้น เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวมีจำนวนการเข้าพักน้อยกว่านักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ จังหวัดในกลุ่มนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายแต่อาจจะไม่ได้เป็นที่นิยมมากนักในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจจะเนื่องจากความไม่สะดวกในการเดินทางหรือการไม่มีข้อมูลมากนักในการสืบค้นออนไลน์หรือประชาสัมพันธ์

สำหรับการกำหนดเมืองหลักเมืองรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งกำหนดให้เมืองหลักมีทั้งหมด 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ นครราชสีมา พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการ สมุทรสาคร สระบุรี ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี เพชรบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง กระบี่ พังงา และสงขลา ส่วนที่เหลืออีก 55 จังหวัดเป็นเมืองรอง พบว่ามีความใกล้เคียงกับการจัดกลุ่มจังหวัดในงานวิจัยนี้โดยเมืองหลักจะเป็นการรวมกลุ่ม 1 และบางจังหวัดของกลุ่ม 2 ยกเว้น พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการ สมุทรสาคร สระบุรี นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี ซึ่งในงานวิจัยนี้พิจารณาว่าอยู่ในกลุ่ม 3 คือกลุ่มจังหวัดใกล้เคียงที่เดินทางไปกลับได้ เนื่องจากมีการใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับจำนวนวันในการเข้าพักมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาจัดกลุ่มด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

กลุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในแต่ละภูมิภาคเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมาก มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้งในรูปแบบธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยี ความบันเทิงและสุขภาพ การเดินทางสะดวก ข้อมูลในการสืบค้นเป็นปัจจุบันและเพียงพอ อย่างไรก็ตามเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดคลี่คลายลง ควรมีการเตรียมความพร้อมรับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นแบบ New normal ของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและสาธารณสุข

กลุ่มจังหวัดทางเลือกซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละภูมิภาค เป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นธรรมชาติหรือวัฒนธรรมจึงเป็นทางเลือกอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่สวยงาม ดังนั้นจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์หรือแหล่งการสืบหาข้อมูลออนไลน์ที่เป็นปัจจุบันและหลากหลายภาษา การเดินทางที่สะดวกและเชื่อมโยงกับจังหวัดที่เป็นเมืองหลักในภูมิภาค จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลัก

กลุ่มจังหวัดใกล้เคียงเมืองหลักสามารถเดินทางไปกลับได้หรือจังหวัดที่อยู่ไกลจากเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค ควรมีวางแผนส่งเสริมและสร้างอัตลักษณ์เพื่อเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือวิถีชีวิตชุมชนการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายใกล้ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์หรือแหล่งการสืบหาข้อมูลออนไลน์ที่เป็นปัจจุบัน ส่งเสริมปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ การขนส่งสาธารณะ มาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทางและสุขอนามัย รวมถึงกิจกรรมหรือมาตรการส่งเสริมเพื่อเพิ่มอัตราการเข้าพักในจังหวัดที่อยู่ไกลจากเมืองหลัก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์จัดกลุ่มจังหวัดในแต่ละภูมิภาคตามสถิติข้อมูลการท่องเที่ยว โดยพิจารณาข้อมูลทุติยภูมิเป็นตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวจำนวน 6 ตัวชี้วัดที่ถูกเก็บรวบรวมไว้แล้วทำให้ไม่สามารถควบคุมหรือมีข้อจำกัดในการออกแบบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยในครั้งต่อไปอาจพิจารณาตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมและความแตกต่างของศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ทราบถึงระดับความต้องการและการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และนำมาเป็นตัวชี้วัดร่วมในการจัดกลุ่มที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, ฉบับที่ 1, ปี 2562.
- ญาณวุฒิ เสวตธิติกุล, และ เดือนเพ็ญ ชีววรรณวิวัฒน์. (2552). การจัดประเภทหมู่บ้านชนบทไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลักษณะของทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม, ปีที่ 5, เล่มที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม, 16-40.

ประเสริฐ ใจสม, ศรีปริญญา ฐปกระจำง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, ปริญญา บุญผดุง, และ เอื้อพร ทิพย์
ทิมมพร. (2563). บุพปัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์*
มจร, ปีที่ 8, ฉบับที่ 1 (มกราคม-กุมภาพันธ์), 133-144.

วิโรจน์ ยอดสวัสดิ์, สาโรช ปุริสังคะ, และ วิมล กิตติรักษ์ปัญญา. (2560). การสร้างตัวแบบนักท่องเที่ยว
ภายในประเทศโดยใช้เทคนิคการจัดกลุ่มและกฎความสัมพันธ์ กรณีศึกษา: จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ปีที่ 27, ฉบับที่ 4 ต.ค.-ธ.ค., 828-841.

หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. (2564). COVID-19 ต่อภาค
การท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางแก้ปัญหา. *UWV Policy Brief Tourism*, ปีที่ 1, ฉบับที่ 1.

วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Organizational Culture Affecting Success in International Business Management

MAB HOM¹, วิชากร เฮงษฎ์กุล² และมนีกัญญา นากามัทสึ³

Mab Hom¹, Vichakorn Hengsadekul² and Maneekanya Nagamatsu³

¹Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University

^{2,3}Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University

Email: s6441410003@sau.ac.th

Received Aug 31, 2022 & Revise Oct 19, 2022 & Accepted Oct 21, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แตกต่างกัน (2) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จในด้านต่าง ๆ ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทกรณีศึกษา (3) การนำเสนอวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัท ABC ที่ผลิตแป้งมันสำปะหลังส่งออกในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสำหรับปัจจัยส่วนบุคคล 3 กลุ่มขึ้นไป และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการเปรียบเทียบ ความคิดเห็นของพนักงาน บริษัท ABC ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ในส่วนระยะเวลาในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ระดับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$, S.D.=0.610) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{X}=4.02$, S.D.=0.719) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.764) ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X}=3.56$, S.D.=0.804) ด้านการเงิน ($\bar{X}=3.47$, S.D.=0.738) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คือ ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ โดยพิจารณาจากค่า P-value = 0.000*, $\beta = 0.783$ ซึ่งส่งผลบวก ส่วนด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัวมีค่า

P-value = 0.207, β = -.109 และด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติมีค่า P-value = 0.522, β = 0.059 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กร ความสำเร็จ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจส่งออก

Abstract

This research aimed to study: (1) the personal factors that affects success in international business management; (2) the success in international business management; and (3) organizational culture that affects success in international business management. The research employs a quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data was collected from 200 employees of ABC Company, which produces cassava starch for export in Nakhon Ratchasima province. The statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The comparison results; ABC Company employee opinions with gender, age, status, education level Overall, no difference therefore reject the research hypothesis In terms of working time overall different therefore accept the research hypothesis.

The study's findings revealed that: (1) overall organizational culture affecting success in international business management was at a high level ($\bar{X}$ =3.68, S.D.=0.610), classified by aspect; customers ($\bar{X}$ =4.02, S.D.=0.719); learning and growth ($\bar{X}$ =3.67, S.D.=0.764); internal process ($\bar{X}$ =3.56, S.D.=0.804); and finance ($\bar{X}$ =3.47, S.D.=0.738) respectively.

An organizational culture that affects the success of international business management is a culture of success. Considering the P-value at .000*, β = 0.783 (Positive), adaptive culture at the P-value at .207, β = -.109, and family culture at the P-value at .522, β = 0.059 not statistically significant, which does not affect the success of international business management.

Keywords: Organizational Culture, Success, International Business Management, Export Business

บทนำ

องค์การเป็นเสมือนสิ่งมีชีวิต ที่มีลักษณะนิสัย และบุคลิกภาพเฉพาะแตกต่างกันออกไปในแต่ละองค์การ และไม่มีองค์การใดที่มีความเหมือนกันโดยสิ้นเชิง แม้ว่าจะเป็นองค์การที่ทำหน้าที่เหมือนกัน เช่น ธนาคาร โรงเรียน มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล หรือแม้แต่องค์กรธุรกิจที่อยู่ในแนวเดียวกันก็ตาม ซึ่งลักษณะเฉพาะขององค์การเหล่านี้เรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร นั้นเอง และในทางการบริหาร การจัดการ เชื่อกันว่า วัฒนธรรมองค์กรที่ต่างกันย่อมจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลงานและความสำเร็จในการจัดการแตกต่างกัน ดังนั้นวัฒนธรรมองค์กรจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์การในระดับสูง วัฒนธรรม คือสิ่งที่ประกอบกันขึ้นของค่านิยม (value) ความเชื่อ (belief) ความเข้าใจ (understanding) และวิถีทางของความนึกถึง (ways of thinking) ซึ่งถูกนำมาใช้ร่วมกัน โดยสมาชิกขององค์การหนึ่ง ๆ และได้ถูกสอนหรือถ่ายทอดสืบต่อไปยังสมาชิกใหม่ให้รับเอาไปถือปฏิบัติ วัฒนธรรมองค์กร ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร แต่สมาชิกสามารถรับรู้และได้รับทราบจากความรู้สึกของตนเองเป็นอย่างดีถึงความเป็นส่วนหนึ่งของมันที่มีต่อองค์การได้ สมาชิกทุกคนภายในองค์การ ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมของวัฒนธรรมเหล่านี้ แต่อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว วัฒนธรรมได้ถูกดำเนินการอยู่ตลอดเวลาโดยไม่เป็นที่สังเกต ถ้าหากเพียงแต่เมื่อไรก็ตามที่องค์การพยายามที่จะประยุกต์ใช้กลยุทธ์ใหม่หรือวิถีทางที่แตกต่างไปจากการดำเนินงานปกติจากที่เคยเป็นมาของสมาชิกองค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าหากแนวทางใหม่นี้ เป็นการต่อต้านบรรทัดฐานและค่านิยมที่เป็นวัฒนธรรมในระดับพื้นฐานดั้งเดิมขององค์การแล้ว เมื่อนั้นจะเผชิญหน้าระหว่างแนวทางในการดำเนินงานใหม่ดังกล่าวกับพลังแห่งวัฒนธรรมองค์กรเดิมก็จะเกิดขึ้น (Richard, 1998, p. 368)

วัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงค่านิยมความเชื่อและแบบแผนทางพฤติกรรมที่ยอมรับและปฏิบัติโดยสมาชิกขององค์การและเป็นตัวกำหนดความประพฤติและพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลในองค์กร วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขององค์การจะช่วยหล่อหลอมให้บุคคลในองค์กรมีความภาคภูมิใจมีความฮึกเหิม กล้าทำ กล้าทำ รักและผูกพันในองค์การ เกิดจิตสำนึกแห่งการร่วมคิดร่วมทำเพื่อความก้าวหน้าของตนเอง กลุ่ม และองค์การความสำเร็จขององค์การอาจขึ้นอยู่กับความสามารถเข้าใจวัฒนธรรมขององค์การและเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็น เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมองค์กรทุกแห่งต่างมีวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรเองแต่จะมีค่านิยมของวัฒนธรรมองค์กรอยู่หลายอย่างวัฒนธรรมจะนำไปสู่กฎของพฤติกรรมที่กระทำได้ตรงต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความสอดคล้องระหว่างพนักงานและองค์กรด้วย ดังนั้น วัฒนธรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและระดับความพอใจของพนักงาน ดังนั้น แก่นแท้ของการพัฒนางานองค์กรธุรกิจ จึงต้องดำเนินการโดยพัฒนาสายโซ่แห่งคุณค่าให้เกิดความสมบูรณ์ในการผลิต และการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง รวมทั้งพัฒนาภาวะผู้นำให้เป็นทั้งผู้ออกแบบครูผู้สอนและผู้ช่วยเหลือ ให้พลังสร้างสรรค์จากบุคคลสู่องค์กร มีระบบการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม มุ่งเน้นการพัฒนาและให้มี

บรรยากาศเปิด และองค์กรทำงานเชิงรุก เพื่อนำไปสู่ความอยู่รอด ความเจริญก้าวหน้า และความได้เปรียบต่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน (ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555, หน้า 2)

ในส่วนของการจัดการธุรกิจต่าง ๆ ก็เช่นเดียวกัน ต้องอาศัยวัฒนธรรมองค์การมาช่วยส่งเสริมเพื่อที่จะบรรลุผลสำเร็จ และทำให้องค์การธุรกิจนั้น ๆ มีความก้าวหน้าเจริญรุ่งเรืองไป โดยเฉพาะในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีความหลากหลายทั้งภาษา วัฒนธรรม พฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมทางสังคมมากมายที่มีความแตกต่างกัน ที่เป็นอุปสรรคต่อความสัมพันธ์ในการทำธุรกิจซึ่งกันและกัน เพราะฉะนั้นสิ่งแรกที่ต้องทำคือ ทำความเข้าใจวัฒนธรรมของเขาเพื่อให้การเจรจาสะดวกขึ้น ในปัจจุบันคนในประเทศต่าง ๆ ได้เปลี่ยนจากการดำเนินชีวิตอยู่แยกจากประเทศอื่นโดยการแบ่งของระยะห่าง ระยะเวลา ภาษา วัฒนธรรม หรือระบบการปกครองที่แตกต่าง โดยคนในยุคดิจิทัลได้เคลื่อนเข้าหากัน ทั้งทางกายภาพ ทางเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้น การเคลื่อนไหวของธุรกิจระหว่างประเทศเป็นไปอย่างเสรีและไร้พรมแดนมากขึ้น ทั้งการปรับปรุงเปลี่ยนของเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และการที่รัฐบาลประเทศต่าง ๆ ลดกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ สิ่งเหล่านี้ได้ส่งเสริมให้ธุรกิจระหว่างประเทศมีความก้าวหน้าและเติบโตอย่างรวดเร็ว พร้อมกับมีความเสี่ยงมากขึ้นด้วยเช่นกันจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Udayasanhar, 2016)

ธุรกิจระหว่างประเทศทำให้ธุรกิจในประเทศหนึ่ง ๆ มีการขยายตัวของตลาดการค้า และมีการอำนวยความสะดวกของปัจจัยการผลิตให้กับธุรกิจของบริษัทภายในประเทศและบริษัทต่างประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจของประเทศนั้น ๆ เติบโตและมีรายได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่างการอำนวยความสะดวกการผลิต ได้แก่ การมีวัตถุดิบสมบูรณ์ มีแรงงานที่มีทักษะและความรู้ตามที่บริษัทต้องการ การจูงใจในด้านภาษีหรือการลงทุน หรือการที่บริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางในประเทศ เป็นผู้รับเหมาช่วงผลิตวัตถุดิบหรือสินค้าให้กับบริษัทระดับโลก เป็นต้น (รชยา อินทนนท์, 2563, หน้า 11)

มันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในด้านความมั่นคงทางการเกษตร และอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น อาหารสัตว์ และอุตสาหกรรมพลังงาน ในทวีปแอฟริกา มันสำปะหลังมีความสำคัญในฐานะที่เป็นพืชอาหารหลักและมีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนชนบท รวมถึงสามารถทดแทนการนำเข้าพืชอาหารชนิดอื่น เช่น แป้งสาลีได้ สำหรับทวีปเอเชีย มันสำปะหลังมีความสำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหาร โดยเฉพาะอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ที่มีเป้าหมายให้ประชากรในประเทศบริโภค มันสำปะหลังเพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนการนำเข้าข้าว เนื่องจากทั้งสองประเทศนำเข้าข้าวเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ภูมิภาคเอเชียยังมีความต้องการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมเอทานอล อาหาร แป้ง และอาหารสัตว์ เป็นต้น สำหรับเอเชียใต้โดยเฉพาะอินเดีย มันสำปะหลังมีความสำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหาร และทวีปลาตินอเมริกามีนโยบายส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังเชิงพาณิชย์ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) มีมูลค่าการส่งออก 51,345.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วง เดียวกันของปี 2563 ร้อยละ 36.46 ซึ่งมี มูลค่าการส่งออก 37,628.08 ล้านบาท ตลาดส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2564)

ดังนั้นจากประเด็นของความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ โดยจะศึกษาประเด็นที่ว่าเพราะเหตุใดวัฒนธรรมองค์การจึงเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุน การปรับปรุง และมีการนำแนวคิดมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อธุรกิจส่งออก รวมทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์การ เพื่อให้พนักงานมีความเต็มใจความทุ่มเททั้งพลังกายและพลังใจ ในการสร้างผลสำเร็จให้ธุรกิจ ทำให้องค์กรสามารถหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาภายในองค์กร เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจส่งออก อีกทั้งทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แตกต่างกัน
- 2 เพื่อศึกษาความระดับสำเร็จในด้านต่าง ๆ ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทกรณีศึกษา
- 3 การนำเสนอวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

1. วัฒนธรรมองค์การ

วัฒนธรรมองค์การเป็นวิธีปฏิบัติ ข้อบังคับอย่างหนึ่งที่ทำให้คนในองค์การร่วมมือร่วมใจกันพานำองค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้นจากเดิมประกอบด้วยค่านิยมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพนักงานในองค์การ พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานยิ่งกว่าเดิม หรืออาจเป็นสิ่งที่พนักงานคุ้นเคยและรู้ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่มีอยู่ในบริษัท หน่วยงาน หรือองค์การทุกแห่ง แต่ละแห่งก็มีวัฒนธรรมองค์การของตัวเองแตกต่างกันออกไป เป็นสิ่งที่บริษัทแต่ละบริษัทขาดไม่ได้เพราะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้บริษัทเติบโต เป็นค่านิยม ทักษะคติ มาตรฐาน และ ความเชื่อที่ทุกคนในบริษัทมีร่วมกัน เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ และวิธีที่ทุกคนในบริษัททำงาน การสร้างวัฒนธรรมองค์การคือหัวใจสำหรับความสำเร็จขององค์การ

Onuoha (2013, p. 78) วัฒนธรรมองค์การเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงระหว่างปรากฏการณ์ระดับบุคคลและกลุ่ม มีการแบ่งปันและรักษาวัฒนธรรมองค์การที่ระดับกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยการอำนวยความสะดวกในการกระทำระดับบุคคลในการรับรู้ ในขณะที่กลุ่มมีความจำเป็นในการคิดค้นและรักษาวัฒนธรรมก็คือวัฒนธรรมสามารถดำเนินการโดยบุคคลเท่านั้น วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง การแบ่งปันการรับรู้แนวทางปฏิบัติงานขององค์การภายในหน่วยงานองค์การที่อาจแตกต่างจากที่อื่น

Morgan (1986) วัฒนธรรมองค์การ เป็นแบบแผนของการพัฒนาการที่สะท้อนอยู่ในระบบของความรู้ทางสังคม อุดมการณ์ คุณค่า กฎที่ยึดปฏิบัติและแบบแผนประจำวัน มีส่วนในการกำหนดรูปแบบของลักษณะองค์การ รูปแบบของการจัดการ และเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตองค์การ เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนในองค์การซึ่งมีลักษณะเฉพาะ มีแบบแผนแตกต่างกัน และมีความหมายที่สะท้อนถึงความเป็นจริงทางสังคมในองค์การหนึ่ง

Richard (1999, p. 183) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมองค์การ คือ ค่านิยม สมมติฐาน ความเข้าใจและแนวคิดร่วมกันของสมาชิกขององค์การที่ยึดถือเป็นหลักการที่ต้องถือโดยมีการถ่ายทอดไปยังสมาชิกใหม่ขององค์การ โดยพื้นฐานแล้ววัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการทำงานขององค์การนั้น ๆ ซึ่งได้มีการค้นคิดหรือเรียนรู้โดยสมาชิกใหม่ขององค์การเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาทั้งภายในและภายนอกองค์การ

โดยสรุป จะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมองค์การจะมีความหมายหลากหลายก็ตาม แต่ก็พบว่ามีลักษณะร่วมกันบางประการคือ หมายถึงระบบของค่านิยม ความเชื่อ ความเข้าใจ และบรรทัดฐานร่วมกัน ที่ผูกพันสมาชิกองค์การให้สามารถเข้าใจได้ตรงกันเพื่อใช้เป็นแนวทางการประพฤติ และปฏิบัติ

2. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Charles (2014) ได้สรุปความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศโดยทั่วไป เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ในเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ ทรัพยากรและปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตและเกี่ยวข้องกับการดำเนินการข้ามพรมแดนของประเทศต่าง ๆ ด้วยคำจำกัดที่ค่อนข้างกว้างจึงต้องมีการทำความเข้าใจถึงประเภทและขอบเขตของธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดและความหลากหลายของธุรกิจระหว่างประเทศ หากเราจำแนกธุรกิจระหว่างประเทศโดยพิจารณาถึงลักษณะของกิจกรรมเราสามารถแบ่งธุรกิจระหว่างประเทศได้เป็น 2 กลุ่มคือ การค้าระหว่างประเทศ และการลงทุนระหว่างประเทศ

ศักดิ์ดี ศิริภัทรโสภณ (2555, หน้า 160) การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (Global organization) หมายถึง การกำหนดรูปแบบของโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การประสานงาน การติดต่อสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานหรือธุรกรรม และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดขึ้น ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดโครงสร้างขององค์กรก็คือ การตัดสินใจระหว่างการจัดรวมศูนย์อำนาจกับการกระจายอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมระหว่างประเทศ วิธีการรวมศูนย์อำนาจ (Centralized approach) เป็นการที่สำนักงานใหญ่มีการใช้อำนาจหน้าที่ในการควบคุมทุกกิจกรรมของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ทั่วโลก ในขณะที่ วิธีการกระจายอำนาจ (Decentralized approach) เป็นการที่บริษัทได้มอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่สำนักงานสาขาที่กระจายอยู่ทั่วโลก

สรุปได้ว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึงธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการ รวมไปถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศขององค์การธุรกิจหรือองค์การภาครัฐที่กระทำข้ามเขตพรมแดนของประเทศตน โดยที่องค์การดังกล่าวอาจทำการผลิต หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าหรือบริการของตนในต่างประเทศ องค์การธุรกิจและประเทศต่าง ๆ ต่างมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ครอบคลุมตั้งแต่ การผลิตสินค้า การให้บริการ เงินทุน เทคโนโลยี ทักษะความเชี่ยวชาญ และแรงงานระหว่างประเทศ

3. ธุรกิจส่งออก

รชยา อินทนนท์ (2563, หน้า 223) การส่งออก หมายถึง การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ การส่งออกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) และการส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) ซึ่งการส่งออกมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ หากมีการส่งออกเพิ่มขึ้นจะสนับสนุนให้ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้นและส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

สมชนก ภาสกรจรัส (2013, หน้า 303) การส่งออกนับเป็นวิธีการทำธุรกิจระหว่างประเทศที่กระทำได้ง่ายที่สุด กิจกรรมไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็สามารถทำการส่งออกได้ ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนมาก และมีความเสี่ยงน้อย การส่งออกนั้นแบ่งออกเป็นสามประเภทใหญ่ ๆ คือ การส่งออกทางตรง การส่งออกทางอ้อม และการส่งออกผ่านสาขาในต่างประเทศ ความแตกต่างของการส่งออกทางตรงและการส่งออกทางอ้อมอยู่ที่ว่าการส่งออกทางตรงนั้นจะส่งไปยังลูกค้าโดยตรงในประเทศเป้าหมายหรือใช้ตัวกลางที่อยู่ในประเทศเป้าหมายนั้น ในขณะที่การส่งออกทางอ้อมจะหมายถึงการส่งออกผ่านตัวกลางที่ช่วยเหลือในการส่งออกที่อยู่ในประเทศเดียวกับกิจการ (หรือประเทศแม่ตนเอง)

สรุปแล้ว การส่งออกนับเป็นขั้นแรกของธุรกิจที่จะเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และโดยทั่วไปจะเกิดขึ้นในกิจการขนาดกลางถึงขนาดเล็ก ทั้งนี้เพราะการส่งออกเป็นการที่กิจการเริ่มใช้ประโยชน์จากผู้บริโภคในตลาดโลก เท่านั้นแต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบในด้านต่างๆ เช่น ต้นทุนการผลิต แหล่งวัตถุดิบหรือปัจจัยอื่นเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และศักยภาพทางการบริหารของกิจการ ดังนั้นการที่ประเทศไทยมีการเน้นเรื่องการค้าส่งออกเป็นอย่างมาก ทำให้ประชาชนจำนวนหนึ่งอาจเข้าใจผิดคิดว่าธุรกิจของไทยดำเนินการทางการค้าระหว่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ แต่โดยแท้จริงแล้วธุรกิจไทยจำนวนมากเพิ่งอยู่ในขั้นการส่งออกอันหมายถึงบันไดขั้นแรกเท่านั้น และหากไม่ก้าวต่อไปก็จะอยู่ในขั้นแรกไปเรื่อย ๆ เช่น ที่ผ่านมามากหลายสิบปี ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยในฐานะที่ตั้งรับธุรกิจจากประเทศอื่นเข้ามาลงทุนโดยตรง ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจจากประเทศอื่นไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นหรือกลุ่มประเทศทางยุโรปมีพัฒนาการที่สูงกว่าการส่งออกนั่นเอง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด คือ พนักงานบริษัท ABC ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน เป็นการเก็บประชากร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน

ตอนที่ 2 วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แบ่งเป็น 3 ด้าน 1. ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว 2. ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ 3. ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่าย (Daft, 2002)

ตอนที่ 3 ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1. ด้านการเงิน 2. ด้านลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน 4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Kaplan, 1996)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ขอนหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ถึงบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังไปต่างประเทศ เพื่อประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคลากรในบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลัง

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นไปตามความจริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเองทั้งหมด และการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2565 ได้แบบสอบถามจำนวน 200 ฉบับ มีการตอบกลับร้อยละ 100

4.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระยะเวลาในการทำงาน ด้วยการแจกค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร อนึ่งการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายตามแนวความคิดของ Best (1981, p. 182)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย วิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาในการทำงาน ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ถึง 5 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในส่วนนี้ คือ Independent T-Test และ F-Test โดยใช้สูตรวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับนัยสำคัญทางสถิติในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 และวิเคราะห์ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในสมมติฐานที่ 6 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในส่วนนี้ คือ (Multiple

regression analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มของพนักงานบริษัท ABC เป็นเพศชาย 115 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 อายุ 25 – 35 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สถานภาพ โสด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระยะเวลาในการทำงาน 1 – 5 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47

ตารางที่ 1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC แตกต่างกัน

สมมติฐาน	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	t / F	ค่า Sig	ผลการทดสอบ	
					สมมติฐาน ยอมรับ	ปฏิเสธ
1	เพศ	ความสำเร็จในการจัดการ ธุรกิจระหว่างประเทศ	3.080	0.187		✓
2	อายุ	ความสำเร็จในการจัดการ ธุรกิจระหว่างประเทศ	1.101	0.350		✓

ตารางที่ 1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC แตกต่างกัน (ต่อ)

สมมติฐาน	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	t / F	ค่า Sig	ผลการทดสอบ	
					สมมติฐาน ยอมรับ	ปฏิเสธ
3	สถานภาพ	ความสำเร็จในการจัดการ ธุรกิจระหว่างประเทศ	0.210	0.811		✓
4	ระดับ การศึกษา	ความสำเร็จในการจัดการ ธุรกิจระหว่างประเทศ	0.570	0.636		✓
5	ระยะเวลาใน การทำงาน	ความสำเร็จในการจัดการ ธุรกิจระหว่างประเทศ	4.609	0.004*	✓	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ระดับวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ในส่วนระยะเวลาในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทชัยภูมิพืชผล จำกัด โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ 1. ด้านการเงิน 2. ด้านลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน 4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC โดยรวม และรายด้าน

ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการเงิน	3.47	0.738	ปานกลาง
2. ด้านลูกค้า	4.02	0.719	มาก
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.56	0.804	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	3.67	0.764	มาก
รวมความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3.68	0.610	มาก

ตารางที่ 3 สรุปผลทดสอบวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC จำกัด

ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ	B	Std. Error	Beta	t	P-value
ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว (X_1)	-.109	0.086	-.124	-1.267	0.207
ด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย (X_2)	0.059	0.092	0.069	0.641	0.522
ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (X_3)	0.783	0.151	0.820	5.188	0.000*
ค่าคงที่	0.995	0.161		6.164	0.000*
R = 0.778	$R^2 = 0.606$		F = 100.360		
SE _{est} = 0.386	$R^2_{adj} = 0.600$		a = 6.164		

*อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (X_3) P-value = 0.000* ซึ่งส่งผลบวก ส่วนด้านที่เหลือ คือ ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว (X_1) P-value = 0.207 และ

ด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ (X_2) P-value = 0.522 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสร้างเป็นสมการในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\hat{y} = 0.995 - 0.109 (X_1) + 0.059(X_2) + 0.783(X_3)**$$

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ในส่วนระยะเวลาในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลฤดี ปานดวง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โรงงานน้ำตาล ในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เจ้าหน้าที่ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษา พบว่า ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า บริษัทต้องมีการปรับตัวตลอดเวลาตามยุคสมัย มุ่งไปสู่ความสำเร็จ ทำให้บริษัทมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในครอบครัวเดียวกัน เพื่อความสำเร็จในองค์กร เช่น ความสำเร็จในด้านการเงิน มีวิธีติดต่อกับลูกค้า กระบวนการจัดการภายในองค์กร และมีการจัดการให้มีการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่จะทำให้บริษัทมีการเติบโต เป็นต้น

จากผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC ที่มี ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว และด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรินธร ลบแยม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลของกระบวนการจัดการและวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อมในจังหวัดชลบุรี ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อม

ส่วนด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรฐวัฒน์ ศรีบุตร (2564) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งสำเร็จ ด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ และด้านวัฒนธรรมแบบราชการ ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดอุดรธานี ทั้งนี้เนื่องจากการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาติดต่อความมุ่งมั่นที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การทำงานด้วยความเอาใจใส่เอื้ออาทรเพื่อนร่วมงานและลูกค้า และการทำงานอยู่ภายใต้โครงสร้างสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานไปใช้

1. จากผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท ABC ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรควรให้ความสำคัญในการร่วมมือกันกำหนดเป้าหมายและแนวทางเพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพราะความสำเร็จในองค์กรต้องมีการทำงานเป็นทีมจึงจะสามารถพานำองค์กรไปสู่หนทางแห่งความสำเร็จได้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับระบบแผนการทำงานอย่างชัดเจนเพื่อความสำเร็จในการจัดการทุกแผนก ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาดลูกค้า กระบวนการภายใน หรือการเรียนรู้และการเติบโตต้องมีการเอาใจใส่เช่นกัน เพราะล้วนเป็นฝ่ายที่จะทำให้องค์กรมีความสำเร็จโดยมีอาจขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานเพื่อสามารถพัฒนาตนเองที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากภายนอก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นต้องมีการพัฒนาพนักงานให้ได้รับความรู้และประสบการณ์มากขึ้นเพื่อที่สะดวกต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

2. จากผลการศึกษาความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับความสำเร็จในด้านการเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน การเรียนรู้และการเติบโต ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการความเสี่ยงทางการเงินเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อองค์กรและบุคลากรขององค์กรในภายหลัง เพราะในด้านการเงินเปรียบเสมือนเส้นเลือดในองค์กรแต่ละองค์กร ถ้ามีกระบวนการจัดการได้ดีบุคลากรทุกฝ่ายในองค์กรย่อมมีจิตใจทำงานได้ดีโดยไม่จำเป็นต้องกังวลต่อความเสี่ยงที่จำกระทบต่อบุคลากร ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่กำลังพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจด้วย เพราะการที่จะติดต่อกับลูกค้าเพื่อที่จะให้ได้เข้ามาเป็นลูกค้าของบริษัทของท่านได้ ท่านต้องมอบความไว้วางใจให้กับลูกค้าเป็นสิ่งแรกก่อน หรือพูดอีกอย่างหนึ่งว่าก่อนที่จะท่านจะขายสินค้าได้ท่านต้องขายตัวของท่านเองให้ได้ก่อนโดยการทำให้ลูกค้าไว้วางใจนั่นเอง ลูกค้าจึงจะยอมซื้อสินค้าของท่าน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่พนักงานเป็นเสมือนรากฐานสำคัญขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานและความร่วมมือภายในองค์กร เพราะมีแต่การร่วมมือกันของบุคลากรในองค์กรเท่านั้นที่จะทำให้องค์กรมุ่งหน้าไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้และประสบความสำเร็จในภายภาคหน้าได้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่สามารถนำความรู้มาใช้ได้ทันที เพราะในยุคนี้เป็นยุคเทคโนโลยีมีการแพร่หลายไปทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือภาคเอกชนก็จำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน โดยเฉพาะในด้านธุรกิจระหว่างประเทศจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการติดต่อประสานงานกัน

3. จากผลการศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรควรให้ความสำคัญในการร่วมมือกันกำหนดเป้าหมายและแนวทางเพื่อการปรับตัว

ขององค์การในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพราะความสำเร็จในองค์การต้องมีการทำงานเป็นทีมจึงจะสามารถพานำองค์การไปสู่หนทางแห่งความสำเร็จได้ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานเพื่อสามารถพัฒนาตนเองที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วจากภายนอก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาพนักงานให้ได้รับความรู้และประสบการณ์มากขึ้นเพื่อที่สะดวกต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยภายนอกและภายในขององค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์การไปสู่ความสำเร็จ
2. นอกจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีอื่น ๆ ด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็น และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
3. ควรพิจารณาและศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเป็นปัญหาต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทิศทางขององค์การในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศให้บรรลุผลสำเร็จได้

เอกสารอ้างอิง

- จิรัฐวัฒน์ ศิริบุตร. (2564). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอร์เรชั่นวาย. กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์. (2555). วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ เขต นครสวรรค์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การจัดการทั่วไป. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.ลบบัณฑิต วิรินธร. (2564). อิทธิพลของกระบวนการจัดการและวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อมในจังหวัดชลบุรี. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รชยา อินทนนท์. (2563). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูชัน จำกัด (มหาชน).
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2555). การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- สมชนก ภาสกรจรัส. (2013). หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม. (มิถุนายน 2564). ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง. เรียกใช้เมื่อ 2 เมษายน 2565 จาก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง:

https://www.ditp.go.th/contents_attach/740013/740013.pdf

Daft. R. L. (1998). Organization Theory & Design . New York : West Publishing Co., p. 138.

Daft. R. L. (1999). Leadership Theory and Practice. Forth Worth, TX: The Dryden Press.

Daft, R. L. (2002). The leadership experience. (2 nd ed.). Orlando, Fl: Hart court college Publishers.

Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system, Harvard Business Review, p.74-75.

Onuoha, C. E., & Okebram, S. M. (2013). Internalization of Organizational Culture: A theoretical perspective. International Journal of Business Tourism and Applied Science, 1(2), 78.

Udayasanhar, K. (2016). International Business : Asia Global Edition. (2, Ed.) New York: McGraw-Hill.

Charles W.L. Hill. (2014). International Business: Competing in the Global Market Place (10 ed.). New York: McGraw-Hill Education.

ความต้องการและแนวทางในการเรียนรู้ของครูวัยก่อนเกษียณในเขตจังหวัดสงขลา Needs and Guidelines for Teachers on Preretirement Learning in Songkhla

เชาวanee แก้วมโน

Chaowanee Kaewmano

อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University

Email: chaowanee@hu.ac.th

Received Aug 9, 2022 & Revise Oct 19, 2022 & Accepted Nov 1, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความต้องการในการเรียนรู้ และแนวทางในการจัดการเรียนรู้ก่อนวัยเกษียณของครูที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา โดยเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ครูผู้สอนที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในเขตจังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการในการเรียนรู้ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านสุขภาพอนามัยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.97 และด้านอาชีพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.55 และสำหรับแนวทางในการจัดการเรียนรู้ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน มีจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง การดูแลในเรื่องสุขภาพอนามัย ทำกิจกรรมทางสังคม มีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนในวัยเดียวกันได้ การฝึกอาชีพ ควรมีตลาดรองรับ มีแหล่งทุนในการประกอบอาชีพ และองค์กรที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน

คำสำคัญ : การเรียนรู้ และครูวัยก่อนเกษียณ

Abstract

The purposes of the current research aimed to investigate needs of teachers on preretirement learning, and provide teacher guidelines for learning management of preretirement learning for those who were residing in Songkhla. Data were obtained through questionnaires from 385 teachers who were teaching within Songkhla.

The research revealed two major aspects. Firstly, opinions towards preretirement learning was given by teachers in Songkhla. The issues of learning need of preretirement were ranked from the highest to the lowest point. Overall needs of preretirement learning was 3.80. Regarding individual aspect, every aspect was pronounced a very high level. The highest level was hygiene, contributing to 4.03 and followed by social activities which was 3.77. Occupation was the lowest point which was equal to 3.59. And secondly, the guidelines for learning management of preretirement learning of teachers in Songkhla suggested that an organization should be established to undertake, promote, conducts activities which seniors are allowed to fully participate. There should be an organization to promote postretirement occupation, hygiene and health care, and social activities. The retired teachers should be taught how to use the Internet to socialize with their friends of same age. There should be a funding in collaboration with public sectors and other organizations to provide occupational skills for seniors, along with finding markets for them.

Key word: learning, preretirement of teachers

บทนำ

การเรียนรู้หลังวัยเกษียณ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งถือเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญและได้รับการกล่าวถึงมาเป็นเวลานาน ประกอบกับจากสถานการณ์ของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในยุคปัจจุบัน การเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้หลายประเทศ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ฟินแลนด์ นิวซีแลนด์ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ รวมถึงประเทศไทย ต้องมีการปรับตัว เพื่อพลเมืองได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น รวมถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน (วิทยากร เชียงกูล, 2553) แนวคิดด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ถูกนำมาใช้เป็นหลักการ และเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาของประเทศในอนาคต เพื่อให้ประชาชนทุกคนมีโอกาสเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ การเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นจุดเน้นของการเรียนรู้ที่มุ่งไปยังตัวบุคคล โดยผู้เรียนเป็นผู้รับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยความริเริ่มของตนเองอย่างสมัครใจ ทุกคนมีความเสมอภาคในการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลา การเรียนรู้ตลอดชีวิตมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) ซึ่งเป็นสังคมที่เป็นที่ต้องการในศตวรรษที่ 21 เพื่อเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์

ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2562) ประเทศไทยมีประชากรทั้งสิ้น 67.87 ล้านคน แบ่งเป็น เพศหญิง 34.78 ล้านคน เพศชาย 33.09 ล้านคน และคาดการณ์ว่าหลังจากนี้อีก 20 ปี ในปี พ.ศ. 2553 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างเต็มตัว โดยตัวเลขประชากรไทยที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จะเพิ่มมากขึ้นเป็น 3 เท่า จากในปี 2563 ที่มีผู้สูงวัยจำนวน 12 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 36.5 ล้านคน นอกจากนี้สาเหตุสำคัญในการเพิ่มสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) การเกิดน้อยลง หรือการลดลงของภาวะเจริญพันธุ์ และ 2) การลดภาวะการตาย ทำให้อายุคนไทยยืนยาวขึ้น (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2554) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีผลให้ประชากรวัยเด็กลดลงอย่างรวดเร็ว นำมาสู่การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรสูงอายุ และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่น่าเป็นห่วง คือ จะมีผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังมากขึ้น และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และข้อมูลที่น่าสนใจอีกประเด็น คือการมีผู้สูงอายุอยู่ในครัวเรือนที่ยากจน เป็นจำนวนมากก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา เช่น ปัญหาสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2558)

สำหรับข้อมูลประชากรสูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 210,920 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) เป็นผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการครูหรือบุคลากรทางการศึกษา เกษียณอายุราชการ จำนวน 23,695 คน ในจำนวนนี้เป็นข้าราชการครูเกษียณอายุราชการ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา สังกัด สพป.สงขลา และสพม.เขต 16 ปี 2563 จำนวน 455 คน (สำนักงาน ก.ค.ศ., 2565) เพื่อให้กลุ่มครูเกษียณอายุราชการแล้ว และสามารถปฏิบัติงานต่อไปได้ ป้องกันการเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา เช่น ประเด็นปัญหาสุขภาพจิตจากภาวะซึมเศร้า อาจเกิดขึ้นจากการสูญเสียบุคคลใกล้ชิด การพ้นจากหน้าที่การงาน ทำให้รู้สึกว่ามีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจ ไม่ได้รับการยกย่องเหมือนเดิม ทำให้รู้สึกว่าคุณค่าในตนเองลดลง เป็นต้น (สุรสิทธิ์ ประสิทธิ์รัตน์, 2558) การเรียนรู้หลังวัยเกษียณอายุยังช่วยลดปัญหา ทำให้ร่างกาย แข็งแรงและมีสุขภาพจิตที่ดี สามารถพึ่งพาตนเองได้ และก่อให้เกิดรายได้หลังวัยเกษียณ (สำนักงานกองทุนส่งเสริมการสร้างเสริมสุขภาพ, 2561) จากเหตุผลและความจำเป็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาความต้องการ ในการเรียนรู้ของครูวัยก่อนเกษียณที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับแนวทางในการกำหนดรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มครูที่เกษียณอายุจะมีมุมมอง และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ก่อนวัยเกษียณที่ดีกว่ากลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มอาชีพอื่นๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณของครูที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการเรียนรู้หลังวัยเกษียณ ของครูที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า รายละเอียดประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ครูผู้สอนที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในเขตจังหวัดสงขลา จำนวน 9,149 คน ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2560 (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2559 : ออนไลน์) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (+5%) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ศาสนา ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และพื้นที่อยู่อาศัย โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเอกตอบ (Checklist) และคำถามเกี่ยวกับความต้องการและแนวทางในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณ ด้านอาชีพ ด้านสุขอนามัย และด้านกิจกรรมทางสังคม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale) มีความเชื่อมั่นรายด้านตั้งแต่ .836 - .949 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .975 โดยตามเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ควรมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .70 ขึ้นไป และหากมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า .80 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือมาก (Sekaran, Uma and Bougie, Roger, 2010:325)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพครูที่มีช่วงวัยใกล้เกษียณอายุในเขตจังหวัดสงขลา โดยการแจกแบบสอบถามความต้องการและแนวทางในการจัดการเรียนรู้หลังวัยเกษียณของครูในเขตจังหวัดสงขลา จำนวน 385 ชุด และได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาความถี่ ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ความต้องการและแนวทางในการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตหลังวัยเกษียณของครูในเขตจังหวัดสงขลา ทั้ง 3 ด้าน โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน (ร้อยละ 64.94) นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 291 คน (ร้อยละ 75.58) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 331 คน (ร้อยละ 85.97) รายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 136 คน (ร้อยละ 35.32) สถานภาพสมรส จำนวน 244 คน (ร้อยละ 63.68) ปฏิบัติงานในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จำนวน 163 คน (ร้อยละ 42.34)

2. ระดับของความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านสุขภาพอนามัยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยประเด็น

ต้องการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.09 ต้องการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับของความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณโดยภาพรวม

ด้าน	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านอาชีพ	3.55	.70	มาก
ความต้องการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ	3.40	.78	ปานกลาง
แหล่งในการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ	3.65	.80	มาก
แนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ	3.82	.80	มาก
ด้านสุขภาพอนามัย	3.97	.66	มาก
ความต้องการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย	4.09	.68	มาก
แหล่งในการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย	3.89	.73	มาก
แนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย	3.78	.84	มาก
ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.75	.73	มาก
ความต้องการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.67	.81	มาก
แหล่งในการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.82	.78	มาก
แนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.80	.78	มาก
รวม	3.76	.63	มาก

2.1 ระดับความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณด้านอาชีพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เมื่อพิจารณารายประเด็น และรายข้อ พบว่า ต้องการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ต้องการเรียนรู้ทักษะการประกอบอาชีพในด้านการใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.96 สำหรับประเด็นแหล่งในการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า แหล่งเรียนรู้ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.86 และ ประเด็นแนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อ

พิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยแนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้การจัดทัศนศึกษาตามสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.94 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับของความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณด้านอาชีพ

ประเด็น	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านอาชีพ			
ความต้องการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ	3.40	.78	ปานกลาง
1. การใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต	3.96	.98	มาก
2. การลงทุนทำธุรกิจขนาดย่อม (SME)	3.66	1.03	มาก
3. การใช้ภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ, ภาษาจีน, ภาษามลายู)	3.57	1.07	มาก
4. การดูแลเด็กเล็ก / การสอนหนังสือเด็ก	3.36	1.11	ปานกลาง
5. การแปลงสินทรัพย์เป็นทุน	3.46	1.12	ปานกลาง
6. การเล่นหุ้นในตลาดหลักทรัพย์	3.02	1.32	ปานกลาง
7. การเกษตร (การเพาะปลูกต้นไม้เพื่อจำหน่าย)	3.68	1.05	มาก
8. การเกษตร (ฟาร์มเลี้ยงสัตว์เพื่อจำหน่าย)	3.43	1.21	ปานกลาง
9. การทำอาหาร / ขนม / เครื่องดื่ม / แปรรูปอาหาร	3.74	1.11	มาก
10. การทำสมุนไพร ประเภทยาแผนโบราณ	3.29	1.18	ปานกลาง
11. การนวดแผนโบราณ	3.05	1.29	ปานกลาง
12. การผลิตสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ (Handmade) เช่น งานไม้ งานผ้า ฯลฯ	3.37	1.21	ปานกลาง
13. การทำการเกษตรเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ	3.85	1.07	มาก
14. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	3.09	1.22	ปานกลาง
15. การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.28	1.23	ปานกลาง
16. การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	3.22	1.22	ปานกลาง
17. ช่างยนต์	2.70	1.27	ปานกลาง
แหล่งในการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ	3.65	.80	มาก
18. ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน	3.86	1.02	มาก
19. ที่ทำการกลุ่มแม่บ้าน	3.65	1.11	มาก

ประเด็น	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
20. สหกรณ์ประจำหมู่บ้าน	3.54	1.16	มาก
21. โรงเรียนในชุมชน	3.78	1.10	มาก
22. ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนประจำอำเภอ	3.61	1.06	มาก
23. บ้านผู้นำชุมชน	3.54	1.12	มาก
24. ศาสนสถาน เช่น วัด มัสยิด	3.46	1.12	ปานกลาง
25. รายการโทรทัศน์ / วิทยู	3.62	1.06	มาก
26. อินเทอร์เน็ต	3.85	.98	มาก
27. วีซีดี วีดีทัศน์ วีดีโอ	3.50	1.08	ปานกลาง
28. ปราชญ์ชุมชน/ผู้มีความรู้ในแต่ละอาชีพภายในชุมชน	3.72	.99	มาก
29. ห้องสมุดประชาชน	3.62	1.03	มาก
แนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านทักษะการประกอบอาชีพ	3.82	.80	มาก
30. การจัดฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น (100-150 ชั่วโมง)	3.91	.98	มาก
31. การจัดหลักสูตรวิชาชีพ (ไม่เกิน 30 ชั่วโมง)	3.89	.94	มาก
32. การจัดทัศนศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ	3.94	.98	มาก
33. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ของกลุ่มอาชีพ	3.66	1.01	มาก
34. การจัดสัมมนาปัญหาอาชีพ	3.61	1.02	มาก
35. เรียนรู้ในสถานประกอบการจริง	3.93	1.01	มาก
รวม	3.55	.70	มาก

2.2 ระดับความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณด้านสุขภาพอนามัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นต้องการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัยโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการเรียนรู้ในด้านอาหารและโภชนาการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.29 ส่วนประเด็นแหล่งในการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัยโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยแหล่งเรียนรู้สถานีนอนามัย/โรงพยาบาลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.15 และประเด็นแนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัยโดยภาพรวม

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ทัศนศึกษาดูงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.91 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับของความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณด้านสุขภาพอนามัย

ประเด็น	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านสุขภาพอนามัย			
ความต้องการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย	4.09	.68	มาก
36. อาหารและโภชนาการ	4.29	.85	มาก
37. วิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.84	.98	มาก
38. การป้องกันโรคระบาด/โรคติดต่อในชุมชน	3.90	1.00	มาก
39. การใช้ยาอย่างถูกวิธี	3.98	.93	มาก
40. การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี	4.16	.87	มาก
41. การป้องกันโรคกระดูก และข้อ	4.24	.82	มาก
42. การป้องกันโรคข้อเข่าเสื่อม	4.19	.84	มาก
43. โรคหัวใจที่เป็นกับผู้สูงอายุ	4.23	.84	มาก
44. โรคความดันโลหิตสูง	4.20	.92	มาก
45. การนอนไม่หลับในผู้สูงอายุ	4.03	.99	มาก
46. การป้องกันยาเสพติดในชุมชน	3.87	.99	มาก
47. การปรับปรุงที่อยู่อาศัยให้ถูกสุขลักษณะ	4.06	.92	มาก
48. การป้องกันภัยธรรมชาติ	3.97	.95	มาก
49. การป้องกันอันตรายจากการเกษตรกรรม เช่น การใช้สารเคมี ยาฆ่าแมลง	3.98	.96	มาก
50. การคุ้มครองผู้บริโภค	4.11	.92	มาก
51. การดูแลสุขภาพจิต	4.24	.88	มาก
52. การใช้สมุนไพรในท้องถิ่น	4.14	.89	มาก
53. การรักษาโรคโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.13	.87	มาก
แหล่งในการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย	3.89	.73	มาก

ประเด็น	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
54. สาธารณสุขชุมชน	4.12	.86	มาก
55. อาสาสมัครชุมชน/แกนนำชุมชน	3.93	.90	มาก
56. สถานีอนามัย/โรงพยาบาล	4.15	.82	มาก
57. อินเทอร์เน็ต	4.00	.94	มาก
58. เอกสารแผ่นพับที่แจกเผยแพร่	3.76	1.00	มาก
59. รายการโทรทัศน์/วิทยุเกี่ยวกับสุขภาพ	3.94	1.01	มาก
60. นิตยสาร/วารสาร/หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย	3.81	.99	มาก
61. รถประชาสัมพันธ์	3.62	1.08	มาก
62. เสียงตามสายในชุมชน	3.70	1.06	มาก
63. หน่วยแพทย์เคลื่อนที่	3.88	1.09	มาก
แนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านสุขภาพอนามัย	3.78	.84	มาก
64. นิทรรศการการส่งเสริมสุขภาพอนามัย	3.82	.96	มาก
65. ทัศนศึกษาดูงาน	3.91	.97	มาก
66. การประชุมสัมมนา/ฝึกอบรม	3.77	.98	มาก
67. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์	3.74	.99	มาก
68. การรณรงค์ด้วยสื่อ เช่น รถประชาสัมพันธ์ เสียงตามสายในชุมชน	3.67	.99	มาก
69. การสาธิต เช่น การปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.76	1.04	มาก
รวม	3.97	.66	มาก

2.3 ระดับความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณด้านกิจกรรมทางสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พบว่า ประเด็น ต้องการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคมโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความต้องการเรียนรู้ในด้านกิจกรรมทัศนศึกษาท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.03 ส่วนประเด็นแหล่งในการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคมโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยแหล่งในการเรียนรู้การจัดกิจกรรมตามสวนสาธารณะที่พักผ่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.96 และสำหรับประเด็นแนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้

ด้านกิจกรรมทางสังคมโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้การจัดทัศนศึกษาดูงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.97 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับของความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณด้านกิจกรรมทางสังคม

ประเด็น	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ด้านกิจกรรมทางสังคม			
ความต้องการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.67	.81	มาก
70. กิจกรรมทางศาสนา เช่น ไปวัด มัสยิด โบสถ์	3.98	.95	มาก
71. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น เป็นสมาชิกลูกเสือชาวบ้าน / จิตอาสา	3.74	.98	มาก
72. กิจกรรม งานเลี้ยงสังสรรค์ชมรมผู้สูงอายุ	3.79	.95	มาก
73. กิจกรรมด้านงานศิลปะ งานฝีมือต่าง ๆ เช่น วาดภาพ เย็บปักถักร้อย	3.93	.99	มาก
74. กิจกรรมทัศนศึกษาท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ	4.03	.90	มาก
75. กิจกรรมทางกีฬา เช่น เดินวิ่ง เปตอง หมากรุก	3.87	.96	มาก
76. กิจกรรมทางการเมือง เช่น สมัครเข้ารับการเลือกตั้งเป็นนักการเมืองท้องถิ่น	3.29	1.21	ปานกลาง
77. อาสาสมัครเป็นกรรมการเลือกตั้ง	3.28	1.26	ปานกลาง
78. กิจกรรมเผยแพร่ประชาธิปไตย	3.37	1.18	ปานกลาง
79. อาสาสมัครเป็นกรรมการ วัด มัสยิด	3.38	1.21	ปานกลาง
แหล่งในการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.82	.78	มาก
80. การจัดภายในหมู่บ้านที่อยู่อาศัย	3.90	.90	มาก
81. การจัดกิจกรรมตามสวนสาธารณะที่พักผ่อน	3.96	.84	มาก
82. ศูนย์พัฒนาวิชาชีพตามเขตพื้นที่ต่าง ๆ	3.83	.95	มาก
83. สนามกีฬา ประจำท้องถิ่น	3.89	.92	มาก
84. การจัดกิจกรรมทางศาสนา ภายในวัด หรือมัสยิด	3.79	1.00	มาก
85. การพูดคุยสังสรรค์ตามร้านกาแฟ	3.62	1.09	มาก
86. ชมรมผู้สูงอายุ	3.79	.98	มาก

ประเด็น	รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
แนวทาง/รูปแบบในการเรียนรู้ด้านกิจกรรมทางสังคม	3.80	.78	มาก
87. การประชุมสัมมนา	3.79	1.00	มาก
88. การเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านรายการวิทยุ โทรทัศน์	3.83	.98	มาก
89. การเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.90	.99	มาก
90. กิจกรรมทางศาสนา เช่น การไปวัด มัสยิด การศึกษาธรรม การบรรยายธรรม	3.78	.93	มาก
91. การจัดทัศนศึกษาดูงาน	3.97	1.00	มาก
92. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสพการณ์	3.68	1.02	มาก
93. การสาธิต เช่น การสาธิตลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง	3.64	1.11	มาก
รวม	3.75	.73	มาก

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง แนวทางในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณของครูในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีความต้องการในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณของครูในจังหวัดสงขลา ด้านสุขภาพอนามัย มากที่สุด รองลงมา ด้านกิจกรรมทางสังคม และด้านอาชีพ สอดคล้องกับแสนคำนิง ตรีฤกษ์ฤทธิ์ และคณะ (2557) ได้ศึกษา คุณภาพชีวิต และการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของข้าราชการครู จังหวัดชลบุรี พบว่า มากกว่าสองในสามมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุด้านร่างกาย จิตใจ อยู่ในระดับดี และด้านกิจกรรมและการใช้เวลาว่างอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับกาญจณัฐ โภคาพันธ์ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการของข้าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม ด้านสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีความตั้งใจทำงานหลังเกษียณอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความตั้งใจที่จะทำงาน มีความต้องการรายได้/ผลตอบแทน ต้องการทำประโยชน์ให้แก่สังคม และปณิธาน วัฒนพานิชกิจ (2548) ศึกษาการวิจัย เรื่อง ความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงอายุ และพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิตในด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยในระดับมาก และมีความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านการเพิ่มทักษะทางอาชีพ ด้านกฎหมาย และด้านการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม

2. แนวทางในการเรียนรู้หลังวัยเกษียณของครูในจังหวัดสงขลา ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบ ดังนี้

2.1 มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปดูแล ประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมทั้งในกรณีการประกอบอาชีพหลังวัยเกษียณ การดูแลในเรื่องสุขภาพอนามัย หรือการทำกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ มีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ต สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ ในวัยเดียวกันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เดชา หวังมี (2549) และบุญรัตน์ คชฤทธิ์ (2550) พบว่า ความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แหล่งการเรียนรู้ รูปแบบการเรียนรู้ที่มีความหลากหลายเหมาะสมกับบริบทของชุมชน การบริหารจัดการเพื่อการเรียนรู้ขององค์กรฯ ในด้านบุคลากร ด้านการมีส่วนร่วม ด้านงบประมาณ และด้านการบริหารจัดการการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านแหล่งการเรียนรู้เพิ่มเติม

