

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL

ISSN: 2630-0478 (Print) ISSN: 2773-9880 (Online)



วารสาร

สหวิทยาการสังคมศาสตร์ และการสื่อสาร

ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2564)



วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL (ISSC)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2564

ISSN: 2630 - 0478 (Print) ISSN: 2773 - 9880 (Online)

เจ้าของ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

41 หมู่ที่ 5 ถนนรักศักดิ์ชุม ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

วัตถุประสงค์

เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบบทความวิจัย บทความ วิชาการของคณาจารย์ นักศึกษา ในระดับบัณฑิตศึกษาตลอดจนนักวิชาการทั่วไปในสาขาวิชา สังคมศาสตร์สาขาวิชาครุศาสตร์สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์สาขาวิชา มนุษยศาสตร์สาขาวิชานิติศาสตร์สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชา รัฐศาสตร์สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไฉฉวี ท่องอร่าม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

รักษาราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สันติสิทธิ์ บริวังษัฏระกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวรัชชนก แพทย์นิมิตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจริญดำรง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลเนตร ทะกอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสันต์

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เสงี่ยมณี

อาจารย์ ดร.เหมือนฝัน คงสมแสง

อาจารย์ทิพนาด ชาริรักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ชันช้อย

รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล พุ่มหว่า

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรรยา เหลียวตระกูล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ชุนศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภรณ์ สันจรรย์ศักดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกริก

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ บัวเฟื่อน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาถพี ชัยมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติกร ภูมิปฐมกุล
นาวาอากาศเอก ดร.อัมพร เพ็ชรราช
อาจารย์ ดร.กฤษณะ เชื้อชัยนาท
อาจารย์ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
อาจารย์ ดร.กังวาล พองแก้ว
อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุมทโสภาค
อาจารย์ ดร.คุณิ นิลดำ
อาจารย์ ดร.วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล
อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
ดร.มนัสนันท์ พจนิจิรานกุล
นาวาอากาศเอกสาธิต ชีวงกุล
พันตำรวจเอก กฤตธัช ชนะสิทธิ์

มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาลัยการทัพอากาศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
นักวิชาการอิสระด้านนิเทศศาสตร์
วิทยาลัยการทัพอากาศ
ตำรวจภูธรจังหวัดลพบุรี

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review) ประจำปี (ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2564)

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงษ์กิตติวิบูลย์
รองศาสตราจารย์ ดร.มนทิรา จารุเพ็ง
รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุมาศ ชัดเงางาม
รองศาสตราจารย์อภิวรรณ ศรินันทนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจียดำรง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณวัฒน์ พลอยเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาวุฒิ วานิชสรรพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ว่าที่เรือตรี ดร.อุทิศ บำรุงชีพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี
นาวาอากาศ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกียรติกุลไชย จิตเอื้อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาวตรี สุขศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา สิงห์ธรรม
อาจารย์ ดร.อุริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒน์
อาจารย์ ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์
อาจารย์ ดร.ณัฐนุช จุยกาวังค์
อาจารย์ ดร.ชนิชา หมอยาดี
อาจารย์ ดร.รณิดา กาญจนะวงศ์

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
วิทยาลัยเซอัสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กองบรรณาธิการพิจารณาตรวจสอบภาษาอังกฤษ

อาจารย์อังศุมาริน สุชัยรัตนโชค
Dr.Adi Shaked

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสาวพินนภัทร์ เมธาชัยศิษฐ์

ออกแบบปก

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เลี้ยงมณี

จัดหน้า

นายณจักร วงษ์ยิม

วาระการตีพิมพ์ ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม

การจัดพิมพ์

จัดพิมพ์ฉบับละ 300 เล่ม

การเผยแพร่ฉบับ on-line

www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

การส่งต้นฉบับ

อีเมล journalofcommarts@rbru.ac.th

เว็บไซต์ www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

โทรศัพท์ 081 374 3100, 081 590 3639

พิมพ์ที่

สำนักพิมพ์คำนำ บริษัท ดีไซน์เบอรี่ จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 248/7 ซอยมิตตคาม ถนนสามเสน
แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 02-884-5933-4

ราคา

ฉบับละ 150 บาท

คำชี้แจง

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารนั้นต้องผ่านการพิจารณา
ให้ความคิดเห็นรวมทั้งตรวจแก้ไขทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้สนับสนุนและผู้สนับสนุนไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double
BlindPeer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องที่กองบรรณาธิการวารสารฯ คัดสรรก่อนลงพิมพ์อย่างน้อย 2 ท่าน

**** ข้อความ ข้อคิดเห็น หรือข้อค้นพบ ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร
เป็นของผู้เขียน ซึ่งจะต้องรับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากบทความ
และงานวิจัยนั้น ๆ โดยมิใช่ความรับผิดชอบ
ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ****

บทบรรณาธิการ

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2564) ประกอบไปด้วย **บทความวิจัย**จำนวน 9 บทความ บทความวิชาการ 1 บทความ และบทความวิจารณ์หนังสือ 1 เล่ม โดยบทความวิจัยได้แก่ 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดสมุทรปราการ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร 3) ปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี 4) กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อสังคมออนไลน์ 5) ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย 6) การคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิด 7) การศึกษาผลการเรียนรู้กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยงานและอากาศ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษา 8) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 โดยใช้ชุดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) 8) การเปิดรับ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรม การอ่านนวนิยายชายรักชายของกลุ่มสาววายไทย 9) การสื่อสารสุขภาพและการรู้เท่าทันสื่อเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในกลุ่มสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น ทางด้าน**บทความวิชาการ** คือ ความมั่นคงของมนุษย์: ศึกษากรณีความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดนและสุดท้ายคือ**บทความวิจารณ์หนังสือ** คือ เพศสภาพเป็นสิ่งเลื่อนไหลหรือไม่?

กองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ต้องขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ได้ส่งผลงานเข้ารับการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ช่วยประเมินบทความในวารสารฉบับนี้ทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้



(อาจารย์ ดร.สันตสุขสิทธิ์ บวรวิงษ์ตระกูล)

บรรณาธิการ

สารบัญ

1	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของธุรกิจ อุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดสมุทรปราการ 1 <i>พิเชษฐ อุดมสมัคร และ เขมรินทร์ ชูประดิษฐ์</i>	
2	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนารางจังหวัดพิจิตร 14 <i>ปติดา ยงประเสริฐสุข และ ชำนาญ ทองเย็น</i>	
3	ปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุ ของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี 25 <i>ศิริพร สรณาคมน์ และ ชำนาญ ทองเย็น</i>	
4	กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อสังคมออนไลน์ 34 <i>บวรสรรค์ เจียดำรง, จำเริญ คังคะศรี, ฐิรพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา และ อภิวรรณ ศิรินันทนา</i>	
5	ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในจังหวัดสุโขทัย 44 <i>อารยา คำรุณ และ ชำนาญ ทองเย็น</i>	
6	การคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในชั้นเรียน คณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิด 54 <i>สุดาทิพย์ หาญเชิงชัย และ เตือนใจ คักดีสองเมือง</i>	
7	การศึกษาผลการเรียนรู้กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษา 8 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 โดยใช้ชุดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) 65 <i>อรอนงค์ สายแก้ว</i>	

สารบัญ

8	การเปิดรับ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการอ่านนวนิยาย ชายรักชายของกลุ่มสาววายไทย	75
	ฉัตรธิดา ชูทอง	

9	การสื่อสารสุขภาพ และการรู้เท่าทันสื่อเพื่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตในกลุ่มสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี	89
	กาญจนา สมพิน และ รัชนีชีวต์ แซ่ตัน	

บทความวิชาการ

10	ความมั่นคงของมนุษย์: ศึกษากรณีความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ในโลกไร้พรมแดน	101
	สุธีราภรณ์ แสงจันทร์ศรี และ สลิลลา กลั่นเรืองแสง	

บทความวิจารณ์หนังสือ

11	บทแนะนำหนังสือเพศสภาพเป็นสิ่งที่เลื่อนไหลหรือไม่?	115
	กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ	

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร
ในจังหวัดสมุทรปราการ

Factors affecting total quality management of food industry business
in samut prakarn province

พิเชษฐ อุดมสมัค¹ เชมรินทร์ ชูประดิษฐ์²

Pichet Udomsamak and Kemmarin Chupradit

Article History

Received: January 11, 2021

Revised: February 2, 2021

Accepted: March 1, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย วัฒนธรรมแบบราชการ และ 2. ศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการเก็บข้อมูลจากพนักงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร 44 บริษัท ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งหมด 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จะได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการของครอนบัทที่ระดับ 0.738 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป นำเสนอข้อมูลด้วย จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในทิศทางเชิงบวก ได้แก่ วัฒนธรรมการปรับตัว และวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในทิศทางเชิงบวก ได้แก่ แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ และความรับผิดชอบ

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Lecturer, Department of Management, Faculty of Accounting and Management Sciences, Southeast Bangkok College,

E-mail: udomsamak.p@gmail.com *Corresponding author

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Lecturer, Department of Management, Faculty of Accounting and Management Sciences, Southeast Bangkok College

2 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์การและการสร้างแรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและหาวิธีการที่จะสนับสนุนและพัฒนาในเรื่องวัฒนธรรมองค์การและวิธีการที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับองค์การ เพื่อเพิ่มความสำเร็จในการบริหารคุณภาพโดยรวมมากขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร วัฒนธรรมองค์การ แรงจูงใจ

Abstract

The aim of this research to 1. Study the Influence of Organizational Culture including Adaptability Culture, Achievement Culture, Clan Culture, Bureaucratic Culture, and 2. Study the Influence of Motivation including Performance Success, Career Advancement, Recognition, Responsibility, and Job Description of the Total Quality Management throughout the food industry organization in Samut Prakan Province. The samples for this study were collected from 400 employees of 44 food industry establishments in Samut Prakan Province. The results were obtained from Multi-Stage Sampling. Data were collected by questionnaires. The confidence of the questionnaire by Cronbach's method was at the level of 0.738. The data were analyzed using a package program. The data were presented with frequency, percentage, mean, standard deviation, and analysis of multiple regression statistics.

The research results show that cultural factors have statistically significant influences at the level of 0.05 Total Quality Management and the positive directions are Adaptability Culture and Achievement Culture. Employee Motivation factors have statistically significant influences at the level of 0.05 Total Quality Management and the positive directions are Employee Motivation, Performance Success, Career Advancement, Recognition, and Responsibility.

The results of this research suggest that Organizational Culture and Employee Motivation affect Total Quality Management. Management should focus on and find ways to support and develop Organizational Culture and means to create Employee Motivation for the organization to increase success in Total Quality Management.

Keywords: Total Quality Management, food industry business, organizational culture, motivation

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารนับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายสำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 การที่ภาครัฐให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากเป็น อุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศมีสัดส่วนรายได้ คิดเป็นร้อยละ 8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2562) เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีจุดแข็งทางด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรที่จะใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูป เป็นอุตสาหกรรมเก่าแก่ที่มีประสบการณ์การผลิตมานาน มีค่าแรงที่ถูกกว่าประเทศอื่น และมีมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยสูง (สถาบันอาหาร อ่างใน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2559)

ในปัจจุบันการแข่งขันของตลาดโลกได้ทวีความรุนแรงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่คู่แข่งคิดขึ้นสำหรับลูกค้า องค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมนี้ จึงต้องหาเครื่องมือทางการจัดการมาใช้เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงนั้น นอกจากการปรับปรุงเรื่องสินค้าและบริการแล้ว ทางองค์กรยังต้องมีการปรับปรุงกระบวนการภายในเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป การที่จะสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นนั้น ทางองค์กรต้องทราบความต้องการของลูกค้าที่มุ่งถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ (Rudzki, 2004)

Eugenia (2010) ได้กล่าวไว้ว่าการที่องค์กรจะมุ่งคุณภาพของสินค้าและบริการนั้น จะต้องมีการจัดการที่เรียกว่าการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management-TQM) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dean และ Bowen (1994) ที่ระบุว่าการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรควรจะต้องจัดให้มีในทุกๆ อุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมการผลิต บริการ การศึกษา และภาครัฐ เป็นต้น หากองค์กรใดสามารถนำระบบ TQM มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้องค์กรมีผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ลดต้นทุนสินค้า และสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีผลประกอบการที่ดีขึ้น (Garcia-Bernal, 2009)

จังหวัดสมุทรปราการนับว่ามีศักยภาพและโอกาสที่ดีทางเศรษฐกิจซึ่งมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดสูงเป็นอันดับที่

4 ของประเทศ รองจากกรุงเทพมหานคร ระยอง และชลบุรี ตามลำดับ และยังเป็นจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย เนื่องจากมีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ และยังเป็นแหล่งวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นคลังสินค้าที่สำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางการขนส่ง ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มทุนนิยมเข้ามาประกอบกิจการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก (สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรปราการ, 2562) หนึ่งในจำนวนอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อจังหวัดสมุทรปราการได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร ที่จะต้องคำนึงถึงคุณภาพการผลิต เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการบริโภคของผู้บริโภค องค์กรภาครัฐได้ออกแนวปฏิบัติต่าง ๆ ให้กับโรงงานผลิตอาหาร เพื่อเป็นการป้องกัน กำจัด หรือลดความเสี่ยงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บริโภค ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาว่า พนักงานทุกระดับขององค์กรมีส่วนร่วมในการบริหารคุณภาพในด้านต่างๆ มากหรือน้อยเพียงใด และปัจจัยของวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อการบริหารคุณภาพอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย วัฒนธรรมแบบราชการ ที่มีผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ

นิยามศัพท์

การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) หมายถึง การจัดการคุณภาพโดยมุ่งเน้นที่คุณภาพทั่วทั้งองค์กร เริ่มตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบจนกระทั่งถึงลูกค้า เพื่อมุ่งเน้นสู่ความเป็นเลิศในการผลิตสินค้าและบริการ

4 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

ที่มีความสำคัญต่อลูกค้า

อุตสาหกรรมอาหาร (Food industry) หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคเกษตร ได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตอาหาร โดยอาศัยเทคโนโลยีการแปรรูปอาหารและการถนอมอาหาร ตลอดจนเทคโนโลยีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปอาหาร (food processing equipment) บรรจุภัณฑ์อาหาร (packaging) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อาหารให้ได้ปริมาณ มากๆ มีคุณภาพสม่ำเสมอ ปลอดภัย และสะดวกต่อการบริโภค หรือการนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจาก พืช ปศุสัตว์ และประมง

วัฒนธรรมองค์การ (Corporate Culture) หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ แนวปฏิบัติ บทบาท และหน้าที่ ของสมาชิกในองค์การ ซึ่งประกอบด้วย ระดับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ระดับความเสี่ยง ระดับความร่วมมือ ระดับการควบคุม ลักษณะการจัดการความขัดแย้ง รูปแบบการสื่อสาร ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือการให้ความสนใจคนกับงาน การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การทำงานเชิงรุก

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่ถูกกระตุ้นหรือผลักดันโดยปัจจัยต่างๆ จนก่อให้เกิดความพยายามและความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานให้ด้วยความเต็มใจและให้บรรลุผลสำเร็จได้

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ทำการศึกษาในบริบทของทฤษฎีและแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดสมุทรปราการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจำกัดการศึกษาดังนี้

ตัวแปรต้น คือ

- วัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย วัฒนธรรมแบบราชการ

- แรงจูงใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ลักษณะงานที่ทำ

ตัวแปรตาม คือ

- การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ ประกอบด้วย การมุ่งเน้นที่ลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการ การทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วมของพนักงาน การบริหารงานด้วยข้อมูล ความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดสมุทรปราการ ใช้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาดังนี้

ประชากร คือ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร มีจำนวน 295 แห่ง กระจายอยู่ใน 6 อำเภอ ของจังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 295 แห่ง จากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) จากโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพนักงานที่ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 295 แห่ง และเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลวิจัยในช่วงระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ ถึง กันยายน 2563

สมมติฐานของการวิจัย

1. วัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย วัฒนธรรมแบบราชการ มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

2. แรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ลักษณะงานที่ทำ มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ของ
ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ

1. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร
คุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM)
จากแนวคิดและหลักการบริหารคุณภาพทั่วทั้ง
องค์กร (TQM) ของนักวิชาการสามารถวิเคราะห์หลักการ
บริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบหลักของการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) จากนักวิชาการ

รายการ	นักวิชาการ											หมายเหตุ
	Tobin	Wilkinson and Witcher	Demirbag and Arumugam	Jammal	Mosadeghrad and Catalin	Remasamy	Dean&Brown ; McChester&Ugwuja	Harrington	John Oakland	Rosemann and Forster	Ouek ; Yusof ; Andrie	
1. การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง	/		/			/	/	/	/	/		7
2. มุ่งเน้นไปที่ลูกค้า		/	/	/	/	/	/	/		/	/	9
3. การทำงานเป็นทีม						/	/	/	/			4
4. การมีส่วนร่วมของพนักงาน	/	/	/			/			/			5
5. การบริหารงานด้วยข้อมูล			/	/	/	/				/		5
6. ความสัมพันธ์กับลูกค้า		/	/		/	/		/	/			6
7. การฝึกอบรม						/		/	/		/	4

จากตารางที่ 1 พบว่ามีหลักการ 3 ประการที่นัก
วิชาการส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกัน ซึ่งได้แก่ 1) การมุ่ง
เน้นไปที่ลูกค้า 2) การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง และ
3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการ
หลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องการบริหารคุณภาพ
ทั่วทั้งองค์กร (TQM) ตามลำดับ
สรุป จากหลักการและแนวคิดการบริหารคุณภาพทั่ว
ทั้งองค์กร สามารถวิเคราะห์หลักการที่สำคัญที่เป็นปัจจัยใน
การนำระบบการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) มาบริ
หารในองค์กร โดยการมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า มีการพัฒนาปรับปรุง

กระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง องค์การสร้างความสัมพันธ์ที่
ดีกับลูกค้า การส่งเสริมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนา
องค์กร เน้นการบริหารงานด้วยข้อมูลโดยการจัดเก็บข้อมูล
การเรียกใช้ข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการใช้งานที่
รวดเร็ว ซึ่งจัดเก็บในลักษณะของฐานข้อมูล นอกจากนี้ควรมี
การส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรโดยการฝึกอบรมและเน้น
การทำงานเป็นทีม
2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม
องค์กรเน้นคุณภาพ
ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยศึกษาวัฒนธรรมองค์กร ประกอบ

6 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

ด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย วัฒนธรรมแบบราชการ ที่มีผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ เพราะวัฒนธรรมองค์กรเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้ การสร้างและพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นด้วยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับองค์กรให้เกิดค่านิยมร่วม เพื่อความสำเร็จความแข็งแกร่งขององค์กรอย่างยั่งยืน

3. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ

สรุปได้ว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการที่จะกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอย่างมีจุดมุ่งหมาย และพฤติกรรมนั้นยังคงอยู่ เพราะพฤติกรรมทั้งหมดถูกกระตุ้นโดยความต้องการ ซึ่งแรงจูงใจจะเกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอกเป็นได้ทั้งแรงจูงใจทางร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งการกระทำกิจกรรมใด ๆ ของบุคลากร จะสำเร็จได้ถ้าบุคลากรนั้นมีแรงจูงใจเพียงพอ ดังนั้น ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมอาหาร ของจังหวัดสมุทรปราการ การสร้างแรงจูงใจของบุคลากรจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ซึ่งบุคลากรแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันทั้งบุคลิกภาพ ความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ตลอดจนการรับรู้ ดังนั้น หากสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์กรได้แล้ว ก็เป็นเครื่องแสดงว่าสามารถบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้ เนื่องจากการกระทำใด ๆ ที่ต้องการความสำเร็จ แรงจูงใจของบุคลากรก็จะเป็นส่วนสำคัญในการเป็นสื่อให้นำแนวคิดนั้นไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

วิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มพนักงาน

ที่ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) จากโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา หน่วยงานที่สังกัด และระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านวัฒนธรรมขององค์กร ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย และวัฒนธรรมแบบราชการ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ทำ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ประกอบด้วย การมุ่งเน้นที่ลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการ การทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วมของพนักงาน การบริหารงานด้วยข้อมูล และความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบค่าความถูกต้อง (Validity) และความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม (Reliability) นั้นมีค่า IOC

เท่ากับ 0.92 ในการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักนั้น มีค่าเท่ากับ 0.74 ดังนั้นแบบสอบถามนี้จึงมีความน่าเชื่อถือสูงมากและนำไปใช้ได้ดี

4. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถ

ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regress)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัย
วัฒนธรรมองค์กร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. วัฒนธรรมการปรับตัว	3.69	0.870	มาก
2. วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ	3.98	0.784	มาก
3. วัฒนธรรมแบบเครือข่าย	3.76	0.956	มาก
4. วัฒนธรรมแบบราชการ	3.80	0.813	มาก
รวม	3.81	0.856	มาก

(n=400)

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความคิดเห็นของพนักงาน
โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ มีระดับ
ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.856 เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้านพบว่า เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นของพนักงานจาก
มากไปน้อยพบว่า มากที่สุดคือด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.784 รองลงมา

ด้านวัฒนธรรมแบบราชการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.813 ด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.956 และพนักงานมีระดับความ
คิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านวัฒนธรรมการปรับตัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.870

2. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจ
ในการทำงาน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจ	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	4.03	0.689	มาก
2. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	3.68	0.885	มาก
3. ด้านการยอมรับนับถือ	3.84	0.775	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	4.08	0.702	มาก
5. ด้านลักษณะงานที่ทำ	3.86	0.756	มาก
รวม	3.90	0.761	มาก

(n=400)

8 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับความคิดเห็นของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.761 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นของพนักงานจากมากไปน้อยพบว่า มากที่สุดคือด้านความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.702 รองลงมาด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.689 ด้านลักษณะงานที่ทำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.756 ด้านการยอมรับนับถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.775 และพนักงานมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.885

3. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบหลักของการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM)

การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า	4.05	.807	มาก
2. ด้านการปรับปรุงกระบวนการ	3.93	.853	มาก
3. ด้านการทำงานเป็นทีม	3.96	0.810	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน	3.56	.994	มาก
5. ด้านการบริหารงานด้วยข้อมูล	3.99	.843	มาก
6. ด้านความสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้ขายวัตถุดิบ	3.96	.824	มาก
รวม	3.86	.756	มาก

(n=400)

จากตารางที่ 4 พบว่าระดับความคิดเห็นของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.756 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นของพนักงานจากมากไปน้อยพบว่า มากที่สุดคือด้านความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.702 รองลงมาด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.689 ด้านลักษณะงานที่ทำ ค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.756 ด้านการยอมรับนับถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.775 และพนักงานมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.885

4. ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาปัจจัยวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร

ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	1.266	.142			8.927	.000
วัฒนธรรมการปรับตัว	.215	.044	.257		4.897	.000*
วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ	.347	.049	.387		7.053	.000*
วัฒนธรรมแบบเครือญาติ	.054	.033	.077		1.628	.104
วัฒนธรรมแบบราชการ	.071	.042	.082		1.679	.094

R² = .484, SEE = .415, F = 94.549, Sig. of F = .000, Durbin-Watson = 1.843

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่าวัฒนธรรมการปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย และวัฒนธรรมแบบราชการ รวมกันสามารถอธิบายตัวแปรด้านการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรได้ร้อยละ 48.4 โดยที่วัฒนธรรมการปรับตัวและวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีอิทธิพลต่อตัวแปรการบริหาร

คุณภาพทั่วทั้งองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในทิศทางเชิงบวก และวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีอิทธิพลที่สูงกว่า ($B = .347$)

5. ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาปัจจัยแรงจูงใจที่สูง
ผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร

ปัจจัยแรงจูงใจ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.582	.161		3.623	.000
ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	.379	.052	.052	7.343	.000*
ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	.269	.037	.037	7.364	.000*
การยอมรับนับถือ	-.160	.048	.048	-3.367	.001*
ความรับผิดชอบ	.279	.048	.048	5.766	.000*
ลักษณะงานที่ทำ	.076	.042	.042	1.829	.068

R² = .547, SEE = .388, F = 97.480, Sig. of F = .000, Durbin-Watson = 1.918

จากตารางที่ 6 พบว่าแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ทำ รวมกันสามารถอธิบายตัวแปรด้านการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การได้ร้อยละ 54.7 โดยที่แรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ และความรับผิดชอบ มีอิทธิพลต่อตัวแปรการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในทิศทางเชิงบวก และแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลที่สูงกว่า ($B = .379$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถนำผลมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ พบว่ากลุ่มตัวอย่างในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดสมุทรปราการ โดยส่วนมากจะมีความคิดเห็นต่อปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ มากที่สุดคือ วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ Richard L. Daft (2010) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายขององค์การที่ชัดเจน เป็นเรื่องที่ผู้บริหารให้ความสำคัญโดยมุ่งที่ผลสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์การกำหนดไว้ตามแผน วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จจึงเน้นเกี่ยวกับค่านิยมแบบมุ่งการแข่งขันเชิงรุก ความสามารถในการคิดริเริ่มของบุคคล และความพึงพอใจต่อการทำงานหนักในระยะเวลาที่ยาวนานจนกว่าจะบรรลุผลตามเป้าหมายที่องค์การตั้งไว้ วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งความสำเร็จจึงเกี่ยวกับค่านิยมร่วมโดยให้สมาชิกขององค์การเกิดพฤติกรรมการแข่งขันในการปฏิบัติงาน เสริมสร้างผลงานเชิงรุก การมุ่งมั่น เอาใจใส่จริงจัง การทำให้เสร็จสมบูรณ์ผลงานดีที่สุด เกิดความขยันขันแข็งมีการริเริ่มในระดับบุคคล เพื่อมุ่งไปสู่ชัยชนะ และความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ

2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดสมุทรปราการ โดยส่วนมากจะมีความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมากที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบ อธิบายได้ว่าพนักงาน

พึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน พึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่บุคคลอื่นปฏิบัติไม่ได้ การได้อำนาจในการรับผิดชอบงาน และมีอิสระในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่เนื่องจากบางองค์การนำนโยบายในการพิจารณาการขึ้นเงินเดือนจากผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นสำคัญ โดยพิจารณาจากงานที่พนักงานรับผิดชอบและความสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมาย ดังนั้นการมอบหมายกระจายอำนาจให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติแล้วต้องให้อำนาจในการตัดสินใจด้วย โดยการติดตามดูแลงานเป็นระยะห่างๆ ให้คำปรึกษาแนะนำเป็นพี่เลี้ยงให้ เมื่อเกิดปัญหาช่วยหาแนวทางแก้ไข ปัญหา การสร้างแรงจูงใจถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกองค์การควรกระทำเพราะความรับผิดชอบต่อหน้าที่เป็นคุณสมบัติที่ดีของพนักงาน ให้ผู้ร่วมงานเกิดความรู้อิหรืรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน เป็นการกระตุ้นจิตสำนึกของผู้ทำงานได้เป็นอย่างดีเพื่อหน้าที่ โดยไม่ได้นึกถึงรางวัลหรือผลประโยชน์ให้มาก ขอให้ถือว่าการทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์เป็นรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทร์ จันทน์หอม (2557) ได้ศึกษาวิจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดธนาคารออมสินเขตกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่ามีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบหลักของการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ (TQM) กลุ่มตัวอย่างในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดสมุทรปราการ โดยส่วนมากจะมีความคิดเห็นต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ (TQM) อยู่ในระดับมากทุกด้าน ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบหลักของการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ (TQM) มากที่สุดคือ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็ผลมาจากปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ฉะนั้น การมุ่งเน้นที่ลูกค้าจึงมีความสำคัญมากที่สุดที่พนักงานทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า พนักงานจะต้องมีค่านิยมร่วมกันในการตระหนักถึงความสำคัญ ของการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า แต่เนื่องจากคุณภาพมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อให้การบริการมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานและตรงตาม

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการทุกยุคทุกสมัย พนักงานจะต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองการให้บริการที่รวดเร็วและตอบสนองลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ จึงจะสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจ นำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร และความอยู่รอดของบริษัทต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุตราตัน คงสม (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเจตคติของผู้ประกอบการขององค์กรในการนำเอาระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) เข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร พบว่าการให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลให้องค์กรนำระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) เข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ตามเจตคติของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเป็นภาวะผู้นำและความมุ่งมั่น ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีระดับความสำคัญมาก

4. ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมการปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ วัฒนธรรมแบบเครือข่าย และวัฒนธรรมแบบราชการ รวมกันสามารถอธิบายตัวแปรด้านการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรได้ร้อยละ 48.4 โดยที่วัฒนธรรมการปรับตัวและวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีอิทธิพลต่อตัวแปรการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในทิศทางเชิงบวก และวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีอิทธิพลที่สูงกว่า ($B = .347$) ด้านวัฒนธรรมการปรับตัว มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรนั้น เนื่องจากบุคลากรในอุตสาหกรรมอาหารต้องปรับตัวในการทำงาน และต้องมุ่งเน้นการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ปรับตัวเข้ากับคนอื่น ปรับตัวตามสถานการณ์ต่างๆ ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการทำงาน กล้าคิด กล้าทำ สามารถสร้างวัฒนธรรมการปรับตัวได้ เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันของตลาดโลกได้ทวีความรุนแรงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค และนวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่คู่แข่งคิดขึ้นสำหรับลูกค้า องค์กรต่างๆ ในอุตสาหกรรมนี้ จึงต้องหาเครื่องมือทางการจัดการมาใช้เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณัญญา สังขวิระกุล และคณะ (2561) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร กรณีศึกษาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์นิสสันในประเทศไทย พบว่าด้านวัฒนธรรมองค์กรเชิงกลยุทธ์แบบปรับตัว มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรผู้แทนจำหน่ายรถยนต์นิสสันในประเทศไทย เนื่องจากองค์กรมีการจัดการตัดสินใจอย่างเป็นธรรมโดยถือเป็นนโยบายสำคัญ ในการดำเนินงานที่ทุกคนรับทราบและปฏิบัติ และมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลง ประเมินสถานการณ์และปรับเปลี่ยนลักษณะการมีส่วนร่วม มีการดูแลเอาใจใส่พนักงานอย่างเมตตาและเป็นธรรม ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งผลสำเร็จมีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรในระดับที่สูงที่สุดนั้น เนื่องจากผู้นำองค์กรในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร เน้นให้มีการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ มีความกระตือรือร้น และมีความสุขในการทำงาน เน้นการทำงานอย่างสร้างสรรค์ สร้างค่านิยมในการทำงานที่มุ่งความสำเร็จและความพึงพอใจในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เน้นการทำงานเป็นทีม สัมพันธภาพระหว่างผู้ร่วมงาน และมีความรู้สึกว่าจะงานท้าทายความสามารถอยู่ตลอดเวลา ทำให้บุคลากรในองค์กรเกิดการพัฒนาในการเรียนรู้ การทำงานร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายขององค์กร

5. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และลักษณะงานที่ทำ รวมกันสามารถอธิบายตัวแปรด้านการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรได้ร้อยละ 54.7 โดยที่แรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ และความรับผิดชอบ มีอิทธิพลต่อตัวแปรการบริหารคุณภาพทั่วทั้ง

12 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

องค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในทิศทางเชิงบวก และแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลที่สูงกว่า ($B = .379$) ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน มีอิทธิพลทางบวกต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ เนื่องจากแรงจูงใจเป็นเหมือนแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ในการทำงานใด ๆ ก็ตาม ถ้าบุคลากรมีแรงจูงใจในการทำงาน ย่อมทำให้บุคลากรเกิดความขยันขันแข็งและกระตือรือร้นมากขึ้น จะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทำงานให้เกิดความเจริญก้าวหน้า องค์การใดที่มีทรัพยากรบุคคลซึ่งมีแรงจูงใจในการทำงานสูง ก็ย่อมส่งผลให้องค์การนั้นๆ บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณัญญา สัจจวิระกุล และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและการสนับสนุนจากองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพในการปฏิบัติงานผ่านความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรโรงพยาบาลนครธนพบว่าแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร และแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์การ แรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การในระดับที่สูงที่สุด เพราะว่าผู้บริหารให้ความสำคัญกับ

ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน คือการทำงานอย่างเต็มที่ โดยมุ่งหวังให้งานที่ปฏิบัตินั้นประสบความสำเร็จอย่างมีคุณภาพ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมด้านตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การองค์การ เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมการทำงานองค์การข้ามชาติ ค่านิยมในการทำงาน
2. ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างองค์การที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตกับองค์การที่เป็นอุตสาหกรรมบริการ เพื่อเปรียบเทียบถึงปัจจัยวัฒนธรรมองค์การและปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การที่มีลักษณะแตกต่างกัน ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เพื่อให้มีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ ในด้านที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์การและแรงจูงใจในการทำงานให้เหมาะสมกับองค์การที่มีบริบทที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2559, 9 เมษายน). *อุตสาหกรรมเป้าหมายของบีโอไอ*. https://www.boi.go.th/upload/content/BOI_Feb59_18000.pdf
- คุณัญญา สัจจวิระกุล และ การุณ พงศ์ศาสตร์. (2561). วัฒนธรรมองค์กรเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร กรณีศึกษาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในสสันในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*. 12(1), 1-10.
- นรินทร์ จันทน์หอม. (2557). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในสังกัดธนาคารออมสินเขตกาฬสินธุ์. *วารสารการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 12(1), 1-10.
- สุดารัตน์ คงสม. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อเจตคติของผู้ประกอบการขององค์การในการนำเอาระบบบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ [TQM] เข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมผลิต ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร*. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรปราการ. (2562, 16 พฤษภาคม). *สถิติอุตสาหกรรมผลิต*. <http://smprakan.nso.go.th/>
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2562, 3 มิถุนายน). *ทิศทางและนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สำคัญ*. <http://www.oie.go.th>
- Dean, J. W. and Bowen, D. E. (1994). Management Theory and Total Quality: Improving Research and Practice through Theory Development. *The Academy of Management Review*. 19(3), 392-418.

- Eugenia, N. (2010). Quality Improvement in a Global Competitive Marketplace Success Story from Nigeria. *International journal of business and management*. 5(1), 211-218.
- Garcia-Bernal, J. et al. (2009). Total Quality Management in Firms: Evidence from Spain. *The Total Quality Management Journal*. 11(3), 20-34.
- Richard L Daft. (2010). *Organization Theory and Design*. (10th ed.). Australia, Thomson: South-Western.
- Rudzki, R. A. (2004). The Advantages of Partnering Well. *Supply Chain Management Review*. 8(2), 44-51.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

อำเภอบึงนารางจังหวัดพิจิตร

Factors affecting the service quality provided by the provincial electricity authority bueng na rang district, phichit province

ปัทิดา ยงประเสริฐสุข¹ ชำนาญ ทองเย็น²

Pathida Youngprasertsuk and Chumnann Thongyen

Article History

Received: November 13, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร และเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์แบบ Multiple Regression Analysis กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีลำดับแรกคือ ด้านราคา รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพการให้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

¹⁻² สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Faculty of Business Administration and Accounting, Phitsanulok University

Email: primmy_y@hotmail.com *Corresponding author

Abstract

The purposes of this study were to study factors affecting the service quality provided by the Provincial Electricity Authority, Bueng Na Rang District, Phichit Province and to study the service quality of the Provincial Electricity Authority, Bueng Narang District, Phichit Province. The sample group used in this research was a convenience sample of 400 people. Questionnaires were used to collect data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression. Statistical significance was determined at a 0.05 level.

The research results were that the factors affecting the service quality provided by the Provincial Electricity Authority, Bueng Na Rang District, Phichit Province were generally classified at a high level. The first-order multiple regression model used price, product, personnel, marketing, promotion, service process, distribution channel, and physical characteristics to predict service marketing mix factors related to service quality at the Provincial Electricity Authority, Bueng Na Rang District, Phichit Province. 5 variables Product, service process, price, marketing promotion, and personnel were statistically significant. As for the factors that do not significantly affect the service quality of the Provincial Electricity Authority, Bueng Na Rang District, Phichit Province, 2 factors, distribution channel and physical characteristics, were not significant at a 0.05 level.

Keywords: Service Marketing Mix, Service Quality, Provincial Electricity Authority

บทนำ

ไฟฟ้าเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่ประชาชนพึงได้รับจากภาครัฐเพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของประชาชนเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินซึ่งปริมาณความต้องการการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นตลอดเวลาส่งผลโดยตรงกับแนวทางการดำเนินงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเพื่อตอบสนองความต้องการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้สอดคล้องตามภารกิจหลักขององค์กร ดังนั้นการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจึงมีการวางแผนพัฒนาระบบการบริการและมีการจัดทำโครงการต่างๆ เช่น ในด้านการให้บริการมีการเพิ่มจุดชำระค่าบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ การพัฒนาระบบปฏิบัติการต่างๆ บนเว็บไซต์และมือถือ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลตรวจสอบยอดเงินค่าใช้ไฟฟ้า ตลอดจนสามารถชำระค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ มีการให้บริการแนะนำการใช้ไฟฟ้า มีโครงการการไฟฟ้าสัญจร ที่พนักงานการไฟฟ้าแต่ละเขตออกพื้นที่ตั้งจุดรับบริการให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่ประชาชนในเรื่องของอุปกรณ์ไฟฟ้าและ

ระบบไฟฟ้าภายในบ้าน นอกจากนี้ในด้านระบบไฟฟ้า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีการพัฒนาระบบไฟฟ้าโดยวิธีการต่างๆ เช่น การจัดอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการทำงาน การลงทุนในอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูงชนิดต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดปัญหาการขัดข้องของระบบไฟฟ้า (สมเกียรติ อนุวัชมงคล, 2558)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร สังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคเหนือ ในฐานะหน่วยงานที่ให้บริการไฟฟ้าแก่ประชาชนในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ได้ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการ และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งการขยายเขตระบบจำหน่าย การติดตั้งมิเตอร์ การแก้ไขกระแสไฟฟ้าขัดข้อง และการรับชำระค่ากระแสไฟฟ้า เพื่อให้ผู้ใช้ไฟฟ้าได้รับความพึงพอใจในการบริการ แต่จากการดำเนินการที่ผ่านมายังปรากฏข้อร้องเรียนจากผู้ใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าเกี่ยวกับปัญหาไฟฟ้าดับ ไฟฟ้าตก ขั้วตอนและระเบียบการบริการยุ่งยาก บริการล่าช้า พนักงานทำงานผิดพลาด หรือเครื่องมือไม่ทันสมัยอยู่เสมอ ดังนั้นเพื่อให้การบริการเป็นไปด้วยความ

สมบูรณ์และมีความพร้อมอยู่เสมอ ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานในการที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนางานด้านการให้บริการผู้ใช้ไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร

นิยามศัพท์

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการด้านต่างๆ ที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร จัดให้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ไฟฟ้าให้เป็นไปตามเป้าหมาย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน สภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน เอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ผลงานการให้บริการที่ลูกค้าสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร คือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้เข้ามาใช้บริการที่สำนักงานไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน ได้จากการคำนวณจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร

4. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

- 4.1 ตัวแปรอิสระที่ทำการศึกษาคือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ

- 4.2 ตัวแปรตามที่ทำการศึกษาคือ คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นของลูกค้าและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการศึกษารายวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 5 เดือน

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถ ควบคุมได้ และนำมาใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Kotler, 1997, p. 92) เป็นแนวคิดที่มีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อใช้ ในการดำเนินงาน

โดยให้สอดคล้องกับธุรกิจและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เรียกส่วนประสมทางการตลาดว่า 7 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, บุคลากร, กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง (Excellent Service) ซึ่งตรง กับความต้องการที่คาดหวังไว้และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพ การบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความ เป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และ เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่างๆ ป้ายประกาศ ความสะอาด และความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าว จะช่วย ให้ลูกค้ารับรู้ว่ามี ความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ กับลูกค้างานบริการที่มอบหมาย ให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ และสามารถช่วย แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะ ช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้า แล้วต้องรีบต้อนรับต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่าง ไม่ละเลย ความรวดเร็ว จะต้องมาจากพนักงาน และ กระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มี ความรู้ความสามารถในการให้

ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละราย ด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบาง เรื่อง ใช้เป็นแนวทาง การให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัลย์ลิกา ศิริรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์บางเขต การประปานครหลวง ผลจากการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านสถานที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (ที่จอดรถ ที่นั่งรอ น้ำดื่ม สื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร ฯลฯ) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านกระบวนการให้บริการ ความเร็วในการให้บริการ ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการและการตอบข้อสงสัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เพราะมีการปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ง่ายขึ้น โดยมีการนำเอาระบบการบริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียวมาใช้บริการให้แก่ประชาชน

รวีวรรณ ไปตระกูล (2558) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่กลุ่มงานทะเบียนประวัติผู้ใช้ไฟฟ้าการไฟฟ้านครหลวงเขตบางขุนเทียน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่อเจ้าหน้าที่กลุ่มงานทะเบียนประวัติผู้ใช้ไฟฟ้า การไฟฟ้านครหลวง เขตบางขุนเทียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจด้านการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในความพึงพอใจระดับมาก รองลงมาคือความพึงพอใจด้านการบริการของเจ้าหน้าที่และความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการอยู่ในความพึงพอใจระดับมาก

จรัสพงษ์ จงมีสุข (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่การให้

บริการของการไฟฟ้านครหลวง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพมี ผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตการให้บริการของการ ไฟฟ้านครหลวง ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่ม ได้แก่ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยและ อัตราค่าไฟฟ้าเฉลี่ยนั้น พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทุกปัจจัยข้างต้นมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ไฟฟ้า ประเภทบ้านอยู่อาศัยในเขตการให้บริการของการไฟฟ้า นครหลวง

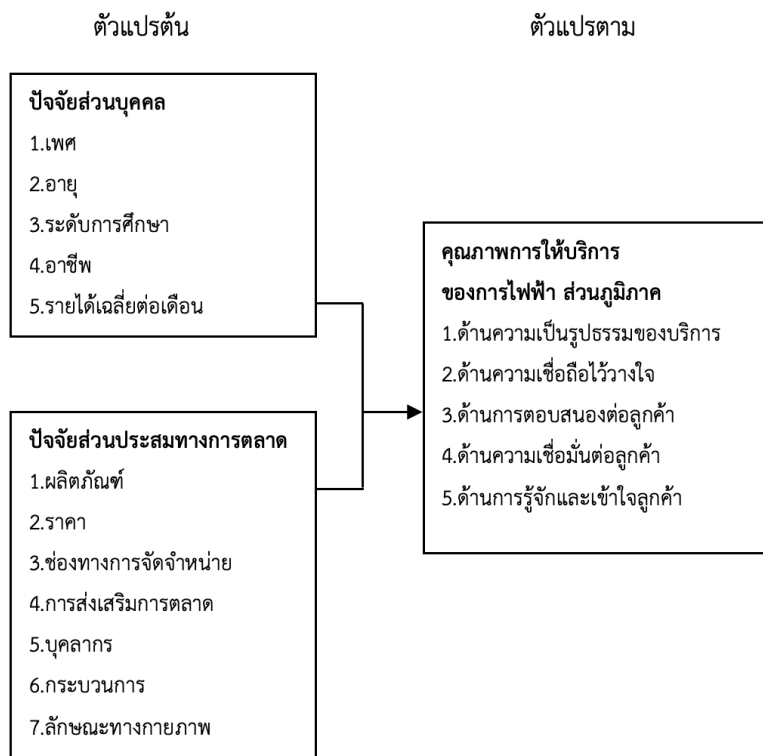
สมเกียรติ อนวัชมงคล (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพในการ ให้บริการลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลาจะช่วยให้ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องมีการ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในด้านต่างๆ ให้เหลือเท่าที่จำเป็น เพื่อ ไม่เป็นภาระในทางปฏิบัติมากเกินไป ความคิดเห็นในการใช้ บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุดรธานีที่มีความเห็น ว่าคุณภาพการให้บริการลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดง ให้เห็นว่าหน่วยงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีผลสำเร็จของงาน บรรลุตามวัตถุประสงค์เป็นที่น่าพึงพอใจและปฏิบัติตามขั้นตอนของระเบียบถูกต้องครบถ้วนทันเวลาตามที่กำหนด มีการแบ่งงานกันตรงตามสายงาน และปริมาณงานที่เหมาะสม มีการใช้ทรัพยากร อย่างประหยัด คุ่มค่า และยังสามารถปฏิบัติงาน ในสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว

ศุภกัญญา จันทรุกษา (2558) คุณภาพ การให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต อำเภอมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจ ต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วน ภูมิภาคในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือด้านบุคลากร ด้านกลยุทธ์การให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และค่าใช้จ่ายของ ผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และการ ให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการและด้านสถานที่และ การจัดสภาพแวดล้อมตามลำดับ และจากการ

ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีอายุ สถานภาพสมรส ค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้า โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความ พึงพอใจแตกต่างกันในภาพรวมและรายด้านและผู้ใช้ไฟฟ้าที่มี เพศ ระดับการศึกษาสูงสุดที่รับรายได้ต่อเดือน ลักษณะของ สถานที่ใช้บริการ ขนาดมิเตอร์ที่ใช้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ในภาพรวม ดังนั้น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต อำเภอมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ควรพัฒนาการ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง

นิตยา คำสวนจิก (2559) ศึกษาเรื่องคุณภาพการ ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า พบว่าปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความน่า เชื่อถือ และด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพ การให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้าและด้านการให้ความ มั่นใจแก่ลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ องค์การคลังสินค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร
2. เพื่อทราบถึงคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร
3. สามารถนำผลการศึกษางานวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพหรือยกระดับการให้บริการต่าง ๆ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ไฟฟ้าที่มาใช้บริการที่สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ William.G.Cochran โดยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 %และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 5% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจำนวน 400 คน เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งได้มีการหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยการใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.813 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น เพราะได้ค่ามากกว่าค่ามาตรฐาน 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ คือสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ

ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และด้านคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดย นำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์แบบ Multiple Regression Analysis กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่มาใช้บริการที่สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ด้านเพศ มีเพศชายคิดเป็นร้อยละ 28.25 และมีเพศหญิงจำนวนร้อยละ 71.75 ด้านอายุ มีอายุ 21-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.50 ด้านระดับการศึกษา มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 ด้านอาชีพ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.75 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.50

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ ได้ผลวิเคราะห์ตามตารางที่ 1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	0.74	มาก	2
ด้านราคา	4.07	0.73	มาก	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91	0.72	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	0.73	มาก	4
ด้านบุคลากร	4.01	0.73	มาก	3
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	0.70	มาก	5
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.87	0.73	มาก	7
รวม	3.97	0.73	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ใช้ไฟฟ้าที่มาใช้บริการที่สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ให้ระดับความเห็นในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลำดับแรกคือด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 จัดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (0.74) จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (0.73) จัดอยู่ในระดับมาก, ด้าน การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (0.730) จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (0.70) จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (0.72) จัดอยู่ในระดับมากและ ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (0.73) จัดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้แก่ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ได้ผลวิเคราะห์ตามตารางที่ 2

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.02	0.72	มาก	4
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	4.08	0.72	มาก	1
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.03	0.72	มาก	3
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.05	0.73	มาก	2
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.01	0.72	มาก	5
รวม	4.04	0.72	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มาใช้บริการที่สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ให้ระดับความเห็นคุณภาพการให้บริการในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องด้านความเชื่อถือไว้วางใจ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (0.72) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.05 (0.73), ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.03 (0.72), ด้านความเป็นรูปธรรมของ

บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.02 (0.72)และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.01 (0.72) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ได้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามตารางที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	β	Beta	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ	0.114	0.038	2.029	0.041*
ด้านราคา	0.232	0.076	2.230	0.046*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.025	0.063	2.086	0.647
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.133	0.054	1.642	0.037*
ด้านบุคลากร	0.227	0.157	2.261	0.028*
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.019	0.082	0.633	0.031*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.284	0.078	2.252	0.054

Adjusted R²= 0.357, F = 14.591, sig=0.000, มีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการบริการ ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร มี 5 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ($\beta = 0.114$ Sig 0.041*) ด้านราคา ($\beta = 0.232$ Sig 0.046) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.133$ Sig 0.037*) ด้านบุคลากร ($\beta = 0.227$ Sig 0.028*) และด้านกระบวนการให้บริการ ($\beta = 0.019$ Sig 0.031) และปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมี 2 ด้านได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.025$ Sig 0.647) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.284$ Sig 0.054) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มาใช้บริการที่สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในเขตอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร ให้ระดับความเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร พบว่า ลำดับแรกคือด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด,ด้านกระบวนการให้บริการ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับและ ในการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร มี 2 ด้านได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีรายละเอียดแยกเป็นรายชื่อ ดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าผ่านการทดสอบ มีมาตรฐาน ปลอดภัย ไม่เป็นอันตราย มากที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการอีกด้วย ซึ่งเป็นเพราะผู้ใช้บริการคำนึงถึงเรื่องของความปลอดภัยจากการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งต้องมีมาตรฐานและความปลอดภัยต่อผู้ใช้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภกัญญา จันทรูกษา (2558) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ด้านกลยุทธ์การให้บริการ ผู้ใช้ไฟฟ้าให้ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยผู้ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจอันดับแรกคือความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ ในการให้บริการ สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ ไฟฟ้าได้ดี ถือว่าเป็นการให้บริการเกินกว่าความคาดหวังขั้นต่ำของผู้ใช้ไฟฟ้า

2.ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่อง อุปกรณ์และการติดตั้งมีราคาที่เหมาะสม มากที่สุด ปัจจัยด้านราคายังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการอีกด้วย ซึ่งเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการมูลค่าที่จ่ายไปเทียบกับสิ่งที่ตนได้รับกลับมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรัสพงษ์ จงมีสุข (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัย ในเขตพื้นที่การให้บริการของการไฟฟ้านครหลวง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตการให้บริการของการไฟฟ้านครหลวง

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องมีช่องทางในการชำระค่าบริการหลายช่องทางมากที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งอาจเป็นเพราะในปัจจุบันการชำระค่าบริการสามารถทำได้ในหลายช่องทาง ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องเดินทางมาชำระค่าบริการ

ที่สำนักงานการไฟฟ้า ทำให้ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัลย์ลิกา ศิริรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์ การประปาส่วนภูมิภาค ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์ การประปาส่วนภูมิภาคอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านสถานที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องมีส่วนลดค่าไฟฟ้าสำหรับผู้ที่ใช้ไฟฟ้าปริมาณน้อย มากที่สุดซึ่งการมีส่วนลดค่าไฟฟ้าสำหรับผู้ที่ใช้ไฟฟ้าปริมาณน้อย จะเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้ผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดการประหยัดไฟ ลดการใช้ไฟเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการอีกด้วยสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภกัญญา จันทรรุก (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อันดับแรกที่ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากคือการเผยแพร่ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ถูกต้องและเหมาะสม

5.ด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องพนักงานบริการให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามปัญหาข้อสงสัยและอธิบายได้อย่างชัดเจนมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าหากการไฟฟ้ามีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญในงาน สามารถตอบข้อซักถามและอธิบายปัญหาให้ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจมากขึ้น รวมไปถึงการอบรมให้พนักงานบริการลูกค้าด้วยความสุภาพเรียบร้อย และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภกัญญา จันทรรุก (2558) ศึกษาเรื่อง

คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี. ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้ไฟฟ้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค คือ ด้านบุคลากร ด้านกลยุทธ์การให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการ และด้านสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

6.ด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่อง ระยะเวลาในการแก้ปัญหา ไฟฟ้ามีความรวดเร็วมากที่สุด ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ อนุวงษ์มงคล (2558) ที่ศึกษาคุณภาพในการให้บริการลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และทันเวลาจะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องมีการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในด้านต่างๆ ให้เหลือเท่าที่จำเป็น เพื่อไม่เป็นภาระในทางปฏิบัติมากเกินไปความคิดเห็นของประชาชน ในการใช้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุดรธานีมีความเห็นว่าคุณภาพในการให้บริการลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

7.ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องเครื่องมือ ตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งผู้ใช้บริการย่อมคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดี มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีวรรณ ไตรตระกูล (2558) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่กลุ่มงานทะเบียนและประวัติผู้ใช้ไฟฟ้าการไฟฟ้านครหลวงเขตบางขุนเทียนผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่อเจ้าหน้าที่กลุ่มงานทะเบียนและประวัติผู้ใช้ไฟฟ้าการไฟฟ้านครหลวง เขตบางขุนเทียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความพึงพอใจด้านการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในความพึงพอใจระดับมาก ซึ่งปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพนี้ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ

ส่วนเรื่องของคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องด้านความเชื่อถือไว้วางใจ เป็นอันดับแรก เพราะหากมีการให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาและข้อมูลต่างๆ มีการชี้แจง แนะนำรายละเอียดแต่ละขั้นตอนให้ครบถ้วน ถูกต้อง ในการให้บริการ ผู้ใช้บริการก็就会有ความเชื่อถือไว้วางใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา คำสวนจิก (2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้าพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ องค์การคลังสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ผลិតภัณฑ์หรือบริการ ควรมีการปรับปรุงหรือตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพไฟฟ้า เช่น แรงดันไฟฟ้าที่เกิดปัญหาไฟกระพริบ ไฟฟ้าดับ ต้องรีบทำการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ไม่ให้เกิดผลกระทบกับการใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้บริการ
2. ด้านราคา การกำหนดค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ควรคำนึงถึงความเหมาะสม
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางในการติดต่อขอรับบริการเพิ่มมากขึ้น เช่นมีเพจรับแจ้งเหตุไฟฟ้าขัดข้อง เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการมากขึ้น โดยการเผยแพร่

แพร่ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการทราบเมื่อการไฟฟ้าออกกระบบการให้บริการใช้ไฟฟ้าแบบใหม่ๆ ที่ให้ผู้ใช้ได้เลือกใช้เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย

5. ด้านบุคลากร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญในงาน สามารถตอบข้อซักถามและอธิบายปัญหาให้ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจมากขึ้น รวมไปถึงการอบรมให้พนักงานบริการให้เข้าถึงความต้องการลูกค้า และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า

6. ด้านกระบวนการ ควรมีการปรับปรุงระบบการทำงาน ขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว เหมาะสม และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ สถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมเป็นสัมผัสแรกที่สามารสรสร้างประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจึงควรปรับปรุงให้ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ เช่น จัดทำผังหรือป้ายบอกจุดในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อทราบถึงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการ
2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. ควรมีการเปรียบเทียบกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มที่มีระดับปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน อาจทำให้ได้ข้อเปรียบเทียบในการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน และเข้าถึงความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการได้

บรรณานุกรม

- จรัสพงษ์ จงมีสุข และคณะ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่การให้บริการของการไฟฟ้านครหลวง. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิตยา คำสวนจิกร. (2559). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รวีวรรณ ไปตระกูล. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่กลุ่มงานทะเบียนและประวัติผู้ใช้ไฟฟ้าการไฟฟ้านครหลวงเขตบางขุนเทียน. มหาวิทยาลัยสยาม.
- วัลย์ลิกา ศิริรัตน์. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานประชาสัมพันธ์บางเขน การประปาส่วนนครหลวง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิบูลย์ เผือกบุญ. (2558). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตำบลบึง อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชลบุรี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- ศุภกัญญา จันทรักษา. (2558). คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขตอำเภอมืองอุบลราชธานี. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- สมเกียรติ อนวัชมงคล. (2558). คุณภาพในการให้บริการลูกค้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดอุดรธานี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. (9th ed). New Jersey: A Simon & Schuster Company
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.

ปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี Problems and parcels management development guidelines of the secretariat of the cabinet

ศิริพร สรณาคมน¹ ชำนาญ ทองเย็น²

Siriporn Sornakom and Chumnann Thongyen

Article History

Received: November 13, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีและเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีโดยทำการศึกษากับประชากรผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุและบุคลากรประจำหน่วยงานภายในสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี จำนวน 114 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นของปัญหาการบริหารงานพัสดุและการจัดหาพัสดุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.81$) ซึ่งมีปัญหาด้านการจัดหาพัสดุอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\mu=3.92$) รองลงมาคือด้านการควบคุมพัสดุ ($\mu=3.90$) ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ ($\mu=3.72$) และด้านการจัดจำหน่ายพัสดุ ($\mu=3.68$) ตามลำดับ ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่มักเกิดจากการที่เจ้าหน้าที่พัสดุขาดความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของขั้นตอนและระเบียบปฏิบัติ ส่วนแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุ ควรมีการอบรมให้ความรู้ในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง รวมถึงจัดทำคู่มือการบริหารงานพัสดุในแต่ละกระบวนการ คำอธิบายวิธีการดำเนินการอย่างชัดเจนเป็นระบบ สามารถนำมาปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ปัญหาการบริหารงานพัสดุ แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

Abstract

The purpose of the study was to study the problems of managing parcels of the Secretariat of the Cabinet, and study the guidelines for the development of the management of the parcel of the Secretariat of the

¹⁻² สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Faculty of Business Administration and Accounting Phisanulok University

Email: numan22@hotmail.com *Corresponding author

Cabinet by conducting a study with 114 population of parcels operators and departmental personnel within the Secretariat of the Cabinet. This research is quantitative. The research instrument used for collecting data was a questionnaire. Data were analyzed with frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results of the study showed that the respondents gave the level of opinions on the problems of the parcels management and the distribution of parcels the overall was at a high level ($\mu=3.81$) which has the problem of procurement at a high level as first ($\mu=3.92$), followed by the parcels control ($\mu=3.92$), parcel maintenance ($\mu=3.72$) and parcels distribution ($\mu=3.68$) respectively, most problems arise from the lack of knowledge and understanding of the supply staff in detail the procedures and regulation. As for the parcels management development guidelines, there should be training to provide knowledge on the correct operation, including preparing a manual for managing parcels in each process, a systematic explanation of how to operate clearly can be used to work properly, appropriately and efficiently.

Keywords: Parcel management problems, Parcel management development guidelines, Secretariat of the Cabinet

บทนำ

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเป็นหน่วยงานที่ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมายซึ่งสำนักงานเลขาธิการประกอบด้วย กลุ่มช่วยอำนวยความสะดวก กลุ่มบริหารงานบุคคล กลุ่มบริหารงานคลัง กลุ่มบริหารงานพัสดุและอาคารสถานที่ กลุ่มอนุรักษ์เอกสารของคณะรัฐมนตรี กลุ่มงานสารบรรณ กลุ่มบริหารงานทั่วไป ซึ่งมีหน้าที่หลักในการดูแลการจัดทำจัดซื้อ การเบิกจ่าย การเก็บรักษา การซ่อมแซมและบำรุงรักษา หลักฐานและเอกสารเกี่ยวกับพัสดุ การทำสัญญา การต่ออายุสัญญาและการเปลี่ยนแปลงสัญญาซื้อ หรือสัญญาจ้าง รวมถึงการปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องและได้รับมอบหมาย (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี, 2556)

งานพัสดุมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานทุกแห่ง เพราะพัสดุเป็นส่วนหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการบริหารนอกเหนือจากปัจจัยการบริหารอย่างอื่นเนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้อำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ช่วยให้กระบวนการดำเนินงานมีความรวดเร็ว ประหยัดจึงจำเป็นต้องหาทางใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเป็นประโยชน์มากที่สุด สนับสนุนแผนงานและโครงการต่าง ๆ และเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของ

การบรรลุเป้าหมายขององค์กร หากองค์กรใดขาดหลักการบริหารจัดการพัสดุที่ดีแล้ว การทำงานย่อมจะเกิดความล่าช้า สิ้นเปลืองส่งผลกระทบต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านอื่น จึงจำเป็นต้องมีการบริหารงานพัสดุที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (เอกราช นิลพัฒน์, 2558)

การบริหารงานพัสดสมัยใหม่จำเป็นต้องนำ หลักการวิธีการ กรอบแนวทางหรือแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ทางด้านการบริหารที่ได้ปรับปรุงพัฒนาให้เป็นสากล ทันสมัย โดยนำมาประยุกต์ใช้กับกระบวนการบริหารงานพัสดตาม ความเหมาะสมของแต่ละหน่วยงาน ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ และสถานการณ์ในการดำเนินการบริหาร ซึ่งกลไกหลักที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารงานพัสดเช่น องค์กร การจัดองค์การ การบริหารการวางแผน การกำกับติดตามและประเมินผล ขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ การมองภาพรวมในกระบวนการบริหารของผู้บริหารระดับสูงว่าจะให้ความสำคัญเน้นภาพรวมการบริหารงานพัสดให้กว้างไกล สูงและลึก ได้มากน้อยเพียงใดอีกประการหนึ่ง ศักยภาพในกระบวนการบริหารงานพัสดขึ้นอยู่ความสามารถของพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (รัชฎาพร มณเฑียร, 2559)

สิ่งสำคัญในการบริหารงานพัสด คือเจ้าหน้าที่หน่วยงานพัสดจะต้องมีการดำเนินงานอย่างละเอียดรอบคอบ ถูก

ต้อง รวดเร็วทันเวลา และมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุดเพื่อให้กระบวนการดำเนินการปฏิบัติงานในส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะที่ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อหาว่ากระบวนการทำงานหรือขั้นตอนการจัดการงานพัสดุในปัจจุบันว่าประสบปัญหาหรือมีข้อขัดข้องในกระบวนการอย่างไร เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดเวลาและต้นทุนในการดำเนินงานอีกด้วย และผลที่ได้จากการวิจัยจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารและเจ้าหน้าที่งานพัสดุนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนา งานพัสดุของหน่วยงานอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารงานพัสดุในหน่วยงานของตนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานพัสดุสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

นิยามศัพท์

สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี หมายถึง ส่วนราชการระดับกรมสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจรับผิดชอบเกี่ยวกับการประชุมและการให้บริการคณะรัฐมนตรีทั้งคณะพัสดุ หมายถึง วัสดุ ครุภัณฑ์ ที่ดินสิ่งก่อสร้างที่กำหนดไว้ในหนังสือ การจำแนกประเภทรายจ่ายตามงบประมาณของสำนักงบประมาณ

การบริหารงานพัสดุ หมายถึง การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณ การพิจารณา วิธีการจัดกา การทำสัญญา การตรวจรับ การลงบัญชีพัสดุ การจำหน่ายพัสดุ และการดำเนินการอื่นๆ ที่กำหนดไว้ในระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการพัสดุของหน่วยงานราชการ

การจัดหารพัสดุ หมายถึง การดำเนินการต่างๆ ตามกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุ ได้แก่ การจัดซื้อ จัดจ้าง การทำเอง การแลกเปลี่ยนและการเช่า

การควบคุมพัสดุ หมายถึง การควบคุม ดำเนินการเพื่อให้มีพัสดุตามความต้องการและมีคุณภาพ โดยวิธีการควบคุมลงบัญชีไว้เป็นหลักฐาน การจัดเก็บ การเบิกจ่าย การให้ยืม การตรวจสอบพัสดุประจำปี ซึ่งต้องดำเนินการอย่างถูกต้องตามระเบียบ

การบำรุงรักษา หมายถึง การดำเนินการดูแลรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพดีและสามารถใช้งานได้โดยจัดทำแผนคู่มือเกี่ยวกับการใช้และบำรุงรักษาพัสดุ

การจำหน่ายพัสดุ หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุที่มีเกินความต้องการ ขาด รุดเสียหาย เสื่อมสภาพ ไม่สามารถซ่อมแซมได้ดั้งเดิม และเกิดจากการขาย การสูญหาย แลกเปลี่ยน โอน ทำลายได้อย่างถูกต้องตามระเบียบและเป็นไปตามสภาพจริง โดยมีการจัดทำเอกสารเป็นหลักฐาน

แนวทางการพัฒนา หมายถึง ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาการบริหารงานพัสดุในสำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุในสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีในด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน คือด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ

2. ด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุและบุคลากรประจำหน่วยงานภายในสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ประกอบด้วย สำนักเลขาธิการ กลุ่มช่วยอำนวยความสะดวก บริหารงานบุคคล กลุ่มบริหารงานคลัง กลุ่มบริหารงานพัสดุ และอาคารสถานที่ กลุ่มอนุรักษ์เอกสารของคณะรัฐมนตรี กลุ่มงานสารบรรณ กลุ่มบริหารงานทั่วไป ทั้งหมดจำนวน 114 คน

3. ด้านระยะเวลา

ทำการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2562 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

4. ขอบเขตด้าน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

4.1 ตัวแปรอิสระที่ทำการศึกษาคือปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และระยะเวลาการทำงาน และปัญหา

การบริหารงานพัสดุในด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน คือด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ ด้านการจำหน่ายพัสดุ

4.2 ตัวแปรตาม ที่ทำการศึกษาคือ แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ ด้านการจำหน่ายพัสดุ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัญหาการบริหารงานพัสดุในสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
2. สามารถนำผลการศึกษาเสนอเป็นแนวทางในการแก้ไขการบริหารงานพัสดุของผู้ปฏิบัติงานพัสดุในสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
3. สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีและสำนักงานพัสดุในหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ได้

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุ

การบริหารงานพัสดุมีความสำคัญและจำเป็นต้องคัดกรองต่าง ๆ ในการจัดหา การควบคุม การบำรุงรักษา การจำหน่าย เพื่อให้งานพัสดุดำเนินไปตามกระบวนการระเบียบ สำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และเกิดความคุ้มค่าประหยัด ทำให้องค์กรสามารถ บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลกระบวนการบริหารงานพัสดุในขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การจัดหาพัสดุ หมายถึง การดำเนินการให้ได้มาซึ่งสิ่งของด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ รวดเร็วและถูกต้องเพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานตามแผนงาน โครงการต่าง ๆ และเป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานพัสดุ
- 2) การควบคุมพัสดุ หมายถึง การควบคุม ดำเนินการเพื่อให้มีพัสดุตามความต้องการ และมีคุณภาพ โดยวิธีการควบคุมลงบัญชีไว้เป็นหลักฐาน การจัดเก็บ การเบิกจ่าย การให้ยืม การตรวจสอบพัสดุประจำปี ซึ่งต้องดำเนินการอย่างถูกต้องตามระเบียบ

3) การบำรุงรักษาพัสดุ หมายถึง การดำเนินการดูแลรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพที่ดี และสามารถใช้งานได้โดยมีการจัดทำแผนคู่มือเกี่ยวกับการใช้และการบำรุงรักษาพัสดุ

4) การจำหน่ายพัสดุ หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุที่มีเกินความต้องการ ชำรุด เสียหาย เสื่อมสภาพไม่สามารถซ่อมแซมได้ดั้งเดิม และเกิดจากการขาย การสูญหาย แลกเปลี่ยน โอน ทำลาย ได้อย่างถูกต้องตามระเบียบและเป็นไปตามสภาพจริง โดยมีการจัดทำเอกสาร เป็นหลักฐาน

สุทธิพรรณ เนียมสันเทียะ (2557, หน้า 15) กล่าวว่า การบริหารงานพัสดุมีกิจกรรมที่ต้องดำเนินการหลายขั้นตอน นับตั้งแต่การวางแผนหรือกำหนดโครงการ การกำหนดความต้องการ การจัดหาพัสดุ การแจกจ่าย การควบคุม การเก็บรักษา การบำรุงรักษาและการจำหน่ายพัสดุดอกจากบัญชี

เอกราช นิลพัฒน์ (2558, หน้า 16) กล่าวว่า การจัดหาพัสดุ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการให้ได้มาซึ่งสิ่งของด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบรวดเร็วและถูกต้อง เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติ

ขวัญจิตร จำปาวัน (2556, หน้า 25) กล่าวว่า การควบคุมพัสดุเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุที่ได้มา โดยวิธีการควบคุมลงบัญชีไว้เป็นหลักฐาน การจัดเก็บ การเบิกจ่าย การให้ยืม การตรวจสอบพัสดุประจำปี ซึ่งต้องดำเนินการอย่างถูกต้องตามระเบียบเป็นไปตามขั้นตอนและการควบคุมพัสดุให้มีปริมาณเท่าที่จำเป็น

จุฑามาศ เสมามอญ (2558, หน้า 30) กล่าวว่า การบำรุงรักษาพัสดุเป็นวิธีการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดทำคู่มือบำรุงรักษา การแนะนำการใช้พัสดุ การตรวจสอบสภาพ การปรับซ่อม แก้ไข ปรับปรุง และติดตามผลการบำรุงรักษาเพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและพัสดุมีอายุยืนยาวในการใช้งาน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพหมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยคำนึงถึง ความประหยัดทรัพยากรในทุก ๆ ด้านแต่ก่อให้เกิดผลผลิตสูงสุด ประหยัดทั้งเวลา แรงงาน วัสดุสิ่งของและอื่น

Becker and D.Neuhauser (1975: 94 อ้างถึงในวีรชัย ดันติวีระวิทยา, 2553 : 27-29) ได้เสนอตัวแบบจำลองเกี่ยว

กับประสิทธิภาพขององค์กรโดยเขากล่าวว่า ประสิทธิภาพขององค์กรนอกจากพิจารณาถึงทรัพยากร เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นปัจจัยนำเข้าและผลผลิตขององค์กร คือบรรลุเป้าหมายแล้ว องค์กรในฐานะที่เป็นองค์กรระบบเปิด (opensystem) ยังมีปัจจัยประกอบอีก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. หากสภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์กรที่มีความซับซ้อนต่ำ หรือมีความแน่นอน มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติในการทำงานขององค์กรอย่างละเอียดถี่ถ้วนแน่ชัดจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพขององค์กรมากกว่าองค์กรที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานยุ่งยากซับซ้อนสูงชันหรือมีความไม่แน่นอน
2. มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติให้ชัดเจนเพื่อเพิ่มผลการทำงานที่มองเห็นได้มีผลทำให้ประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นด้วย
3. ผลการทำงานที่มองเห็นได้มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิภาพ
4. หากพิจารณาควบคู่กันจะปรากฏว่า การกำหนดระเบียบปฏิบัติอย่างชัดเจนและการทำงานที่มองเห็นได้มีความสัมพันธ์มากขึ้นต่อประสิทธิภาพมากกว่าตัวแปรแต่ละตัวลำพัง

Becker and Neuhauser ยังเชื่ออีกว่า การสามารถมองเห็นผลการทำงานขององค์กรได้ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพขององค์กร เพราะองค์กรสามารถทดลองและเลือกระเบียบปฏิบัติ และทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายได้นั้น โครงสร้างของงานระเบียบปฏิบัติงาน ผลการปฏิบัติงานจึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผล

ประสิทธิผล คือกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมายหรือ นโยบายที่กำหนดไว้ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณทรัพยากรที่ใช้กับปริมาณผลผลิต

- 1) แสดงถึงความสามารถในการผลิต
- วัดจากแรงงาน เป็นการวัดความสัมพันธ์ของแรงงานที่ใช้กับผลผลิต ประสิทธิภาพ = จำนวนผลผลิต/ จำนวนเจ้าหน้าที่
- อาจใช้ต้นทุนต่อหน่วยสะท้อนถึงประสิทธิภาพของการทำงาน

2) แสดงถึงความคุ้มค่าของการลงทุน

- วัดจากต้นทุน เป็นการวัดความสัมพันธ์ของต้นทุนกับผลผลิต

ประสิทธิภาพ = จำนวนผลผลิต/ จำนวนต้นทุน

ประสิทธิผล คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ของการทำงานกับวัตถุประสงค์

ประสิทธิผล = ผลลัพธ์ของการทำงาน/ จำนวนต้นทุน

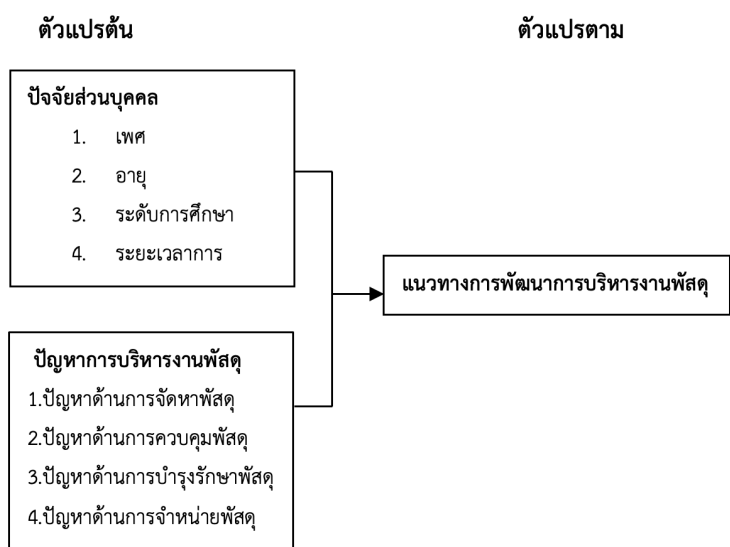
- ประสิทธิภาพเชิงต้นทุน เป็นความสัมพันธ์ของต้นทุนหรือทรัพยากรที่ใช้กับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