2.2 ในส่วนของการจัดหาคอมพิวเตอร์พร้อมระบบอินเทอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานในการบริหารจัดการการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้ประชาชนทราบอย่างเสมอ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัลยา สุทิน และคณะ (2552) และศิริชัย รินทะราช (2553) โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนการทำงาน การดำเนินการ และติดตามผล ขึ้นปรับปรุงกิจกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทำให้ผู้มีส่วนร่วมทำกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ด้วยความเต็มใจ กระตือรือร้น และเข้าใจ ซึ่งประชาชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในอนาคตอันใกล้จะมีครูเกษียณอายุ เพิ่มมากขึ้น และประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างแท้จริง หน่วยงาน หรือชุมชนในพื้นที่ จึงควรมีการเตรียมการดูแลในเรื่องต่างๆ เช่น การดูแลสุขภาพ การเงินการออมของครู และในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างความสะดวกให้กับครูในวัยเกษียณ เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุในอนาคต ทั้งนี้หากมีการศึกษาวิจัยในประเด็นเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรทำการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ในเชิงลึก เพื่อให้ได้ทราบข้อมูลหรือความต้องการอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ (2563). ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย. สืบค้น 20 ตุลาคม 2563.
<https://www.dop.go.th/th/know/1>
- กัญญณัฐ โภคาพันธ์ (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการของข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เดชา หวังมี. (2549). ความต้องการในการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชนในชนบท : กรณีศึกษาจังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บุญรัตน์ คชฤทธิ์. (2550). ความเห็นของประชาชนในการบริหารจัดการ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตขององค์การบริหารส่วนตำบลกุตุรง กิ่งอำเภอกุตุรง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปณิธาน วัฒนพานิชกิจ. (2548). ความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2554). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย ปี 2554. สืบค้น 20 ตุลาคม 2550. <http://thaitgri.org/?p=37060>
- วิทยากร เชียงกุล. (2553). สภาวะการศึกษาไทย ปี 2551/2552 บทบาทการศึกษากับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สารสนเทศทางการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2559). สถิติครูในจังหวัดสงขลา. สืบค้น 30 ธันวาคม 2559.
<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/>
- ศิริชัย รินทะราช. (2553). การพัฒนาตัวบ่งชี้สิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุรสิทธิ์ ประสิทธิ์รัตน์. (2558). ชีวิตหลังเกษียณของข้าราชการครู. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานข้าราชการพลเรือน (2565). สรุปจำนวนข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่เกษียณอายุราชการ. สืบค้น 6 กันยายน 2565. https://otepc.go.th/th/content_page/43-annual-report.html

แสนคำนี้้ง ตริฤกษ์ฤทธิ และคณะ. (2557). คุณภาพชีวิต และการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของ
ข้าราชการครู จังหวัดชลบุรี. วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม) ปีที่ 35 : 460-471.

Sekaran, U. and Bougie, R. (2010). Research Methods for Business. 5th ed. UK: John Wiley and Sons.

แนวทางการพัฒนาเกณฑ์ประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย
GUIDELINES FOR DEVELOPING LAND POTENTIAL ASSESSMENT CRITERIA FOR
HOUSING DEVELOPMENT FOR LOW-INCOME PEOPLE

ชญารัตน์ นิธิธีรพัชร^{1*} และ วรณิศา นาวาล่อง²

Chunyarat Nititerapad^{1*} and Wannisa Nawalong²

¹อาจารย์ประจำ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

²คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹Instructor, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

² Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

E-mail : chunyarat.ap.tu@gmail.com

Received Nov 22, 2022 & Revise Dec 11, 2022 & Accepted Dec 14, 2022

บทคัดย่อ

ที่ผ่านมาภาครัฐทำการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยเพื่อลดปัญหาความแออัดและการรुकล้ำพื้นที่ แต่ยังคงพบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกที่ดินที่พัฒนาโครงการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้มีรายได้น้อย เนื่องจากไม่มีการประเมินศักยภาพที่ดินสำหรับพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยก่อนพัฒนาโครงการ ทำให้การใช้ประโยชน์ในที่ดินขาดประสิทธิภาพ การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเกณฑ์ประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย ทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนแออัด จำนวน 5 ราย จากชุมชนแออัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 แห่ง จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย ประกอบด้วย 1) ที่ดินควรอยู่ห่างจากถนนสายหลักในระยะไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร และควรมีแหล่งงานประเภทย่านการค้า รวมถึงมีวินมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ศูนย์เด็กเล็ก ตลาดชุมชน/ร้านสะดวกซื้อ โรงเรียนของรัฐ และโรงพยาบาลของรัฐ ในระยะรัศมีไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร 2) ควรมีแหล่งงานประเภทโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึงมีท่าเรือขนส่งสินค้า และสวนสาธารณะ ในระยะรัศมี 1.01-2.00 กิโลเมตร 3) ควรมีแหล่งงานประเภทศูนย์ราชการ รวมถึง มีท่าเรือโดยสาร และแหล่งเรียนรู้/ศูนย์นันทนาการ ในระยะรัศมี 2.01-5.00 กิโลเมตร 4) ควรมีแหล่งงานประเภทอาคารสำนักงาน ในระยะ 5.01-10.00 กิโลเมตร อย่างไรก็ตาม สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส เอ็มอาร์ที แอร์พอร์ตเรลลิงค์ ไม่จำเป็นต้องอยู่ในระยะรัศมี 10.00 กิโลเมตร ทั้งนี้ จากเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย จำนวน 16 ข้อ กรณีที่ดินมีคุณลักษณะตรงตามที่กำหนดไว้

จะมีค่าคะแนนเท่ากับข้อละ 1 คะแนน โดยมีคะแนนรวมเท่ากับ 16 คะแนน ซึ่งหากคะแนนรวมต่ำกว่าร้อยละ 60 (ไม่ถึง 10 ข้อ จาก 16 ข้อ) ถือว่าที่ดินไม่มีศักยภาพ และหากคะแนนรวมอยู่ระหว่างร้อยละ 80-100 (13-16 ข้อ จาก 16 ข้อ) ถือว่าที่ดินมีศักยภาพสูงมาก

คำสำคัญ: การพัฒนาเกณฑ์การประเมิน, การพัฒนาที่อยู่อาศัย, ผู้มีรายได้น้อย, ศักยภาพที่ดิน

Abstract

In the past, the government has developed housing projects for low-income people to reduce congestion and trespass but still encountered many problems, in particular, the selection of land for project development that is not compatible with the needs and lifestyles of low-income people, as there is no assessment of the land's potential before the project development, resulting in inefficient land use. This qualitative research aimed to develop criteria for assessing the potential of land for housing development for low-income people by Interviewed 5 slum community leaders from 5 slum communities in Bangkok area, then analyzed the data by content analysis. The results showed that the characteristics of land with potential for housing development for low-income people consisted of 1) Land should be located within 1.00 kilometer from the main road and there should be a source of work in a type of commercial area including a motorcycle taxi, child care center, community market/convenience store, public school, and government hospitals within a radius of not more than 1.00 kilometer 2) there should be an a source of work in a type of industry including a shipping port and park within a radius of 1.01-2.00 kilometers 3) there should be an a source of work in a type of government center including a passenger port and park within a radius of 2.01-5.00 kilometers 4) there should be an a source of work in a type of office building within a radius of 5.01-10.00 kilometers. However, the BTS station, MRT station, and Airport Rail Link station doesn't have to be within a radius of 10.00 kilometers. Based on 16 criteria for assessing land potential for low-income housing development, if the land meets the specified characteristics, there will be a score of 1 point per item, with a total score of 16 points from 16 characteristics. According to the Land Potential Assessment Criteria, which if the total score is less than 60 percent (less than 10 items from 16 items), it is considered that the land has no potential. and if the total score is

between 80-100 percent (13-16 items from 16 items), it is considered a very high potential land.

Keywords: Developing assessment, Housing development, Low-income people, Potential of land

บทนำ

ปัญหาที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดแคลนที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย ที่อยู่อาศัยไม่ได้มาตรฐาน การขาดกรรมสิทธิ์ครอบครองที่อยู่อาศัย ล้วนเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและการพัฒนาประเทศโดยปัญหาหลัก ทั้งนี้ จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาของที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นำไปสู่ปัญหาชุมชนแออัดและชุมชนบุกรุกที่กระจายอยู่ทั่วตัวเมือง โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และจังหวัดหลักในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ (จันทวร อุดมลาภประสิทธิ์, 2562)

ที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอุปทานที่อยู่อาศัย โดยจัดตั้งการเคหะแห่งชาติให้เป็นองค์กรหลักในการพัฒนาที่อยู่อาศัยให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง ตั้งแต่การสร้างที่อยู่อาศัยในระดับราคาไม่แพง โดยมีเงื่อนไขที่เอื้อให้ผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลางสามารถมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ รัฐบาลได้มอบหมายให้องค์กรของรัฐ เช่น สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) เป็นต้น ทำการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยโดยจัดสร้างบ้านที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย รวมถึงออกมาตรการสนับสนุนและช่วยเหลือทางการเงินแก่กลุ่มผู้มีรายได้น้อย เช่น โครงการบ้านประชารัฐ โครงการบ้านเอื้ออาทร โครงการบ้านมั่นคง เป็นต้น ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่ได้มาตรฐานทั้งในเมืองหลัก เมืองรอง และส่วนภูมิภาค ให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อย ข้าราชการชั้นผู้น้อย และพนักงานหน่วยงานของรัฐสามารถมีที่อยู่อาศัยในราคาที่สามารถรับภาระได้ โดยมีรัฐบาลเป็นผู้อุดหนุนเงินส่วนที่เกินกำลังซื้อของผู้มีรายได้น้อย และกระทรวงการคลังให้การสนับสนุนสินเชื่อที่อยู่อาศัยในอัตราดอกเบี้ยต่ำให้แก่การเคหะแห่งชาติ เพื่อมุ่งเน้นการแก้ปัญหาความมั่นคงในการอยู่อาศัยและสร้างโอกาสในการพัฒนาชุมชนแออัดโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม (จันทวร อุดมลาภประสิทธิ์, 2562)

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมางานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อผู้มีรายได้น้อยหลายงาน เช่น งานวิจัยของธนิดา กาญจนวิไล (2562) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงการอาคารพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยโดยภาคเอกชน กรณีศึกษา ชุมชนคลองเตย งานวิจัยของวิชญ์วิสิฐ พรหมดา, อีราพร ทองปัญญา และ ชลิตา บัณทวงศ์ (2563) ที่ศึกษาผลกระทบจากโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง กรณีศึกษา ชุมชนริมคลองถนนฝั่งตะวันตก กรุงเทพมหานคร เป็นต้น จะเห็นว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นศึกษารูปแบบ

การพัฒนาโครงการและผลกระทบจากการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่ทำการศึกษาระเมินศักยภาพที่ดินหรือพัฒนาเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากผู้มีรายได้น้อยซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชนแออัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าแม้ว่าภาครัฐพยายามที่จะพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยเพื่อลดปัญหาความแออัดและการรกร้างพื้นที่ แต่การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่ผ่านมายังคงพบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกที่ดินที่พัฒนาโครงการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้มีรายได้น้อย เนื่องจากไม่มีการประเมินศักยภาพที่ดินสำหรับพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย ก่อนพัฒนาโครงการ ทำให้การใช้ประโยชน์ในที่ดินขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยของภาครัฐยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร นำไปสู่การไม่สามารถพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

ที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาศักยภาพการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง เช่น

สกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล (2564) ได้รวบรวมและสรุปหลักการหรือเกณฑ์การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยคำนึงปัจจัยทางกายภาพ (PACET Model) ซึ่งมีหลักในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ ประกอบด้วย 1) สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ (Public Utilities: P) ทำเลที่ตั้งโครงการควรมีสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบสื่อสาร เป็นต้น ครบครันและมีคุณภาพเพียงพอสม่ำเสมอหรือมีระบบสำรอง 2) การเข้าถึงพื้นที่ที่ตั้งโครงการ (Accessibility: A) การเข้าถึงพื้นที่โครงการเป็นปัจจัยแรก ๆ ที่ผู้พัฒนาโครงการพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยการเข้าออกจะมีปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องคือ การเข้าออกตามกฎหมาย และคุณภาพของการเข้าออก (การุณย์ เดชพันธุ์, 2557; สกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล, อิศเรศ วีระประจักษ์ และ การุณย์ เดชพันธุ์, 2559) 3) ชุมชนบริเวณรอบที่ดินที่พัฒนาโครงการ (Community: C) ชุมชนบริเวณรอบข้างอย่างไร ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยด้านสังคม (Social) กล่าวคือ พิจารณาคุณภาพของชุมชนรอบข้างว่ามีลักษณะพื้นฐาน (Characteristics) อย่างไร เช่น กลุ่มอายุ กลุ่ม Generation ชุมชนศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น 4) สิ่งแวดล้อม (Environment: E) หมายถึง สภาพของกายภาพในบริเวณรอบ โครงการ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงสภาพทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศของที่ดินที่ตั้งโครงการ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ที่ดินก่อนหน้าที่จะตั้งโครงการด้วย และ 5) การคมนาคมขนส่ง (Transportation: T) ไม่ว่าจะเป็นระบบราง รถประจำทาง เรือ ทางท่อ เนื่องจากโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม มีความจำเป็นด้านการ

ขนส่งวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ สินค้า จากผู้ผลิตมายังโครงการ ส่วนโครงการประเภทที่อยู่อาศัย มีความจำเป็นด้านความสะดวกสบายในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งงาน หรือแหล่งบริการต่าง ๆ (ขจรศักดิ์ ไชยวงศ์, 2560)

วรรณิศา นาวาล่อง (2564) ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนแออัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ราย เพื่อศึกษาศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยในกรุงเทพมหานคร พบว่าเกณฑ์ลำดับที่ 1 คือ อยู่ใกล้กับแหล่งงาน เพราะคนจนเมืองส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพในเมือง จึงเลือกที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้แหล่งงานเพื่อลดภาระค่าเดินทาง เกณฑ์ลำดับที่ 2 คือ สามารถเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะได้หลากหลาย เนื่องจากส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพของผู้มีรายได้น้อยในการเดินทางไปประกอบอาชีพหรือจ่ายใช้สอย และเกณฑ์ลำดับที่ 3 คือ อยู่ใกล้สาธารณูปการขั้นพื้นฐาน เช่น โรงพยาบาลของรัฐ โรงเรียนของรัฐ ศูนย์เด็กเล็ก เป็นต้น เนื่องจากส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้มีรายได้น้อยและลดภาระค่าเดินทาง