- ประสิทธิภาพ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ของการทำงานกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Talcott Parsons (1964: 44 อ้างถึงในวัชริน ขวัญพะจัน, 2553 : 1) อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ระบบขององค์กร เป็นเครื่องมือวัดความมีประสิทธิภาพขององค์กร โดยใช้ชื่อว่า AGIL ซึ่งระบุกิจกรรม 4 ประเภทซึ่งทุกองค์การจำเป็นต้องกระทำซึ่งประกอบไปด้วย

1. การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม
2. การบรรลุถึงเป้าหมาย
3. การประสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งนำไปสู่ความมั่นคงทางสังคม
4. สิ่งที่ยอมรับกันอยู่ภายในซึ่งหมายถึงการรักษารูปแบบหรือการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ 1) ศึกษาปัญหาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีและ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการบริหารงานพัสดุสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุและบุคลากรประจำหน่วยงานภายใน สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี จำนวน 114 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยงานวิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา ลักษณะความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการเพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด เรื่องปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการทำงาน และตัวแปรอิสระด้านปัญหาการบริหารงานพัสดุ ได้แก่ ปัญหาด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ ตัวแปรตามคือ แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยนำแบบสอบถามไปทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องหรือ IOC (Index of Item – Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.94 และนำแบบสอบถามไปทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นหลังจากนำไปทดลอง Try-Out โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.832

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.44 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 46.49 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 63.16

และมีระยะเวลาในการทำงาน 11-15 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33

ส่วนที่ 2 ปัญหาการบริหารงานพัสดุ

ปัญหาการบริหารงานพัสดุทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ ด้านการจำหน่ายพัสดุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นของปัญหาการบริหารงานพัสดุ ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 รองลงมาคือด้านการควบคุมพัสดุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ด้านการบำรุงรักษาพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 และด้านการจำหน่ายพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุ

แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ พบว่า ระดับความคิดเห็นของแนวทางการพัฒนาพัสดุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 รองลงมาคือด้านการควบคุมพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ด้านการบำรุงรักษาพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และด้านการจำหน่ายพัสดุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัญหาการบริหารงานพัสดุ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุ และบุคลากร ประจำหน่วยงานภายในสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ให้ระดับความคิดเห็นของปัญหาการบริหารงานพัสดุในด้านต่างๆทั้ง 4 ด้านคือ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลำดับแรกคือด้านการจัดหา

พัสดุ รองลงมาคือด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแยกเป็นรายข้อ ดังนี้

1. ปัญหาการบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ปัญหาการดำเนินการจัดหาพัสดุที่อาจไม่เป็นไปตามขั้นตอนการจัดหาพัสดุ ซึ่งเป็นเพราะการดำเนินงานมีขั้นตอนและระเบียบปฏิบัติที่มากเกินไป ทำให้เกิดความล่าช้าในบางครั้ง เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ทำให้ไม่สามารถจัดหาพัสดุตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยกฤต เกรียงศรี (2557) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ ผลวิจัยพบว่าประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุด้านกระบวนการบริหารพัสดุเป็นไปตามขั้นตอนตามระเบียบและข้อบังคับของมหาวิทยาลัย อาจจะมีการล่าช้าในบางขั้นตอนเพราะมีการออกข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติเพื่อให้การทำงานมีความโปร่งใส ตรวจสอบและควบคุมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว สำหรับปัญหาหลักในการบริหารงานพัสดุ และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Becker and D. Neuhauser (1975 : 94 อ้างถึงในวีระชัย ตันติวีระวิทยา, 2553 : 27-29) ที่กล่าวว่าหากสภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์กรมีความซับซ้อนต่ำ หรือมีความแน่นอนมีการกำหนดระเบียบปฏิบัติในการทำงานขององค์กรอย่างละเอียดถี่ถ้วนแน่ชัดจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพขององค์กร หากองค์กรมีการกำหนดระเบียบปฏิบัติให้ชัดเจนจนเพิ่มผลการทำงานที่มองเห็นได้ มีผลทำให้ประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ปัญหาการบริหารงานพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ในการควบคุมพัสดุ อาจมีการลงการเบิกจ่ายพัสดุหรือ การลงบัญชีพัสดุ ไม่ถูกต้องครบถ้วนตามระเบียบ เพราะการลงบัญชีมีขั้นตอนที่ละเอียดหรือบางครั้งมีความซ้ำซ้อน ทำให้เจ้าหน้าที่เกิดความผิดพลาดลงบัญชีไม่ครบถ้วนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิรา นัยดี (2558) การบริหารงานพัสดุของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในจังหวัดแพร่ ได้เสนอแนวทางการแก้ปัญหาการบริหารงานพัสดุ คือ ให้ความสำคัญ ต่อขั้นตอนการงานแผนสำรวจความต้องการใช้พัสดุ ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้ทันต่อการใช้งาน เพิ่มบุคลากรในการปฏิบัติงานด้านพัสดุโดยเฉพาะ ลดระเบียบขั้นตอนแจกจ่ายพัสดุ

ที่ไม่จำเป็นเพื่อความรวดเร็ว ตรงตามเวลาความต้องการใช้ จัดทำทะเบียนควบคุมพัสดุและครุภัณฑ์ให้เป็นปัจจุบัน เพื่อง่ายต่อการติดตาม และจัดหาสถานที่เก็บครุภัณฑ์ที่รื้อการจำหน่าย เพื่อไม่ให้เกิดความรุงรังและสูญหาย และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของขวัญจิตร จำปาวัน (2556) กล่าวว่าการควบคุมพัสดุเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุที่ได้มาโดยวิธีการควบคุมลงบัญชีไว้เป็นหลักฐาน การจัดเก็บ การเบิกจ่าย การให้ยืม การตรวจสอบพัสดุประจำปี ซึ่งต้องดำเนินการอย่างถูกต้องตามระเบียบ เป็นไปตามขั้นตอนและการควบคุมพัสดุให้มีปริมาณที่จำเป็นเท่านั้น

3. ปัญหาการบริหารงานพัสดุด้านการบำรุงรักษาพัสดุ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากแสดงให้เห็นว่าการบำรุงรักษาเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของการบริหารพัสดุ ต้องมีการบำรุงรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ตัวอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดาพร บุญตา (2561) ศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกลุ่มโรงเรียนสหวิทยาเขตพนมสารคาม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 พบว่า ด้านการบำรุงรักษาพัสดุของโรงเรียน ควรตั้งงบประมาณซ่อมแซมบำรุงรักษาพัสดุให้เพียงพอเพื่อให้การใช้การได้ตลอดอายุการใช้งาน ควรจัดพิมพ์คู่มือการใช้และวิธีบำรุงรักษา ควรอบรมเจ้าหน้าที่มีความรู้ในการซ่อมแซมบำรุงรักษาเบื้องต้น และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของจุฑามาศ เสมามอญ (2558) กล่าวว่าการบำรุงรักษาพัสดุเป็นวิธีการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดทำคู่มือบำรุงรักษา การแนะนำการใช้พัสดุ การตรวจสอบสภาพ การปรับซ่อม แก้ไข ปรับปรุง และติดตามการบำรุงรักษาเพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและพัสดุมีอายุยืนยาวในการใช้งาน

4. ปัญหาการบริหารงานพัสดุด้านการจำหน่ายพัสดุ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการจัดการจำหน่ายพัสดุให้เป็นไปตามขั้นตอนและระเบียบปฏิบัติซึ่งมีรายละเอียด วิธีการและขั้นตอนการขออนุมัติดำเนินการจำหน่ายพัสดุที่ชำรุดหมดสภาพการใช้งาน ให้ถูกต้องซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ ชื่นบุญ (2559) การจัดการงานพัสดุที่มีประสิทธิภาพของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัด นนทบุรี พบว่าการจำหน่ายพัสดุดำเนินการไม่เรียบร้อย

ครบทุกขั้นตอน เมื่อมีการจำหน่ายพัสดุแล้วไม่มีการลงจ่ายหรือตัดยอดบัญชีเนื่องจากเจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจวิธีการและขั้นตอนการจำหน่ายที่ถูกต้อง ครุภัณฑ์บางรายการเก่ามากและหาหลักฐานการได้มาไม่พบ ขาดคู่มือแบบฟอร์ม แนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องทันสมัยและมีการปฏิบัติตามแนวนเดิม ในความคิดเห็นของผู้วิจัยสามารถอภิปรายได้ว่าการจำหน่ายพัสดุนั้นเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุที่มีเกินความต้องการ ชำรุด เสียหาย เสื่อมสภาพ ซึ่งไม่สามารถซ่อมแซมได้ดั้งเดิม และเกิดการขาย การสูญหาย แลกเปลี่ยน โอน ทำลายนั้น ยังขาดความถูกต้องตามระเบียบและเป็นไปตามสภาพจริงโดยบกพร่องต่อการจัดทำเอกสารเป็นหลักฐาน ดังนั้นพนักงานควรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของระเบียบให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ในการจัดหาพัสดุควรมีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดหาพัสดุอย่างเป็นระบบ เพื่อในการจัดหาพัสดุในครั้งต่อไปจะได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นและควรจัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดหาพัสดุเป็นประจำทุกปี
2. ในการควบคุมพัสดุต้องมีการจัดเก็บพัสดุให้สะดวกต่อการตรวจสอบ ซึ่งควรมีการตรวจสอบพัสดุประจำปีให้เป็นไปตามขั้นตอนที่ระเบียบกำหนดอย่างเคร่งครัดเพื่อทราบถึงพัสดุที่มีอยู่และเพื่อป้องกันการจัดหาพัสดุซ้ำซ้อน
3. ในการบำรุงรักษาพัสดุควรมีบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซ่อมแซมพัสดุที่ชำรุดเพื่อความสะดวก รวดเร็วในการจัดหาผู้ซ่อมแซมพัสดุและควรมีการตั้งงบประมาณซ่อมแซมบำรุงรักษาพัสดุให้เพียงพอ
4. ในการจำหน่ายพัสดุควรมีการสำรวจพัสดุที่ชำรุดว่าสามารถนำมาแปรสภาพเพื่อนำมาใช้ใหม่หรือนำขึ้นส่วนพัสดุ

ที่ยังใช้ได้มาประกอบขึ้นเป็นพัสดุนั้นใหม่รวมทั้งควรจัดอบรมสัมมนาเจ้าหน้าที่พัสดุให้มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน

5. ควรมีการกำหนดแนวทางการบริหารงานพัสดุที่สอดคล้องกับนโยบายของสำนักงาน โดยมีการออกแบบระบบงาน กระบวนการที่ต้อง รวมถึงจัดทำคู่มือการบริหารพัสดุในแต่ละกระบวนการ คำอธิบายวิธีการดำเนินการอย่างชัดเจนเป็นระบบ สามารถนำมา ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

6. ควรมีการประชุมระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้ให้บริการเพื่อชี้แจง รับฟังปัญหาและแก้ไขเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสรรคในการดำเนินการของผู้ปฏิบัติงานพัสดุของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และประสานความร่วมมือในการบริหารงานพัสดุให้เกิดผลสำเร็จต่อ สำนักงานต่อไป

7. ควรจัดให้มีการประชุมหรือสัมมนาผู้ปฏิบัติงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนหรือระดมความคิดเห็นระหว่างกัน เพื่อยกระดับความรู้และความเข้าใจ รวมทั้งควรให้โอกาส ผู้ปฏิบัติงานงานพัสดุและผู้ให้บริการในแต่ละหน่วยงาน ได้มีความสัมพันธ์และมีความร่วมมือในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารงานพัสดุของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
2. ควรทำการศึกษารูปแบบหรือแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ขวัญจิตร จำปาวัน. (2556). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการบริหารงานพัสดุของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑามาศ เสมามอญ. (2558). ปัญหาและแนวทางการพัฒนางานพัสดุของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาสหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 18. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ชัยกฤต เกรียงชี. (2557). *ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- พรทิพย์ ชื่นบุญ. (2559). การจัดการงานพัสดุที่มีประสิทธิผลของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษา ในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 1(2), 123 - 134.
- รัชฎาพร มณเฑียร. (2559). *การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุและสินทรัพย์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 29*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- รัชดาพร บุญตา. (2561). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกลุ่มโรงเรียนสหวิทยาเขต พนมสารคาม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณชัย รังษี. (2550). *การบริหารพัสดุและสินทรัพย์อย่างมีคุณภาพในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ราชบุรี เขต 2*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีรชัย ต้นติวัชรวิทยา. (2553, 11 มกราคม). *การจัดองค์การให้มีประสิทธิภาพ*. <http://isc.ru.ac.th/data/BA0000645.doc>.
- วัชริน ขวัญพะงุ้น. (2553, 22 กุมภาพันธ์). *ความหมายของประสิทธิภาพและประสิทธิผล*. <http://gotoknow.org/blog/watcharin2008/226830>.
- สุทธิพรรณ เนียมสันเทียะ. (2557). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี เขต 1*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สุทธิรา นัยดี. (2558). *การบริหารงานพัสดุของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในจังหวัดแพร่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี. (2556). *ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535*. โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานมาตรฐานการจัดซื้อ จัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลาง. (2556). *คู่มือข้อหารือการวินิจฉัยปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ*. สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- เอกราช นิลพัฒน์. (2558). *การศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงานพัสดุตามความเห็นของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 3 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Becker and D. Neuhauser (1975). *The Efficient Organization*. New York : Elaevier Scientific.
- Parson, Talcott. (1964). *Administrative Science Quarterly. Effective of Size, Complexity andOwnership in Administrative Intensity*. New York : Holt, Rinchart & Winston.

กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อสังคมออนไลน์ Advertising Strategies and Promotion of Milk Powder in Social Media

บวรสรรค์ เจียดำรง¹ จำเริญ คังคะศรี² ฐิพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา³ อภิวรรณ ศิรินันทนา⁴

Bavonsan Chiadamrong, Chamroen Khangkasri, Puripat Keawtathanawatthana
and Apiwan Sirinantana

Article History

Received: June 9, 2021

Revised: August 31, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อสังคมออนไลน์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวทางการเก็บข้อมูลแบบชาติพันธุ์วรรณาในโลกออนไลน์ (Netnography) โดยใช้การสังเกตเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากอุตสาหกรรมนมผงจำนวน 6 แบรนด์ ได้แก่ นมผงเอนฟา นมผงไฮคิว นมผงดูเม็กซ์ นมผงเอส26 นมผงดีจี และนมผงตราหมีที่ทำการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม แอสเซนเจอร์ เป็นระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2563 ผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมนมผงกำหนดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ ได้แก่ (1) ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์นมผง (2) ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคานมผง (3) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนมผง (4) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดนมผง (5) ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลสนับสนุนตราสินค้านมผง (6) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบลักษณะทางกายภาพของตราสินค้านมผง และ (7) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบเส้นทางของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมผง สำหรับกลยุทธ์การโฆษณาสำคัญที่ใช้ในสื่อออนไลน์ คือ การโฆษณาแบบย้ำความสนใจ (Re – Marketing) ผ่าน เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และแอสเซนเจอร์ และใช้รายการการส่งฟรีเป็นเครื่องมือเสริมให้กระบวนการปิดการขายผลิตภัณฑ์นมผงสมบูรณ์ สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก ควรปรับสาระสำคัญของกฎหมายให้เท่าทันและมีประสิทธิภาพในการควบคุมการโฆษณาแบบย้ำความสนใจในสื่อออนไลน์ได้จริง อีกทั้งควรมีการดำเนินการวิจัยในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดเชิงลึกต่อไป

คำสำคัญ: การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด ส่วนประสมการตลาด

¹⁻⁴ สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Department of Communication Innovation Management, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University.

E-mail: bavonsan@icloud.com *Corresponding author

Abstract

The research on advertising strategies and promotion of milk powder in social media was qualitative research that uses a Netnography method to collect the data. Using observations as a tool to collect the data from the 6 brands of milk powder industry, Enfa milk powder, Hi-Q milk powder, Dumex milk powder, S26 milk powder, DG milk powder, and bear brand milk powder that was advertised and promotion of milk powder in social media. Including Facebook, Instagram, Messenger, for a period of 8 months from May to December 2020. The research results showed that the milk powder industry defines 7Ps marketing mix: (1) the milk powder product marketing mix (2) the milk powder price marketing mix (3) the milk powder channel marketing mix (4) the milk powder promotion marketing mix (5) the personal supporting the milk powder brand marketing mix (6) the physical design of milk powder brand marketing mix and (7) the route design of dairy product consumer marketing mix. The main advertising strategy used in online media is Re-Marketing through Facebook, Instagram, and Messenger. And use the free delivery as a complement for the complete closing process of the sale of milk powder products. For policy recommendations to the Control of Marketing of Infant and Young Child Food Act B.E. 2560 (2017) is the essence of the law should be kept up to date and effective in controlling the remarketing online media. In addition, research should be carried out in each of the in-depth marketing mixes.

Keywords: Advertising, Promotion, Promotional Mixes

บทนำ

นมแม่เป็นอาหารมื้อแรกที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทารกทั้งทางด้านร่างกายและสมองให้เจริญเติบโต แข็งแรงสมวัย ดังที่ Jack Newman (2014) อธิบายความสำคัญของนมแม่ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่วัยทารกไว้อย่างน่าสนใจว่า “นมแม่ซึ่งเป็นน้ำนมที่ออกแบบมาเพื่อลูกมนุษย์โดยเฉพาะย่อมมีสารอาหารที่สมองต้องการอย่างครบถ้วนและช่วยให้ทารกได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นที่รับรู้ในหมู่นักวิจัยมานานแล้วว่าเด็กที่ได้กินนมแม่ตั้งแต่เป็นทารกนั้นทำคะแนนทดสอบด้านสติปัญญาและพัฒนาการได้สูงกว่าเด็กที่ไม่ได้กินนมแม่”

การส่งเสริมและสนับสนุนให้เลี้ยงทารกด้วยนมแม่ในช่วงแรกเกิดถึง 6 เดือนเป็นเรื่องสำคัญเป็น ขณะที่การเลี้ยงลูกด้วยนมผงสามารถเป็นอาหารทดแทนการเลี้ยงทารกสำหรับบุคคลที่มีความจำเป็นทางด้านสุขภาพและเศรษฐกิจได้เช่นกัน โดยนัยนี้การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงควรมีลักษณะเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดเท่านั้น

หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ กลุ่มบุคคลที่มีความจำเป็นจริง ๆ ที่จะต้องใช้นมผงเลี้ยงทารกขณะที่สถานการณ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในประเทศไทยกลับเป็นการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดแบบมวลชน ส่งผลให้บุคคลที่มีศักยภาพในการเลี้ยงทารกด้วยนมแม่จำนวนไม่น้อยมีโอกาสสูงที่จะคล้อยตามแรงจูงใจจากการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงแบบมวลชน ด้วยเหตุนี้กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขจึงผลักดันพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กเพื่อควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกตัวอย่างนมผงสำหรับทารก การสนับสนุนอุปกรณ์ที่แสดงสัญลักษณ์นมผง การลดราคานมผงสำหรับทารก เป็นต้นในพื้นที่โรงพยาบาล พื้นที่สื่อมวลชน พื้นที่จุด ณ จุดขาย และพื้นที่สาธารณะอย่างกว้างขวาง

ภายหลังประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2560 อุตสาหกรรมนมผงมีการปรับกลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดและเปลี่ยนช่องทางสื่อสาร

การตลาดไปถึงผู้บริโภค จากเดิมที่เคยสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออฟไลน์ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อกลางแจ้ง สื่อ ณ จุดขาย สื่อกิจกรรม ตลอดจนโรงพยาบาลรัฐและเอกชน เป็นหลัก มาทำการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้นไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ อินสตาแกรม มากขึ้นอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้แม่นยำ สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและซื้อผลิตภัณฑ์จากแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น

อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของ พ.ร.บ. ฉบับดังกล่าวได้รับการยกเว้นจากแนวคิดสี่ส่วนประสมทางการตลาด (Four Promotional Mixes) จึงไม่ครอบคลุมเรื่องของการสื่อสารตราสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคตลอดเส้นทาง ขณะที่อุตสาหกรรมนมผงมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดที่เน้นผลิตภัณฑ์ (4Ps) ไปสู่ส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ทั้งนี้เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่มีมูลค่าตลาดสูงถึง 28,276 หมื่นล้านบาท (Euromonitor International, 2016) ดังนั้นการวิเคราะห์กลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อออนไลน์สำหรับงานวิจัยนี้ จะใช้แนวคิดเจ็ดส่วนประสมทางการตลาด (Seven Promotional Mixes) มาเป็นกรอบในการดำเนินงานวิจัยที่จะนำไปสู่การสังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบาย (เบื้องต้น) สำหรับปรับปรุงกฎหมายเพื่อกระชับช่องว่างและเท่าทันต่อกลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อออนไลน์ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์และสร้างกรอบในการติดตามส่วนประสมทางการตลาดบริการของอุตสาหกรรมนมผงในประเทศไทย

นิยามศัพท์

นมผงสำหรับทารก หมายถึง อาหารปรุงแต่งที่ใช้เสริมคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความคุ้นเคยในการบริโภคอาหารให้แก่ทารกช่วงอายุระหว่างแรกเกิดถึง 1 ปี ที่จำหน่าย

ในประเทศไทย ได้แก่ นมผงเอนฟา นมผง ไฮคิว นมผงตราหมี นมผงดูเม็กซ์ นมผงซีมิแลค นมผงดีจี นมผงอะแล็คต้า นมผงดูมิลล์ นมผงแนน นมผงเอส 26

นมผงสำหรับเด็กเล็ก หมายถึง อาหารปรุงแต่งที่ใช้เสริมคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความคุ้นเคยในการบริโภคอาหารให้แก่เด็กเล็กอายุตั้งแต่ 1 ปี ที่จำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ นมผงเอนฟา นมผงไฮคิว นมผงตราหมี นมผงดูเม็กซ์ นมผงซีมิแลค นมผงดีจี นมผงอะแล็คต้า นมผงดูมิลล์ นมผงแนน นมผงเอส 26

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมนมผงในประเทศไทย 7 ส่วนประสม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคลสนับสนุนตราสินค้า (People) ลักษณะทางกายภาพของตราสินค้า (Physical) และกระบวนการตลอดเส้นทางผู้บริโภค (Process)

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากอุตสาหกรรมนมผงจำนวน 6 แบรินด์ ได้แก่ นมผงเอนฟา นมผงไฮคิว นมผงดูเม็กซ์ นมผงเอส26 นมผงดีจี และนมผงตราหมี ที่ทำการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงในสื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม แมสเซ็นเจอร์ เป็นระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2563

แนวคิดและทฤษฎี

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, น. 434) ได้อธิบายโดยสรุปว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 ตัว (7Ps) คือ (1) ผลิตภัณฑ์และบริการ (2) ราคา (3) การจัดจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด (5) บุคคลและพนักงาน (6) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ (7) กระบวนการ ดังแสดงในตารางสรุป

ตารางที่ 1 สรุปแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

กระบวนการ	รายละเอียด
Product	สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ เช่น รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นี่เป็นการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ควรจะต้องคำนึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1)ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product/Service Differentiation) (2)องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน คุณภาพ รูปร่างลักษณะ การบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า (3)การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ซึ่งจะมีความแตกต่าง (Differentiation) และมีคุณค่า (Value) ในจิตใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (4)การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) (5)กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)
Price	เปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์ นั้น (1) สถานการณ์ สภาวะ และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด (2) ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและ/หรือบริการ (3) คุณค่าที่รับรู้ได้ในสายตาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (4) ปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง
Place/Channel Distribution	(1) จัดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Direct) (2) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง (Wholesaler) (3) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก (Retailer) (4) จำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Wholesaler and Retailer) (5) จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน (Dealer)
Promotion	1. การโฆษณา (Advertising) หมายถึง กิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและความต้องการซื้อสินค้าและ/หรือบริการ แก่ผู้ที่ได้รับสารจากโฆษณาดังกล่าว ซึ่งการโฆษณาสามารถทำได้ในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตามแต่ละพฤติกรรมของกลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย 2. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) 3. การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) หมายถึง การขายสินค้าที่มีการสื่อสารทั้งสองทาง (Two-ways Communication) หรือ การขายแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face) 4. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่จะช่วยเพิ่มปริมาณการขายสินค้าและ/หรือบริการ ให้มากขึ้น โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การลดราคา การแลกสินค้า สมนาคุณ การแจกสินค้าตัวอย่าง การแถมสินค้า

กระบวนการ	รายละเอียด
	5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง ช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงเพื่อนำเสนอสินค้าและ/หรือบริการ โดยไม่มีความจำเป็นในการใช้คนกลางเพื่อทำหน้าที่ประสานงาน ซึ่งรูปแบบของช่องทางการตลาดทางตรง ได้แก่ การตลาดทางโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ข้อความผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จดหมายตรง เป็นต้น
People	พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	1. สิ่งที่ถูกค่าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้ สินค้าและ/หรือบริการขององค์กร 2. ความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น 3. สิ่งที่ถูกค่าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้ สินค้าและ/หรือบริการขององค์กรความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น
Process	ระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม

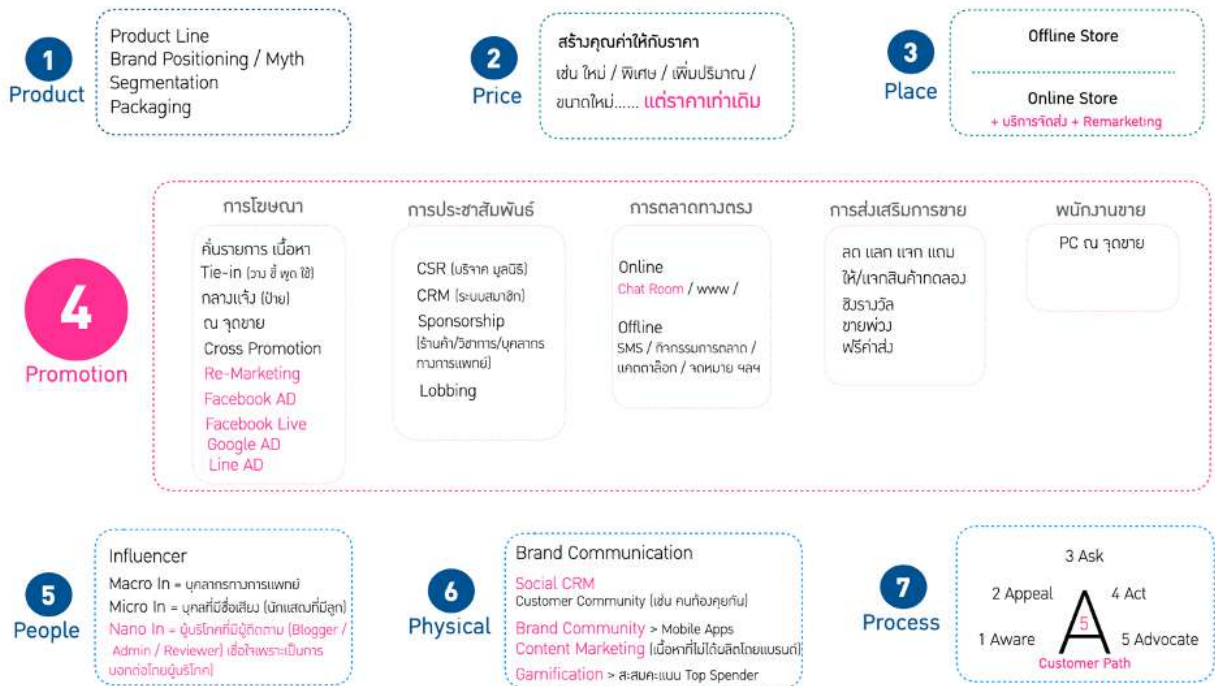
วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวทางการเก็บข้อมูลแบบชาติพันธุ์วรรณาในโลกออนไลน์ (Netnography) โดยใช้การสังเกตเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากอุตสาหกรรมนมผงโดยมีประเด็นในการสังเกตตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (2) กลยุทธ์ด้านราคา (3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (5) กลยุทธ์ด้านการใช้บุคคลสนับสนุนตราสินค้า (6) กลยุทธ์ด้านการออกแบบลักษณะทางกายภาพของตราสินค้า และ (7) กลยุทธ์ด้านเส้นทางผู้บริโภคเป็นระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2563 โดยมีขั้นตอน กล่าวคือ ขั้นแรกผู้วิจัยจะสังเกตกิจกรรมการตลาดที่ปรากฏในสื่อออนไลน์

ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม แมสเซนเจอร์ และไลน์ จากนั้นขั้นที่สอง ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วม (Engagement) กับกิจกรรมดังกล่าว และขั้นที่สาม ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่พบมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัยข้างต้น และนำเสนอเป็นผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากอุตสาหกรรมนมผงในประเทศไทย และวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้โดยใช้แนวคิดเจ็ดส่วนประสมทางการตลาดเป็นกรอบในการวิเคราะห์ สามารถนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 7 ประเด็น โดยสรุปมีรายละเอียดดังภาพ



ภาพที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการนมผงในประเทศไทย

จากภาพที่ 1 ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดทั้งเจ็ดสามารถอธิบายขยายความรายละเอียด ดังนี้

(1) ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์นมผง

กลยุทธ์ด้านส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์นมผง พบว่าบริษัทนมผงกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ 5 ด้าน ได้แก่ (1.1) การวิจัยและพัฒนา (Research & Development) สูตรนมผงเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์นมผงสูตรใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่พร้อมเข้าสู่ตลาด บริษัทนมผงจำเป็นต้อง (1.2) กำหนดตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning) พบว่า นมผงส่วนใหญ่กำหนดตำแหน่งตราสินค้าของตนให้เชื่อมโยงกับเรื่องของคุณภาพเป็นอัจฉริยะ และภูมิคุ้มกันต้านทานแข็งแรงเป็นหลัก (1.3) การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) โดยพบว่า ในตลาดนมผงได้รับการแบ่งกลุ่มตามกลุ่มผู้บริโภค 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Super Premium กลุ่ม Premium กลุ่ม Standard และกลุ่ม Economy และ (1.4) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและนมผงสำหรับเด็กเล็กส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในประเทศไทยได้รับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากกันน้อยที่สุด (เมื่อมองด้วยตาเปล่า)

หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งออกแบบบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กให้เกือบจะเหมือนกับนมผงสำหรับทารก การออกแบบในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นการเตรียมบรรจุภัณฑ์ที่มีความพร้อมสำหรับใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบข้ามชนิด (Cross Promotion)

(2) ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคานมผง

กลยุทธ์ด้านส่วนประสมด้านราคานมผง พบว่า เทคนิคสำคัญที่ใช้ในการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นมผงของแต่ละบริษัทจะนิยมใช้คำว่า “พิเศษ” หรือ “เพิ่มปริมาณ” การใช้ข้อความลักษณะนี้ เป็นการส่งความหมายทางจิตวิทยาให้ผู้บริโภคประเมินความคุ้มค่าได้ง่ายในราคาเดิม แต่ได้ปริมาณนมผงเพิ่มมากขึ้น หรือ จ่ายราคาเท่าเดิมแต่ได้คุณค่าทางสารอาหารเข้มข้น หรือเพิ่มเติมขึ้น ตรรกะด้านราคาเหล่านี้มักผลึกเป็นผลการประเมินความคุ้มค่าด้านมูลค่าราคากับคุณค่าที่ได้กลับมามีความคุ้มค่า

(3) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนมผง

กลยุทธ์ด้านส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนมผง พบว่า การซื้อ - ขายนมผงมี 2 รูปแบบ แบบแรก คือ

การซื้อขายในสถานที่จัดจำหน่ายที่คุ้นเคย เช่น ร้านค้าชุมชน ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ศูนย์การค้า พื้นที่กิจกรรมการตลาด หน่วยบริการสาธารณสุข ตลอดจนงานจัดแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับแม่และเด็ก เป็นต้น สำหรับแบบที่สอง คือ การซื้อ – ขายนมผงในโลกออนไลน์ เช่น ร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ออนไลน์ ร้านค้าชุมชนออนไลน์ ร้านค้าในแอปพลิเคชันนมผง เพชบุรีแพนเพนงมผง รวมถึงการโฆษณาแบบพร้อมซื้อบนกูเกิล อย่างไรก็ตาม การซื้อ – ขายนมผงออนไลน์จำเป็นต้องอาศัยการขนส่งเป็นองค์ประกอบที่เอื้อให้การซื้อ – ขาย ตลอดจนเส้นทางเสร็จสมบูรณ์จึงมีการประสานงานกับธุรกิจจัดส่งสินค้ามากมาย

(4) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดนมผง

กลยุทธ์ด้านส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดนมผง พบว่า อุตสาหกรรมนมผงใช้การส่งเสริมการตลาด 5 เครื่องมือในการมุ่งใจให้กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเกิดพฤติกรรมผู้บริโภคนมผง ได้แก่

(4.1) การโฆษณานมผง

สำหรับการโฆษณานมผงในประเทศไทย พบว่า ใช้วิธีการโฆษณา ได้แก่ การโฆษณาผ่านระหว่างรายการ การโฆษณาแบบ Tie – in การโฆษณากลางแจ้ง การโฆษณา ณ จุดขาย การโฆษณาแบบข้ามชนิด นอกจากนี้ในโลกออนไลน์ พบว่า ใช้กลยุทธ์การโฆษณาแบบย้ำความสนใจ (Re Marketing) เป็นกลยุทธ์หลักในการย้ำความสนใจกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดผ่าน Online Platform ได้แก่ เพชบุรี อินสตราแกรม แมสเซนเจอร์ ยูทูบ ยูทูบไลน์ เป็นต้น

(4.2) การประชาสัมพันธ์นมผง

การประชาสัมพันธ์นมผงในประเทศไทย พบว่า ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ 4 แบบ ได้แก่ (1) องค์กรเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) (2) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) (3) การอุปถัมภ์ (Sponsorship) เช่น การสนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์ และสถาบันทางการแพทย์ รวมถึงสนับสนุนรายการสนับสนุนร้านค้า และ (4) การหว่านล้อม (Lobbying)

(4.3) การตลาดทางตรงนมผง

การตลาดทางตรงนมผง พบว่า ใช้ 2 ลักษณะ กล่าวคือ ลักษณะแรก เป็นการตลาดทางตรงแบบออนไลน์ เช่น การติดต่อ

กลุ่มเป้าหมายผ่านทาง เพชบุรีแพนเพนงมผง โปรแกรมสนทนา เพชบุรีไลฟ์ และเว็บไซต์ ขณะที่ลักษณะที่สอง เป็นการตลาดทางตรงแบบออฟไลน์ ได้แก่ การจัดกิจกรรมการตลาดในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย แคตตาล็อก จดหมาย และข้อความสั้น (SMS)

(4.4) การส่งเสริมการขายนมผง

การส่งเสริมการขายนมผง พบว่า ใช้ 5 เทคนิคหลัก ได้แก่ (1) ลด แลก แจก แถม (2) ให้/แจกสินค้าผลิตภัณฑ์นมผงขนาดทดลอง (3) ชิงรางวัล (4) ข่ายพวง และ (5) ฟรีค่าจัดส่ง กิจกรรมการส่งเสริมการขายข้างต้นเป็นเทคนิคในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์นมผงที่ร่วมรายการชั่วคราวเพื่อต้องการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมผงโดยเร็ว

(4.5) พนักงานขายนมผง

พนักงานขายนมผง พบว่า เป็นบุคคลที่ได้รับการว่าจ้างทำหน้าที่ให้ข้อมูล แนะนำผลิตภัณฑ์นมผง สาธิตผลิตภัณฑ์นมผง จูงใจให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจซื้อนมผงในที่สุด พนักงานขายจะอยู่ประจำจุดขายในซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ศูนย์การค้า พื้นที่จัดกิจกรรมการตลาด

(5) ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลสนับสนุนตราสินค้านมผง

กลยุทธ์การใช้บุคคลเป็นผู้สนับสนุนตราสินค้า พบว่า ใช้บุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) มาทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนตราสินค้าเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นมผงเกิดความน่าเชื่อถือและได้รับการบอกต่อ (Word of Mouth) โดยบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท กล่าวคือ ประเภทแรก Macro Influencer คือ บุคลากรทางการแพทย์ กลุ่มนี้เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิดในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจที่นำไปสู่พฤติกรรมการใช้นมผงเลี้ยงทารกสูงสุด ประเภทที่สอง Micro Influencer คือ ดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีบุตรกลุ่มนี้แม้มีอิทธิพลในการจูงใจให้เกิดการตัดสินใจและพฤติกรรมไม่สูงเท่ากลุ่มแรก แต่ประสิทธิภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดกลุ่มนี้โดดเด่นในเรื่องของการสร้างกระแสให้เกิดการแนะนำหรือบอกต่อหรือเป็นต้นแบบในการใช้นมผงเลี้ยงบุตร สำหรับประเภทสุดท้าย Nano Influencer คือ บุคคลทั่วไปเพศหญิงที่มีบุตรและมีผู้ติดตามจำนวนมากในโลกออนไลน์ (Follower) บุคคลกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลในลักษณะของการบอกต่อ แนะนำ เช่นเดียวกันกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดกลุ่มที่สอง แต่จะ

ให้ความรู้ถึงประสบการณ์ที่เป็นผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แนะนำในชีวิตจริง

(6) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบลักษณะทางกายภาพของตราสินค้านมผง

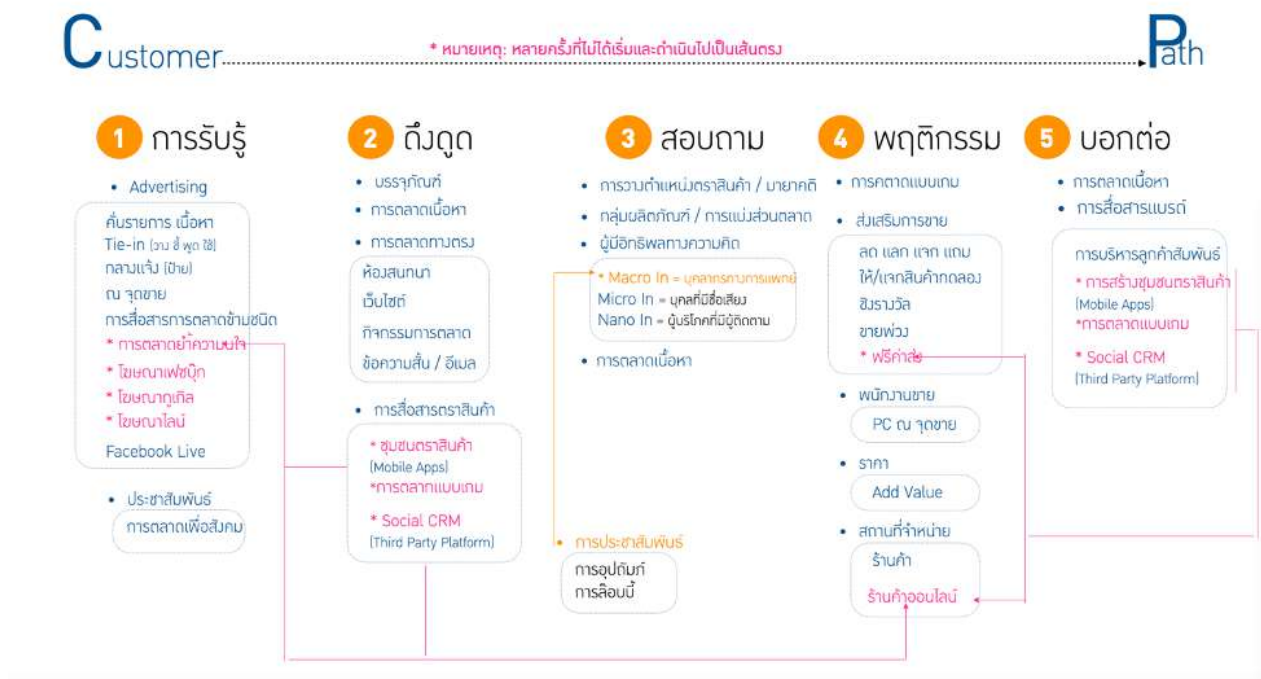
ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบลักษณะทางกายภาพของตราสินค้านมผง พบว่า อุตสาหกรรมนมผงใช้การสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication) เป็นเทคนิคสำคัญในการสร้างประสบการณ์ทางกายภาพที่กลุ่มเป้าหมายสัมผัสตราสินค้าผ่านการ Engage ด้วยวิธีการต่าง ๆ (6.1) Social CRM ที่ให้ความสำคัญกับ Brand Engagement ใน Customer Community (6.2) การสร้าง Brand Community ที่ให้ความสำคัญกับ Brand Engagement ใน Mobile Application หรือ Official Fanpage (6.3) การสร้าง Content Marketing ที่สร้าง Brand Engagement โดยสนับสนุนให้ผู้บริโภคสร้างเนื้อหา (Content Marketing) ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า (Brand) และ

ส่งต่อ (Share) ในสื่อสังคมออนไลน์บนฐานคิดที่ว่าผู้บริโภคจะรู้สึกปลอดภัยและเชื่อถือมากกว่ารับเนื้อหาโฆษณาที่ผลิตมาจากเจ้าของตราสินค้าโดยตรง (6.4) การสร้างเกม (Gamification) การสร้างเงื่อนไขให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับแบรนด์ในรูปแบบของการออกแบบกิจกรรมหรือเกมเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อรับรางวัลเป็นการตอบแทน

(7) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบเส้นทางของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมผง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบเส้นทางของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมผง พบว่า บริษัทนมผงกำหนดเส้นทางผู้บริโภคออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ (5.1) ขั้นรับรู้ (5.2) ขั้นดึงดูด (5.3) ขั้นสอบถาม (5.4) การเกิดพฤติกรรมการซื้อ และ (5) ขั้นบอก/แนะนำต่อ โดยในขั้นนี้จะเป็นการนำทหส่วนประสมการตลาดข้างต้นมาจัดเรียง สอดแทรก ให้เหมาะสมตลอดเส้นทางของผู้บริโภค ดังภาพ

เส้นทางการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภค 5As



ภาพที่ 2 ส่วนประสมการตลาดนมผงตลอดเส้นทางผู้บริโภคในสื่อสังคมออนไลน์

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์การตลาดนมผงในประเทศไทยตลอดงานวิจัย ขับเคลื่อนไปตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ดังที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, น. 434) อธิบายส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการประกอบด้วย 7 ปัจจัย (7Ps) คือ (1) ผลิตภัณฑ์และบริการ (2) ราคา (3) การจัดจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด (5) บุคคลและพนักงาน (6) การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และ (7) กระบวนการ ที่น่าสนใจคือ บางส่วนประสมการตลาดหมิ่นเหม่เข้าข่ายละเมิดพระราชบัญญัติ ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 โดยเฉพาะมาตรา 14 และ 15 กล่าวคือ พ.ร.บ. ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก (ราชกิจจานุเบกษา, 2560 : 1) ในมาตรา 14 แห่งบัญญัติไว้ว่า “ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก” เมื่อนำมาอภิปรายร่วมกับผลการวิเคราะห์การโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดนมผงในประเทศไทยดังที่ข้อสรุปแสดงให้เห็นว่าบางบริษัทนมผงทำการโฆษณานมผงสำหรับทารกในสื่อออนไลน์ โดยใช้เทคนิคการโฆษณาแบบย้ำความสนใจ (Re-Marketing) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เข้าข่ายละเมิดมาตราดังกล่าวชัดเจน และเห็นได้ทั่วไปในสื่อออนไลน์

นอกจากนี้ในมาตรา 15 แห่งพ.ร.บ. ดังกล่าวกำหนดให้ “ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องดำเนินการให้ฉลากอาหารและฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กแตกต่างกันอย่างชัดเจน และสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่าย” (ราชกิจจานุเบกษา, 2560 : 7) ขณะที่บรรจุกฎภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กส่วนใหญ่ได้รับการออกแบบให้มีลักษณะแตกต่างจากนมผงสำหรับทารกเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งเมื่อนำบรรจุกฎภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กไปโฆษณาและสื่อสารการตลาดในสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะการโฆษณานมผงสำหรับเด็กเล็ก (ที่ฉลากบรรจุกฎภัณฑ์แตกต่างเพียงเล็กน้อยจากนมผงสำหรับทารก) ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่มีเวลาออกอากาศช่วงสั้น (15 – 45 วินาที) อาจทำให้ผู้พบเห็นเข้าใจผิดไปได้นานนมผงที่พบเห็นเหล่านั้นเป็นนมผงสำหรับทารก อันเป็นผลมาจากการออกแบบฉลากบรรจุกฎภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและนมผงสำหรับเด็กเล็กที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน

เทคนิคเช่นนี้เรียกว่า การส่งเสริมการตลาดแบบข้ามชนิด (Cross Promotion) ดังที่นงนุช ใจชื่น และกัณณพณ์ ภักดี เศรษฐกุล (2558 : 15) กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดแบบข้ามชนิดไว้ว่า “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ใช้สินค้าหรือตราสินค้า (แบรนด์) หนึ่งไปเชื่อมโยงกับสินค้าอีกสินค้าหนึ่งของบริษัทเดียวกัน” ดังนั้นการออกแบบฉลากบรรจุกฎภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้มีความแตกต่างจากฉลากบรรจุกฎภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กให้น้อยที่สุด จึงเสี่ยงเห็นผลว่านมผงสำหรับเด็กเล็กสามารถใช้เป็นช่องทางการโฆษณาทางอ้อมให้กับนมผงสำหรับทารกที่กฎหมายห้ามโฆษณาได้ สอดรับกับข้อสรุปจากงานวิจัยของ Berry (2010 : 27) ที่กล่าวว่า “การโฆษณานมผงสำหรับเด็กเล็กทำหน้าที่เป็นโฆษณาแฝงสำหรับนมผงสำหรับทารกและนมผงสูตรต่อเนื่อง เมื่อคุณแม่พบเห็นโฆษณานมผงสำหรับเด็กเล็กจากนิตยสาร พวกเขาเชื่อว่าพบเห็นนมผงสำหรับทารก” และการพบเห็นการโฆษณานมผงทางโทรทัศน์ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงเลี้ยงบุตร ดังที่การศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี ของพิมพ์วิรัตน์ ภักดีไทย (2553 : (1)) แสดงให้เห็นว่า สปอตโฆษณานมผงทางโทรทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยนัยนี้สามารถตั้งข้อสังเกตต่อไปได้ว่า การโฆษณานมผงสำหรับทารกแบบข้ามชนิดดังกล่าวเข้าข่ายละเมิดมาตรา 14 (ราชกิจจานุเบกษา, 2560 : 1) ที่ “ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก” หรือไม่ อย่างไร และจำเป็นต้องมีหลักฐานเชิงประจักษ์มายืนยันหรือหักล้างข้อสังเกตข้างต้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจุบันพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ควบคุมเฉพาะการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกจึงกลายเป็นช่องว่างเกิดการโฆษณานมผงสำหรับเด็กแบบข้ามชนิด (Cross Promotion) ดังที่ข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นแล้วว่าการโฆษณานมผงสำหรับเด็กเล็กมีแนวโน้มที่จะเป็นการโฆษณานมผงสำหรับทารกทางอ้อมได้

ดังนั้นจึงควรศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าวในเชิงลึก เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นความรู้พื้นฐานในการปรับปรุงกฎหมาย หรือขยายการควบคุมให้ครอบคลุมนมผงสำหรับเด็กเล็ก

2. ควรติดตามกลยุทธการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงสำหรับทารกและเด็กเล็กอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการทำการโฆษณานมผงสำหรับทารกแบบยั่วความสนใจอย่างโจ่งแจ้งรวมถึงกลยุทธการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ที่มีความแนบเนียนมากขึ้น

3. ควรผลงานวิจัยที่ได้ควรนำไปสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการอบรมบุคลากรของกรมอนามัย กระทรวง

สาธารณสุขในการติดตามกลยุทธการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงประเภทอื่น ๆ ในพื้นที่สุขภาพอื่น ๆ

4. กรมอนามัย ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินคดีทางกฎหมายกับบริษัทนมผงที่ฝ่าฝืนอย่างจริงจัง

5. การวิจัยในอนาคต ควรนำการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงออนไลน์ที่พบจากงานวิจัยนี้ไปออกแบบแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดนมผงออนไลน์ในประเด็นของการรับรู้ การจดจำ อิทธิพล และผลกระทบ

บรรณานุกรม

- นงนุช ใจชื่น และกัณณพนธ์ ภัคศิเรษฐกุล. (2558). การเปิดรับการสื่อสารการตลาดนมผงกับการเลี้ยงลูกด้วยนมผงของหญิงไทย. สำนักงานพัฒนาโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ.
- พิมพ์วิมล ภัคศิไทย. (2553). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกซื้อนมผงดัดแปลงสำหรับเด็กวัย 1-3 ปี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2560, 30 พฤษภาคม). พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก. <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/RKJ/announce/search.jsp>
- บวรสรรค์ เจียดำรง. (2558). การเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธการสื่อสารในการส่งเสริมการตลาดนมผงในประเทศไทยที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กระหว่างการผลักดันพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11ed). McGraw-Hill Education.
- Euromonitor International. (2016, 25 กรกฎาคม). *Food Market Share in Thailand*. <http://fic.nfi.or.th/FoodMarketShareInThailandDetail.php?id=234>
- Jack Newman & Teresa Pitman. (2014). *Dr. Jack Newman's Guide to Breastfeeding*. London.
- Nina J Berry, Sandra Jone & Don Iwerson. (2010). *It's all Formula to me : Women's Understandings of Toddler Milk Ads*. Breastfeeding Review : Australian Breastfeeding Association.

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย

Factors affecting consumers' life insurance purchase

decision in sukhothai province

อารยา คำรุ่ง¹ ชำนาญ ทองเย็น²

Arraya Kamroon and Chumnann Thongyen

Article History

Received: November 11, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 400 คน เครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ F-test (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe.

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมปัจจัยทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยยังพบอีกว่าปัจจัยด้านส่วนบุคคลของผู้บริโภค ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยในการตัดสินใจ กรมธรรม์ประกันชีวิต ผู้บริโภค

¹⁻² สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Faculty of Business Administration and Accounting, Phitsanulok University

Email: sunsun192557@gmail.com *Corresponding author

Abstract

The purpose of this research was to study the factors of purchasing a life insurance policy of consumers in Sukhothai Province and to compare opinions on the marketing mix factors affecting consumer purchasing decisions of life insurance policy in Sukhothai Province, classified by consumer personal factors. This research is quantitative . The sample group used in this study was 400 consumers who decided to purchase a life insurance policy in Sukhothai Province. The research instrument used for collecting data was a questionnaire. The statistics used in the research are frequency, percentage, mean, standard deviation. Data were analyzed to test the hypothesis using a statistical t-test, F-test (one-way ANOVA). Scheffe test is used to test the difference of mean in pairs.

The results of the research showed that the majority of the sample were female, age between 31-40 years old, graduated with a bachelor's degree, personal business career, and monthly income between 10,001-20,000 baht and found that the marketing mix factors as products, price, distribution, personnel, physical characteristics, and service process, in overall all aspects of the factors, were of high importance and the research results also found that the personal factors in term of gender, age, education, occupation, and income. There were statistically significant differences in the marketing mix factors for purchasing decision of Life insurance policies at the .05 level.

Keywords: Decision factors, Life insurance policy, Consumers

บทนำ

ชีวิตประจำวันของคนเราในสังคมปัจจุบันทุกวันนี้ ต้องเผชิญกับภัยอันตรายและความเสี่ยงภัยอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่เป็นภัยที่มนุษย์เราไม่สามารถควบคุมได้ อันได้แก่ ภัยที่เกิดตามธรรมชาติ เช่น ภัยจากการเกิดแผ่นดินไหว ภัยที่เกิดจากดินถล่ม ภัยที่เกิดจากน้ำท่วม ภัยที่เกิดจากความแห้งแล้ง หรือ ภัยที่เกิดจากสภาพอากาศ เป็นต้น รวมถึงภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งในบางครั้งก็ไม่สามารถป้องกันหรือหลีกเลี่ยงจากภัยดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า มนุษย์เราทุกวันนี้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่าง ๆ มากมายรอบด้าน โอกาสที่มนุษย์เราจะเสี่ยงต่อการเสียชีวิต บาดเจ็บ หรือ สูญเสียสุขภาพ จึงมีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับกิจกรรมประจำวันของแต่ละคน โดยเฉพาะความเสี่ยงอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดกับตนเองเมื่อใด นอกจากนั้นยังรวมไปถึง ความเสี่ยงเนื่องจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมนุษย์มีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคได้ง่ายขึ้น ถ้าหากไม่ระมัดระวัง

ดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2562)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า มนุษย์ทุกคนย่อมมีความหวาดกลัวภัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นแก่ตนเองอันจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อตนเองรวมถึงสมาชิกในครอบครัว หากผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวซึ่งเป็นผู้ที่มีภาระรับผิดชอบต่อสมาชิกทุกคนในครอบครัว ต้องประสบเคราะห์ภัย เป็นเหตุให้ บาดเจ็บ สูญเสียสุขภาพ หรือถึงขั้นเสียชีวิตในที่สุด ก็จะส่งผลกระทบต่อสมาชิกในครอบครัวทั้งทางด้านจิตใจ เศรษฐกิจ และ อาจเกิดผลกระทบอื่นๆ ตามมาอีกในหลายๆ ด้าน จากเหตุผลต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นจึงจำเป็นต้องหาวิธีการในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มนุษย์เราตระหนักถึงภัยต่างๆ ที่อยู่รอบตัวซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นวิธีการหนึ่งที่สามารถบรรเทาความเสี่ยงภัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ คือ การส่งเสริมให้ประชาชนซื้อประกันชีวิตซึ่งจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้เอาประกันได้เมื่อเกิดภัยขึ้น การทำประกันชีวิตนั้นมีอยู่หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความ

ต้องการ ความเป็น รวมถึงกำลังทรัพย์ของผู้เอาประกันด้วย (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2560)

ในปัจจุบันการทำประกันชีวิตเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นกว่าในอดีตและเป็นที่นิยมกันในกลุ่มผู้มีรายได้ในหลากหลายสาขาอาชีพ ธุรกิจประกันชีวิตนอกจากจะให้ประโยชน์โดยตรงกับผู้เอาประกันในด้านความคุ้มครองชีวิตและในด้านการออมทรัพย์แล้ว การประกันชีวิตยังมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติอีกด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า บริษัทประกันชีวิตซึ่งถือว่าเป็นสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง เป็นแหล่งระดมเงินทุนในระยะยาวจากผู้เอาประกันชีวิตในรูปของเบี้ยประกันตามกรมธรรม์ประกันชีวิตซึ่งมีอยู่หลากหลายรูปแบบด้วยกัน เมื่อผู้เอาประกันชีวิตต้องการซื้อประกันจึงควรเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการและความจำเป็นของผู้เอาประกันชีวิต (สถาบันประกันภัยไทย, 2560)

ในประเทศไทยธุรกิจประกันชีวิตถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ต่อการพัฒนาประเทศชาติ และแนวโน้มของประชาชนได้ให้ความสนใจต่อการซื้อประกันชีวิตมีมากขึ้นจากในอดีตแต่ยังถือว่าค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศบางประเทศที่พัฒนาแล้ว และรัฐบาลเองก็ได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมการทำประกันชีวิตมาโดยตลอด โดยออกกฎหมายให้ผู้เอาประกันที่ซื้อประกันชีวิต สามารถนำเบี้ยประกันชีวิตในแต่ละปีไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ส่วนบุคคล เพราะฉะนั้นจึงแสดงให้เห็นว่า รัฐบาลให้การสนับสนุน และเห็นความสำคัญของการซื้อประกันชีวิตของประชาชน อันจะส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจประกันชีวิต เพราะจะสร้างประโยชน์อย่างมหาศาลต่อประชาชนในชาติ และจะส่งผลประโยชน์สะท้อนกลับต่อรัฐบาลทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเงินภาษีเข้าภาครัฐ หรือ การลดภาระสวัสดิการของประชาชนรวมถึงเป็นการเพิ่มเงินลงทุนระยะยาวของประเทศชาติอีกด้วย (มณีนรุตน์ รัตนพันธ์, 2561)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เหตุผลการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตส่วนใหญ่ มาจากปัจจัยหลักๆ คือ อัตราการจ่ายค่าเบี้ยประกัน ด้านผลตอบแทน ด้านการจ่ายค่าสินไหมทดแทน โดยเฉพาะช่องทางการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายและอื่นๆ เพราะยังมีองค์ประกอบบางประเด็น คือ ความสัมพันธ์ด้านพฤติกรรม ด้านการตลาด และด้านภาพลักษณ์องค์กรที่มีผล

ต่อการตัดสินใจซื้อ จากความแตกต่างดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย โดยผลการวิจัยที่ได้จะสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การวางกลยุทธ์ทางการตลาด และแผนธุรกิจสำหรับตัวแทนประกันชีวิต/บริษัทประกันชีวิต ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

ผู้บริโภค หรือผู้เอาประกัน หมายถึง คู่สัญญาฝ่ายซึ่งตกลงจะส่งเบี้ยประกันตามสัญญาประกัน ซึ่งจะได้รับค่าคุ้มครองตามที่ได้ระบุไว้ในสัญญา

บริษัทประกันชีวิต หมายถึง บริษัทที่ให้บริการด้านการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตเพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อน อันเกิดจากอุบัติเหตุ การเจ็บไข้และความตาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ โดยให้หลักประกันว่าเมื่อเกิดภัยแก่ผู้เอาประกันภัย ผู้ที่อยู่ในความอุปการะของผู้เอาประกันภัยก็จะไม่เดือดร้อน

การประกันชีวิต หมายถึง การทดแทนการสูญเสียรายได้ กรณีต้องจากไปก็จะมีเงินชดเชยที่บริษัทจะมอบให้ก่อนหนึ่งตามวงเงินที่ได้ทำไว้

เบี้ยประกันชีวิต หมายถึง เงินที่ผู้เอาประกันจ่ายให้แก่บริษัทรับประกันเพื่อความคุ้มครองและผลประโยชน์อื่นๆ ตามกรมธรรม์ที่จะได้รับจากการประกันชีวิต

ตัวแทนประกันชีวิต หมายถึง ผู้ซึ่งบริษัทประกันชีวิตมอบหมายให้ทำการชักชวนให้บุคคลทำสัญญาประกันชีวิตกับบริษัท

กรมธรรม์ประกันชีวิต หมายถึง สัญญาที่มีผลผูกพันระหว่างผู้เอาประกันภัยและบริษัทประกันชีวิต โดยบริษัทประกันชีวิตสัญญาว่าจะจ่ายเงินให้กับฝ่ายผู้เอาประกัน หากผู้เอาประกันเสียชีวิตหรือมีชีวิตอยู่จนครบกำหนดสัญญาตามที่กำหนดไว้ และผู้เอาประกันภัยจะต่อชำระเบี้ยประกันภัยให้ เป็นสิ่งตอบแทน

การเลือกซื้อ หมายถึง การใช้เงินตามแลกเปลี่ยนกับสิ่งของที่เราต้องการหรือจำเป็นมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับตนเอง ครอบครัวและเพื่ออำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (กรรมธรรม์) ราคา (ค่าเบี้ยประกันชีวิต) การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตของการศึกษา

1. ด้านเนื้อหา การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 89,260 คน (สำนักงานคณะกรรมการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จังหวัดสุโขทัย, 2562) กลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างที่มีค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane, 1973 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549 : 74) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3. ด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งเป็น

3.1 ตัวแปรอิสระ แบ่งออกดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

3.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย

4. ด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 – เดือน มิถุนายน 2563

5. ด้านพื้นที่ เก็บข้อมูลในเขตพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการประกันชีวิตสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เอาประกันชีวิตได้ตรงตามความต้องการ

2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้เอาประกันชีวิตในด้านการเลือกซื้อแบบประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย เพื่อทราบถึงความต้องการ และเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับผู้เอาประกันชีวิตเพื่อซื้อแบบประกันให้ตรงกับความต้องการของผู้เอาประกันชีวิต

3. สามารถนำผลจากการวิจัยไปใช้วิเคราะห์ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การวางกลยุทธ์ทางการตลาดและแผนธุรกิจสำหรับตัวแทนประกันชีวิต/บริษัทประกันชีวิต ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด Kotler, (1997) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง

ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการให้บริการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการในหนังสือ การบริหารการตลาดยุคใหม่นั้น ขั้นตอนการตัดสินใจจะเป็นลำดับขั้นโดยพบว่าผู้บริโภคที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอนคือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps นั้นเอง

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การที่กิจการมีสินค้าและ/หรือบริการไว้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาได้ ทั้งนี้ราคาของสินค้าและ/หรือบริการอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินยอมที่จะจ่าย (Willing to pay) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งมีความพยายามมุ่งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัดสินใจซื้อสินค้าและ/หรือบริการอย่างถูกต้อง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ไซมอน (Simon, 1960) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจคือการกำหนดขอบเขตของนโยบายทั้งหมด และเป็นภารกิจที่แผ่กระจายไปทั่วการบริหารองค์การ เช่นเดียวกับการปฏิบัติงาน แท้จริงแล้วการตัดสินใจมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการบริหาร โดยทั่วไปจะต้องรวมหลักการขององค์การเพื่อประกันความถูกต้องของการตัดสินใจ เป็นหลักการที่เที่ยงตรง ประกันประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน

ธงชัย สันติวงษ์ (2554) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการสร้างทางเลือกการดำเนินงานไว้หลายๆ ทาง แล้วพิจารณาตรวจสอบประเมินทางเลือกเหล่านั้นเพื่อเลือกทางที่ดีที่สุดเพื่อไปดำเนินงาน

ไซมอน (Simon, 1960) ได้แบ่งชนิดของการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆ ดังนี้

- 1) การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือมีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า
- 2) การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดหรือไม่มีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า

โดยปกติแล้วผู้นำหรือผู้บริหารมักจะต้องทำการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์หรือสภาวะการณ์ต่างกัน ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้นำ แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างยิ่ง จึงต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจสภาวะการณ์หรือสถานการณ์ของการตัดสินใจสามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบดังนี้

- 1) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน
- 2) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง
- 3) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การรับรู้ปัญหา
- 2) การแสวงหาข้อมูล
- 3) การประเมินทางเลือก
- 4) การตัดสินใจซื้อ
- 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ศึกษาเรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้ตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เพื่อเก็บออม รองลงมาคือเพื่อลดหย่อนภาษี การซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต โดยมีการสืบค้นข้อมูลหรือได้รับข่าวสารผ่านตัวแทนมากที่สุด รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต และจากครอบครัวและญาติ การซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่ซื้อผ่านตัวแทนประกันชีวิต ชำระเบี้ยเป็นรายปี ส่วนปัจจัยด้านชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิต ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน และปัจจัยประชากรศาสตร์พบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

อมรรัตน์ บุตรราช (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ในด้านส่วนประสมทางการตลาด เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน และพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะความคิดเห็นในเรื่องตัวแทนและช่องทางการให้บริการชำระเงินอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก และปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุและอาชีพที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน

พารินทร์รัตน์ ธรรมหรือยอง (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญของประชาชน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ ด้านลักษณะทางกายภาพที่เกี่ยวกับสถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และผลการวิจัยยังพบอีกว่าปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษามีผลน้อยมากต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญ แต่ด้านอายุ อาชีพ และระดับรายได้มีอิทธิพลมากที่สุดกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญ

มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลาในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยด้านเบี้ยประกันภัย ด้านตัวแทนประกันชีวิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ด้านรูปแบบกรรมธรรม์ ด้านช่องทางการซื้อประกันชีวิต ด้านสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบพบว่า อายุต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในภาพรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดสุโขทัยที่เคยซื้อประกันชีวิต

หรือสนใจซื้อประกันชีวิต ในจังหวัดสุโขทัย ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และใช้ค่าทางสถิติ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าสถิติค่าที (T-test) แบบ Independent t-test ค่าสถิติค่าเอฟ F-test (One-Way ANOVA)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัยได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัยได้แก่ การตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ช่วงเวลาที่คิดว่าจะซื้อ ประเภทความคุ้มครอง วงเงินประกัน แผนชำระค่าเบี้ยประกัน และเหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิต

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในจังหวัดสุโขทัยจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการ

ตลาดในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย ในภาพรวมทุกปัจจัยมีความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.92, S.D. = 0.612) ด้านราคา ($\bar{X}$ = 3.84, S.D. = 0.747) ด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.619) ด้านบุคคล ($\bar{X}$ = 3.68, S.D. = 0.573) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 3.61, S.D. = 0.732) ด้านกระบวนการ ($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.591) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}$ = 3.52, S.D. = 0.636) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในจังหวัดสุโขทัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 และไม่ซื้อจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ตามลำดับ

จากการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 248 คน จากทั้งหมด 400 คน สามารถนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมในการซื้อกรรมธรรม์ได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในช่วง 7-12 เดือน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 ประเภทความคุ้มครองของกรรมธรรม์ประกันชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อ คือ ประเภทสะสมทรัพย์ (การออมทรัพย์) จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.48 วงเงินประกันชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อ คือ 500,001 - 1,000,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 47.58 รูปแบบการชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อ คือ ชำระเป็นรายปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 69.35 ค่าเบี้ยประกันชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถจ่ายได้ คือ 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.29 ระยะเวลาในการถือครองกรรมธรรม์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก คือ ระยะ 1-7 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 45.16

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจไม่ซื้อประกันชีวิต จำนวน 152 คน จากทั้งหมด 400 คน ให้เหตุผลที่ไม่ซื้อประกันชีวิตคือ มีเพียงพอแล้ว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัยทุกปัจจัยมีความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะความคิดเห็นในเรื่อง มีกรรมธรรม์ให้เลือกหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พารินทร์รัตน์ ธรรมหมื่นยอง (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญของประชาชนอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญ ด้านผลิตภัณฑ์ มีการให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับรูปแบบของกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2) ด้านราคา ระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่องอัตราค่าเบี้ยประกันเหมาะสมกับวงเงินเอาประกันและความคุ้มครอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่าโดยปัจจัยด้านเบี้ยประกันภัย ด้านตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย ระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่อง สถานที่ตั้งของบริษัทและตัวแทนอยู่ในแหล่งชุมชนเดินทางสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พารินทร์รัตน์ ธรรมหมื่นยอง (2559) ศึกษาเรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญของประชาชนอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านกายภาพ ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เกี่ยวกับสถานที่ของบริษัทใกล้แหล่งชุมชน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการสืบค้นข้อมูลหรือได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านตัวแทนจำหน่ายมากที่สุดถึง รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และจากครอบครัว/ญาติ

5) ด้านบุคคล ระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่อง พนักงานสามารถให้คำแนะนำปรึกษา ในการแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ด้านตัวแทนประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา

6) ด้านกระบวนการ ระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่อง บริษัทประกันชีวิตมีบริการชำระเงินที่หลากหลาย (ผ่านตัวแทน,ผ่านบัตรเครดิต) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอมรรัตน์ บุตรราช (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะความคิดเห็นในเรื่องตัวแทนจำหน่ายกรรมธรรม์และช่องทางการให้บริการชำระเงินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

7) ด้านลักษณะทางกายภาพระดับความคิดเห็น ส่วนมากอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัทส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสุโขทัย แตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอมรรัตน์ บุตรราช (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ ขัดแย้งกับผลการศึกษาของประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุอาชีพ การศึกษา และสถานภาพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ซึ่งการขัดแย้งผลการศึกษาของประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้งอาจเป็นเพราะความแตกต่างกันในเรื่องของพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันระหว่างในเขตกรุงเทพและปริมณฑลกับพื้นที่ต่างจังหวัดในการดำเนินชีวิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาหรือปรับปรุงสัญญาเพิ่มเติมที่ให้ผลประโยชน์กับลูกค้าอย่างคุ้มค่าต่อการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในแต่ละกรรมธรรม์

2. ด้านราคา บริษัทประกันชีวิตควรมีการปรับปรุงเบี้ยประกันชีวิตให้เหมาะสมที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับความคุ้มครองที่ลูกค้าจะได้รับและมีความเหมาะสมกับผลประโยชน์ที่กำหนดไว้ในกรรมธรรม์และสอดคล้องกับรายได้ของลูกค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายใน

หลายๆ ช่องทางเพื่อเป็นการจูงใจลูกค้า มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้าที่จะซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญกับการมอบของกำนัล หรือของสมนาคุณเมื่อมีการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตเพื่อเป็นการจูงใจในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในแต่ละประเภท

5. ด้านบุคลากร บริษัทประกันชีวิตควรมีการพัฒนาพนักงานเจ้าหน้าที่และตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเกี่ยวกับข้อมูลการประกันชีวิตและการให้ข้อมูลที่ชัดเจนกับลูกค้า โดยมีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่ต้องการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตกับบริษัท

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ บริษัทประกันชีวิตควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่สนใจของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น ผลประโยชน์คุ้มครอง ค่าข้อเสนอของกรรมธรรม์ที่ลูกค้าซื้อสามารถวางแผนทางการเงินในอนาคตของลูกค้าหรือผู้เอาประกันได้อย่างแท้จริง

7. ด้านกระบวนการ บริษัทประกันชีวิตควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับความสะดวกของผู้เอาประกันในการขอรับเงินชดเชยประกันชีวิตหลังครบกำหนด มีความรวดเร็วตามที่ได้ทำสัญญากันไว้ รวมไปถึงเงื่อนไขการรับประกันชีวิต มีความชัดเจนและครอบคลุม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น การสื่อสารทางการตลาด เพื่อเป็นการหาความต้องการของผู้บริโภคได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างต่างสาขา เพื่อนำมาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันหรือไม่

3. ผู้ที่สนใจศึกษาควรทำการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือปัจจัยที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตมีความกว้างขวางมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2549). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พารินทร์รัตน์ ธรรมหมื่นยอง. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญของประชาชนอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.
- มนิรัตน์ รัตนพันธ์. (2561). *ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่*, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 14(1), 203-225.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. พัฒนาศึกษา
- สถาบันประกันภัย. (2560, 12 สิงหาคม). *การประกันชีวิต*. <http://www.tiins.com/newweb/th/home/>.
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2560, 11 สิงหาคม). *ความจำเป็นของการทำประกันชีวิต*. <http://www.tlaa.rog>.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.). (2562, 23 มกราคม). <http://www.oic.or.th/th/consumer/%E0%B8%>.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) สุโขทัย. (2562, 23 มกราคม). <http://www.oic.or.th/th/sukhothai/download>.

- อมรรัตน์ บุตรราช. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตในด้านส่วนประสมการตลาดเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญา]. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Simon, H.A. (1960). *The new Science of Management Decision*. Harper & Row Publisher.
- Yamane, T. (1973). *Statistics Introductory Analysis*. (2nd ed.). Harper and Row Publications.

การคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1
ในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิด
Grade 7 students' geometrical thinking
in mathematics classroom using Open Approach

สุดาทิพย์ หาญเชิงชัย¹ เตือนใจ ศักดิ์สองเมือง²

Sudatip Hancherngchai and Tuanjai Saksongmuang

Article History

Received: December 23, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระดับการคิดเชิงเรขาคณิต ของนักเรียนในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิด โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ กล้องบันทึก วิดีทัศน์ กล้องบันทึกภาพนิ่ง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์โพโตคอลและการบรรยายเชิงวิเคราะห์ ตามแนวคิดวิธีการแบบเปิดของอินทร์ประสิทธิ์ (Inprastha, 2010) และระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของแวนฮีลี (Van Hiele, 1986)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ขั้นการนำเสนอสถานการณ์ปัญหาปลายเปิด นักเรียนอธิบายลักษณะรูปทรงเรขาคณิต โดยระบุคุณสมบัติของรูปทรงเรขาคณิต และอธิบายองค์ประกอบเกี่ยวกับรูปเรขาคณิตสองมิติในรูปเรขาคณิตสามมิติของรูปทรงเรขาคณิต แสดงถึงการคิดเชิงเรขาคณิตในระดับ 0 และระดับ 1
2. ขั้นการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน นักเรียนอธิบายคุณสมบัติ องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ระหว่างรูปเรขาคณิตสองมิติกับสามมิติ ของรูปทรงเรขาคณิต แสดงถึงการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 และระดับ 1
3. ขั้นการอภิปรายและเปรียบเทียบแนวคิดร่วมกันทั้งชั้นเรียน นักเรียนอธิบายและให้เหตุผลเกี่ยวกับคุณสมบัติ องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของรูปเรขาคณิตกับรูปทรงเรขาคณิต แสดงถึงการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 ระดับ 1 และระดับ 2

¹ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Faculty of Education, Phuket Rajabhat University

² โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Demonstration School of Phuket Rajabhat University, Email: sudatip_h@pkr.ac.th *Corresponding author

4. ขั้นการสรุปโดยเชื่อมโยงแนวคิดของนักเรียน นักเรียนอธิบายและให้เหตุผลโดยใช้คุณสมบัติ องค์ประกอบ ความสัมพันธ์ของรูปเรขาคณิตสองมิติกับสามมิติ และความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปทรงเรขาคณิต แสดงถึงการคิดเชิงเรขาคณิต ระดับ 0 ระดับ 1 และระดับ 2

คำสำคัญ: การคิดเชิงเรขาคณิต วิธีการแบบเปิด ชั้นเรียนคณิตศาสตร์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

Abstract

The aim of this research was to analyze the level of geometrical thinking of grade 7 students in mathematics classrooms using open approach. A qualitative method was used in this research. The target group was 7th-grade students of the Demonstration School of Phuket Rajabhat University. Data were collected in the second semester, 2018 academic years. Research instruments were the lesson plan, video recording, and IC recording. Protocol and descriptive analysis were used following Inprasitha (2010) and Van Hiele (1986).