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้มีการนำเสนอปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย ดังเช่น Alonso (1964, cited in Blei et al., 2018) ที่ได้กล่าวว่าการเลือกที่อยู่อาศัยจะพิจารณาจาก 1) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาของที่อยู่อาศัยกับ รายได้ของผู้อยู่อาศัยและความสามารถในการจ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย 2) รูปแบบของที่อยู่อาศัยที่ตรงตามความต้องการของผู้อยู่อาศัย และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งของที่อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อมโดยรอบและระยะทางระหว่างที่อยู่อาศัยกับที่ทำงาน Berry, Horton, & Abiodun (1970, cited in Ahmadipour & Tabar, 2018) ที่ได้กล่าวว่าการเลือกหรือค่าเช่าที่พักอาศัย ชนิดของที่พักอาศัย และที่ตั้งของที่พักอาศัย รวมถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนโดยรอบและที่ตั้งของแหล่งงาน ส่งผลต่อการเลือกที่พักอาศัยของแต่ละบุคคล Goodall (1972, cited in Kisiala & Racka, 2021) ที่ได้กล่าวว่าการเลือกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยว่าประกอบด้วย รายได้และการเข้าถึงแหล่งงาน รวมถึงปัจจัยทางสังคม ได้แก่ สภาพครอบครัวและการแบ่งระดับชั้น ทางสังคม โดยหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยได้แก่ ลักษณะของบ้าน ลักษณะของชุมชน และความสัมพันธ์ของที่ตั้งของที่อยู่อาศัยกับพื้นที่โดยรอบ และHirsch et al. (1975, cited in Gutman, Moran-McCabe, & Burris, 2019) ที่ได้กล่าวว่าการเลือกที่อยู่อาศัยต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึง คุณภาพของสิ่งแวดล้อม ลักษณะที่ดินที่ใช้ปลูกบ้าน ร่วมกับทำเลที่ตั้งงบประมาณที่ต้องจ่าย รวมถึงสถานะทางสังคมและสภาพครอบครัวของผู้อยู่อาศัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าในการประเมินศักยภาพมีหลักเกณฑ์ที่เหมือนและแตกต่างกันออกไป ในการวิจัยครั้งนี้การพัฒนาเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่พบงานวิจัยที่ทำการศึกษาศักยภาพที่ดินหรือพัฒนาเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่จะช่วยให้สามารถเลือกที่ดินที่พัฒนาโครงการได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้มีรายได้น้อย ซึ่งสนับสนุนให้การดำเนินโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ภาครัฐมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยทำการศึกษาจากเกณฑ์ศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยของวรรณิศา นาวาล่อง (2564) รวม 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบแหล่งงาน ด้านรูปแบบระบบขนส่งสาธารณะ และด้านรูปแบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการสำรวจความต้องการคุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยในแต่ละเกณฑ์ ประกอบด้วย เกณฑ์ด้านรูปแบบแหล่งงาน เกณฑ์ด้านรูปแบบระบบขนส่งสาธารณะ และเกณฑ์ด้านรูปแบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐาน จากผู้นำชุมชนแออัด จำนวน 5 ราย จากชุมชนแออัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 แห่ง โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย โดยใช้เกณฑ์ผู้นำชุมชนแออัดเห็นด้วยอย่างน้อย 3 ราย จาก 5 ราย เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกที่ดินในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยต่อไป

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการคุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยในแต่ละเกณฑ์ที่ได้จากการศึกษาศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยในกรุงเทพมหานคร ของวรรณิศา นาวาล่อง (2564) รวม 3 ด้าน ประกอบด้วย เกณฑ์ด้านรูปแบบแหล่งงาน เกณฑ์ด้านรูปแบบระบบขนส่งสาธารณะ และเกณฑ์ด้านรูปแบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐาน โดยทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนแออัด จำนวน 5 ราย จากชุมชนแออัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 แห่ง เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกที่ดินในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 3

คุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดิน	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน				
	รายที่ 1	รายที่ 2	รายที่ 3	รายที่ 4	รายที่ 5
1. อาคารสำนักงาน					
1.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
1.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
1.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร		✓	✓		
1.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร	✓			✓	✓
1.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					

คุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดิน	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน				
	รายชื่อที่ 1	รายชื่อที่ 2	รายชื่อที่ 3	รายชื่อที่ 4	รายชื่อที่ 5
2. โรงงานอุตสาหกรรม					
2.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓			✓	
2.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร		✓	✓		✓
2.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
2.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
2.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
3. ย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น					
3.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓			✓
3.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร			✓	✓	
3.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
3.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
3.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
4. ย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น					
3.6 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓			✓
3.7 1.01 – 2.00 กิโลเมตร			✓	✓	
3.8 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
3.9 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
3.10 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
5. ท่าเรือขนส่งสินค้า					
4.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
4.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร		✓	✓		
4.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร	✓			✓	✓
4.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
4.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
6. ย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น					
3.11 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓			✓
3.12 1.01 – 2.00 กิโลเมตร			✓	✓	
3.13 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
3.14 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
3.15 มากกว่า 10 กิโลเมตร					

คุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดิน	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน				
	รายชื่อที่ 1	รายชื่อที่ 2	รายชื่อที่ 3	รายชื่อที่ 4	รายชื่อที่ 5
7. ย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น 3.16 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓			✓
3.17 1.01 – 2.00 กิโลเมตร			✓	✓	
3.18 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
3.19 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
3.20 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
8. ท่าเรือขนส่งสินค้า 4.6 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
4.7 1.01 – 2.00 กิโลเมตร		✓	✓		
4.8 2.01 – 5.00 กิโลเมตร	✓			✓	✓
4.9 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
4.10 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
9. ศูนย์ราชการ 5.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
5.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
5.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร	✓		✓		✓
5.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร		✓		✓	
5.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					

หมายเหตุ: ✓ คือ เห็นด้วยว่าเป็นคุณลักษณะของที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีรายได้น้อย

ตารางที่ 1 ความต้องการรูปแบบแหล่งงานและระยะห่างจากที่พักอาศัย

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้แหล่งงานที่เป็นย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น มากที่สุด โดยอยู่ในระยะรัศมีไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร รองลงมาคือ โรงงานอุตสาหกรรม โดยอยู่ในระยะรัศมี 1.01-2.00 กิโลเมตร ท่าเรือขนส่งสินค้าและศูนย์ราชการ โดยอยู่ในระยะรัศมี 2.01-5.00 กิโลเมตร และต้องการให้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้แหล่งงานที่เป็นอาคารสำนักงานน้อยที่สุด โดยอยู่ในระยะรัศมี 5.01-10.00 กิโลเมตร

คุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดิน	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน				
	รายชื่อที่ 1	รายชื่อที่ 2	รายชื่อที่ 3	รายชื่อที่ 4	รายชื่อที่ 5
1. BTS/MRT/Airport Rail Link					
1.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
1.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
1.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
1.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร	✓				✓
1.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร		✓	✓	✓	
2. รถโดยสารประจำทาง					
2.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓	✓	✓
2.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
2.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
2.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
2.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
3. รถตู้โดยสารประจำทาง					
3.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓	✓	✓
3.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
3.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
3.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
3.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
4. วินมอเตอร์ไซด์รับจ้าง					
4.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓	✓	✓
4.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
4.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
4.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
4.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
5. ท่าเรือ					
5.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
5.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓		
5.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร				✓	✓
5.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
5.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					

หมายเหตุ: ✓ คือ เห็นด้วยว่าเป็นคุณลักษณะของที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีรายได้น้อย

ตารางที่ 2 ความต้องการรูปแบบระบบขนส่งสาธารณะและระยะห่างจากที่พักอาศัย

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นรถโดยสารประจำทาง รถตู้โดยสารประจำทาง และวินมอเตอร์ไซด์รับจ้างมากที่สุด โดยอยู่ในระยะรัศมีไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร รองลงมาคือ ท่าเรือ โดยอยู่ในระยะรัศมี 1.01 – 2.00 กิโลเมตร และต้องการให้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะที่เป็น BTS/MRT/Airport Rail Link น้อยที่สุด โดยอยู่ในระยะรัศมีมากกว่า 10.00 กิโลเมตร

คุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดิน	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน				
	รายชื่อ 1	รายชื่อ 2	รายชื่อ 3	รายชื่อ 4	รายชื่อ 5
1. ศูนย์เด็กเล็ก					
1.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓	✓	✓
1.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
1.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
1.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
1.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
2. โรงเรียนของรัฐ					
2.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓	✓	
2.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					✓
2.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
2.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
2.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
3. โรงพยาบาลของรัฐ					
3.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		✓	✓		✓
3.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร	✓			✓	
3.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
3.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
3.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
4. ตลาดชุมชน/ร้านสะดวกซื้อ					
4.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร	✓	✓	✓	✓	✓
4.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
4.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร					
4.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร					
4.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					

คุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดิน	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน				
	รายชื่อที่ 1	รายชื่อที่ 2	รายชื่อที่ 3	รายชื่อที่ 4	รายชื่อที่ 5
5. สวนสาธารณะ					
5.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
5.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร	✓		✓		✓
5.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร		✓			
5.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร				✓	
5.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					
6. แหล่งเรียนรู้/ศูนย์นันทนาการ					
6.1 ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร					
6.2 1.01 – 2.00 กิโลเมตร					
6.3 2.01 – 5.00 กิโลเมตร	✓		✓		✓
6.4 5.01 – 10.00 กิโลเมตร		✓		✓	
6.5 มากกว่า 10 กิโลเมตร					

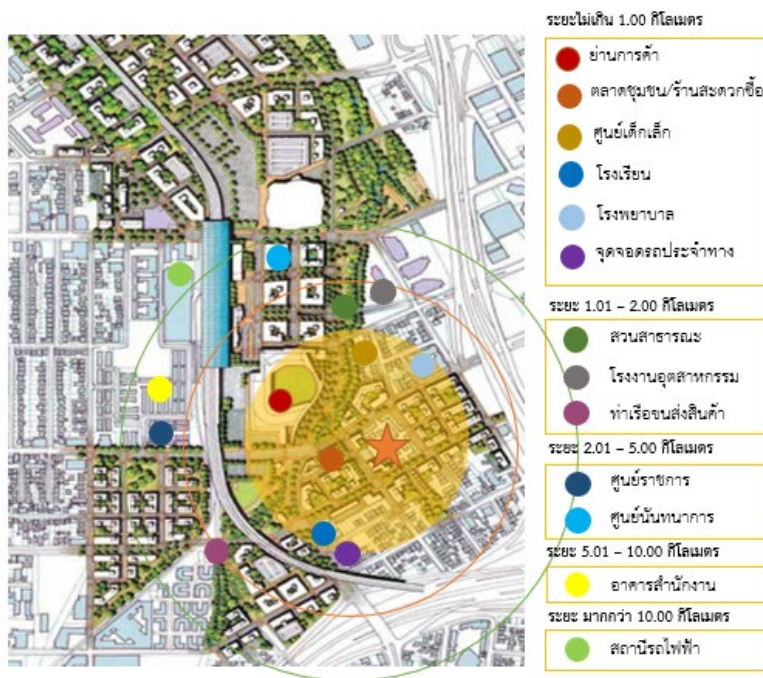
หมายเหตุ: ✓ คือ เห็นด้วยว่าเป็นคุณลักษณะของที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีรายได้น้อย

ตารางที่ 3 ความต้องการรูปแบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐานและระยะห่างจากที่พักอาศัย

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้สาธารณูปการขั้นพื้นฐานที่เป็นศูนย์เด็กเล็ก ตลาดชุมชน/ร้านสะดวกซื้อ โรงเรียนของรัฐ และโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุด โดยอยู่ในระยะรัศมีไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร รองลงมาคือ สวนสาธารณะ โดยอยู่ในระยะรัศมี 1.01-2.00 กิโลเมตร และต้องการให้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้สาธารณูปการขั้นพื้นฐานที่เป็นแหล่งเรียนรู้/ศูนย์นันทนาการน้อยที่สุด โดยอยู่ในระยะรัศมี 2.01-5.00 กิโลเมตร

เมื่อพิจารณาความต้องการคุณลักษณะของเกณฑ์ศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยในแต่ละเกณฑ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน พบว่าที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยควรมีองค์ประกอบต่าง ๆ (ภาพที่ 1) ประกอบด้วย 1) ที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยควรอยู่ห่างจากถนนสายหลักในระยะไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร เพื่อให้ผู้พักอาศัยสามารถเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางและรถตู้โดยสารประจำทางได้สะดวก โดยในระยะรัศมีไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร ควรมีแหล่งงานประเภทย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น รวมถึงมีวินมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ศูนย์เด็กเล็ก ตลาดชุมชน/ร้านสะดวกซื้อ โรงเรียนของรัฐ และโรงพยาบาลของรัฐ 2) ในระยะ 1.01-2.00 กิโลเมตร ควรมีแหล่งงานประเภทโรงงานอุตสาหกรรม และท่าเรือขนส่งสินค้า รวมถึงมีสวนสาธารณะ 3) ในระยะ 2.01-5.00 กิโลเมตร ควรมีแหล่งงานประเภทศูนย์ราชการ รวมถึงมีท่าเรือโดยสาร และแหล่งเรียนรู้/

ศูนย์นันทนาการ 4) ในระยะ 5.01-10.00 กิโลเมตร ควรมีแหล่งงานประเภทอาคารสำนักงาน และ 5) สถานีรถไฟฟ้า BTS/MRT/Airport Rail Link อยู่ในระยะมากกว่า 10.00 กิโลเมตร



ภาพที่ 1 สรุปเกณฑ์การคัดเลือกที่ดิน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแบบตรวจสอบรายการแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ในการประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4 และเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5

เกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดิน	คุณลักษณะ	มี	ไม่มี
เกณฑ์ด้านรูปแบบแหล่งงาน			
ย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
โรงงานอุตสาหกรรม	1.01 – 2.00 กิโลเมตร		
ท่าเรือขนส่งสินค้า	2.01 – 5.00 กิโลเมตร		
ศูนย์ราชการ	2.01 – 5.00 กิโลเมตร		
อาคารสำนักงาน	5.01 – 10.00 กิโลเมตร		
เกณฑ์ด้านรูปแบบระบบขนส่งสาธารณะ			
BTS/MRT/Airport Rail Link	มากกว่า 10.00 กิโลเมตร		
รถโดยสารประจำทาง	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		

เกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดิน	คุณลักษณะ	มี	ไม่มี
รถตู้โดยสารประจำทาง	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
วินมอเตอร์ไซด์	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
ท่าเรือ	1.01 – 2.00 กิโลเมตร		
เกณฑ์ด้านรูปแบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐาน ศูนย์เด็กเล็ก	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
โรงเรียนของรัฐ	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
โรงพยาบาลของรัฐ	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
ตลาดชุมชน/ร้านสะดวกซื้อ	ไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร		
สวนสาธารณะ	1.01 – 2.00 กิโลเมตร		
แหล่งเรียนรู้/ศูนย์นันทนาการ	2.01 – 5.00 กิโลเมตร		
รวม			

ตารางที่ 4 แบบตรวจสอบรายการในการประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ศักยภาพที่ดิน	เกณฑ์การตัดสินใจ
ศักยภาพสูง	ร้อยละ 80 – 100 (13-16 ข้อ จาก 16 ข้อ)
ศักยภาพพอใช้	ร้อยละ 60 – 79 (10-12 ข้อ จาก 16 ข้อ)
ไม่มีศักยภาพ	ต่ำกว่าร้อยละ 60 (ไม่ถึง 10 ข้อ จาก 16 ข้อ)

ตารางที่ 5 การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ทั้งนี้ ในการประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย หากที่ดินมีคุณลักษณะตรงตามที่กำหนดไว้ จะมีค่าคะแนนเท่ากับร้อยละ 1 คะแนน โดยมีคะแนนรวมเท่ากับ 16 คะแนน จากคุณลักษณะตามเกณฑ์ประเมินศักยภาพที่ดิน จำนวน 16 ข้อ ซึ่งหากคะแนนรวมต่ำกว่าร้อยละ 60 (ไม่ถึง 10 ข้อ จาก 16 ข้อ) ถือว่าที่ดินไม่มีศักยภาพ หากคะแนนรวมอยู่ระหว่างร้อยละ 60-79 (10-12 ข้อ จาก 16 ข้อ) ถือว่าที่ดินมีศักยภาพพอใช้ และหากคะแนนรวมอยู่ระหว่างร้อยละ 80-100 (13-16 ข้อ จาก 16 ข้อ) ถือว่าที่ดินมีศักยภาพสูง (เสรี ราชโรจน์, 2537, อ้างถึงใน ลักษณะ ทรัพย์สมบูรณ์, 2551)

อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่าที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยควรอยู่ห่างจากถนนสายหลักในระยะไม่เกิน 1.00 กิโลเมตร เพื่อให้ผู้พักอาศัยสามารถเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางและรถตู้โดยสารประจำทางได้สะดวก ทั้งนี้ ในระยะรัศมีไม่เกิน 2.00 กิโลเมตร ควรมีแหล่งงานประเภทย่านการค้า เช่น ตลาด ศูนย์การค้า เป็นต้น โรงงานอุตสาหกรรม และท่าเรือขนส่งสินค้า รวมถึงมีวินมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ศูนย์เด็กเล็ก ตลาดชุมชน/ร้านสะดวกซื้อ โรงเรียนของรัฐ โรงพยาบาลของรัฐ และสวนสาธารณะ โดยสถานีรถไฟฟ้า BTS/MRT/Airport Rail Link ไม่จำเป็นต้องอยู่ในระยะ 10.00 กิโลเมตร สอดคล้องกับสกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล (2564) ที่กล่าวว่าเกณฑ์การเลือกทำเลที่ตั้ง (PACET model) ซึ่งมีเกณฑ์ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และเกณฑ์ด้านการคมนาคมขนส่ง กัญธกร อุ๋น และคณะ (2559) ที่กล่าวว่าสิ่งที่ทำได้ยากที่สุดในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสีเขียวของชุมชนคลองหนึ่งพัฒนา คือ การจับจองที่ดินที่ใกล้ระบบขนส่งมวลชนและแหล่งบริการชุมชนและที่ดินที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ Alonso (1964, cited in Blei et al., 2018) ที่กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งที่อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อม โดยรอบและระยะทางระหว่างที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย Berry, Horton, & Abiodun (1970, cited in Ahmadipour & Tabar, 2018) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมของชุมชนโดยรอบและที่ตั้งของแหล่งงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พำนักของแต่ละบุคคล Goodall (1972, cited in Kisiala & Racka, 2021) ที่กล่าวว่าความสัมพันธ์ของที่ตั้งที่อยู่อาศัยกับพื้นที่โดยรอบเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย และ Hirsch et al. (1975, cited in Gutman, Moran-McCabe, & Burris, 2019) ที่กล่าวว่าความสะดวกสบายในการเข้าถึงและทำเลที่ตั้งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยในการพิจารณาเลือกที่อยู่อาศัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับปฏิบัติ

การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยโดยภาครัฐที่ผ่านมายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีการประเมินศักยภาพที่ดินสำหรับพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยก่อนพัฒนาโครงการ ทำให้การเลือกที่ดินที่พัฒนาโครงการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้มีรายได้น้อย ดังนั้น การพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีรายได้น้อย โดยเฉพาะการเลือกที่ดินที่พัฒนาโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้มีรายได้น้อย เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะทำเลและระยะทางจากที่พัก-ที่ทำงานซึ่งเป็นแหล่งรายได้ของครัวเรือนที่สามารถเข้าไปอยู่อาศัยได้โดยไม่ขัดสน มีเงินเพียงพอที่จะจ่ายเกี่ยวกับค่าครองชีพและการเดินทางไปรับบริการสาธารณะ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

2.1 ผู้สนใจศึกษาควรทำการศึกษาแนวทางและความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย แนวทางการบริหารพื้นที่ส่วนกลางของโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และแนวทางการบริหารจัดการโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

2.2 ผู้สนใจศึกษาควรทำการศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยนี้ โดยทำการศึกษาแนวทางการกำหนดค่าน้ำหนักของแต่ละเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย รวมถึงเกณฑ์การประเมินศักยภาพที่ดินรวม เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกที่ดินที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กัณฐกร อุ๋อัน และ ปรีชญา โรจน์ฤดากร. (2559). “แนวทางการพัฒนาที่อยู่อาศัยสีเขียวชุมชนคลองหนึ่งพัฒนา.” วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. 23(2), 42-57.
- การุณย์ เดชพันธุ์. (2559). โครงสร้างมูลค่าที่ดินในพื้นที่คลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- ขจรศักดิ์ ไชยวงศ์. (2560). แนวทางการเลือกทำเลที่ตั้งสาขาของศูนย์การค้ามสรรพสินค้า. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- จันทวร อุดมลาภ ประสิทธิ์. (2562). การพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อผู้มีรายได้น้อย. สืบค้นจาก <https://thinkofliving.com/article/การพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อผู้มีรายได้น้อย-316302>.
- ธนิศา กาญจนวิไล. (2562). แนวทางการพัฒนาโครงการอาคารพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยโดยภาคเอกชนกรณีศึกษา ชุมชนคลองเตย. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- ลักขณา ทรัพย์สมบูรณ์. (2551). พฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยโรคเบาหวานในอำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาสุขศึกษา.
- วรรณิศา นาวาล่อง. (2564). การประเมินศักยภาพที่ดินเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.
- วิษณุวิสิฐ พรหมดา, อีราพร ทองปัญญา และ ชลิตา บัณฑิตวงศ์. (2563). “ผลกระทบจากโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง กรณีศึกษา ชุมชนริมคลองถนนฝั่งตะวันตก กรุงเทพมหานคร.” วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์. 39(1), 73-88.
- สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล, อิศเรศ วีระประจักษ์ และการุณย์ เดชพันธุ์. (2559). “การพยากรณ์มูลค่าที่ดินเพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในพื้นที่ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.” วารสารสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 12(2), 111-132.
- สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล. (2564). วิธีการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์สำหรับนักพัฒนามือใหม่. สืบค้นจาก <https://www.terrabkk.com/articles/199427>.
- Ahmadipour, Zahra & Tabar, Meysam Mirzaei. (2018). “Urban geopolitics and explaining the concept of rivalry.” Geography and Environmental Planning. 29(2), 13-34.

- Blei, Alejandro M. et al. (2018). Urban expansion in a global sample of cities, 1990 – 2014. Massachusetts: Lincoln Institute of Land Policy.
- Gutman, Abraham, Moran-McCabe, Katie, & Burris, Scott. (2019). “Health, housing, and the law.” Northeastern University Law Review. 11(1), 251-314.
- Kisiala, Wojciech, & Racka, Izabela. (2021). “Spatial and statistical analysis of urban poverty for sustainable city development.” Sustainability. 13(858), 1-18.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตีพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ โดยมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์บทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น ๆ เรื่องที่จะตีพิมพ์จะได้รับการพิจารณาลั่นกรองจาก ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 คน กองบรรณาธิการอาจให้ผู้เขียนปรับปรุงให้เหมาะสม และสงวนไว้ ซึ่งสิทธิ์ในการพิจารณาเผยแพร่

ประเภทผลงานที่ตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Articles) เป็นผลงานที่เตรียมจากข้อมูลที่ผู้เขียน หรือทีมงานผู้เขียนได้ค้นคว้าวิจัยด้วยตนเอง

2. บทความวิชาการ (Academic Articles) อาจแยกเป็นบทความปริทรรศน์ (Review Articles) บทความเทคนิค (Technical Article) เรียบเรียงจากการสืบค้น ตรวจสอบเอกสารวิชาการในสาขานั้น ๆ และบทความพิเศษ (Special Articles) เสนอความรู้ทั่ว ๆ ไปในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

การเตรียมต้นฉบับบทความ

บทความหรือผลงานวิจัยที่นำเสนออาจอยู่ในรูปแบบภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ โดยจัดพิมพ์ด้วยโปรแกรมเวิร์ดโปรเซสเซอร์ ภายใต้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์ สำหรับตาราง แผนภาพและภาพประกอบในส่วนของต้นฉบับจะต้องตามรูปแบบที่กำหนดเพื่อให้พร้อมตีพิมพ์ได้ทันที (Camera Ready) ต้นแบบสำหรับ บทความความสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ saujournalssh.sau.ac.th

การส่งบทความ

ส่ง “ต้นฉบับบทความ” โดยไม่ต้องระบุชื่อ ที่อยู่และประวัติของผู้ประพันธ์และทีมงานและส่ง “ใบรับรองบทความ” ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์นามสกุล PDF ได้ 3 ทาง ได้แก่ 1. ส่งโดยตรงที่กองบรรณาธิการวารสาร สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ 2. ส่งทางไปรษณีย์ถึงกองบรรณาธิการวารสาร SAU Journal of Social Sciences and Humanities สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ 19/1 ถนนเพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160 3. ส่งแบบออนไลน์ที่ <http://www.saujournalssh.sau.ac.th>

บทความทุกบทความที่เสนอมายังวารสาร SAU Journal of Social Sciences and Humanities จะได้รับการพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ หากมีการแก้ไขหรือตอบรับการตีพิมพ์ผู้เขียนต้องส่งฉบับอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์นามสกุล PDF และ DOC ของบทความที่แก้ไข สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ โทรศัพท์ : 02-807-4500-27 ต่อ 317 แฟกซ์: 02-807-4528 email : saujournalssh@sau.ac.th

รูปแบบการจัดเอกสารสำหรับตีพิมพ์ในวารสาร
SAU JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

ธัญนันท์ บุญอยู่¹, สุชาร์ตน์ บุญอยู่², ดำรงค์ ลิ้มปสายชล³
Thanyanan Boonyoo¹, Sucharat Boonyoo², Dumrong Limpasaychol³

¹อาจารย์, ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

², ³ผู้ช่วยนักวิจัย, นักวิจัยอิสระ กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

เอกสารนี้รวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้เขียนบทความในการจัดรูปแบบบทความสำหรับตีพิมพ์ในวารสาร SAU Journal of Social Sciences and Humanities ผู้เขียนบทความจำเป็นต้องจัดรูปแบบของบทความที่จะส่งเพื่อพิจารณาตามที่ระบุไว้ในเอกสารคำแนะนำนี้โดยเคร่งครัด บทความที่ไม่ได้จัดรูปแบบอย่างถูกต้องอาจถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ได้ ผู้เขียนบทความสามารถเลือกส่งบทความได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษทุกบทความที่ส่งต้องมีบทคัดย่อความยาว 100-300 คำ เนื้อหาครอบคลุมสาระโดยย่อทั้งหมดของเรื่องราว โดยใส่บทคัดย่อไว้ที่ส่วนบนสุดของหน้าแรกของบทความ โดยอยู่ถัดจากหน่วยงานของผู้เขียน จัดรูปแบบเป็นแบบ 1 คอลัมน์

คำสำคัญ: วัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม, เทคโนโลยี, การแบ่งปันความรู้

Abstract

ส่วนนี้เป็นบทคัดย่อที่นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาและความหมายตรงกันกับบทคัดย่อภาษาไทย สำหรับตีพิมพ์ในวารสาร SAU Journal of Social Sciences and Humanities ผู้เขียนบทความจำเป็นต้องจัดรูปแบบของบทความที่จะส่งเพื่อพิจารณาตามที่ระบุไว้ในเอกสารคำแนะนำนี้โดยเคร่งครัด บทความที่ไม่ได้จัดรูปแบบอย่างถูกต้องอาจถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ได้ ผู้เขียนบทความสามารถเลือกส่งบทความได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทุกบทความที่ส่งต้องมีบทคัดย่อความยาว 100-300 คำ โดยใส่บทคัดย่อไว้ที่ส่วนบนสุดของหน้าแรกของบทความ โดยอยู่ถัดจากหน่วยงานของผู้เขียน จัดรูปแบบเป็นแบบ 1 คอลัมน์