The result revealed that:

1. Posing open-ended problem; students explained the characteristics, properties, elements of geometry both two and three-dimensional geometric forms, it shows level 0 and 1.
2. Students' self-learning through problem-solving; students explained the properties, elements, and relations of geometry both two and three-dimensional geometric forms, it shows level 0 and 1.
3. Whole class discussion and comparison; students explained and reasoned the properties, elements of geometric figures, moreover they reasoned the relation between two and three-dimensional geometric forms, it shows levels 0, 1, and 2.
4. Summing-up by connecting students' emergent mathematical ideas; students explained and reasoned the properties, elements of geometric figures, moreover, they are able to reason relation between two and three-dimensional geometric forms, it shows level 0, 1, and 2.

Keywords: Students' geometrical thinking, open approach, mathematics classroom, grade 7 students

บทนำ

วิชาเรขาคณิตมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างดีและปลอดภัย อย่างไรก็ตามวิชาเรขาคณิตในระดับโรงเรียนเป็นเนื้อหาที่ค่อนข้างยากแก่การเข้าใจและจดจำ อีกทั้งยังไม่ค่อยสัมพันธ์กับชีวิตประจำวัน ทั้งที่ทุกคนตระหนักดีว่าความเข้าใจเชิงเรขาคณิตเป็นทักษะทางคณิตศาสตร์ที่สำคัญ ทั้งในแง่ของการดำรงชีวิตประจำวันและการทำงานในอนาคตของนักเรียน

(Pegg, 1995 อ้างถึงในนิตยา อุดมผล, 2551, น.1) การเรียนเรขาคณิตเป็นเรื่องยากสำหรับนักเรียนซึ่งพบว่ามีสองสาเหตุหลักที่เป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ของนักเรียนคือ นักเรียนส่วนใหญ่ขาดประสบการณ์และความรู้พื้นฐานเบื้องต้นที่จำเป็น ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเรขาคณิตอย่างถูกต้อง และนักเรียนส่วนมากยังคงมองเรขาคณิตเป็นเรื่องยาก จึงไม่ค่อยสนใจที่จะแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ในเชิงเรขาคณิต (Van Hiele, 1986; Eisenberg & Dreyfus, 1991; Brahier, 2005)

ในการเรียนเรขาคณิตนั้นนักเรียนแต่ละคนมีระดับการคิดทางเรขาคณิตแตกต่างกัน ทำให้เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการสื่อสารระหว่างนักเรียนกับเพื่อนนักเรียน (Van Hiele, 1986, p.53) แวนฮีลี ได้เสนอโมเดลระดับการคิดทางเรขาคณิต ประกอบด้วยระดับขั้นพื้นฐานหรือขั้น 0 ระดับขั้น การวิเคราะห์หรือขั้น 1 ระดับขั้นการพิสูจน์อย่างไม่เป็นแบบแผนหรือขั้น 2 ระดับขั้น การพิสูจน์อย่างมีแบบแผนหรือขั้น 3 และระดับขั้นการคิดขั้นสุดหรือขั้น 4 ดังนั้นครูผู้สอนควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับระดับการคิดทางเรขาคณิต กล่าวคือนักเรียนต้องผ่านการพัฒนาการคิดทางเรขาคณิตจากขั้นที่ง่ายไปยังขั้นที่สลับซับซ้อน

แม้ว่าเรขาคณิตจะมีความสำคัญอย่างมากแต่การจัดการเรียนการสอนเรขาคณิตในโรงเรียนยังเน้นให้นักเรียนท่องจำเนื้อหา และสร้างรูปเรขาคณิตตามขั้นตอนหรือคำสั่ง ซึ่งวิธีการเหล่านี้ไม่ได้ส่งเสริมให้นักเรียนมีประสบการณ์การคิดที่เกี่ยวกับการคิดวิเคราะห์ พิสูจน์ให้เหตุผลและความสัมพันธ์ของมิติต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนคณิตศาสตร์ในระดับสูงชันและก่อให้เกิดสภาวะอันตรายสำหรับการเรียนรู้ของนักเรียน (ไมตรี อินทร์ ประสิทธิ์, 2546; Shulman, 1987) ดังที่ โพลยา (Polya, 1957, p. v) กล่าวว่าครูคณิตศาสตร์มีโอกาสมากมายที่จะทำอะไรในชั้นเรียน ถ้าครูใช้เวลาที่ได้รับจัดสรรให้ด้วยการฝึกนักเรียนในการดำเนินการที่คุ้นเคย ครูกำลังทำลายความสนใจของนักเรียนอุดร้งพัฒนาการทางสติปัญญาของนักเรียน และใช้โอกาสของตนเองอย่างผิดพลาด แต่ถ้าครูท้าทายความกระตือรือร้นของนักเรียนโดยการจัดเตรียมปัญหาที่เหมาะสมกับความรู้ของนักเรียน และช่วยให้นักเรียนแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ นั่นหมายความว่า การแก้ปัญหาเป็นการฝึกให้นักเรียนคิดอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหา และกระตุ้นให้เกิดการคิดเชิงวิพากษ์หรือการให้เหตุผลเชิงวิเคราะห์ (Schoenfeld, 1983 อ้างถึงใน Schoenfeld, 1992)

วิธีการสอนที่เน้นการแก้ปัญหา (Problem solving approach) เป็นวิธีการสอนเนื้อหาและกระบวนการเพื่อเรียนรู้วิธีเรียน อย่างเช่น ความคิดรวบยอดและทักษะทางคณิตศาสตร์ และทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ อย่างเช่น การคิด แนวคิด และค่านิยม นั่นหมายความว่า เป็นวิธีการที่ใช้เพื่อพัฒนาการคิดทางคณิตศาสตร์ โดยพัฒนานักเรียนให้เรียนรู้ด้วยตัวพวกเขาเอง (Isoda, 2012, p.10) การสอนที่เน้นการคิดทางคณิตศาสตร์ของ

นักเรียนจำเป็นต้องอาศัยรูปแบบการสอนที่เน้นกระบวนการแก้ปัญหาอย่างวิธีการแบบเปิด (Open Approach) เป็นรูปแบบการสอนคณิตศาสตร์ของครูญี่ปุ่น มีเป้าหมายเพื่อให้นักเรียนทุกคนสามารถเรียนคณิตศาสตร์ด้วยศักยภาพของตนเอง ร่วมกับระดับการตัดสินใจของตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้ของพวกเขา สามารถอธิบายรายละเอียดกระบวนการและผลผลิตต่อวิชาคณิตศาสตร์ (Nohda, 2000 อ้างถึงใน สุลัดดา ลอยฟ้าและไมตรี อินทร์ ประสิทธิ์, 2547) ในการสอนที่เรียกว่าวิธีการแบบเปิด ปัญหาที่ใช้จะเป็นปัญหาที่ไม่สมบูรณ์หรือปัญหาปลายเปิดโดยจะถูกนำเสนอในช่วงแรกของการสอน จากนั้นเป็นการใช้คำตอบที่หลากหลาย ซึ่งเป็นการเตรียมประสบการณ์ในการค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ในกระบวนการการสนทนา สิ่งนี้สามารถรวมความรู้ ทักษะหรือวิธีการคิดของนักเรียนที่เรียนผ่านมาแล้ว (Becker & Shimada, 1997, p.1) กิจกรรมทางคณิตศาสตร์ที่สร้างด้วยปัญหาปลายเปิดมีคุณค่าและละเอียดอย่างมาก เพื่อครูสามารถประเมินทักษะการคิดขั้นสูงของนักเรียนได้ในความหมายนี้ปัญหาปลายเปิดเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างบทเรียน (Inprasitha, 2010)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนานักเรียนให้มีการคิดเชิงเรขาคณิตจำเป็นต้องอาศัยวิธีการสอนที่ส่งเสริมให้นักเรียนมีแนวคิดหลากหลาย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิดในการจัดการเรียนการสอน

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิด

นิยามศัพท์เฉพาะ

ระดับการคิดเชิงเรขาคณิต หมายถึง ระดับกระบวนการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนที่เกิดขึ้นในขณะที่นักเรียนลงมือแก้ปัญหาทางเรขาคณิตด้วยตนเองผ่านกิจกรรมที่มีกระบวนการออกแบบงานทางเรขาคณิตโดยกำหนดระดับความสามารถในการคิดเชิงเรขาคณิตไว้ 5 ระดับ ตามกรอบแนวคิดของแวนฮีลี (1986) คือ

1.1 ระดับ 0 เป็นการมองเห็นภาพ หมายถึง นักเรียนสามารถ จำแนก ระบุชื่อ เปรียบเทียบและปฏิบัติการเกี่ยวกับ

รูปทรงเรขาคณิตได้โดยอาศัยลักษณะภายนอกของรูปหรือรูปทรงเรขาคณิต

1.2 ระดับ 1 เป็นการวิเคราะห์ หมายถึง นักเรียนสามารถวิเคราะห์รูปหรือรูปทรงเรขาคณิตในรูปองค์ประกอบหรือความสัมพันธ์ขององค์ประกอบดังกล่าวรวมทั้งการที่นักเรียนสามารถค้นพบคุณสมบัติหรือกฎต่าง ๆ ของรูปทรงเรขาคณิตได้โดยการทดลองทำด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การวัด การพับ การใช้ตาราง

1.3 ระดับ 2 เป็นการสรุปอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง นักเรียนสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในเชิงตรรกะของคุณสมบัติหรือกฎที่ค้นพบในระดับก่อนหน้านี้ได้โดยการนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ในรูปที่ไม่เป็นทางการ

1.4 ระดับ 3 เป็นการสรุปอย่างเป็นทางการ หมายถึง นักเรียนสามารถพิสูจน์ทฤษฎีบทต่าง ๆ โดยใช้การให้เหตุผลเชิงนิรนัยและสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีบทต่าง ๆ ได้

1.5 ระดับ 4 เป็นการคิดขั้นสูง หมายถึง นักเรียนสามารถสร้างทฤษฎีบทโดยอาศัยระบบเชิงสัจพจน์ที่แตกต่างจากเดิมได้ หรือสามารถวิเคราะห์หรือเปรียบเทียบระบบต่าง ๆ เหล่านั้นได้

วิธีการแบบเปิด (Open approach) หมายถึง แนวทางการจัดการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการคิดทางคณิตศาสตร์ของนักเรียน มีขั้นตอนการสอน 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การนำเสนอสถานการณ์ปัญหาปลายเปิด 2) การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน 3) การอภิปรายและเปรียบเทียบร่วมกันทั้งชั้นเรียน 4) การสรุปบทเรียนจากการเชื่อมโยงแนวคิดของนักเรียนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน

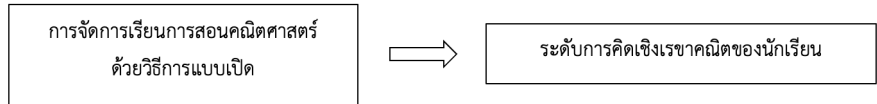
ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นบรรยายเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียนที่ใช้วัตกรรมการศึกษาชั้นเรียนและวิธีการแบบเปิด

1. ขอบเขตที่เกี่ยวกับเนื้อหาที่ศึกษา เนื้อหาในการวิจัยนี้เป็นเนื้อหาวิชาคณิตศาสตร์ในสาระ การเรียนรู้เรขาคณิต

2. ขอบเขตที่เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ที่ใช้วิธีการแบบเปิดในการจัดการเรียนการสอน

แนวคิดและทฤษฎี



วิธีการศึกษา

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนในชั้นเรียนที่ใช้วิธีการแบบเปิด การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเน้นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เป็นโรงเรียนที่เริ่มใช้วิธีการแบบเปิดเมื่อปีการศึกษา 2560 ได้นำนวัตกรรมการศึกษาชั้นเรียนและวิธีการแบบเปิด เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมทางคณิตศาสตร์โดยกระบวนการของการศึกษาชั้นเรียนประกอบด้วย 3 ขั้นตอนสำคัญ คือ

- 1) ขั้นการวางแผนร่วมกัน มีการร่วมวางแผนการสอนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ครูผู้สอน และครูผู้สังเกต โดยแผนการสอนได้ดำเนินการตามแนวทางการสอนวิธีการแบบเปิด
- 2) ขั้นการสังเกตการสอนร่วมกัน เป็นขั้นของการนำแผนการสอนไปใช้ในชั้นเรียน โดยมีครูผู้สอน และครูผู้สังเกตเข้าสังเกตชั้นเรียนขณะที่จัดกิจกรรมการเรียนการสอน
- 3) ขั้นการสะท้อนผลบทเรียนร่วมกัน เป็นการสะท้อนผลหลังจัดการเรียนการสอน ในแต่ละครั้งผู้สอนและผู้สังเกตดำเนินการสะท้อนผลการสอนเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคแนวคิดของนักเรียนและสื่อการสอนที่ออกแบบไว้เพื่อผลการสะท้อนไปปรับปรุงในการเรียนการสอนต่อไป

2. การกำหนดผู้ร่วมวิจัย การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ร่วมวิจัยทั้งหมด 4 คน ดังนี้

- 1) ผู้วิจัย จำนวน 1 คน หน้าที่ของผู้วิจัยคือเข้าร่วมสังเกตการสอนแบบมีส่วนร่วม ทั้งช่วงของการวางแผนการ

สอน การสังเกตการสอน และการสะท้อนผลบทเรียนร่วมกัน ช่วงของการดำเนินการเก็บข้อมูลผู้วิจัยทำหน้าที่สังเกตและบันทึกภาคสนามในระหว่างการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน

2) ผู้ช่วยวิจัย จำนวน 3 คน โดยผู้ช่วยวิจัยได้เข้าร่วมการสังเกตแบบมีส่วนร่วมทั้งช่วงของการวางแผนการสอนร่วมกัน การสังเกต การสอนร่วมกัน และการสะท้อนผลบทเรียนร่วมกัน ในช่วงของการวางแผนร่วมกัน ช่วงของการดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้ช่วยวิจัยคนที่ 1 และ 2 ทำหน้าที่สังเกตและบันทึกวิถีทัศน์ในขณะที่ดำเนินกิจกรรมการเรียนในชั้นเรียน โดยเฉพาะพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียน และผู้ช่วยวิจัยคนที่ 3 ทำหน้าที่บันทึกภาพนิ่งในขณะที่มีการทำกิจกรรมการเรียนการสอนของครูและนักเรียน

3) กลุ่มเป้าหมาย เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ฝ่ายมัธยมศึกษา จำนวน 42 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แผนการสอนที่ใช้ปัญหาปลายเปิดจำนวน 5 แผน โดยผู้วิจัย ผู้ช่วยวิจัยและครูผู้สอน ร่วมกันออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้เรื่องรูปเรขาคณิตสองมิติและสามมิติในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้หนังสือเรียนคณิตศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ของประเทศญี่ปุ่นในการออกแบบสถานการณ์ปัญหาปลายเปิด สื่อการสอนและวางลำดับชั้นการสอน

2) เครื่องบันทึกเสียง เป็นเครื่องมือในการบันทึกเสียงของกลุ่มเป้าหมายขณะจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลจากวิถีทัศน์ไปถอดเป็นข้อความในรูปของโพโตคอลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

3) แบบบันทึกภาคสนาม ใช้บันทึกพฤติกรรมจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียนของกลุ่มเป้าหมายทั้งคำพูดและพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 หน่วยการเรียนรู้เรื่องรูปเรขาคณิตสองมิติและสามมิติในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ฝ่ายมัธยมศึกษา ในระหว่างการจัดการเรียนการสอนผู้วิจัยทำหน้าที่บันทึกแบบสังเกตพฤติกรรมและผู้ช่วยวิจัย ทำหน้าที่บันทึกวิถีทัศน์ บันทึกภาพนิ่งและบันทึกเสียง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โพโตคอลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการบรรยายเชิงวิเคราะห์ ตามขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการแบบเปิดและวิเคราะห์ระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียน

ผลการศึกษา

การจัดการเรียนการสอนในแผนนี้เพื่อให้นักเรียนได้เรียนรู้เรื่องลักษณะของรูปเรขาคณิตสามมิติในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สถานการณ์ปัญหาการจัดกลุ่มรูปเรขาคณิต ดำเนินไปตามขั้นตอนของวิธีการแบบเปิดดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การนำเสนอสถานการณ์ปัญหาปลายเปิด

ในช่วงเริ่มต้นกิจกรรมการเรียนการสอนเรื่องเรขาคณิตพื้นฐานสถานการณ์ปัญหาการจัดกลุ่มรูปเรขาคณิตครูนำรูปเรขาคณิตต่าง ๆ วางบนโต๊ะ แล้วหยิบลูกบาศก์มาใช้สนทนากับนักเรียน แล้วครูนำแถบปัญหาปลายเปิดที่ว่า เราสามารถจัดกลุ่มรูปทรงทางเรขาคณิตเหล่านี้ได้อย่างไรบ้าง แล้วรูปเรขาคณิตที่จัดกลุ่มเดียวกันมีลักษณะเหมือนหรือต่างกันอย่างไร พร้อมกับติดภาพเรขาคณิต ตั้งแต่ A-H บนกระดาน แล้วให้นักเรียนบันทึกเหตุผลโดยการเขียนหรือวาดภาพลงในใบกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

Item	ผู้พูด	:	คำพูด/พฤติกรรม	ภาพ
Item1	T	:	(ครูยกรูปลูกบาศก์ขึ้น) ถามนักเรียนว่านี่คือรูปอะไร	
Item2	St	:	ลูกบาศก์	
Item3	T	:	ทำไมถึงคิดว่าเป็นลูกบาศก์	
Item4	St	:	เพราะยาวเท่ากันทุกด้าน	
Item5	T	:	เราสามารถจัดกลุ่มรูปทรงทางเรขาคณิตเหล่านี้ได้อย่างไรบ้าง แล้วรูปเรขาคณิตที่จัดกลุ่มเดียวกันมีลักษณะเหมือนหรือต่างกันอย่างไร เราจะใช้เกณฑ์ไหนใช้เหตุผลอะไรในการจัดได้หมดเลย จัดอย่างไรก็ได้ให้มีความหลากหลายมากที่สุด ให้นักเรียนอธิบายเหตุผลวาดรูปประกอบลงในใบกิจกรรม	

จากโปรโตคอล Item1 - Item 5 ครูมีการนำเสนอสถานการณ์ปัญหา โดยสอบถามเหตุผลของนักเรียนเกี่ยวกับลูกบาศก์ นักเรียนอธิบายว่ารูปทรงดังกล่าวมีความยาวเท่ากันทุกด้าน ดัง Item 5 “เพราะยาวเท่ากันทุกด้าน” แสดงถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิต ระดับ 0 เนื่องจากนักเรียนอธิบายถึงคุณลักษณะของลูกบาศก์ที่มีความยาวเท่ากันทุกด้าน

ขั้นที่ 2 การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน

ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน ครูผู้สอนได้จัดแบ่งขั้นตอนออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนโดยการแก้ปัญหาคนเดียว และการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ของนักเรียนโดยการแก้ปัญหาเป็นกลุ่ม การดำเนินกิจกรรมมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนโดยการแก้ปัญหาคนเดียว

ในขั้นตอนนี้ครูแจกใบงานรายบุคคลให้นักเรียน และให้เวลานักเรียนคิดแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดกลุ่มรูปเรขาคณิต แล้วบันทึกโดยใช้ความรู้ที่ตนเองมีอยู่เพื่อจัดกลุ่มรูปเรขาคณิตตามความสามารถของตนเองลงในใบงาน ขั้นตอนนี้ใช้เวลาประมาณ 15 นาที โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Item	ผู้พูด	:	คำพูด/พฤติกรรม	ภาพ
Item1	St	:	ครูครับ ถ้าผมเขียนว่า C เหมือนครึ่งวงกลม ได้ไหมครับ	
Item2	T	:	ได้ค่ะ ได้หมดเลย	
Item3	St	:	F มีฐานวงกลมเหมือนกับ H	
Item4	St	:	รูปเป็นเหลี่ยม ๆ เหมือนกัน	

จากโปรโตคอล Item1- Item 4 นักเรียนมีการแสดงระดับการคิดทางเรขาคณิต โดย นักเรียนถามว่าครูครับ ถ้าผมเขียนว่า C เหมือนครึ่งวงกลม ได้ไหมครับ ดัง Item 1 “C เหมือนครึ่งวงกลม” แสดงถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 เนื่องจากนักเรียนอธิบายลักษณะของฐานรูปฐานทรงกระบอกที่ถูกแบ่งครึ่งในแนวตั้งฉากกับแกน X หลังจากนั้นนักเรียนก็อธิบายเหตุผลข้ออื่น ๆ ว่า “F มีฐานวงกลมเหมือนกับ H” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 เนื่องจากนักเรียนอธิบายลักษณะของฐานของทรงกรวย และ “รูปเป็นเหลี่ยม ๆ เหมือนกัน” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0

Item	ผู้พูด	คำพูด/พฤติกรรม
Item1	St	ทุกคนเขียน D ยัง เขียน D ยัง เพราะรูป D เป็นรูป 2 มิติแค่อันเดียว (น้ำเสียงดีใจ)
Item2	St	B กับ G
Item3	St	B กับ G เป็นพีระมิด
Item4	St	(ชี้รูป B กับ G) ตรงนี้เป็นมุมฉากจริงไหม
Item5	St	อ้อ! อันนี้ฐานใช่ปะ
Item6	St	มันฉากจริงหรือเราว่ามันไม่ฉาก
Item7	St	ไม่ ๆ มันเป็นมุมแหลม
Item8	St	แต่ด้านท้ายตรงนี้มันเป็นมุมฉาก ฐานมันเป็นมุมฉาก (เสียงสูง) อันนี้มันเป็นสี่เหลี่ยม

จากโปรโตคอล Item1- Item 8 นักเรียนมีการแสดงระดับการคิดทางเรขาคณิตโดยพูดคุยกับเพื่อนในกลุ่ม ดังนี้ “D เป็นรูป 2 มิติแค่อันเดียว” “B กับ G เป็นพีระมิด” “มันเป็นมุมแหลม” “ตรงนี้มันเป็นมุมฉาก ฐานมันเป็นมุมฉาก (เสียงสูง) อันนี้มันเป็นสี่เหลี่ยม” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 เนื่องจากนักเรียนสามารถอธิบายลักษณะภายนอกของรูปทรงต่าง ๆ ที่กำหนดให้ได้

เนื่องจากนักเรียนสามารถอธิบายลักษณะภายนอกของพีระมิดและปริซึม

2) การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนโดยการแก้ปัญหาเป็นกลุ่ม

ในขั้นตอนนี้ครูจัดกลุ่มให้กับนักเรียนโดยการสุ่มตัวเลข 1-5 จะสามารถแบ่งนักเรียนออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน และให้เวลานักเรียนได้อภิปรายกันในกลุ่มเกี่ยวกับการแก้ปัญหาการจัดกลุ่มรูปเรขาคณิตแล้วบันทึกเหตุผลของสมาชิกในกลุ่ม หรือวาดภาพลงในกระดาษที่ครูแจกให้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพ



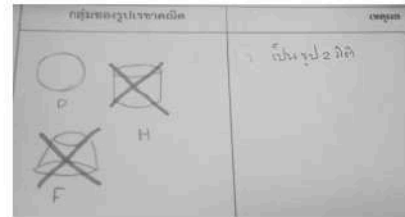
ขั้นที่ 3 การอภิปรายและเปรียบเทียบร่วมกันทั้งชั้นเรียน

ในขั้นการอภิปรายร่วมกันทั้งชั้นเรียนและการเปรียบเทียบ ครูให้นักเรียนนำผลงานของกลุ่มออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน นักเรียนในห้องได้รับมอบหมายให้ตั้งใจฟังเพื่อนนำเสนอและเปรียบเทียบวิธีการของเพื่อนและของตนเอง ครูนำอภิปรายโดยตั้งคำถามเกี่ยวกับวิธีการ และเหตุผลที่นักเรียนใช้ในการจัดกลุ่มรูปเรขาคณิตเพื่อให้นักเรียนในชั้นเข้าใจแนวคิดของเพื่อนการอภิปรายร่วมกันทั้งชั้นเรียนและการเปรียบเทียบแสดงดังต่อไปนี้

Item ผู้พูด : คำพูด/พฤติกรรม

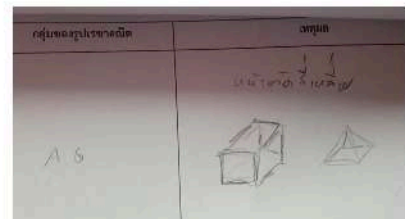
ภาพ

Item1 St : D เป็นรูป 2 มิติ

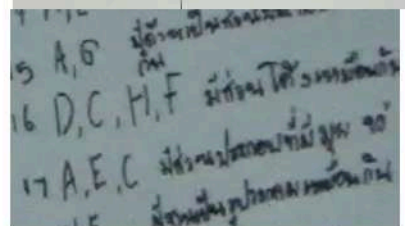


Item2 St : A G หน้าตัดเป็นสี่เหลี่ยม

Item3 St : C H ถ้าแบ่งครึ่งจะได้ฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยม

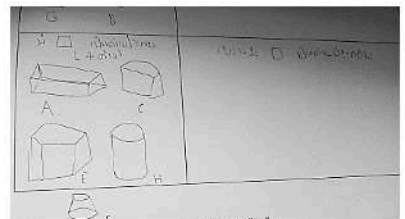


Item4 St : A E C มีส่วนประกอบเป็นมุม 90 องศา



Item5 St : A C E G H F มีสี่เหลี่ยมประกอบอยู่ข้างในรูป

Item6 T : ครูสงสัยที่เราบอกว่ารูป H และ F มีส่วนประกอบข้างในเป็นสี่เหลี่ยมเป็นยังไงอธิบายให้ครูฟังหน่อยสิ



Item7 St : รูป H และ F ถ้าเราตัดแบ่งครึ่งมีจะเป็นสี่เหลี่ยม

จากโปรโตคอล Item1- Item 7 นักเรียนมีการแสดงระดับการคิดทางเรขาคณิตในระดับต่าง ๆ ดังนี้ Item1 นักเรียนอธิบายว่ารูป D เป็นรูป 2 มิติ แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 เนื่องจากนักเรียนจำแนกได้ว่าวงกลมเป็นภาพสองมิติ Item 2-4 นักเรียนอธิบายว่า “A G หน้าตัดเป็นสี่เหลี่ยม” “C H ถ้าแบ่งครึ่งจะได้ฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยม” “A E C มีส่วนประกอบเป็นมุม 90 องศา” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิด

เชิงเรขาคณิตระดับ 1 เนื่องจากนักเรียนสามารถวิเคราะห์ส่วนประกอบของรูปและรูปทรงเรขาคณิตที่กำหนดให้ได้ Item7 และ Item9 นักเรียนอธิบายว่า “A C E G H F มีสี่เหลี่ยมประกอบอยู่ข้างในรูป” “รูป H และ F ถ้าเราตัดแบ่งครึ่งมีจะเป็นสี่เหลี่ยม” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 2 เนื่องจากนักเรียนสามารถเชื่อมโยงรูปสองมิติที่เป็นส่วนประกอบของรูปทรงสามมิติได้

ขั้นที่ 4 การสรุปบทเรียนจากการเชื่อมโยงแนวคิด ของนักเรียน

หลังจากที่นักเรียนทุกกลุ่มนำเสนอผลงานแล้ว ครูนำ

นักเรียนเข้าสู่ขั้นการสรุปโดยเชื่อมโยงแนวคิดทางคณิตศาสตร์
ของนักเรียนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน โดยครูตั้งคำถามเพื่อสรุปบท
เรียนว่า แต่ละรูปมีลักษณะอย่างไร แสดงดังต่อไปนี้

Item	ผู้พูด	:	คำพูด/พฤติกรรม
Item1	T	:	(ครูหยิบกรวย) อันนี้คือ
Item2	St	:	กรวย
Item3	T	:	มีลักษณะอย่างไร
Item4	St	:	ฐานเป็นวงกลม มีจุดยอด จุดแหลม มีฐาน เดียว
Item5	T	:	ผิวข้างของรูปกรวยเป็นรูป
Item6	St	:	สามเหลี่ยม
Item7	T	:	(ครูหยิบทรงกระบอก) ถ้าครูคลี่รูปนี้เป็น อย่างไรนะ

ภาพ



Item8 St : นักเรียนวาดภาพ



Item9 St : โอ้ว! วาดได้หลายแบบ

Item10 St : นักเรียนวาดภาพ



Item11 T : สรุปถ้าเราคลี่ทรงกระบอกออกมาจะมี
วงกลม 2 วง แล้วก็สี่เหลี่ยมผืนผ้า



จากโปรโตคอล Item1- Item 11 นักเรียนมีการแสดงระดับการคิดทางเรขาคณิตในระดับต่าง ๆ ดังนี้ Item2-Item6 นักเรียนระบุได้ว่ารูปทรงที่ครูยกขึ้นให้นักเรียนดูคือรูป “กรวย” พร้อมอธิบายว่า “ฐานเป็นวงกลม มีจุดยอด จุดแหลม” และระบุได้ว่าผิวข้างเป็น “สามเหลี่ยม” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 เนื่องจากนักเรียนสามารถระบุชื่อของรูปทรงและอธิบายลักษณะภายนอกที่สามารถพบเห็นด้วยตาเปล่าได้ หลังจากนั้นครูถามว่าถ้าครูคลี่รูปนี้เป็นอย่างไรนะนักเรียนกล่าวว่า “โอ้ว! วาดได้หลายแบบ” แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 1 เนื่องจากนักเรียนได้ทดลองวาดจนสามารถสรุปว่าวาดรูปคลี่ของรูปทรงกระบอกได้หลากหลาย Item8 และ Item10 นักเรียนวาดภาพรูปคลี่ของทรงกระบอก แสดงให้เห็นถึงระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 2 เนื่องจากนักเรียนสามารถเชื่อมโยงเรื่องรูปสองมิติ และสามมิติมาวาดเป็นรูปคลี่ของทรงกระบอกได้

อภิปรายผลการวิจัย

ระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนในชั้นเรียนที่ใช้วิธีการแบบเปิด พบระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนในระดับต่าง ๆ ดังนี้ ขั้นการนำเสนอสถานการณ์ปัญหาปลายเปิด และขั้นการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน นักเรียนได้มีโอกาสลงมือแก้ปัญหาปลายเปิดด้วยตนเอง พบว่านักเรียนมีการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 คือ นักเรียนสามารถระบุชื่อที่ของรูปเรขาคณิตที่นักเห็นพบเห็นได้ สามารถวาดรูปง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน แผนภาพ หรือจัดกลุ่มเรขาคณิตที่ไม่สลับซับซ้อนได้ และระดับ 1 นักเรียนสามารถจำแนกและทดสอบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวมของรูปร่าง แบ่งกลุ่มรูปร่างในแนวทางที่แตกต่างกันตามคุณสมบัติที่ชัดเจน ขั้นการอภิปรายและเปรียบเทียบแนวคิดและขั้นสรุป โดยเชื่อมโยงแนวคิดของนักเรียน พบว่านักเรียนสามารถอธิบายและให้เหตุผลเกี่ยวกับคุณสมบัติ องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของรูปเรขาคณิตกับรูปทรงเรขาคณิต แสดงถึงการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 ระดับ 1 และระดับ 2

ผลงานวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมควร สีชมพู (2549) ที่ได้ศึกษาระดับการคิดทางเรขาคณิตของนักเรียนตามโมเดลของแวนฮิลส์ พบว่าการใช้สถานการณ์ปัญหาปลายเปิดในเนื้อหาด้านเรขาคณิตทำให้นักเรียนแสดงความสามารถในการคิดทางเรขาคณิตของตนเองออกมาได้ เมื่อจำแนกแล้วเป็นระดับ 0 และระดับ 1 ในขั้นการจัดการเรียนการสอน ขึ้นต่อมาเป็นขั้นการ

อภิปรายและเปรียบเทียบแนวคิดร่วมกันทั้งชั้นเรียน นักเรียนมีการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 ระดับ 1 และระดับ 2 จะเห็นได้ว่าระดับการคิดเชิงเรขาคณิตที่พบนั้นมีระดับการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 2 เพิ่มมาซึ่งเป็นระดับที่สูงขึ้นกว่าขั้นการสอนก่อนหน้านี้ด้วยโดยการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 2 นั้นนักเรียนสามารถสร้างและให้บทนิยามข้อถกเถียงที่เป็นทางการซึ่งเป็นอันเมื่อก่อนถูกค้นพบรายละเอียดและติดตามและให้ข้อถกเถียงที่เป็นนิรนัย และขั้นการจัดการเรียนการสอนขั้นสุดท้ายเป็นขั้นการสรุปจากการเชื่อมโยงแนวคิดของนักเรียนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน นักเรียนมีการคิดเชิงเรขาคณิตระดับ 0 ระดับ 1 และระดับ 2 เช่นเดียวกับขั้นการอภิปรายและเปรียบเทียบแนวคิดร่วมกันทั้งชั้นเรียน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Se-angpun (2020) ได้วิเคราะห์หาทหกรรมเรื่องการคูณของนักเรียนในชั้นเรียนที่สอนด้วยวิธีการแบบเปิด พบว่าวิธีการแบบเปิดส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการอภิปรายเสนอแนวคิดของตนเอง มีการแสดงแทนทางคณิตศาสตร์อย่างถูกครเพื่อแสดงแนวคิดเกี่ยวกับการคูณ และงานวิจัยของจริยา สุนทรหาญ อาพันธ์ชนิต เจนจิต และคงรัฐ นวลแบ่ง (2018) ได้เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการสื่อสารทางคณิตศาสตร์หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้คณิตศาสตร์โดยใช้วิธีการแบบเปิด พบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาและการสื่อสารของนักเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการวิจัยเหล่านี้สามารถสังเกตได้ว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิธีการแบบเปิดช่วยพัฒนาระดับการคิดเชิงเรขาคณิตของนักเรียนให้สูงขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหา การสื่อสาร และการอภิปรายได้แย่งกันอย่างสมเหตุสมผล

ข้อเสนอแนะ

1. วิธีการแบบเปิดเป็นแนวทางการสอนที่เน้นกระบวนการแก้ปัญหาของนักเรียน ครูสามารถออกแบบและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ โดยการออกแบบสถานการณ์ปัญหาปลายเปิดให้สอดคล้องกับชีวิตจริงของนักเรียนและเปิดโอกาสให้นักเรียนได้คิดและแก้ปัญหาด้วยวิธีการอย่างหลากหลาย
2. การคิดเชิงเรขาคณิตในฐานะที่เป็นหนึ่งในการคิดทางคณิตศาสตร์ ควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมทางคณิตศาสตร์ ซึ่งควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมทางคณิตศาสตร์ที่มีผลต่อการคิดทางเรขาคณิต

บรรณานุกรม

- จริยา สุนทรหาญ, อาพันธ์ชนิต เจนจิตและคงรัฐ นวลแบ่ง. (2563). ผลของการจัดการเรียนรู้คณิตศาสตร์โดยใช้วิธีการแบบเปิดที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาและการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 22(3), 38-48.
- ไมตรี อินทร์ประสิทธิ์. (2546). *การปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ในโรงเรียนโดยเน้นกระบวนการทางคณิตศาสตร์*. ขอนแก่น: การพิมพ์.
- นิตยา อุดมผล. (2551). *การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เรื่องวงรีโดยใช้โปรแกรม The Geometer's Sketchpad เป็นเครื่องมือประกอบการเรียนรู้* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมควร สีชมภู. (2549). *การศึกษาระดับการคิดทางเรขาคณิตของนักเรียนตามโมเดลของแวนฮิลี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุลัดดา ลอยฟ้าและไมตรี อินทร์ประสิทธิ์. (2547). การสอนโดยใช้วิธีการแบบเปิดในชั้นเรียนคณิตศาสตร์ญี่ปุ่น. *KKU Journal of Mathematics Education*, 1(1), 1-15.
- Clements, Douglas H. (1998). Geometric and spatial thinking in young children. *ERIC*, 40(120), 1-40.
- Becker, J. P. & Shimada, S. (1997). *The open-ended approach: a new proposal for teaching mathematics*. Virginia: NCTM.
- Brahier, D. J. (2005). *Teaching secondary and middle school mathematics* (2nd ed). USA: Pearson Education.
- Eisenberg, T. & Dreyfus, T. (1991). On the reluctance to visualize in mathematics. In W. Zimmermann & S. Cunningham (Eds.) *Visualization in teaching and learning mathematics* (pp. 25-37). Providence, RI: MAA Notes Series, Vol. 19.
- Hsin-Yi and Lin. (2559). A study of applying Van Hiele geometric thinking level theory to develop the multimedia materials of plane geometry for elementary students. *Journal of Mathematics and Statistics*, 11(7), 386-392.
- Inprasitha, M. (2010). One feature of adaptive lesson study in Thailand –designing learning unit. *Proceedings of the 45th Korean National Meeting of Mathematics Education*. (pp. 193-206). Dongkook University, Gyeongju.
- Isoda, M. & Katagiri, S. (2012). *Monograph on lesson study for teaching mathematics and sciences Vol.1: mathematical thinking: how to develop it in the classroom*. Singapore: World Scientific Printers.
- Isoda, M. (2007). *Developing mathematical thinking in classroom*. Paper presented at APEC project: Collaborative Studies on Innovations for Teaching and Learning Mathematics in Different Cultures (II) Lesson Study focusing on Mathematical Thinking. Japan.
- Pólya, G. (1957). *How to solve it: A new aspect of mathematical method*. Princeton, N.J: Princeton University Press.
- Van Hiele, P. M. (1986). *Structure and Insight: A theory of mathematics education*. Orlando, FL: Academic Press.
- Van Hiele, P. M. (1999). Developing Geometrical thinking through activities that begin with play. *Teaching Children Mathematics*, 5, 310-316.
- Saengpun, J. (2020). Multiplicative discourse for making patterns in multiplication table in an open approach classroom teaching: a semiotic analysis. *Journal of Education Naresuan University*, 20(3), 1-11.
- Schoenfeld, A. H. (1992). Learning to think mathematically: problem solving, metacognition, and sense making in mathematics. In Grouws, D.A. (Ed.), *Handbook of Research on Mathematics Teaching*. New York: Macmillan Publishing.
- Shulman, L. (1987). Knowledge and Teaching: Foundations of the new reform. *Harvard Educational Review*, 57(1), 1-21.

การศึกษาผลการเรียนรู้กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
กลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษา 8 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3
โดยใช้ชุดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E)

The study of science learning outcomes on water and air of prathom sueksa 3
students under the educational quality development group 8, sisaket primary
educational service area office 3 by using inquiry process activity packages (5E)

อรอนงค์ สายแก้ว¹

Onanong Saykaew

Article History

Received: December 2, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงานกลุ่ม ความมีวินัยในการเรียน และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ และ 2) เปรียบเทียบผลการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านกะก่า จำนวน 23 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบวัดผลการเรียนรู้ของนักเรียน วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการเรียนรู้ของนักเรียนหลังการเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ประเด็นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงานกลุ่ม ความมีวินัยในการเรียน และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง และ 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและ

¹ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชธานี
Program and Teaching Areas, Faculty of Education, Ratchathani University
Email: Onanongsaykaew.201187@gmail.com *Corresponding author

อากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบ 5E ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ผลการเรียนรู้ ชุดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์

Abstract

This research was quasi-experimental research. It aimed to 1) study Science learning outcomes on water and air by using inquiry process activity packages (5E) of Prathom Sueksa 3 students under Sisa-ket primary educational service area office 3 on learning achievement, scientific processing skills, group work skills, learning discipline, and learning satisfaction, and 2) compare the Science learning outcomes on water and air by using inquiry process activity packages (5E) of Prathom Sueksa 3 students on pre and post-learning achievement. The subjects consisted of 23 Prathom Sueksa 3 students at Ban Ka Kam School selected by using a simple random sampling technique. The research instrument was a measuring form of learning outcomes. Data analysis and interpretation were conducted by statistical software packages. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test with statistical significance at the level of .05.

The results of the research revealed as follows :

1. The post-learning outcomes of the students after learning by using inquiry process activity packages (5E) on learning achievement, scientific processing skills, group work skills, learning discipline and learning satisfaction were at high level.

2. The post- Science learning achievement on water and air by using inquiry process activity packages (5E) of Prathom Sueksa 3 students was higher than that of the pre-learning achievement with statistical significance at the level of .05.

Keywords: Learning Outcomes, Learning management activities, Inquiry Process Activity (5E), Science Group

บทนำ

วิทยาศาสตร์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมโลก
ปัจจุบันและอนาคต เพราะวิทยาศาสตร์เกี่ยวข้องกับทุกคนทั้งใน
ชีวิตประจำวันและการทำงานอาชีพต่างๆตลอดจนเทคโนโลยี เครื่อง
มือเครื่องใช้และผลผลิตต่างๆที่มนุษย์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวก
ในชีวิตและการทำงาน ล้วนเป็นผลของความรู้วิทยาศาสตร์ ผสม
ผสานกับความคิดสร้างสรรค์และศาสตร์อื่น ๆ วิทยาศาสตร์ช่วย
ให้มนุษย์ได้พัฒนาชีวิต โดยเฉพาอย่างยิ่ง ความคิดสร้างสรรค์

คิดวิเคราะห์ วิจัยอย่างเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นทักษะสำคัญ
 ในการค้นคว้าหาความรู้ แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ สามารถตัดสินใจ
 โดยใช้ข้อมูลที่หลากหลายและตรวจสอบได้ วิทยาศาสตร์เป็น
 วัฒนธรรมของโลกสมัยใหม่ เป็นสังคมแห่งฐานความรู้ ดังนั้น
 ทุกคนจำเป็นต้องได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เพื่อที่จะมีความ
 รู้ความเข้าใจในธรรมชาติและเทคโนโลยีที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น
 สามารถนำความรู้ไปใช้อย่างมีเหตุผล และมีคุณธรรม ซึ่งเรียกได้
 ว่าวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศ

(กระทรวงศึกษาธิการ, 2552) ดังนั้นวิธีการจัดการเรียนรู้จึงต้องมีการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

การจัดการเรียนรู้ของไทยในปัจจุบัน คือ ครูผู้สอนไม่สามารถจัดการเรียนรู้ด้วยทักษะกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ เพราะครูผู้สอนยังขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในสาระสำคัญของทักษะกระบวนการที่สอน และไม่คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียน (อภิญญา ต้นทวีวงศ์, 2557) และส่วนใหญ่ครูผู้สอนมีภาระงานอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการสอนมากเกินไป จนไม่มีเวลาให้กับการเตรียมการสอน ขาดอุปนิสัยแสวงหาความรู้ ขาดวิธีการและเครื่องมือในการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ขาดการสนับสนุนส่งเสริมอย่างเพียงพอจากผู้บริหาร อีกทั้งการจัดการเรียนรู้เน้นการท่องจำท่องจำและสนใจคะแนนมากกว่าวิธีการที่ได้มาซึ่งความรู้จึงทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของไทยตกต่ำ และส่งผลต่อผู้เรียน ดังนี้ 1) ผู้เรียนขาดเทคนิควิธีการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง 2) ขาดทักษะกระบวนการในการทำงาน 3) ขาดการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการเรียน และ 4) การไม่มีปฏิสัมพันธ์ และไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (กันยา กันต์สุข, 2551)

การจัดการเรียนรู้ควรเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถสืบค้นหาคำตอบ หาความรู้ด้วยตนเอง โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวก ให้ผู้เรียนบรรลุเป้าหมายได้ด้วยตนเอง ตามทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ที่เชื่อว่าการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมรอบตัวผู้เรียนแต่ละคน การเรียนรู้ Dewey (1963) ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง ที่เชื่อว่าผู้เรียนต้องเรียนรู้ควบคู่ไปกับการกระทำ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เป็นวิธีหนึ่ง ที่เหมาะสมที่จะช่วยให้นักเรียนได้ฝึกฝนทักษะการคิด เป็นสื่อช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองมีการจัดการเรียนรู้ไว้อย่างเป็นระบบ มีข้อชวนคิดและคำถามท้าทายกิจกรรมให้นักเรียนฝึกคิดแล้วตอบ เป็นการช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อตนเอง เรียนรู้อย่างอิสระ ไร้ความสนใจไม่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย ส่งเสริมให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาในทุกๆ ด้าน (เนื่อทอง น่ายี, 2544)

การจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ของครูโรงเรียนในกลุ่มพัฒนาคุณภาพ

การศึกษา 8 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 พบว่าผู้เรียนขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา ไม่พยายามคิดหาคำตอบในสิ่งที่ครูถามหรือไม่พยายามคิดหาสาเหตุของสิ่งที่สงสัยใคร่รู้ ผู้เรียนยังไม่กล้าคิด กล้าทำ อีกทั้งยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กระบวนการทำงานของผู้เรียนยังไม่มีความคิดสร้างสรรค์ ส่วนมากจะทำงานตามแบบที่ครูกำหนดให้ ครูผู้สอนยังจัดกิจกรรมการเรียนการสอนไม่น่าสนใจ ใช้วิธีการสอนแบบบรรยายโดยเน้นการท่องจำมากกว่าการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ส่งผลทำให้ผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่าย ไม่ตั้งใจเรียน ผู้เรียนจะเล่นกันระหว่างเรียนไม่มีความกระตือรือร้นในการทำงานเท่าที่ควร ไม่ตั้งใจฟังขณะครูสอน ไม่ทำงานที่ครูมอบหมาย ทำให้การสอนของครูไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในวิชาวิทยาศาสตร์ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ

จากการศึกษา พบว่า ชุดกิจกรรมช่วยในการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ได้ผลโดยนักเรียนได้ลงมือฝึกปฏิบัติ ซึ่งช่วยพัฒนาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ได้ ทั้งนี้การจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry Based Learning: 5E) เป็นการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ที่เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นในตัวของผู้เรียนเอง โดยครูผู้สอนเป็นผู้กระตุ้น อำนวยความสะดวก ชักถามและจัดสถานการณ์ให้เหมาะสม ซึ่งเป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญอย่างแท้จริง ช่วยลดความเบื่อหน่ายของการเรียนในห้องเรียน เพราะการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ ส่งเสริมให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติตามขั้นตอนของกระบวนการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งผู้เรียนต้องสืบค้น เสาะหา สำรวจตรวจสอบ และค้นคว้าด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความรับรู้ ความเข้าใจและจะต้องเชื่อมโยงกับความคิดเดิม เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ หากดำเนินการครบตามขั้นตอนกระบวนการสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 ขั้นสร้างความสนใจ (Engagement) ขั้นที่ 2 ขั้นสำรวจและค้นคว้า (Exploration) ขั้นที่ 3 ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (Explanation) ขั้นที่ 4 ขั้นขยายความรู้ (Elaboration) และขั้นที่ 5 ขั้นประเมินผล (Evaluation) จะส่งผลต่อการยกระดับผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับการวิจัยของพลภัทร พงษ์โนนสูง (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ โดยใช้กระบวนการสืบเสาะหาความรู้ จากงานวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยคาดว่าจัดการ

เรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ ส่งผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงขึ้น

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จึงศึกษาผลการเรียนรู้ กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 โดยใช้ชุดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบ 5E เพื่อจะได้นำผลที่ได้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวางแผนและการจัดการเรียนการสอนวิชาวิทยาศาสตร์ โดยคาดหวังว่าการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวจะเกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนอย่างแท้จริงและส่งผลให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีผลการเรียนรู้ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงาน กลุ่ม ความมีวินัยและความพึงพอใจหลังเรียนที่สูงขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงานกลุ่ม ความมีวินัยในการเรียน และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้

2. เพื่อเปรียบเทียบผลการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

นิยามศัพท์

ผลการเรียนรู้ หมายถึง ผลที่เกิดจากการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ ประกอบด้วย ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงานกลุ่ม ความมีวินัยและความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านกะกำ กลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษา 8 ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3

1.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความสามารถของนักเรียนในการนำไปใช้ ด้านทักษะการสังเกต ทักษะการวัด และทักษะการจำแนกของนักเรียน ในหน่วยน้ำและอากาศ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์

1.2 ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ หมายถึง ความสามารถของ นักเรียนในด้านทักษะการสังเกต ทักษะการวัดและทักษะการจำแนกของนักเรียนในหน่วยน้ำและอากาศ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์

1.3 ทักษะการทำงานกลุ่ม หมายถึง ความสามารถในการร่วมคิดร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ และผลงานของกลุ่มของนักเรียน ในหน่วยน้ำและอากาศ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์

1.4 ความมีวินัย หมายถึง คุณลักษณะของนักเรียนในด้านการเข้าเรียน การส่งงาน และการแต่งกายถูกระเบียบของนักเรียน

1.5 ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ หมายถึง ความรู้สึกในทางที่ดีต่อการเรียนในหน่วยน้ำและอากาศ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของนักเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E)

การจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) หมายถึงการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการปฏิบัติกิจกรรม ส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าสืบหาความรู้ทางดนตรีอย่างมีเหตุผลด้วยตนเอง ผู้สอนมีหน้าที่จัดบรรยากาศการสอนให้เอื้อต่อการเรียนรู้ผู้เรียนนำองค์ความรู้ใหม่เชื่อมโยงสิ่งที่เรียนรู้เข้ากับประสบการณ์หรือความรู้เดิม โดยผ่านการอภิปรายและประเมินผลร่วมกัน ประกอบด้วย ดังนี้

1) ขั้นนำ/ทบทวนความรู้เดิม นักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 1 ของแต่ละชุดกิจกรรม

2) ขั้นสอน ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมการสอนตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ขั้น

(1) ขั้นสร้างความสนใจ หมายถึงผู้สอนตั้งคำถามกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ อยากรู้ อยากเห็นสิ่งที่จะเรียนรู้ในหัวข้อใหม่ นักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 2 ของแต่ละชุดกิจกรรม

(2) ขั้นสำรวจและค้นหา หมายถึง ผู้สอนให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้เรียนควรทราบจากแหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ ต่อจากนั้น

ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง นักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 3 ของแต่ละชุดกิจกรรม

(3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป หมายถึงการที่ผู้เรียนนำเสนอผลหรือความรู้ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมฝึกทักษะที่ผู้สอนจัดขึ้น นักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 4 ของแต่ละชุดกิจกรรม

(4) ขั้นขยายความรู้หมายถึง ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้จากการเรียนและการทำกิจกรรมมาดัดแปลงหรือคิดต่อยอดจากสิ่งที่ตนเองได้เรียนรู้เป็นสิ่งใหม่เพื่อพัฒนาทักษะนักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 5 ของแต่ละชุดกิจกรรม

(5) ขั้นประเมินผล หมายถึงผู้สอนและผู้เรียนประเมินผลการสืบเสาะหาความรู้จากหัวข้อที่ผู้เรียนค้นพบจากการทำกิจกรรมเพื่อฝึกทักษะนักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 6 ของแต่ละชุดกิจกรรม

3) ขั้นสรุปนักเรียนสรุปความรู้ที่ได้ นักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 7 ของแต่ละชุดกิจกรรม

ชุดกิจกรรม หมายถึง นวัตกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในการเรียนการสอนหน่วยน้ำและอากาศ กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนนำหรือส่วนหน้า หน้าปก ไบรอนปก คำชี้แจงการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้

ส่วนที่ 2 ส่วนเนื้อหาประกอบด้วย ใบกิจกรรมการปฏิบัติตามขั้นตอน ได้แก่

1) ขั้นนำ/ทบทวนความรู้เดิม ประกอบด้วย ใบกิจกรรมที่ 1 ของแต่ละชุด โดยครูพานักเรียนทบทวนความรู้เดิม และศึกษาใบความรู้ในใบกิจกรรมที่ 1 แล้วสรุปองค์ความรู้ลงในใบกิจกรรมที่ 1 ของแต่ละชุด แล้วครูอธิบายเพิ่มเติม

2) ขั้นสอน ประกอบด้วยใบกิจกรรมตามขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ขั้น

(1) ขั้นสร้างความสนใจ (Engagement) เป็นขั้นกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่จะเรียนรู้ในหัวข้อใหม่ ประกอบด้วย ใบกิจกรรมที่ 2 ของแต่ละชุด โดยนักเรียนทำใบกิจกรรมที่ 2 ของแต่ละชุดกิจกรรม ครูลุ่มนักเรียน 1-2 คนออกมานำเสนอ กิจกรรมที่ 2 หน้าชั้นเรียนหลังจากที่นักเรียนนำเสนอแล้วครูและเพื่อนกลุ่มอื่นช่วยกันตรวจสอบความถูกต้องและอธิบายเนื้อหาเพิ่มเติม

(2) ขั้นสำรวจและค้นหา (Exploration) เป็นขั้นการให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ประกอบด้วย ใบกิจกรรมที่ 3 แล้วสรุปองค์ความรู้ลงในใบกิจกรรมที่ 3 ของแต่ละชุด

(3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (Explanation) เป็นขั้นสรุปความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ในรูปของแนวคิดรวบยอดหรือโมโนทัศน์ ประกอบด้วย ใบกิจกรรมที่ 4 ของแต่ละชุด โดยให้นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-7 คน แล้วแต่ละกลุ่มสรุปองค์ความรู้ลงในใบกิจกรรมที่ 4 ของแต่ละชุดกิจกรรม

(4) ขั้นขยายความรู้ (Elaboration) เป็นขั้นการนำความรู้ที่ได้จากการเรียนและการทำกิจกรรมฝึกทักษะ กระบวนการทางวิทยาศาสตร์มาดัดแปลงหรือคิดต่อยอดจากสิ่งที่ตนเองได้เรียนรู้เป็นสิ่งใหม่ ประกอบด้วย ใบกิจกรรมที่ 5 ของแต่ละชุด โดยนักเรียนทำใบกิจกรรมที่ 5 ของแต่ละชุดกิจกรรม

(5) ขั้นประเมินผล (Evaluation) ขั้นการทบทวนความรู้เพื่อประเมินผล ประกอบด้วย ใบกิจกรรมที่ 6 ของแต่ละชุด โดยนักเรียนทำใบกิจกรรมที่ 6 ของแต่ละชุด เป็นรายบุคคล ครูเสนอแนะเพิ่มเติม

(6) ขั้นสรุป ประกอบด้วยใบกิจกรรมที่ 7 ของแต่ละชุด โดยนักเรียนสรุปความรู้ที่ได้ นักเรียนทำกิจกรรมตามใบกิจกรรมที่ 7 ของแต่ละชุดกิจกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเนื้อหาในรายวิชาวิทยาศาสตร์ รหัสวิชา 13101 ของชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 หน่วยน้ำและอากาศ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาของบทเรียนซึ่งประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 8 แผน ดังนี้

- 1.1 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง น้ำบนโลก
- 1.2 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง สมบัติทางกายภาพของน้ำ
- 1.3 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง คุณภาพของน้ำ
- 1.4 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การใช้ประโยชน์และดูแลรักษาน้ำ
- 1.5 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง อากาศรอบตัวเรา
- 1.6 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง สมบัติทางกายภาพของอากาศ

1.7 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง ความสำคัญของอากาศ

1.8 แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง มลพิษทางอากาศ

แนวคิดและทฤษฎี

การจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ เป็นการสอนโดยให้ผู้เรียนค้นหาความรู้โดยใช้กระบวนการทางความคิด เป็นการสอนแบบแก้ปัญหา ครูผู้สอนเป็นคนสร้างสถานการณ์ ครูให้คำแนะนำ ผู้เรียนเกิดการค้นพบความรู้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ (เบญจมาศ เกตุแก้ว, 2548)

1. รูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ ใช้เมื่อต้องการเน้นกระบวนการคิดและทักษะการคิดเป็นหลักมากกว่ามุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจอย่างลุ่มลึกในเนื้อหาที่เรียน

2. ปัญหาสมมติฐานและข้อมูลทุกชนิดในกระบวนการสืบเสาะหาความรู้จากตัวผู้เรียน ดังนั้นครูควรต้องวางแผนการสอนอย่างรอบคอบและระมัดระวัง เพื่อให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ในระดับที่เหมาะสม ครูผู้สอนต้องมีประสบการณ์อย่างมากในการวางแผนจัดกิจกรรมตามกระบวนการเรียนรู้

3. บทเรียนในรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ส่วนใหญ่เป็นบทเรียนต่อเนื่องและต้องการเวลาเรียนมากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป

ทิตินา แคมมณี (2545) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ ดำเนินการโดยครูผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดคำถามเกิดความคิดและแสวงหาความรู้ เพื่อนามาประมวลหาคำตอบหรือข้อสรุปด้วยตนเอง

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ โดยครูผู้สอนจะใช้คำถามเป็นหลักเพื่อให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดในการแก้ปัญหา ครูผู้สอนให้คำแนะนำความสะดวกในการปฏิบัติกิจกรรมผู้เรียนเกิดการค้นพบด้วยตนเองพร้อมทั้งสร้างความรู้ใหม่

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนในกลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษา 8 สังกัดสำนักงานเขต

พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 อำเภออุทุมพร จังหัดศรีสะเกษ จำนวน 6 โรงเรียน นักเรียนจำนวน 120 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านกะก้า สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 จำนวน 1 ห้องเรียน นักเรียนจำนวน 23 คน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 ซึ่งได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยในการสุ่ม ดังนี้

1) สุ่มตำบลในกลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษา 8 ได้ตำบลตะเคียน มีทั้งหมด 3 โรงเรียน

2) สุ่มโรงเรียนในตำบลที่สุ่มได้ในตำบลตะเคียน ได้โรงเรียนบ้านกะก้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่

1.1 แผนการศึกษาผลการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

1.2 ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.1 แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

2.2 แบบประเมินทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

2.3 แบบประเมินทักษะการทำงานกลุ่ม

2.4 แบบประเมินความมีวินัยในการเรียน

2.5 แบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. หาค่าจำนวนและร้อยละของผลการเรียนรู้ประเด็นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) จำแนกตามการผ่านและไม่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 60 ของคะแนน

เต็ม และจำแนกตามระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รวมทั้งประเด็นทักษะการทำงานกลุ่มและความมีวินัยจำแนกตามแผนการจัดการเรียนรู้

2. หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการเรียนรู้ประเด็นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ส่วนประเด็นทักษะการทำงานกลุ่มและความมีวินัยหลังเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E)

3. หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการเรียนรู้ประเด็นความพึงพอใจนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยภาพรวมและรายด้าน 5 ด้านได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการจัดกิจกรรมการสอน ด้านสื่อการเรียนการสอน ด้านการวัดผลการประเมินผล และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนการสอนหลังเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E)

4. วิเคราะห์เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังที่ได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ด้วยการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่มที่มีขนาดเล็ก โดยใช้ ค่า t (Paired Sample t Test)

ผลการศึกษา

1. ผลการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรม ในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงานกลุ่ม ความมีวินัยในการเรียน และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

1.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) จะทำให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนเรียนอยู่ในระดับต่ำและหลังเรียนอยู่ในระดับสูง

1.2 ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรม

การสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง ส่วนรายทักษะอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ทักษะการลงความเห็นจากข้อมูลทักษะการตีความหมายข้อมูลและลงข้อสรุป และทักษะการสร้างแบบจำลอง

1.3 ทักษะการทำงานกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมและรายแผนการจัดการเรียนรู้ทุกแผนอยู่ในระดับสูง

1.4 ความมีวินัยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอน โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมและรายแผนการจัดการเรียนรู้ทุกแผนอยู่ในระดับสูง

1.5 ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรกด้านการจัดกิจกรรมการสอน รองลงมาด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนการสอน ด้านการวัดผลการประเมินผล ด้านเนื้อหา และด้านสื่อการเรียนการสอน ตามลำดับ

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) จะทำให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ผลการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรม ในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการทำงานกลุ่ม ความมีวินัยในการเรียน และความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้

1.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยน้ำและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) จะทำให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนเรียนอยู่ในระดับต่ำ และหลังเรียนอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้

เนื่องจาก การสอนโดยใช้ชุดกิจกรรม ในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) มีคุณภาพ ทำให้นักเรียนสามารถศึกษาค้นคว้าหาความรู้โดยใช้กระบวนการแก้ปัญหาด้วยตนเองอย่างถูกต้องโดยอาศัยวิธีการ สืบค้น เสาะหา สำรวจ ตรวจสอบ นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมาย สามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง กระบวนการสืบเสาะหาความรู้ (5E) ทำให้นักเรียนเพิ่มศักยภาพด้านสติปัญญา มีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกขั้นตอน สอดคล้องงานวิจัยของ ไพสิน แสงหิรัญ (2560) พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วยชุดกิจกรรม การเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง เอกภพและเทคโนโลยีอวกาศ สำหรับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.2 ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจาก การสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) สามารถให้นักเรียนมีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่ ทักษะการสังเกต ทักษะการวัด ทักษะการจัดกระทำและสื่อความหมายข้อมูล ทักษะการพยากรณ์ ทักษะการลงความเห็นจากข้อมูล ทักษะการตีความหมายข้อมูลและลงข้อสรุป ทักษะการสร้างแบบจำลอง ทำให้นักเรียนทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ กล่าวแสดงออก ตลอดทั้งการได้ฝึกทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ควบคู่ไปในขณะที่ทำกิจกรรมด้วยส่งผลให้นักเรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ที่เหมาะสม สอดคล้องงานวิจัยของ นรรัตน์ชนก โสภา (2561) พบว่า ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เรื่อง พลังงานแสง ที่จัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.3 ทักษะการทำงานกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมและรายแผนการจัดการเรียนรู้ทุกแผนอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจาก การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ทำให้เกิดกระบวนการทำงานเป็นกลุ่มซึ่งครูเป็นผู้กระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มมาร่วมมือกันทำงาน ทักษะการทำงานกลุ่มเป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้เรียน

ได้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ได้พูดคุยปรึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันและมีความเอื้ออาทรต่อกันและกัน การเรียนรู้ร่วมกันจะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้พฤติกรรมของผู้อื่น เข้าใจในตนเองและเข้าใจผู้อื่น และที่สำคัญคือได้เรียนรู้ที่จะปรับตัวให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดีมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานเป็นทีม สอดคล้องงานวิจัยของ กรวิภา สิงห์เหิน (2561) พบว่า ผลการศึกษาด้านการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม วิชาการงานอาชีพ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า นักเรียนมีทักษะการทำงานกลุ่ม อยู่ในระดับดีมาก และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.4 ความมีวินัยในการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมและรายแผนการจัดการเรียนรู้ทุกแผนอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจาก การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ทำให้นักเรียนมีพฤติกรรมความมีวินัยในการเรียนในห้องเรียนของนักเรียนประถมศึกษาชั้นมากขึ้น เช่น ความมีวินัยในการแต่งกาย การตรงต่อเวลา การจดบันทึก อย่างตั้งใจ นักเรียนมีการขออนุญาตออกไปดื่มน้ำหรือไปห้องน้ำหลายครั้ง นักเรียนเตรียมอุปกรณ์ การเรียนในวิชาถัดไป พฤติกรรมความมีระเบียบวินัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากในการอยู่ร่วมกันในสังคม สอดคล้องงานวิจัยของ ไพสิน แสงหิรัญ (2560) พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้(5E) ความมีวินัยในการเรียนอยู่ในระดับสูง

1.5 ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรกด้านการจัดกิจกรรมการสอน รองลงมาด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนการสอน ด้านการวัดผลการประเมินผล ด้านเนื้อหา และด้านสื่อการเรียนการสอนตามลำดับ สามารถให้นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ นำมาปฏิบัติได้ ทั้งนี้เนื่องจากการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ในด้านเนื้อหา นักเรียนได้เรียนในเนื้อหาที่ส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์ เนื้อหาวิชาพอดีกับจำนวนเวลาเรียนของผู้เรียน ด้านการจัดกิจกรรมการสอน ได้ฝึก

ให้นักเรียนทำงานทั้งแบบคนเดียวและแบบเป็นกลุ่ม ด้านสื่อการเรียนการสอน นักเรียนเรียนได้อย่างเข้าใจมากขึ้น ด้านการวัดผลประเมินผล นักเรียนได้ประเมินตนเองและพัฒนาการเรียนมากขึ้น ด้านประโยชน์จากการเรียนการสอน ช่วยให้นักเรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และนักเรียนสามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการเรียนรายวิชาอื่น สอดคล้องงานวิจัยของ พงศกรณ์ นามวงศ์ (2560) พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนโพธิ์ธาตุประชาสรรค์ที่เรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามรูปแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง ของแข็ง ของเหลวและแก๊ส รายวิชาเคมี 2 กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ มีความพึงพอใจต่อการเรียน อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยงานและอากาศ โดยใช้ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) จะทำให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจาก ชุดกิจกรรมในการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) มีการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นักเรียนได้มีโอกาสแสวงหาความรู้จากกระบวนการที่หลากหลาย มีโอกาสแสดงความคิดเห็น จนสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่ได้เรียนรู้กับสิ่งที่เผชิญอยู่ในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้นักเรียนเกิดความคิดวิเคราะห์ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง สอดคล้องงานวิจัยของ ปาณิสรา ศิริพรรณ (2559) พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่ตั้งไว้ นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ โดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง แรงและการเคลื่อนที่ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้สอนควรมีการเตรียมตัวก่อนใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ที่ส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ หน่วยงานและอากาศ

โดยศึกษาแผนการสอน คู่มือครู สื่อการสอน รายละเอียดของชุดกิจกรรมให้เข้าใจ และจัดสื่อการเรียนการสอนไว้ให้ครบตามที่ระบุไว้ในชุดกิจกรรม

1.2 ขณะที่นักเรียนปฏิบัติกิจกรรมนักเรียนบางคนยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ในช่วงแรกครูควรอธิบายขั้นตอนการเรียนแบบสืบเสาะหาความรู้ ให้นักเรียนเข้าใจก่อนการดำเนินกิจกรรม

1.3 ในการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ชุดกิจกรรมแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ควรให้นักเรียนระลึกอยู่เสมอว่าในบางครั้งนักเรียนไม่สามารถทำถูกต้องได้ ถ้ากิจกรรมบางส่วนมีปัญหาควรซักถามครูผู้สอน เพื่อที่จะทำให้กิจกรรมที่กำลังปฏิบัติไม่ผิดพลาด และไม่ต้องเสียเวลาในการแก้ไขกระบวนการและผลการเรียนรู้ในภายหลัง

1.4 เวลาในการจัดกิจกรรมที่ระบุไว้ในชุดกิจกรรมสามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมและความสามารถของผู้เรียน ทั้งนี้เนื่องจากนักเรียนบางคนมีทักษะการเรียนรู้ที่ต่างกัน

1.5 ในระหว่างการจัดกิจกรรม ผู้สอนต้องสังเกตและแนะนำในบางส่วนที่คิดว่าจะเป็นปัญหาต่อกลุ่มของนักเรียน ในขณะที่ปฏิบัติกิจกรรมไม่ควรปล่อยนักเรียนปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ จนเสร็จสิ้นกระบวนการโดยที่ครูไม่ได้ดูแลให้คำแนะนำ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ในเรื่องอื่นหรือในระดับชั้นอื่น ๆ ที่มีสาระการเรียนรู้ที่สามารถให้นักเรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองและเน้นกิจกรรมทำงานเป็นกลุ่ม

2.2 ควรศึกษาปัญหา สาเหตุ และแนวทางการพัฒนาผลการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมการสอนด้วยรูปแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ในกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เพื่อใช้ปรับปรุงการสอนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

2.3 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. กรุงเทพฯ: ครูสภาลาดพร้าว
- กรวิภา สิงห์เพิน. (2561). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม วิชาการงานอาชีพ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. สืบค้นจาก http://nongthum.com/news-detail_48847
- กันยา กันต์สุข. (2551). การสร้างชุดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการคิดโดยใช้แผนผังมโนทัศน์กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านดงดู่ อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- ทีศนา แจมมณี. (2545). รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์ชนก โสภา. (2561). การพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ที่จัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) เรื่อง พลังงานแสง ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4. (วิทยานิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. สาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์.
- เนื่อทอง นายี. (2544). ผลการใช้ชุดกิจกรรมกระบวนการทางวิทยาศาสตร์กับการสอนโดยครูเป็นผู้สอนที่มีต่อทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และความสนใจทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. (ปริญญาานิพนธ์. กศ.ม.). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- เบญจมาศ เกตุแก้ว. (2548). การพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูงและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้กระบวนการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้. (วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ปาณิสรา ศิริพรรณ. (2559). รายงานการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์โดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง แรงและการเคลื่อนที่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. สืบค้นจาก <http://www.kksec.go.th/webinfo25/abstract/pranissara01.pdf>
- พงศกรณ์ นามวงศ์. (2560). รายงานการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ตามรูปแบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง ของแข็งของเหลวและแก๊ส รายวิชาเคมี 2 กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนโพธิ์ธาตุประชาสรรค์. สืบค้นจาก <http://www.sisaketedu1.go.th/news/?p=39838>
- พลภัทร พองโนนสูง. (2550). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ เรื่อง วัสดุและสมบัติของวัสดุ โดยใช้กระบวนการสืบเสาะหาความรู้ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านโคกสูงคูขาด อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, สาขาหลักสูตรและการสอน.
- ไพลิน แสงหิรัญ. (2560). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) เรื่อง เอกภาพและเทคโนโลยีอวกาศ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. สืบค้นจาก http://www.kroobannok.com/board_view.php?b_id=161533
- อภิญา ตันทวีวงศ์. (2557). การยกระดับคุณภาพครูไทยในศตวรรษที่ 21. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ “อภินิหารการเรียนรู้สู่จุดเปลี่ยนประเทศไทย”. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สหมิตรพรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- Dewey, J. (1963). *Experience and education*. New York: Macmillan Publishing Company.

การเปิดรับ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของกลุ่มสาววายไทย
Exposure, Attitude, and Tendency towards Reading Behavior of Y Novels
among Thai Y Female Readers

ฉัตรธิดา ชูทอง¹

Chattida Choothong

Article History

Received: November 13, 2020

Revised : September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้หญิงไทยที่มีคุณสมบัติเป็นสาววาย และอ่านนวนิยายชายรักชายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ส่วนตัว/เดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย โดยใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมากที่สุด และส่วนใหญ่เคยซื้อนวนิยายชายรักชาย โดยซื้อผ่านรูปแบบหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ มีความถี่ในการเปิดรับโดยเฉลี่ย 6 วัน/สัปดาห์ ระยะเวลามากกว่า 2-3 ชั่วโมง และมีสาเหตุหลักในการเปิดรับ คือ ความนิยมในนวนิยายรักชายรักชาย กลุ่มตัวอย่าง มีระดับทัศนคติเชิงบวกต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชายทั้ง 4 ด้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.41) โดยด้านบทสนทนา มีระดับทัศนคติเชิงบวกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53) รองลงมา ด้านแก่นเรื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.42) ด้านตัวละคร (ค่าเฉลี่ย = 4.38) และด้านโครงเรื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.29) และมีแนวโน้มพฤติกรรมในการอ่านนวนิยายรักชายมากที่สุดในประเด็นตั้งใจที่จะอ่านนวนิยายชายรักชายต่อไป ระดับตั้งใจอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย = 4.80)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า สาววายที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่สาววายมีการรวมกลุ่มกัน หรือที่เรียกว่า “คอมมูนิตี” โดยมีการปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้มีลักษณะของความเป็นหนึ่งเดียว นอกจากนี้ พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย และทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย จากผลการศึกษา สาววายมีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายด้วยความถี่สูง แสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่

¹ หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Program in Master of Arts (Mass Communication), Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

Email: palmchattida2538@hotmail.com *Corresponding author

ถูกสะสมเก็บไว้เพิ่มพูนไปในเชิงบวก และยังพบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายที่นัยสำคัญ .01 แสดงให้เห็นว่า การบริโภคสื่อนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย เป็นผลมาจากการมีทัศนคติที่ดี นำไปสู่การเกิดเป็นพฤติกรรมสนับสนุน

คำสำคัญ: สาววาย นวนิยายชายรักชาย การเปิดรับ ทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรม

Abstract

The purpose of this quantitative research was to study the exposure, attitude, and tendency towards reading behavior of Y novels among Thai Y female readers. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The sample was 400 Thai Y females reading Y novels the past 3 months.