Keyword: Clan Culture, Technology, Knowledge Sharing

Corresponding Author

E-mail: xxxxxxxxx@gmail.com

1. บทนำ

เอกสารนี้รวบรวมข้อมูลที่จำเป็นในการจัดรูปแบบบทความสำหรับตีพิมพ์ในวารสาร SAU Journal of Social Sciences and Humanities เช่น รูปแบบอักษร ขนาดตัวอักษร การจัดระยะขอบ และข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โปรดปฏิบัติตามคำแนะนำที่ระบุในเอกสารนี้โดยเคร่งครัด บทความของท่านอาจถูกปฏิเสธการตีพิมพ์หากมีการจัดรูปแบบไม่ถูกต้อง หากท่านมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อฝ่ายจัดพิมพ์

2. การจัดรูปแบบของหน้ากระดาษ

บทความจะต้องได้รับการจัดรูปแบบเพื่อให้สามารถพิมพ์ลงบนกระดาษ A4 ส่วนประกอบต่าง ๆ เช่น ตัวอักษร รูปภาพ และตาราง จะต้องอยู่ภายในพื้นที่การพิมพ์โดยเว้นระยะจากขอบบน ขอบล่าง ขอบซ้าย และขอบขวาด้านละ 1 นิ้ว จัดหน้ากระดาษในรูปแบบ 1 คอลัมน์ เว้นระยะห่างระหว่างคอลัมน์ 0.5 นิ้ว กระจายตัวอักษรเต็มคอลัมน์ ใช้การกระจายแบบไทยสำหรับบทความภาษาไทย ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่มีม ขวาด้านบน และความยาวของบทความอยู่ระหว่าง 10-15 หน้า สำหรับบทความภาษาอังกฤษผู้เขียนต้องปฏิบัติตามคำแนะนำที่ให้ไว้ในวิธีการจัดรูปแบบบทความภาษาอังกฤษ

3. ชื่อบทความ

ใส่ชื่อบทความไว้ส่วนบนสุดของหน้าแรก จัดตัวอักษรให้อยู่กึ่งกลางของบรรทัด พิมพ์ชื่อบทความโดยใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 พอยท์ ตัวหนา ใส่ชื่อผู้เขียนบทความได้ชื่อเรื่องโดยเว้นระยะ 18 พอยท์ระหว่างบรรทัดชื่อบทความและบรรทัดชื่อผู้เขียนบทความ พิมพ์ชื่อผู้เขียนบทความโดยใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ตัวหนา จัดให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ จากนั้นใส่ตำแหน่ง ชื่อหน่วยงานที่ผู้เขียนบทความสังกัดได้ชื่อผู้เขียนบทความ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ พิมพ์ตำแหน่ง ชื่อหน่วยงานที่ผู้เขียนบทความสังกัด โดยใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ตัวบาง

4. เนื้อเรื่อง

เพื่อให้บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร SAU Journal of Social Sciences and Humanities เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน โปรดใช้รูปแบบและขนาดอักษรดังนี้ในการพิมพ์บทความภาษาไทย ในส่วนของเนื้อหาหลักใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ตัวบาง ในส่วนของคำบรรยายภาพและตาราง ใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ตัวบาง สำหรับย่อหน้าแรกภายใต้หัวข้อ ไม่ต้องเว้นระยะหนึ่งแท็บจากขอบซ้ายของบรรทัด ในย่อหน้าต่อไปภายใต้หัวข้อจึงเว้นระยะหนึ่งแท็บจากขอบซ้ายของบรรทัด (ดังเช่นที่แสดงในหัวข้อที่ 4 นี้)

โดยเนื้อเรื่องควรใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจง่ายและมีความชัดเจน ซึ่งภายในเนื้อเรื่องของวารสารจะประกอบด้วย บทคัดย่อ คำสำคัญ บทนำ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี) ผลการวิเคราะห์ การสรุปเชิงอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) เป็นต้น

5. หัวข้อหลัก

หัวข้อหลัก ตัวอย่างเช่น “1. บทนำ” ต้องพิมพ์ด้วยอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวหนา จัดให้อยู่ชิดขอบซ้ายของบรรทัด ใส่เครื่องหมายจุด (“.”) หลังจากตัวเลขกำกับหัวข้อหลัก เว้นระยะ 16 พอยท์ระหว่างหัวข้อหลักกับบรรทัดก่อนหน้า และไม่เว้นระยะระหว่างหัวข้อหลักกับบรรทัดใต้หัวข้อหลัก หลังจากหัวข้อหลักแล้วอาจแบ่งหัวข้อย่อยภายในหัวข้อหลักได้ ซึ่งการจัดรูปแบบของหัวข้อย่อยนั้นจะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

5.1. หัวข้อย่อย

หัวข้อย่อยให้ใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวหนา จัดชิดขอบซ้ายของบรรทัด เว้นระยะ 16 พอยท์ระหว่างหัวข้อย่อยกับบรรทัดก่อนหน้า และไม่เว้นระยะระหว่างหัวข้อย่อยกับบรรทัดใต้หัวข้อย่อย

5.1.1. หัวข้อย่อยลำดับที่สอง

ควรหลีกเลี่ยงการใช้หัวข้อย่อยลำดับที่สอง อย่างเช่นที่แสดงในย่อหน้านี้ อย่างไรก็ตามหากมีความจำเป็นต้องใช้จริง ๆ ให้พิมพ์ชื่อหัวข้อย่อยลำดับที่สองด้วยตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวหนา จัดชิดขอบซ้ายของบรรทัดในคอลัมน์ ไม่เว้นระยะระหว่างหัวข้อย่อยลำดับที่สองกับบรรทัดก่อนหน้า และไม่เว้นระยะระหว่างหัวข้อย่อยลำดับที่สองกับบรรทัดใต้หัวข้อย่อยลำดับที่สอง

ตัวอย่างของรูปภาพ

ภาพที่ 1 คำบรรยายภาพต้องอยู่ใต้ภาพ

ตารางที่ 1 คำบรรยายตารางต้องอยู่เหนือตาราง

Name	Salary	Age	BMI	Weight (kg)
Alice	20,000	21	25	30
Bob	23,500	30	32	28
Charlie	42,000	42	38	35

ที่มา. จาก.....

6. รูปภาพและตาราง

รูปภาพและตารางจะต้องจัดให้อยู่ภายในพื้นที่การพิมพ์ที่กำหนด รูปภาพ และต้องจัดสิ่งเหล่านี้ให้อยู่กึ่งกลาง รูปภาพและตารางต้องมีคำบรรยายและหมายเลขกำกับเสมอ การสร้าง กราฟ รูปภาพ หรือ Block Diagram ต่าง ๆ จะต้องเขียนด้วย Visio หรือ Excel เขียนคำบรรยายรูปภาพไว้ใต้รูปภาพ เขียนคำบรรยายตารางไว้ที่ส่วนบนของตาราง ในส่วนของคำบรรยายภาพและตาราง ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวบาง

7. สมการ

การใช้สมการในการเขียนบทความวิชาการต้องเขียนด้วย Equation สมการทุกสมการต้องเขียนหมายเลขกำกับสมการไว้ทุกสมการที่ปรากฏในบทความ โดยใส่หมายเลขสมการในเครื่องหมายวงเล็บ (ดังที่แสดงด้านล่างนี้)

$$a + b = c + 2 \quad (1)$$

เว้นระยะหนึ่งบรรทัดก่อนสมการและเว้นระยะหนึ่งบรรทัดหลังสมการ จัดสมการให้อยู่กึ่งกลางบรรทัดในคอลัมน์ ขนาดตัวอักษรและสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเขียนสมการจะต้องมีขนาดเทียบเท่ากับตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวบาง

9. รูปแบบการอ้างอิง

1. การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้เขียน ปีที่พิมพ์ และเลขหน้าเอกสารไว้ข้างหลังของข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น Green (2000, p. 5) หรือ (Green, 2000, p. 5)

2. การอ้างอิงท้ายบทความ ใส่เอกสารอ้างอิงทั้งหมดที่ส่วนท้ายสุดของบทความโดยให้อยู่ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” ภายใต้หัวข้อเอกสารอ้างอิงให้จัดลำดับเอกสารตามลำดับการอ้างอิงถึงในบทความโดยใช้ระบบการอ้างอิงแบบ APA Style เท่านั้น การเขียนบรรณานุกรมให้ใช้ตัวเลขอารบิกแบบสากลเท่านั้น **อย่าใช้เลขไทย** ดังที่แสดงไว้ในส่วนท้ายของประโยคนี้

10. เอกสารอ้างอิง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2561). *ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่*. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1search>.

ธัญนันท์ บุญอยู่. (2561). อิทธิพลของความสามารถทางนวัตกรรมในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่ถ่ายทอดอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร การมุ่งเน้นการตลาด การจัดการความรู้ และการเป็นผู้ประกอบการสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 8(ฉบับพิเศษ), 44-62.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2561, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36376.aspx>.
- Ahmed, F., Shahzad, K., Aslam, H., Bajwa, S. U., & Bahoo, R. (2016). The role of collaborative culture in knowledge sharing and creativity among employees. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 10(2), 335-358.
- Daft, R. L. (2001). *Organization theory and design*. (7th ed.). Cincinnati, OH: South Western College Publishing.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). New York: Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C., & Gudergan, S. P. (2018). *SmartPLS 3*. Retrieved March 8, 2019, from <https://www.smartpls.com/downloads>.
- Islam, M. Z., Jasimuddin, S. M., & Hasan, I. (2014). Organizational culture, structure, technology infrastructure and knowledge sharing: Empirical evidence from MNCs based in Malaysia. *Emerald*, 45(1), 67-88.

รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA Style

หนังสือทั่วไป	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ผู้แต่ง 1 คน	ธัญนันท์ บุญอยู่. (2560). <i>เอกสารประกอบการสอน MBA0203 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร</i> (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. Hair, J. F. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> (5th ed.). New York: Prentice-Hall.
ผู้แต่ง 2 คน	ธัญนันท์ บุญอยู่ และสุชารัตน์ บุญอยู่. (2560). <i>เอกสารประกอบการสอน MBA0203 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร</i>. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. Hair, J. F., & Black, W. C. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> (5th ed.). New York: Prentice-Hall.
ผู้แต่ง 3-7 คน	ธัญนันท์ บุญอยู่, สุชารัตน์ บุญอยู่ และดำรงค์ ลิ้มปสายชล. (2560). <i>เอกสารประกอบการสอน MBA0203 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร</i>. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> (5th ed.). New York: Prentice-Hall.

วารสาร	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/ปีที่ (ฉบับที่),/เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่าง

ผู้แต่ง 1 คน	กนกอร บุญมาเกิด. (2560). อิทธิพลของตัวแปรกำกับการบูรณาการความรู้ที่ถ่ายโอนความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารคนเก่งสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทย. <i>วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์</i>, 1(2), 59-69.
--------------	--

รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA Style

หนังสือทั่วไป	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ผู้แต่ง 1 คน	ธัญนันท์ บุญอยู่. (2560). <i>เอกสารประกอบการสอน MBA0203 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร</i> (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. Hair, J. F. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> (5th ed.). New York: Prentice-Hall.
ผู้แต่ง 2 คน	ธัญนันท์ บุญอยู่ และสุชารัตน์ บุญอยู่. (2560). <i>เอกสารประกอบการสอน MBA0203 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร</i>. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. Hair, J. F., & Black, W. C. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> (5th ed.). New York: Prentice-Hall.
ผู้แต่ง 3-7 คน	ธัญนันท์ บุญอยู่, สุชารัตน์ บุญอยู่ และดำรงค์ ลิ้มปสายชล. (2560). <i>เอกสารประกอบการสอน MBA0203 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร</i>. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> (5th ed.). New York: Prentice-Hall.

วารสาร	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/ปีที่ (ฉบับที่),/เลขหน้าปรากฏ.

ตัวอย่าง

ผู้แต่ง 1 คน	กนกอร บุญมาเกิด. (2560). อิทธิพลของตัวแปรกำกับการบูรณาการความรู้ที่ถ่ายโอนความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารคนเก่งสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทย. <i>วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์</i>, 1(2), 59-69.
--------------	--

Website	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียน./ (ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง./ค้นเมื่อ (วันที่ เดือน ปี พ.ศ.), จาก http://www.

ตัวอย่าง

- รูปแบบที่ 1 กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2561). *ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่*. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2561, จาก [http://www. diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1 search](http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1search).
- รูปแบบที่ 2 Department of Industrial Works. (2018). *Factory data by area*. Retrieved June 15, 2018, from [http://www. diw.go.th/hawk/content.php? mode=data11search](http://www. diw.go.th/hawk/content.php?mode=data11search).



หมายเลขบทความ
(เฉพาะเจ้าหน้าที่กรอก)

แบบฟอร์มการส่งบทความ SAU Journal of Social Sciences and Humanities

1. ประเภทของบทความ

☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการปริทรรศน์ ☐ บทความวิชาการเทคนิค ☐ บทความวิชาการพิเศษ

2. สาขาบทความที่ส่ง

☐ รัฐศาสตร์ ☐ รัฐประศาสนศาสตร์ ☐ นิติศาสตร์ ☐ เศรษฐศาสตร์
☐ การจัดการ ☐ บริหารธุรกิจ ☐ พัฒนาสังคมและการศึกษา ☐ สหวิทยาการ

3. ชื่อบทความ

ภาษาไทย.....

ภาษาอังกฤษ.....

4. ชื่อ-สกุลของผู้นิพนธ์ประสานงาน (Corresponding author).....

5. สถานที่ติดต่อของผู้นิพนธ์ประสานงาน (Corresponding author) ที่อยู่.....

โทรศัพท์.....โทรสาร..... E-mail.....

6. รายชื่อและที่อยู่ของเจ้าของบทความทั้งหมด

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย ตัวบรรจง)	ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ ตัวบรรจง)	หน่วยงาน	โทรศัพท์	E-mail
1.				
2.				
3.				

7. การรับรองบทความ

☐ ขอรับรองว่าบทความต้นฉบับนี้ยังไม่เคยได้รับการเผยแพร่และตีพิมพ์ในวารสารอื่นใดมาก่อน

ขอรับรองว่าข้อความดังกล่าวข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ.....ผู้นิพนธ์ประสานงาน

()

วัน..... เดือน..... พ.ศ.

หมายเหตุ ส่งแบบฟอร์มนี้มาพร้อมกับบทความตามช่องทางในคำแนะนำสำหรับผู้เขียน (การส่งบทความ)