The results of this research indicated that most of the sample were 20 years old or under, students, earned monthly income of not more than 5,000 baht. Furthermore, the most popular exposure source was website and application. Most of them ever bought Y novels through the printed book format. The average exposure frequency was 6 days / week. The exposure duration was over 2-3 hours. The key reason for exposure was the popularity in Y novels. The sample had positive attitude towards the four aspects of Y novels (mean = 4.41). An aspect with the highest level was conversation (mean = 4.53). The secondary highest levels were theme (mean = 4.42), character (mean = 4.38), and plot (mean = 4.29). The sample had the highest tendency of reading behavior in Y novels. The intention to continue reading Y novels was at the strongly intentional level (mean = 4.80).

The results of testing hypothesis revealed that the sample with different demographic characteristics had indifferent exposure to Y novels as a result of the sample gathering into a group or so-called “community” executing interactions creating unity. Besides, exposure to Y novel was related with attitude towards the components of Y novels. From study results, the high frequency of exposure to Y novels of the sample demonstrated the increasingly accumulated positive attitude. Attitude towards the components of Y novels was also related with behavioral tendency towards reading Y novels with a statistical significance level of .01 representing positive attitude establishing supportive behavior as a result of Y novel consumption of the sample.

Keywords: Y girls, Y novels, Exposure, Attitude, Behavioral tendency

บทนำ

“สาววาย” เป็นชื่อที่คนในสังคมไทยรับรู้โดยทั่วกันว่าหมายถึง ผู้หญิงที่ชื่นชอบความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชาย แต่อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์สาววาย ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นกระแสที่เกิดขึ้นในทั่วโลก โดยในสากลจะใช้คำว่า fujoshi (ฟูโจชิ) มีที่มาจากชุมชนแฟนคลับและเกม หมายถึง หญิงสาวผู้มีความผิดแผกจากระบบ เนื่องจากสาววายเป็นผู้หญิงที่มีความคิดแตกต่างจากบุคคลอื่น และต้องการเป็นอิสระจากระบบสังคม นวนิยายชายรักชายจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์สาววาย เพราะนวนิยายชายรักชายมีเรื่องราวที่มิกลั่นอายของการต่อต้านสังคม โดยในปัจจุบัน มีสาววายอยู่ทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน ประเทศเกาหลี หรือประเทศอังกฤษ เป็นต้น (MARKETINGOOPS, 2017)

นวนิยายชายรักชาย หรือที่คนในสังคมมักเรียกกันว่า นิยายวาย เป็นนวนิยายที่นำเสนอความรักระหว่างผู้ชายกับชาย โดยตัวละครในนวนิยายชายรักชายจะประกอบไปด้วยฝ่ายรุก และฝ่ายรับ ตัวละคร ฝ่ายรุกมักมีภาพเหมารวมของความเป็นชายในอุดมคติของสังคมไทย ส่วนตัวละครฝ่ายรับมักมีภาพที่มีลักษณะของความเป็นหญิงกำกับ ในเรื่องของความสัมพันธ์และพฤติกรรมนั้น ไม่แตกต่างจากนวนิยายชายรักหญิง แต่อย่างไรก็ตาม ความนิยมในนวนิยายชายรักชายมีการเติบโตมากขึ้น ส่งผลให้วงการนวนิยายชายรักชายในสังคมไทยได้พัฒนาไปสู่ประเด็นที่หลากหลาย ทั้งในด้านตัวละคร โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือฉากต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อน และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพของชายรักชายที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในสังคม เช่น เรื่องราวความสัมพันธ์แบบคู่รักสามคน ความรักต่างอายุ หรือตัวละครที่มีการสลับบทบาทกัน (Read Alert, 2019)

โดยจากข้อมูลของโพสต์ทูเดย์ (2561) มีการเขียนข่าวเกี่ยวกับกระแส หรือการเติบโตของนวนิยายชายรักชาย ไว้ว่า จากการคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญหนังสือ มีความคิดเห็นตรงกันว่า ในปี 2561 เป็นปีของการเติบโตของแฟนหนังสือนิยายวายอย่างมากที่สุดเท่าที่เคยเป็นมา ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2561 ได้มีการจัดงานมหกรรมนิยายวาย ครั้งที่ 2 ในประเทศไทย นอกจากนี้ จากสถิติการอ่านนิยายใน Dek-D ปี 2019 ที่เกี่ยวข้องกับนิยายชายรักชาย พบว่า คำค้นหายอดนิยมที่นักอ่านใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก (แบบไม่เรียงลำดับ)

ได้แก่ MarkBam, ChanBaek และป้อจ้าน ซึ่งล้วนเป็นศิลปินผู้ชายที่ถูกจับคู่จินต์ด้วยกันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น MarkBam คือ มาร์คและแบมแบมจากวง GOT7 หรือ ChanBaek คือ ชานยอลและแบคฮยอนจากวง EXO และป้อจ้าน คือ หวังอ้อป้อและเซียวจ้าน จากซีรีส์จีนเรื่อง The Untamed ประมาจารย์ลัทธิมาร นิยายเรื่องที่ถูกกดติดตาม (Favorite) มากที่สุด คือ นิยายวายเรื่อง “นับ แก้ว รัก” มีคนกดติดตามถึง 62,350 คน นิยายในหมวดที่ยอดขายดี ที่สร้างรายได้สูงสุด ได้แก่ 1. หมวดนิยายกำลังภายใน 2. หมวดนิยายวาย 3. หมวดแฟนตาซี นิยายที่มียอดแฟนคลับสูงสุดตั้งแต่เคยมีมา คือนิยายวาย เรื่อง “North : How much is your love?” ที่มีแฟนคลับติดตามนิยายมาก ถึง 78,406 คน (Dek-D, 2562) ถึงแม้ในด้านนิยายในหมวดยอดขายดี นิยายวายจะไม่ได้อันดับหนึ่ง อาจมีสาเหตุมาจากสาววายหรือผู้หญิงที่อ่านนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยเรียน อาจมีกำลังการซื้อไม่สูงนัก จึงนิยมอ่านนิยายชายรักชายที่เปิดให้อ่านฟรี ทำให้หมวดนิยายวาย มีการกดติดตามนิยาย (Favorite) สูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง รวมถึงคู่จินต์ชายรักชายก็ติดคำค้นหายอดนิยม ที่นักอ่านใช้ค้นหามากที่สุด แสดงให้เห็นถึงแรงสนับสนุนของเหล่าสาววายที่แม้จะเป็นคนกลุ่มน้อยที่บริโภควัฒนธรรมชายขอบ แต่ก็มีพลังการสนับสนุนสูง เมื่อนวนิยายชายรักชาย มีชื่อเสียงโด่งดังมากในโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมอย่าง Dek-D ที่เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้ก้าวขึ้นมาเป็นนักเขียนหน้าใหม่ และเป็นช่องทางที่ให้เหล่าสาววาย ได้มีพื้นที่ในการเสพสื่อนิยายชายรักชาย โดยนวนิยายชายรักชายที่ได้รับความนิยม มักมีผู้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นถึงหลักหมื่นคน ย่อมเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความนิยม และความสำเร็จของนวนิยายชายรักชายในสังคมไทย และเมื่อนวนิยายชายรักชายประสบความสำเร็จแล้ว จึงมีการนำนวนิยายชายรักชายมาสร้างเป็นซีรีส์ลงจอแก้ว ซึ่งกล่าวได้ว่าซีรีส์ชายรักชายในประเทศไทยหลาย ๆ เรื่องประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จนก่อให้เกิดเป็นกลุ่มแฟนคลับศิลปินคู่วาย ที่มีแรงสนับสนุนสูง ซึ่งซีรีส์วายไม่ได้ประสบความสำเร็จเฉพาะแค่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากทั้งแถบเอเชีย โดยเฉพาะในจีนแผ่นดินใหญ่ ที่มีกำลังการบริโภคค่อนข้างสูง ส่งผลให้นักแสดงซีรีส์ชายรักชายโกอินเตอร์ เช่น คู่คริส-สิงโต หรือชื่อที่แฟนคลับเรียกพวกเขา

ทั้งสองคนเรียกว่า “พีรญา” จากซีรีส์วาย เรื่อง SOTUS พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง ซึ่งได้มีการจัดแผนมิตติ้งในประเทศแถบเอเชียทั้งหมด 5 ประเทศด้วยกัน

ในส่วนของตลาดหนังสือ ร้านหนังสือบางร้าน มีการจัดหมวดหมู่เฉพาะนวนิยายวายขึ้นมา เพื่อรองรับการเติบโตของผู้บริโภค กล่าวได้ว่า นวนิยายชายรักชาย ถูกผลักดันเข้าสู่ตลาดกระแสหลัก จนเป็นที่ยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งในตลาดที่สำคัญต่อธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นและกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมประเภทชายรักชาย ซึ่งผู้หญิงนิยมอ่านนวนิยายชายรักชายหรือนิยายวาย เป็นผลมาจากนิยายวาย เป็นสิ่งที่ผลิตโดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง เนื่องจากผู้หญิงมักจะเข้าใจความต้องการของผู้หญิงด้วยกันเอง จึงนำเสนอได้ว่าผู้หญิงชอบอะไรในนิยายวาย รวมถึงนวนิยายชายรักชาย ถือได้ว่าเป็นการตอบโต้ว่าททกรรมแนวคิดชายเป็นใหญ่ ที่มองว่าผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ เพราะนวนิยายชายรักชาย ทำให้ผู้ชายกลายเป็นวัตถุทางเพศของผู้หญิง ที่ผู้อ่านจะสนุกสนานไปกับภาพผู้ชายหน้าตาดีสองคนมีความสัมพันธ์กัน (Read Alert, 2561) แต่อย่างไรก็ตาม รศ.ดร.นันทนิย ประสานนาม ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาวรรณคดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเป็นอาจารย์ที่ศึกษาวัฒนธรรมวายอย่างจริงจัง อธิบายว่า เมื่อวัฒนธรรมวายถูกส่งต่อมายังกลุ่มผู้หญิงในฐานะผู้สร้างและผู้เสพ จากงานวิจัย กลุ่มผู้หญิงเหล่านี้ต่างก็เป็นรักต่างเพศ กล่าวคือ เป็นผู้หญิงที่ชื่นชอบผู้ชายตามปกติของสังคม ดังนั้น เรื่องวายจึงไม่ไปผูกมัดกับ LGBT แบบที่ภาพยนตร์เกย์หรือวรรณกรรมเกย์สร้าง เพราะเรื่องวายเป็นความสัมพันธ์ของผู้ชายที่รักกัน แต่ถูกจินตนาการขึ้นมาโดยผู้หญิง แล้วก็ถูกบริโภคโดยผู้หญิง (THEPEOPLE, 2019)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มที่บริโภคนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ไม่ใช่เพศนอกกรอบ แต่กลับเป็นกลุ่มผู้หญิงที่พบเห็นได้โดยทั่วไปในสังคมไทย ซึ่งมองดูแล้ว อาจจะเป็นเรื่องแปลกกว่า เหตุใดกลุ่มคนที่ชอบอ่านนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่คือเพศหญิง เพราะเพศหญิง คือเพศในชนบทตามกรอบในสังคม ที่ดูไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่ม LGBT รวมถึงจากความเติบโตของวงการนวนิยายชายรักชาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมย่อย แต่กลับอยู่ร่วมกับวัฒนธรรมหลักได้อย่างกลมกลืนมาก

ขึ้นในยุคปัจจุบัน ผู้ศึกษาจึงเกิดความสนใจในเรื่องลักษณะทางประชากรของสาววาย ที่บริโภคนวนิยายชายรักชายดังกล่าว

และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย รวมถึงทัศนคติที่มีต่อนิยายชายรักชาย โดยสนใจในเรื่องของการชื่นชอบในองค์ประกอบของนวนิยายชายรักชาย และแนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคนวนิยายชายรักชายว่าเป็นอย่างไร ไม่ว่าจะเป็น การอ่านผ่านรูปแบบหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) หรือเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เป็นต้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของสาววาย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของสาววายกับการเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับนวนิยายชายรักชายกับทัศนคติที่มีต่อนิยายชายรักชายของสาววาย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อนิยายชายรักชายกับแนวโน้มพฤติกรรม การอ่านนวนิยายชายรักชายของสาววาย

สมมติฐานการวิจัย

1. สาววายไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชายที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชายแตกต่างกัน
2. การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนิยายชายรักชาย
3. ทัศนคติของสาววายไทยที่มีต่อนิยายชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม การอ่านนวนิยายชายรักชาย

นิยามศัพท์

นวนิยายชายรักชาย หมายถึง การเล่าเรื่องราวระหว่างความรักของผู้ชายกับผู้ชายด้วยกัน โดยตัวละครชายที่เป็นฝ่ายรักจะเรียกว่า พระเอก ส่วนตัวละครชายที่เป็นฝ่ายรับจะเรียกว่า นายเอก ประกอบไปด้วย 6 ประเภท ได้แก่ นิยายวาย แฟนฟิคไทย แฟนฟิคเกาหลี แฟนฟิคเอเชีย แฟนฟิคฝรั่ง และแฟนฟิคนิยาย การ์ตูน เกม

สาววาย หมายถึง ผู้หญิงไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชาย และมีคุณสมบัติสาววายมากกว่า 3 ข้อ ได้แก่ ชอบคู่จิ้น ชอบอ่านนิยายวาย/แฟนฟิควาย เชียร์ผู้ชายให้รักกัน แอบจิ้น เวลาเห็นผู้ชายมีการสัมผัสกัน มีรูปชวนจิ้นของหนุ่ม ๆ เปิดตัวว่าเป็นสาววาย มีการติดตามนักเขียน/เพจ/กลุ่มเกี่ยวกับวงการวาย ไม่ชอบตัวละครผู้หญิง และเคยไปงานมหกรรมหนังสือนิยายวาย

การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลมีการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย ในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่ ความถี่ในการอ่านนวนิยายชายรักชาย (วัน/สัปดาห์)

ลักษณะทางประชากร หมายถึง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของสาววายไทย

ทัศนคติต่อนวนิยายชายรักชาย หมายถึง ระดับความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์ประกอบของนวนิยายชายรักชาย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง และด้านบทสนทนา

แนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย หมายถึง ระดับความตั้งใจที่จะอ่านนวนิยายชายรักชายต่อไป ระดับความตั้งใจที่จะกดติดตาม/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่อไป และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้รู้จักและอ่านนวนิยายชายรักชาย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา และมีคุณสมบัติความเป็นสาววาย ทั้งในรูปแบบของหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) หรือเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เช่น Dek-D, readawrite, thaiboyslove เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. **ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม** อธิบายได้ว่า ในการเปิดรับสื่อหรือข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น ย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ตามปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจ ซึ่ง

แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับข่าวสารนั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ จิตมักจะเป็นตัวกำหนดหรือสั่งการให้บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งจิตจะเป็นตัวบ่งบอกได้ว่า เราสนใจหรือไม่มีความสนใจในสิ่งใด 2. องค์ประกอบทางด้านสังคม เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเรา รวมถึงวัฒนธรรมประเพณี ต่างก็ส่งผลต่อการเลือกรับข่าวสารของเราทั้งสิ้น (ศรีนถ์ ยี่หลั่นสุวรรณ, 2558) ซึ่งเมื่อบุคคลมีการเปิดรับสื่อ ย่อมมีการก่อตัวทางด้านความรู้สึก จนเกิดเป็นทัศนคติ โดยธงชัย สันติวงษ์ (2533 อ้างถึงใน อภิญา บุญประเสริฐ, 2554) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ จะกำเนิดเกิดขึ้นมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารของข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่บุคคลรับมานั้น บางส่วนจะถูกนำไปเก็บและสร้างเป็นทัศนคตินำไปสู่ปฏิบัติการการตอบสนองขึ้นมา นั่นคือ พฤติกรรม ซึ่ง สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 อ้างถึงใน ญัญฐยา ลีลา, 2557) อธิบายว่า ความตั้งใจเกิดพฤติกรรมมีผลจากความรู้สึก ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการวางแผนว่าจะทำอย่างไรต่อวัตถุ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อผู้บุคคลเปิดรับสื่อใด ๆ จะเกิดเป็นกระบวนการรับรู้ นำไปสู่การคิดและทำความเข้าใจ ซึ่งอาจก่อให้เกิดทัศนคติบางอย่าง ทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจ จนแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาผู้บริโภคนวนิยายชายรักชายหรือสาววาย ซึ่งเป็นการวัดระดับทัศนคติ และความตั้งใจที่บุคคลมีต่อนวนิยายชายรักชายจนนำไปสู่ความสามารถในการหาคำตอบแนวโน้มพฤติกรรมได้

2. **แนวคิดเรื่องเพศสภาพ และสาววาย** ย่อมมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน กล่าวคือ เพศสภาพ (Gender) หมายถึง ความเป็นหญิง ความเป็นชาย ที่สังคมและวัฒนธรรมปลูกฝังให้แสดงบทบาทตามเพศสรีระของตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม ความเป็นหญิง ความเป็นชาย อาจมาจากความรู้สึกนึกคิดของตนเองได้ โดยเพศเป็นสิ่งที่ถูกสังคมกำหนดขึ้นมา จึงอาจมีการสลับเปลี่ยนได้เมื่ออยู่ในสภาวะการณ์อีกยุคสมัยหนึ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้าง และให้คุณค่าจากสังคม (ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2551 อ้างถึงใน วิชาญ ทราญอ่อน, ม.ป.ป.) ดังนั้น เพศสภาพย่อมมีความเกี่ยวข้องกับผลงานประเภทยาวเนื่องจากนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่ถูกผลิตโดยผู้

หญิงและบริโภคโดยผู้หญิง เรียกได้ว่า ผู้หญิงเป็นผู้กำหนด ความเป็นชายรักชาย และให้คุณค่าความเป็นชายรักชายขึ้นมาใหม่ โดยเป็นไปในทิศทางบวก ซึ่งปรากฏการณ์สาววายเกิดขึ้นทั่วโลก โดยในงานวิจัยเชิงประจักษ์ของตะวันตกในช่วงยุคกลาง ปี 2008 Levi (2009) ซึ่งเป็นนักวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวอเมริกาเหนือ ที่บริโภคผลงานวายเป็นผู้หญิงถึง 86% รวมถึงงานวิจัยของ Pagliassotti (2008a) รายงานว่า ผู้ที่บริโภคผลงานวาย ชาวยุโรปที่พูดภาษาอังกฤษเป็นผู้หญิงถึง 89% และผู้ที่บริโภคผลงานวาย ชาวอิตาลีที่เป็นผู้หญิง มีจำนวนถึง 82% และ Zsila, Bernáth and Inántsypap (2015) รายงานว่า ผู้ที่บริโภคผลงานวาย ชาวฮังการีเป็นผู้หญิงถึง 91% นอกจากนี้ Lunsing (2006) และเกอร์ (2006) ยังระบุว่า เลสเบี้ยนก็เป็นผู้บริโภคผลงานวายเช่นกัน นอกจากนี้ Mizoguchi (2008) ยังรายงานว่ อายุ ระดับการศึกษา และสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ในด้านการสร้างผลงานวายกลับไม่มีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นมืออาชีพหรือมือสมัครเล่น (Ágnes Zsila and Zsolt Demetrovics, 2017) ดังนั้น การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์สาววาย มีส่วนสร้างนิยามใหม่ให้กับกลุ่มชายรักชาย มีส่วนช่วยให้พฤติกรรมของชายรักชาย กลายเป็นเรื่องปกติทางสังคม ดังที่นักวิชาการมิเชล พูโกต์ ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์ทางเพศนั้นเป็นการผลิตสร้างทางสังคม และเกล รูบิน ยังกล่าวอีกว่า เพศวิถีเป็นการจัดระเบียบทางสังคม โดยอาศัยเพศตามธรรมชาติมาเป็นตัวกำหนด นอกจากนี้ ยังเกิดปรากฏการณ์ ภาวะปกติใหม่ (new normal) หมายถึง การที่เพศชายจะหลงรักเพื่อนสนิทที่เป็นเพศชายด้วยกัน จนนำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์กันได้อย่างเป็นปกติ (THESTANDARD, 2017)

3. แนวคิดนวนิยาย คำว่า “นวนิยาย” นักวิชาการด้านวรรณคดีศึกษาของไทย ยอมรับกันแล้วว่า เป็นคำที่มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Novel” โดยนวนิยายไทยในระยะเริ่มต้น ได้รับอิทธิพลด้านกลวิธีการเขียนมาจากวัฒนธรรมทางวรรณกรรมตะวันตก คือ อังกฤษ ซึ่งในหนังสือ Aspects of the Novel E.M. Forster ได้ให้นิยามความหมาย “นวนิยาย” ว่า เป็นบันเทิงคดีร้อยแก้วรูปแบบหนึ่ง โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า 50,000 คำ ซึ่งผู้เขียนจะ

สมมติเรื่องราวขึ้นมา เพื่อให้เกิดความเสมือนจริง หรือดูเป็นเรื่องจริง (วิภา กงกะนันทน์, 2540) นวนิยายประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง ด้านฉาก ด้านบทสนทนา และด้านพรรณนาของผู้แต่ง ซึ่งในปัจจุบัน นวนิยายไม่ได้มีเพียงรูปแบบออฟไลน์เท่านั้น แต่ยังมีนวนิยายในรูปแบบออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสิ่งที่นวนิยายอินเทอร์เน็ตหรือนวนิยายออนไลน์ พิเศษกว่านวนิยายหนังสือ คือ รูปลักษณภายนอก ที่มีการใช้สื่อผสมของภาพและเสียง เช่น ภาพวาด เพลงประกอบที่ผู้เขียนใส่เข้าไปเพื่อเพิ่มรายละเอียดหรือเพิ่มสุนทรีย์ภาพในการอ่าน นอกจากนี้ ภายในเว็บไซต์ของนวนิยาย ก็มีการจัดหมวดหมู่ประเภทนวนิยายต่าง ๆ มีการจัดอันดับนวนิยายยอดนิยม หรือการค้นหนวนิยายเรื่องต่าง ๆ ก็ทำได้ง่าย ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงนวนิยายได้รวดเร็วและตรงต่อความต้องการ และเหล่าบรรดาสานักพิมพ์ก็สามารถเลือกนวนิยายเพื่อนำไปตีพิมพ์ได้ เช่น เลือกจากนวนิยายที่มียอดการอ่าน/แสดงความคิดเห็นสูงสุด เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้ผลตอบแทนที่สูง และลดความเสี่ยงในการลงทุน นอกจากนี้ วอเตอร์ เบนจามิน กล่าวว่า นวนิยายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการมีประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม (Cultural Democracy) เพราะนักเขียนและนักอ่านไม่จำเป็นต้องอยู่ในกรอบปฏิบัติตามสัจนิยมนวนิยายแบบเดิม ๆ คือ สามารถมีอิสระจากกฎเกณฑ์ของงานเขียนแบบเก่า (อาร์ดา ปรีชาปัญญา, 2553)

วิธีการศึกษา

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย (วัน/สัปดาห์) ตอนที่ 3

คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อนวนิยายชายรักชาย โดยแบ่งเป็นออกเป็น 4 หัวข้อใหญ่ ประกอบด้วยทัศนคติความรู้สึกที่มีต่อองค์ประกอบของนวนิยายชายรักชาย ด้านละ 5 ข้อคำถาม ได้แก่ ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง และด้านบทสนทนา ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ ความตั้งใจในการเปิดรับนวนิยายชายรักชายต่อไป ความตั้งใจจะสนับสนุนโดยการซื้อนวนิยายชายรักชาย ความตั้งใจจะสนับสนุนโดยการกดติดตามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่อไป และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้กับคนอื่นรู้จักและเปิดรับนวนิยายชายรักชายต่อไป

ทำการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปเผยแพร่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์จากแอปพลิเคชันทวิตเตอร์ (Twitter) และเพจ/กลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) และมีการใช้คำถามในการคัดกรอง (Screening Question) ว่าเป็นผู้หญิงไทยที่เคยอ่านนิยายชายรักชายอย่างน้อย 1 เรื่องในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา และมีคุณสมบัติเป็นสาววายมากกว่า 3 ข้อ เพื่อเป็นการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานเชิงความสัมพันธ์ (Relational Hypothesis) และเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Hypothesis) สถิติที่ใช้ ได้แก่ One-way analysis of variance: ANOVA และ Pearson's product moment Correlation Coefficient

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 คน ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 58.25 รองลงมา คือ อายุ 26 ปีขึ้นไป ร้อยละ 22.00 และมีอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 19.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ปวช.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน ร้อยละ 11.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ส่วนตัว/เดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 60.00 รองลงมา มีรายได้ส่วนตัว/เดือน 5,001-15,000 บาท ร้อยละ 23.00

การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายประเภทนิยายวายมากที่สุด $\bar{X} = 2.74$ รองลงมาคือ แฟนฟิคไทย และแฟนฟิคเกาหลี $\bar{X} = 1.81$ และ 1.71 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายในสื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ร้อยละ 83.50 ส่วนใหญ่ เคยใช้เงินซื้อนวนิยายชายรักชาย ร้อยละ 76.75 โดยซื้อผ่านรูปแบบหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ ร้อยละ 44.89 ส่วนใหญ่ มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย 1-3 ปี ร้อยละ 40.00 รองลงมา 4-6 ปี ร้อยละ 34.00 มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 5.57 หรือ 6 วัน/สัปดาห์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.571 วัน/สัปดาห์ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการอ่านนวนิยายชายรักชายมากกว่า 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 42.75 เหตุผลหลักในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย คือ ความนิยมในนวนิยายรักชาย ร้อยละ 31.51 รองลงมาคือ โครงเรื่องหรือพล็อตเรื่องแปลกใหม่น่าสนใจ ร้อยละ 23.00

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง และด้านบทสนทนา

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านตัวละคร	4.38	0.474	เชิงบวก
ด้านโครงเรื่อง	4.29	0.556	เชิงบวก
ด้านแก่นเรื่อง	4.42	0.485	เชิงบวก
ด้านบทสนทนา	4.53	0.492	เชิงบวก
องค์ประกอบนวนิยายชายรักชายทั้ง 4 ด้าน	4.41	0.400	เชิงบวก

ทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชายโดยรวมเชิงบวก $\bar{X} = 4.41$ โดยเมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชายแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีด้านบทสนทนามากที่สุด $\bar{X} = 4.53$ รองลงมาคือ ด้านแก่นเรื่อง $\bar{X} = 4.42$ ด้านตัวละคร $\bar{X} = 4.38$ และด้านโครงเรื่อง $\bar{X} = 4.29$ โดยมีทัศนคติเชิงบวกทุกด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็นทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านตัวละคร ประเด็น “ตัวละครในนวนิยายชายรักชายที่มีบุคลิกภาพ/อุปนิสัยสมจริง ทำให้ท่านอยากอ่านนวนิยายเรื่องนั้น” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.59

ด้านโครงเรื่อง ประเด็น “โครงเรื่องของนวนิยายชายรักชาย มีการดำเนินเรื่องและผูกเรื่องได้น่าสนใจเช่นเดียวกับนวนิยายทั่วไป” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.51

ด้านแก่นเรื่อง ประเด็น “แก่นของเรื่องในนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ผู้เขียนจะนำเสนอในการมองกลุ่มชายรักชายว่าไม่มีความแตกต่างไปจากชายรักหญิง ทำให้ท่านเปิดใจยอมรับคนรักเพศเดียวกันในชีวิตจริงมากขึ้น” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.71

ด้านบทสนทนา ประเด็น “บทสนทนาในนวนิยายชายรักชาย ใช้ภาษาที่บรรยายให้เห็นถึงลักษณะเด่นเฉพาะของแต่ละตัวละคร ส่งผลให้ท่านรู้จักและเข้าใจตัวละครในเรื่องมากขึ้น” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.63

แนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย

กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย $\bar{X} = 4.55$ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ประเด็น “ท่านมีความตั้งใจที่จะอ่านนวนิยายชายรักชายต่อไป” $\bar{X} = 4.80$ ถือว่าอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง รองลงมาคือ ท่านมีความตั้งใจที่จะติดตาม/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่อไป $\bar{X} = 4.59$ ถือว่าอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง และท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้รู้จักและอ่านนวนิยายชายรักชาย $\bar{X} = 4.28$ ถือว่าอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความตั้งใจที่จะซื้อนวนิยายชายรักชายต่อไปจำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.50 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีความตั้งใจที่จะเขียนนวนิยายชายรักชาย จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของสาววายที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรของสาววาย ที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยโดยรวม ($r = 0.160$) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านตัวละคร ($r = 0.134$) ด้านโครงเรื่อง ($r = 0.153$) ด้านแก่นเรื่อง ($r = 0.122$) และด้านบทสนทนา ($r = 0.097$) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสัมพันธ์กันต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายโดยรวม ($r = 0.507$) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านละคร ($r = 0.439$) ด้านโครงเรื่อง ($r = 0.326$) ด้านแก่นเรื่อง ($r = 0.407$) และด้านบทสนทนา ($r = 0.457$) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก โดยทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายโดยรวมมีระดับสัมพันธ์ที่สัมพันธ์กันสูง ส่วนองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านมีระดับสัมพันธ์ที่สัมพันธ์กันต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.50 ใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน โดยมีความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 6 วัน และส่วนใหญ่ร้อยละ 42.75 มีระยะเวลาการอ่านนวนิยายชายรักชายมากกว่า 2-3 ชั่วโมง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการเข้ามาของเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นความทันสมัยของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่ทำให้การเข้าถึงสื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ทำได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ทุกสถานที่ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สิ่งที่นวนิยายอินเทอร์เน็ตหรือนวนิยายออนไลน์ พิเศษกว่านวนิยายหนังสือ คือ รูปลักษณะภายนอก ที่มีการใช้สื่อผสมของภาพและเสียง เช่น ภาพวาดเพลงประกอบ ที่ผู้เขียนใส่เข้าไปเพื่อเพิ่มรายละเอียด หรือเพิ่มสุนทรียภาพในการอ่าน และภายในของเว็บไซต์นวนิยายออนไลน์ยังมีการจัดหมวดหมู่ประเภทนวนิยายต่าง ๆ มีการจัดอันดับ

นวนิยายยอดนิยม หรือการค้นหนวนิยายเรื่องต่าง ๆ ก็สามารถทำได้ง่าย ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงนวนิยายได้รวดเร็ว และตรงต่อความต้องการ (อารดา ปรีชาปัญญา, 2553) ด้วยเหตุนี้ จึงอาจเป็นสาเหตุให้สาววายไทยส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย และมีการเปิดรับด้วยความถี่สูง คือ 6 วัน/สัปดาห์

ในส่วนของการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย มีเหตุผลหลักที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความนิยม ในนวนิยายชายรักชาย โดยกระแสการเติบโตของวงการประเภทยาว มีสาเหตุสำคัญมาจากการผลักดันวงการประเภทยาวเข้าสู่ตลาดกระแสหลัก และการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้การเข้าถึงนวนิยายประเภทนี้กว้างขวางขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษารัชนีที่สาววายส่วนใหญ่ร้อยละ 83.50 ใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย และจากการศึกษาของอรรธรณ วิษณุวรกุล (2559) ได้อธิบายว่า ขณะนี้ เนื้อหาในนวนิยายชายรักชายมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวก มีสาเหตุมาจากการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้สาววายสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ จากการศึกษาประวัติและพัฒนาการของนวนิยายไทย ได้อธิบายถึงพัฒนาการของนวนิยายไทย ในแนวคิดยุคสมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่นำแนวคิดมนุษยนิยมมาประยุกต์กับอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้การสร้างสรรคนวนิยายของนักเขียนแนวคิดมนุษยนิยมเริ่มฉีกกรอบออกไปจากเดิม ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของนักเขียนขึ้นมาใหม่ ที่อาจดูแปลกใหม่จนดูเหมือนไร้กฎเกณฑ์ (Arbitrariness) งานเขียนในยุคสมัยใหม่ จึงเกิดเป็นงานเขียนประเภทใหม่ ๆ หลากหลายมากกว่าเดิม (พิเชฐ แสงทอง, 2550 อ้างถึงใน สิทธา อุปนิชิต, 2553) ดังนั้น ถือได้ว่า นวนิยายชายรักชาย เป็นงานเขียนยุคสมัยใหม่ ที่มีการใช้เทคโนโลยีอย่างอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมชายรักชายที่แพร่หลายเป็นวงกว้าง เกิดเป็นกลุ่มนักอ่านและนักเขียนจำนวนมาก

ทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย

ด้านตัวละคร ประเด็น “ตัวละครในนวนิยายชายรักชายที่มีบุคลิกภาพ/อุปนิสัยสมจริง ทำให้ท่านให้อ่านนวนิยายเรื่องนั้น” $\bar{x} = 4.59$ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ว่าที่ร้อยตรี สิทธา อุปนิชิต (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมตัวละครวัยรุ่นที่ปรากฏในนวนิยายบนอินเทอร์เน็ตและทัศนคติของผู้อ่าน”

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้อ่านที่เป็นนักเรียนหญิง มีการจินตนาการตัวละครวัยรุ่นชายจากนวนิยายรัก วาดภาพให้ตัวละครชายเป็นหนุ่มหล่อ รวย แต่ก็ยังให้ความเห็นว่าไม่มีใครสมบูรณ์แบบไปหมด ตรงกับแนวคิดสังนิยม ที่อธิบายว่า นวนิยายแนวคิดนี้ ตัวละครจะต้องมีการเรียนรู้ และพัฒนาตัวละครให้เหมือนมนุษย์จริง ๆ

ด้านโครงเรื่อง ประเด็น “โครงเรื่องของนวนิยายชายรักชายมีการดำเนินเรื่องและผูกเรื่องได้น่าสนใจเช่นเดียวกับนวนิยายทั่วไป” $\bar{X} = 4.51$ อาจกล่าวได้ว่า ผู้อ่านยอมรับ และไม่ได้เห็นว่าโครงเรื่องของนวนิยายชายรักชายมีความแตกต่างไปจากนวนิยายทั่วไป ๆ ไป ซึ่งลักษณะโครงเรื่องที่ดี จะมีการดำเนินเรื่องที่ดี ผู้เขียนจะต้องค่อย ๆ ดำเนินเรื่องให้มีความเข้มข้นขึ้นทุกที จนกระทั่งถึงจุดขีดสุดของเรื่อง (climax) แล้วจึงคลี่คลายลง ดังนั้น ในการผูกเรื่องเข้าด้วยกัน ผู้เขียนจึงต้องพยายามดำเนินเรื่องไม่ให้ผู้อ่านเดาได้ว่าทิศทางในเนื้อเรื่องจะเป็นอย่างไร (อมรา เทศกรณ์, 2520)

ด้านแก่นเรื่อง ประเด็น “แก่นของเรื่องในนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ผู้เขียนจะนำเสนอในการมองกลุ่มชายรักชายว่า ไม่มีความแตกต่างไปจากชายรักหญิง ทำให้ท่านเปิดใจยอมรับคนรักเพศเดียวกันในชีวิตจริงมากขึ้น” $\bar{X} = 4.71$ โดยจากการศึกษาของ ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ (2551 อ้างถึงใน วิชาญ ทราญอ่อน, 2558) กล่าวว่า เพศสภาพ (Gender) คือ สิ่งที่ถูกสังคมกำหนดขึ้นมา สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้าง และให้คุณค่าจากสังคม ดังนั้น ในปัจจุบัน มีการรณรงค์ให้เกิดความเท่าเทียมกันทางเพศมากขึ้น ทำให้เรื่องเพศ เป็นสิ่งที่ถูกสังคมให้คุณค่าขึ้นมาใหม่ และถูกทำให้กลายเป็นสิ่งปกติในสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย ของ อรพรรณ วิชญวรรรกุล (2559) ได้ศึกษาแก่นเรื่องจากนักเขียนนวนิยายชายรักชายจำนวน 10 คน พบว่า มีแก่นความคิดหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้เหมือนกัน คือ การมองกลุ่มชายรักชายเป็นกลุ่มคนในสังคมที่ไม่ได้มีเพศที่แตกต่างไปจากเพศชายหรือเพศหญิง และนักเขียนอาจพยายามทำให้ผู้ชายมีความทัดเทียมกับผู้หญิงด้วยการเขียนนวนิยายชายรักชาย ที่มีการแทนความเป็นหญิงลงในตัวละครชาย ทำให้ผู้หญิงได้เสพความน่ารักของผู้ชายคนหนึ่ง ที่แสดงต่อผู้ชายอีกคนหนึ่ง ส่งผลให้ผู้หญิงสามารถเปิดใจยอมรับเรื่องความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชายได้ใน

ชีวิตจริงมากขึ้น นอกจากนี้ บทความในคอลัมน์ CULTURE INSIGHTFUL & SOPHISTICATED ENTERTAINMENT REPORTS ใน thestandard magazine online (2017) กล่าวว่า ปรัชญาการณียาวมีส่วนสร้างนิยามใหม่กับกลุ่มชายรักชายในสังคมไทย โดยสาววายมักมีมายาคติที่สร้างขึ้น โดยเป็นการให้ความหมายชายรักชายในทางบวก ที่เปิดโอกาสให้เกย์ในชีวิตจริงได้มีพื้นที่ในการแสดงออกอย่างสบายใจมากขึ้น เช่น การหยอกล้อกันในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งถือว่าเป็นบรรยากาศน่ารักในสายตาสาววาย และมายาคติของสาววายเช่นนี้ยังช่วยให้พฤติกรรมของชายรักชายเช่นนี้กลายเป็นเรื่องปกติทางสังคม หรือที่เรียกว่า ภาวะปกติใหม่ (new normal)

ด้านสนทนา ประเด็น “บทสนทนาในนวนิยายชายรักชาย ใช้ภาษาที่บรรยายให้เห็นถึงลักษณะเด่นเฉพาะของแต่ละตัวละคร ส่งผลให้ท่านรู้จักและเข้าใจตัวละครในเรื่องมากขึ้น” $\bar{X} = 4.63$ ซึ่งจากการศึกษา ของ แอนโทนี ทรอลโลป (พิมาน แจ่มจรัส, 2550 อ้างถึงใน ชมพูนุท เหลืองสมบูรณ์, 2561) อธิบายว่า บทสนทนาสามารถช่วยสร้างความสมจริง สามารถบอกลักษณะนิสัยตัวละครได้ เพราะนวนิยายที่ดีนั้นต้องสามารถบอกได้ว่าประโยคไหนใครเป็นคนพูดอยู่ โดยสังเกตจากลักษณะการพูดของตัวละครที่มีนิสัยตามบทบาทที่ได้รับ ซึ่งเรียกได้ว่าบทสนทนาเป็นส่วนที่ยากที่สุดของนวนิยาย เพราะต้องเดินเรื่องโดยการเล่าแบบบรรยาย

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ซึ่งแนวคิดทางด้านพฤติกรรม อธิบายไว้ว่า ความตั้งใจเกิดพฤติกรรม มีผลจากความรู้สึกรับรู้ ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการวางแผนว่าจะทำอย่างไรต่อวัตถุ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 อ้างถึงใน ญัฐชยา สิลลา, 2557) อาจกล่าวได้ว่า สาววายมีความรู้สึกเชิงบวกต่อนวนิยายชายรักชาย เนื่องจากสื่อนวนิยายมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ คือ สร้างความบันเทิง แต่อย่างไรก็ตาม สื่อนวนิยายชายรักชาย ไม่เพียงแค่อตอบสนองด้านความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังช่วยทำให้สาววาย หลีกหนีความเป็นจริงทางสังคม กล่าวคือ การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ทำให้สาววายกลายมาเป็นผู้กระทำ และควบคุมแทนการเป็นผู้ถูกกระทำผ่านสื่อในรูปแบบอื่น โดยจากการศึกษา พบว่า สาววายถูกมองว่าเป็นผู้ที่มีความผิดแผกจาก

ระบบ เพราะสาววายเป็นผู้หญิงที่มีความคิดไม่เหมือนบุคคลอื่น และต้องการเป็นอิสระจากระบบสังคม ดังนั้น นวนิยายชายรักชายจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์สาววายเพราะนวนิยายชายรักชายมีเรื่องราวที่มีกลิ่นอายของการต่อต้านสังคม (MARKETINGOOPS, 2017)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรของสาววาย ที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ที่อธิบายว่า บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันด้วย สามารถอธิบายได้ว่า สาววายส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มกันหรือที่เรียกว่า “คอมมูนิตี” ที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน มีทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน แสดงให้เห็นว่าการรวมกลุ่มกันของสาววายมีอิทธิพลต่อตัวบุคคล ทำให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน โดย ศรีธน์ ยี่หลั่น สุวรรณ (2558) อธิบายว่า แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับข่าวสารนั้นเกิดจาก 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ จิตจะเป็นตัวบ่งบอกได้ว่าเราสนใจหรือไม่มีความสนใจในสิ่งใด 2. องค์ประกอบทางด้านสังคม เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางประชากร หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเรา ต่างก็ส่งผลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า สาววายส่วนใหญ่น่าจะมีแรงผลักดันทางด้านสังคมเป็นหลัก คือ มีลักษณะการดำรงอยู่แบบคอมมูนิตีในสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่รวบรวมคนที่ชอบในเรื่องเดียวกัน มามีปฏิสัมพันธ์กัน และมีลักษณะความเป็นหนึ่งเดียว จึงเป็นสาเหตุให้การเปิดรับนวนิยายชายรักชายไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยโดยรวม ($r = 0.160$) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านตัวละคร ($r = 0.134$) ด้านโครงเรื่อง ($r = 0.153$) ด้านแก่นเรื่อง ($r = 0.122$) และด้านบทสนทนา ($r = 0.097$) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ ถ้าการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สูง ทำให้ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายเป็นไปใน

เชิงบวกมากขึ้น ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสัมพันธ์กันต่ำมาก สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อบุคคลมีการเปิดรับสื่อ จึงเป็นผลให้เกิดการก่อตัวเป็นทัศนคติ โดย ธงชัย สันติวงษ์ (2533 อ้างถึงใน อภิญญา บุญประเสริฐ, 2554) กล่าวว่า ทัศนคติจะกำเนิดเกิดขึ้นมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารของข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่บุคคลรับมานั้น บางส่วนจะถูกนำไปเก็บและสร้างเป็นทัศนคตินำไปสู่ปฏิกิริยาการตอบสนองขึ้นมา แสดงให้เห็นว่าเมื่อสาววายมีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายด้วยความถี่สูง ย่อมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ต่อนวนิยายชายรักชาย ยิ่งเปิดรับมากก็แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่ถูกสะสมเก็บไว้เพิ่มพูนไปในเชิงบวก นอกจากนี้ สามารถอธิบายค่าความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับสัมพันธ์กันต่ำมาก ได้ว่า ในสื่อบันเทิงประเภทชายรักชาย ประกอบไปด้วยรูปแบบสื่อที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่นวนิยายวายเท่านั้น ยังมีการ์ตูนวาย ซีรีส์วาย และสื่ออื่นๆ ดังนั้น ในการเปิดรับสื่อชายรักชายของสาววาย จึงมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ความสนใจมากน้อยของแต่ละบุคคล และจากผลการวิจัยในงานชิ้นนี้ พบว่า สาววายส่วนใหญ่ ร้อยละ 40 มีระยะเวลาในการเปิดรับนวนิยายวายมาเพียง 1-3 ปี เท่านั้น จากข้อมูลของโพสต์ทูเดย์ (2561) ได้เขียนข่าวเกี่ยวกับกระแสหรือการเติบโตของนวนิยายชายรักชาย ไว้ว่า ปี 2561 เป็นปีของการเติบโตของแฟนหนังสือนวนิยายวายอย่างมากที่สุดเท่าที่เคยเป็นมา แสดงให้เห็นถึงกระแสของนวนิยายชายรักชาย ที่มีการเติบโตเป็นอย่างมากในปี 2561 จึงอาจทำให้เกิดกลุ่มสาววายจำนวนมาก ที่มีการเปิดรับภายใน 1-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งถือว่ายามีจำนวนปีในการเปิดรับไม่มากเท่าไรนัก จึงอาจจะไม่ได้มีระดับความผูกพันที่เข้มข้นกับนวนิยายประเภทนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย โดยรวม ($r = 0.507$) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านละคร ($r = 0.439$) ด้านโครงเรื่อง ($r = 0.326$) ด้านแก่นเรื่อง ($r = 0.407$) และด้านบทสนทนา ($r = 0.457$) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ ถ้าทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชายก็มีความตั้งใจสูงตามไปด้วย ดังที่แนวคิดทัศนคติแบบมีองค์ประกอบเดียว (Uni-dimensionalist view of Attitude) โดย Lutz (1991) อธิบายว่า แนวคิดทัศนคติแบบมีองค์ประกอบเดียว จะมีเพียงองค์

ประกอบด้านความรู้สึก (Affect) เพียงด้านเดียว ที่มีผลต่อการตัดสินใจว่าชอบหรือไม่ชอบ ส่วนองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognition) และด้านความเชื่อ (Belief) เป็นเพียงองค์ประกอบที่ทำให้เกิดทัศนคติ และมโนคติประกอบด้านพฤติกรรม (Conation) ความตั้งใจ (Intention) และด้านพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น (behavior) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากหลังการเกิดทัศนคติแล้ว (ธีระพร อูวรรณโณ, 2527 และ ปิ่นทิศา โรจนกนันท์, 2559) ดังนั้น ในการเสพสื่อนวนิยายชายรักชายของสาววาย ต้องเริ่มจากทัศนคติ (Attitude) ต่อนวนิยายชายรักชายเรื่องนั้น ๆ นำไปสู่ความตั้งใจ (Intention) ซึ่งทั้งสององค์ประกอบจะมีความเชื่อมโยงกัน นำไปสู่การเกิดเป็นพฤติกรรม (Behavior) กล่าวได้ว่า เมื่อมีทัศนคติที่ดี จะทำให้เกิดเป็นความตั้งใจที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ จนเกิดเป็นพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า สาววายมีความตั้งใจที่จะชื่อนวนิยายชายรักชาย และตั้งใจอย่างยั้งที่จะอ่านนวนิยายชายรักชาย แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชาย และแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นอ่านนวนิยายชายรักชาย ในระดับตั้งใจมากที่สุด นอกจากนี้ การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายมีการเปิดรับโดยเฉลี่ย 6 วัน/สัปดาห์ อ่านครั้งละ 2-3 ชั่วโมง ซึ่งถือว่ามีความถี่ในการเกิดพฤติกรรมค่อนข้างสูง

แนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับสาววาย

ในการศึกษาครั้งนี้ จะเห็นได้ว่า สาววายมีพฤติกรรมในการสนับสนุนและบริโภคนวนิยายชายรักชายสูง แสดงให้เห็นถึงพลังและความเหนียวแน่นในการเป็นแฟนคลับของกลุ่มคนที่อ่านนวนิยายชายรักชาย แต่อย่างไรก็ตาม สาววายส่วนใหญ่ ไม่ได้บริโภคเฉพาะสื่อนวนิยายชายรักชายเท่านั้น เพราะรูปแบบสื่อวัฒนธรรมชายรักชายมีหลากหลายรูปแบบ โดยรูปแบบสื่อที่กำลังเป็นกระแสทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ ซีรีส์วาย ซึ่งเป็นผลผลิตมาจากการสร้างนวนิยายชายรักชาย สองสิ่งนี้ย่อมเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น ซีรีส์วายจากช่อง GMM TV แต่สิ่งที่สร้างความประหลาดใจให้กับคนในสังคม เรียกได้ว่า เป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่น่าสนใจ คือ สื่อโทรทัศน์ช่อง 3 ที่มีกลุ่มผู้บริโภค คือ คนทุกเพศทุกวัย ได้เล็งเห็นถึงกระแสนิยมในวัฒนธรรมชายรักชาย จึงผลิตสร้างละคร เรื่องคุณหมิปาฏิหาริย์ ซึ่งผลิตมาจกนวนิยายชายรักชายชื่อดัง โดยในขณะนี้ (พ.ศ. 2563) ได้มีการปล่อยภาพฟิตติ้งแล้ว เกิดเป็นปรากฏการณ์ที่พูดถึงกันในโลกออนไลน์ จนแฮชแท็กติดอันดับหนึ่งในทวีต

เตอร์ (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) เนื่องจากไม่มีใครคาดคิดว่า สื่อกระแสหลักอย่างช่อง 3 จะหันมาสนใจผลิตซีรีส์วาย ในอนาคตอาจเป็นไปได้ว่า วัฒนธรรมชายรักชายจะได้รับความนิยมในสื่อกระแสหลัก ที่เข้าถึงมวลชนกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น และกลุ่มสาววายจะมีการขยายตัวเป็นวงกว้าง มีทั้งกลุ่มสาววายที่เป็นแฟนคลับนักเขียน แฟนคลับศิลปินเกาหลี/จีน/เอเชีย หรือแฟนคลับดารานักแสดงซีรีส์วาย เป็นต้น และถ้าความนิยมในวัฒนธรรมชายรักชายยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง เป็นไปได้ว่า คนในสังคมจะให้การยอมรับความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชายในชีวิตจริงมากขึ้น เช่น การเห็นความสำคัญของการเรียกร้องพ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม และมองว่าการบริโภคของสาววาย คือสิ่งปกติ ไม่ใช่หรือนิยมที่ผิดแปลกแต่อย่างใด

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สาววายส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน ทำให้สาววายบางคนไม่อาจมีรายได้เป็นของตัวเองแต่กลับเลือกที่จะสนับสนุนโดยการชื่อนวนิยายชายรักชาย รวมถึงมีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนสูง แสดงให้เห็นถึงพลังสนับสนุนของสาววาย ที่ส่งผลให้วัฒนธรรมวายซึ่งเป็นวัฒนธรรมย่อยสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ท่ามกลางวัฒนธรรมหลัก ดังนั้น ผู้ผลิตควรมีการจัดจำหน่ายนวนิยายชายรักชายด้วยราคาที่เหมาะสม เพื่อให้สาววายส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้
2. ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า เหตุผลหลักที่สาววายเปิดรับนวนิยายชายรักชาย คือ ความนิยมในนวนิยายชายรักชาย ซึ่งถ้ากระแสนิยมในนวนิยายชายรักชายมีมากขึ้น ก็จะทำให้มีการบอกต่อและเปิดรับมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ สื่อนวนิยายชายรักชายจึงสามารถมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อการเรียนรู้ นอกเหนือจากการเป็นเพียงสื่อบันเทิงตามความเข้าใจของคนทั่วไปเท่านั้น
3. จากผลการศึกษา พบว่า ประเด็นเรื่องที่สาววายมีระดับทัศนคติเชิงบวกมากที่สุด คือ แก่นของเรื่องในนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ผู้เขียนจะนำเสนอในการมองกลุ่มชายรักชายว่าไม่มีความแตกต่างไปจากชายรักหญิง ทำให้เปิดใจยอมรับคนรักเพศเดียวกันในชีวิตจริงมากขึ้น จึงสะท้อนให้เห็นได้ว่ากระแสการเกิดขึ้นของสื่อประเภทวายจะทำให้กลุ่มชายรักชายในชีวิตจริงมีพื้นที่ในการแสดงตัวตน และถูกยอมรับในสังคมมากขึ้น ซึ่งการสนับสนุนนวนิยายประเภทนี้น่าจะเป็นผลดีกับกลุ่มคนดังกล่าว

4. จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย (ความถี่ วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งยังมีการเปิดรับมากขึ้น ยังมีทัศนคติที่ดีมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นช่องทางที่สาววายเปิดรับมากที่สุด จึงควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีการเปิดรับเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะนวนิยายชายรักชาย แต่ในปัจจุบัน (2563) อุตสาหกรรมชายรักชายที่มีกระแสมาแรง คือ ซีรีส์วาย สังเกตได้จากการผลิตที่มีความถี่สูง และการเกิดกลุ่มแฟนคลับคู่จิ้นหรือแฟนคลับนักแสดงซีรีส์วาย ดังนั้น ซีรีส์วายจึงเป็นหัวข้อที่น่าสนใจที่จะศึกษาต่อไป

2. หากจะศึกษาค้นคว้าต่อไป ควรทำเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative study) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) หรือสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม โดยเป็นข้อมูลเชิงลึกมาสนับสนุนหรือโต้แย้งกับผลการวิจัยการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมผู้อ่านนวนิยายชายรักชายของกลุ่มสาววายไทย

3. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะเพศหญิงที่เป็นสาววาย แต่อย่างไรก็ตาม อาจมีผู้ชาย หรือเพศทางเลือกอื่น ที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายเช่นกัน ซึ่งสามารถนำความแตกต่างทางเพศสภาพนี้ มาศึกษาเป็นหัวข้อการวิจัยเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายต่อไปได้

บรรณานุกรม

- ชมพูนุท เหลืองสมบูรณ์. (2561). การเปรียบเทียบการเล่าเรื่อง สัมพันธบท และบริบทของนวนิยาย ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ กรณีศึกษา: ทวิภพ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.
- ณัฏฐชญา ลีลา. (2557). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของครูประถมศึกษาในจังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). “ช่อง 3” เขย่าวงการซีรีส์วาย คว้า “อิน-สาริน” ประกบ “จ๊อบ-อัชพล” ใน “คุณหมื่นปฎิหาริย์”. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/entertain/news/1885523>.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2527). การวัดทัศนคติ : ปัญหาในการใช้เพื่อทำนายพฤติกรรม. โครงการพัฒนาแบบทดสอบ โครงการพัฒนาศึกษาอาเซียน ณ โรงแรม แกรนด์พาเลซ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 30 ตุลาคม 2527. (น. 4). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- ปณิตตา โรจนกานนท์. (2559). การรู้จัก ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคไทยต่อตราสินค้าที่นำเสนอโดยผู้นำเสนอตราสินค้าและไม่ใช่ผู้นำเสนอตราสินค้าผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- โพสต์ทูเดย์. (2561). นวนิยาย ‘วาย’ ตลาดคนอ่านไม่เคยวาย. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/social/general/571051>.
- ภัชพรพรรณ อมรศรีวัช และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์. (2562). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสื่อของสาววาย. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 5(1), 44-45, 47.
- วศิน สันทรณ์. (2557). ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์.
- วิชาญ ทราญอ่อน. (ม.ป.ป). เพศสภาพ. สืบค้นจาก <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2558/hi2558-055.pdf>

- วิภา กงกะนันทน์. (2540). *กำเนิดนวนิยายในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- ศรินทร์ ยี่หลั่นสุวรรณ. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- สิทธา อุปกิจิต. (2553). *พฤติกรรมตัวละครวัยรุ่นที่ปรากฏในนวนิยายบนอินเทอร์เน็ตและทัศนคติของผู้อ่าน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- อภิญา บุญประเสริฐ. (2554). *การจดจำและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อศิลปินเกาหลีในฐานะที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อสินค้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- อมรา เทศกรณ์. (2520). *การวิเคราะห์คุณค่าของหนังสืออ่านนอกเวลา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์, แผนกวิชามัธยมศึกษา.
- อรรอรพรรณ วิษณุวรรกุล. (2559). *ผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อารดา ปรีชาปัญญา. (2553). *การวิเคราะห์อัตลักษณ์นวนิยายไทยบนอินเทอร์เน็ต*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ.
- Ágnes Zsila, & Zsolt Demetrovics. (2017). The boys' love phenomenon: A literature review. *Journal of Popular Romance Studies*, 6, 5.
- Dek-D. (2562). *มาแล้ว! สถิตินิยาย Dek-D ปี 2019 มาดูกันว่า ปีนี้ใครเขียนและนักอ่านมีการใช้งานนิยาย Dek-D อย่างไรกันบ้าง*. สืบค้นจาก <https://www.dek-d.com/writer/54275/>
- MARKETINGOOPS. (2017). *Innovative Idea: ทำไมสาวๆ ถึงชอบคอนเทนต์วายกันเสียจริง*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/opinion/innovative-idea-why-girl-turn-fujoshi/>.
- Read Alert. (2019). *Why Y? ถอดสูตรลับ “ซีรีส์-นิยายวาย” ทำไมถึงดัง!*. สืบค้นจาก https://readalert.co/enjoyment/variety/%E0%B9%8Dyaoi_novels/2758/.
- THESTANDARD. (14 สิงหาคม 2017). *CULTURE INSIGHTFUL & SOPHISTICATED ENTERTAINMENT REPORTS. LGBT*, 5(59-60). สืบค้นจาก https://thestandard.co/read/magazine_issue5#

การสื่อสารสุขภาพ และการรู้เท่าทันสื่อเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต
ในกลุ่มสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี
Health communication and media literacy
for female senior persons' life quality in Chanthaburi province

กาญจนา สมพิน¹ รัชนีชีวาท์ แซ่ตัน²

Kanchana Sompuen and Raajshivar Saetan

Article History

Received: January 7, 2021

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาวิถีชีวิต การสื่อสารสุขภาพ การรู้เท่าทันสื่อ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี และ (2) วิเคราะห์เส้นทางปัจจัยระหว่างวิถีชีวิต การสื่อสารสุขภาพ และการรู้เท่าทันสื่อ ที่ส่งต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรีกลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 394 คน สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นใช้เกณฑ์วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และเก็บข้อมูลหลังจากจบการประชุมเชิงปฏิบัติการด้วยเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม วัดวิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรีวัดการสื่อสารสุขภาพวัดการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ และวัดคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงเส้นทาง ผลการวิจัยพบว่า (1) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี 8 ด้าน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านกีฬา และนันทนาการมากที่สุด รองลงมาให้ความสำคัญด้านการศึกษาและการขัดเกลาทางสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านครอบครัว ด้านศิลปะ ด้านความเชื่อและศาสนา และด้านการสื่อสาร (2) การสื่อสารสุขภาพ 4 องค์ประกอบ สตรีผู้สูงอายุจันทบุรีให้ความสำคัญด้านเนื้อหาสาระสุขภาพมากที่สุด รองลงมาด้านผู้ส่งสารสุขภาพ ด้านผู้รับสารสุขภาพ และด้านช่องทางการสื่อสารสุขภาพ (3) การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสตรีผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการใช้ผู้แสดงแบบโฆษณาด้านสุขภาพสร้างความน่าเชื่อถือได้มากที่สุด รองลงมาเลือกเปิดรับสื่อสุขภาพตามสื่อที่มีความคิดเห็นที่ตรงกับความต้องการ และ (4) คุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านความนึกคิดด้านอารมณ์ ด้านการปรับตัวทางสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านความรู้สึภาคภูมิใจตนเองทุกด้านไม่เป็นปัญหาในการดำเนินชีวิต (5) ผลการวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($X^2 = 0.218$, $df = 2$,

¹สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Department of Mass Communication, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

Email: Kanchana.s@rbru.ac.th *Corresponding author

²สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Department of Communication Management, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

$\chi^2/df = .109$, P-value = 0.000, GFI = .923, AGFI = -.383, CFI = .952, TLI = -1.214, RMSEA = .065, RMR = .364) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ว่า (5.1) ปัจจัยด้านวิถีชีวิต ด้านการสื่อสารสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ และคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี และ (5.2) การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี ตัวแปรทั้งหมดอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรีร้อยละ 74

คำสำคัญ: การสื่อสารสุขภาพ การรู้เท่าทันสื่อ คุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุ

Abstract

This research aimed to: (1) studied on theoretical framework variables, i.e. the ways of life, Health communication, Health media literacy, and the development of female senior persons' life quality in Chanthaburi province, and (2) analyzed the factors' path model associated with the ways of life, Health communication and Media literacy influenced on the development of female senior persons' life quality in Chanthaburi province. The samples were 394 female senior persons in Chanthaburi province, sampling based on probability principles uses simple sampling criteria by multi-step sampling and collects data after the workshop, a questionnaire was employed as a research instrument consisting of 4 parts, i.e. the ways of life scale, health communication scale, media literacy scale, and life quality scale. Statistical data analysis was percentage, mean, standard deviation--S.D., and path model analysis. The research findings revealed that: (1) There were 8 parts of the ways of life female senior persons in Chanthaburi province found that sport and recreation was the most interest, second education and socialization, third economic, fourth family, fifth arts, sixth belief and religion, and communication. (2) The four health communication elements found that health message or content was the most interesting, second health source or sender, third health receiver, and health channel of media. (3) Health media literacy found that health trustworthy celebrity was the most interest, then the selected of health communication media exposure depend on demand. And (4) female senior persons' life quality found that 6 parts of life quality, i.e. physical, cognitive, affective, social function, economics, and self-esteem were not the obstacle of life being. (5) The result of path model analysis discovered that the factors model affected the female senior persons' life quality in Chanthaburi province was accordance with empirical data processing ($\chi^2 = 0.218$, $df = 2$, $\chi^2/df = .109$, P-value = 0.000, GFI = .923, AGFI = -.383, CFI = .952, TLI = -1.214, RMSEA = .065, RMR = .364), which accepted the hypothesis that: (5.1) ways of life, and health communication influenced on health media literacy and female senior persons' life quality. (5.2) Health media literacy influenced by female senior persons' life quality.

Keywords: Health communication, Media literacy, Female senior persons' life quality

บทนำ

การสื่อสารสุขภาพ มีพื้นฐานมาจากศาสตร์ 2 แขนง คือ การสื่อสาร และสุขภาพ เมื่อมีการกล่าวถึงการปฏิรูปสุขภาพ จึงมีการปฏิรูปการสื่อสารควบคู่กันไปกับการสื่อสารทุกรูปแบบจึงนำมาใช้เพื่อพัฒนากระบวนการด้านดูแลสุขภาพทั้งภายใน และภายนอกโดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตสื่อเพื่อสังคมในประเด็นสุขภาพแบบครบวงจร ตั้งแต่ด้านนโยบาย บุคลากร เทคนิค การสื่อสาร งบประมาณ การวิจัย และประเมินผล [1] เพื่อทำความเข้าใจทิศทางการสื่อสารสุขภาพที่เกิดขึ้นในสังคมไทยท่ามกลางกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม แนวทางการสื่อสารสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักวิชาการสื่อสารพยายามแสวงหากระบวนการที่ใหม่ โดยเน้นความหมายเกี่ยวกับสุขภาพที่ลึกซึ้งขึ้นในหลายมิติ ภายใต้บริบทต่าง ๆ ผ่านกระบวนการศึกษาในรูปแบบการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือประกอบการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ถ่ายทอดความรู้ ธารงรงค์นำไปสู่การดูแลสุขภาพทั้งร่างกาย และจิตใจ ซึ่ง Ratzan [2] กล่าวถึงกิจกรรมการสื่อสารสุขภาพประกอบด้วย (1) การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ (2) การตลาดเพื่อสังคม (3) การเรียกร้องสิทธิ (4) การสื่อสารความเสี่ยง (5) การสื่อสารกับผู้ป่วย (6) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ และ (7) การใช้สื่อใหม่

การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ คือ อีกประเด็นหนึ่งจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากวัยผู้สูงอายุ เป็นวัยที่ร่างกายเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมลง ผู้สูงอายุประสบกับปัญหาด้านสุขภาพกาย และสุขภาพใจ การสื่อสารสุขภาพเพื่อการรู้เท่าทันสื่อควรได้รับการส่งเสริมให้กลุ่มผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพ สื่อออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในการเข้าถึงข่าวสารด้านสุขภาพทั้งในรูปแบบการสื่อสารออนไลน์แลกเปลี่ยนข่าวสารด้านสุขภาพระหว่างบุคคล และข้อมูลข่าวสารสุขภาพจากภาครัฐ และเอกชน การสื่อสารออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตจึงไร้ขอบเขต ผู้สูงอายุเริ่มสร้างความคุ้นเคยกับเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เมื่อประเทศไทยได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย (Aged Society) มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 เป็นต้นมา โดย 1 ใน 10 ของประชากรไทยเป็นประชากรมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป คาดกันว่าประเทศไทยจะเป็น

“สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์” (Complete Aged Society) ในปีพ.ศ. 2564 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มขึ้นถึง 1 ใน 5 และเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super Aged Society) ภายในปีพ.ศ. 2578 ซึ่งประมาณการว่า จะมีประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรทั้งหมด [3] เมื่อพิจารณาการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในประเทศ ซึ่งจำนวนผู้สูงอายุ และสัดส่วนผู้สูงอายุในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นสาเหตุให้โครงสร้างของประชากรของประเทศไทยเข้าสู่ระยะ “ภาวะประชากรสูงอายุ” ตามข้อมูลสนับสนุนที่ได้กล่าวในเบื้องต้น ซึ่งคาดว่าจะมีผลต่อสถานะทางเศรษฐกิจ และการจ้างงานการจัดสรรทรัพยากรทางสุขภาพ และสังคมของประเทศอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ประเทศไทยควรมีการวางแผนดูแลผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม ลดภาระด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชากรสูงอายุก่อให้เกิดการมีสุขภาพที่ดี ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ทั้งนี้พื้นที่การดำรงชีวิตอาศัยของผู้สูงอายุไม่ว่าจะเป็นเขตเมือง หรือชนบทยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อวิถีสุขภาพของผู้สูงอายุ เพราะวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมือง และชนบทรวมถึงปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาสุขภาพที่ดีย่อมแตกต่างกัน [4-5]

หากพิจารณางานวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต และคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุสตรีในประเทศไทยพบว่ามีงานวิจัยค่อนข้างจำกัด และเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพสุขภาพโดยตรงทางด้านการพยาบาล จากการสำรวจงานวิจัยผู้สูงอายุสตรี พบว่า ร้อยละ 46.4 ของผู้สูงอายุสตรีไทยที่มีประสบการณ์ของการถูกทำร้าย ความชุกของการถูกทำร้ายทางด้านจิตใจร้อยละ 39.5 การเอาผลประโยชน์จากผู้สูงอายุร้อยละ 20.4 การล่วงละเมิดสิทธิของผู้สูงอายุร้อยละ 11.5 การทอดทิ้งร้อยละ 11.2 และการทำร้ายทางด้านร่างกายร้อยละ 6.2 [6] ซึ่งสะท้อนวิถีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของสตรีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมาว่า ผู้สูงอายุสตรีมักถูกเหยียด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างมีอคติเนื่องจากความชรา (Ageism) ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงวัยอคติ และเพศอคติในสังคม โดยเฉพาะผู้สูงอายุสตรีจะต้องปรากฏผ่านสื่อในลักษณะของความน่าสงสาร อ่อนแอ รอคอย การพึ่งพิง ตก ขบขัน ตรงข้ามกับผู้สูงอายุชายที่ยังคงสภาพของอำนาจความรู้ และประสบการณ์ การเป็นผู้นำในวงสังคม และยังให้ความสำคัญกับอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ [7] ทั้งนี้สอดคล้องกับความสูงอายุได้รับการซึมซับเข้ามาอยู่ความคิดของคนในสังคม

ที่ละน้อยบนความแตกต่างระหว่างผู้สูงอายุหญิง และผู้สูงอายุชาย ซึ่งผู้หญิงถูกมองว่าอ่อนแอกว่า และได้รับการปฏิบัติอย่างมีอคติต่อเนื่อง โดยให้ความสนใจดูแลผู้สูงอายุหญิงมีมากกว่าผู้สูงอายุชาย [8]

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการตระหนัก และเห็นพลังคุณค่าในกลุ่มสตรีผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงประเด็นวิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุ การสื่อสารสุขภาพ นำไปสู่เรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุสตรี ดังจะได้ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาวิถีชีวิต การสื่อสารสุขภาพ การรู้เท่าทันสื่อ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี
2. วิเคราะห์เส้นทางปัจจัยระหว่างวิถีชีวิต การสื่อสารสุขภาพ และการรู้เท่าทันสื่อ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี

จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 สามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้ สมมติฐาน 1 วิถีชีวิต การสื่อสารสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อ และคุณภาพชีวิต และสมมติฐาน 2 การรู้เท่าทันสื่อมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการสำรวจสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรีผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้สตรีผู้สูงอายุจันทบุรี ตระหนัก รับรู้ และเข้าใจวิถีชีวิต การสื่อสารสุขภาพ การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ และคุณภาพชีวิต ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกประชากรเพศหญิงจังหวัดจันทบุรีที่มีอายุระหว่าง 60 ถึง 79 ปี พบว่า มีจำนวนทั้งหมด 23,325 คน [9] และเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแทนของกลุ่มสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละหน่วยถูกเลือก และสามารถอ้างอิงผลที่ได้ไปยังประชากรจึงกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) อย่างน้อย 2 วิธีคือ (1) สุ่มโดยใช้ตารางเลขสุ่ม สุ่มตัวอย่างประชากรโดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูป [10] ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน ($e = 0.05$) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี 394 คน จากนั้นสุ่มโดยแบ่งกลุ่ม และสุ่มแบบชั้นภูมิ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การสุ่มตัวอย่างประชากรสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอำเภอต่าง ๆ

อำเภอต่างๆ ในจังหวัดจันทบุรี	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
เมืองจันทบุรี	3,664	62
ขลุง	2,209	37
ท่าใหม่	4,052	68
โป่งน้ำร้อน	1,230	22
มะขาม	2,470	42
แหลมสิงห์	1,352	23
สอยดาว	2,496	42
แก่งหางแมว	2,552	43
นายายอาม	2,513	42
เขาคิชฌกูฏ	787	13
รวม	23,325	394

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดตัวแปรการวิจัย สามารถกำหนดตัวแปรการวิจัยซึ่งคาดว่าจะมีความสัมพันธ์กัน ดังนี้ (2.1) ตัวแปรภายนอก (Exogenous variables) คือ ตัวแปรที่เป็นสาเหตุของตัวแปรนั้น ๆ ได้แก่ 1) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี และ 2) การสื่อสารสุขภาพ 2.2 ตัวแปรภายใน (Endogenous variables) คือ ตัวแปรที่ผู้วิจัยเชื่อว่าได้รับอิทธิพลจากตัวแปรภายนอก หรือตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ 3) การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ และ 4) คุณภาพชีวิตของสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย (Physical) ด้านความนึกคิด (Cognitive) ด้านอารมณ์ (Affective) ด้านการปรับตัวทางสังคม (Social function) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) และด้านความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง (Self-esteem)

ขั้นตอนที่ 3 สร้างเครื่องมือวิจัย และทดสอบเครื่องมือวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดตัวแปรการศึกษาทั้งหมดตามกรอบการศึกษาที่อ้างอิงจากแนวความคิดทฤษฎี นอกจากจะมีการเก็บข้อมูลทั่วไปแล้วยังประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ตอน คือ (1) มาตรวัดวิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี จำนวน 28 ข้อ [11] (2) มาตรวัดการสื่อสารสุขภาพ จำนวน 40 ข้อ [12] (3) มาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ จำนวน 20 ข้อ [13] ซึ่งตอนที่ 1-3 เป็นมาตรวัด 5 ระดับ (5 rating scales) คือ มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 และ

น้อยที่สุด = 1 (มาตรวัด 1-3 แปลค่าระดับคะแนน คือ 4.21-5.00=มากที่สุด, 3.41-4.20=มาก, 2.61-3.40= ปานกลาง, 1.81-2.60= น้อย, 1.00-1.80= ไม่เห็นด้วย) [14] และ (4) มาตรวัดคุณภาพชีวิต จำนวน 24 ข้อ [15] เป็นมาตรวัด 3 ระดับ คือ มีปัญหา/เปลี่ยนแปลงมาก = 3 มีปัญหา/เปลี่ยนแปลงเป็นบางครั้ง = 2 ไม่มีปัญหา/ไม่เปลี่ยนแปลงเลย = 1

3.2 ดำเนินการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย 2 วิธี คือ หาค่าความตรงของเครื่องมือ (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่ง (3.2.1) การหาค่าความตรงนั้นกำหนดให้ใช้วิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาพิจารณาจากคำดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) ที่ผ่านการประเมิน และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้คำดัชนีสอดคล้องเชิงเนื้อหามาตรวัดวิถีชีวิตผู้สูงอายุ มีค่า IOC = 0.66 มาตรวัดการสื่อสารสุขภาพ มีค่า IOC = 1 และมาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ มีค่า IOC = 1 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขความตรงเชิงเนื้อหาที่ยอมรับได้ และ (3.2.2) นำไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น กับกลุ่มสตรีผู้สูงอายุในเขตอำเภอแกลง และเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำนวน 30 คนซึ่งเป็นกลุ่มสตรีผู้สูงอายุที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ภายได้เงื่อนไขที่ว่า ค่าความเชื่อมั่นจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ $r = 0.70$ ขึ้นไป สามารถสรุปค่าความเชื่อมั่นได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มาตรวัดคำถาม (N= 30)	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ($r > 0.7$)
มาตรวัดวิถีชีวิต	28	.869
มาตรวัดการสื่อสารสุขภาพ	40	.765
มาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ	20	.701
มาตรวัดคุณภาพชีวิต	24	.851

ขั้นตอนที่ 4 เก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นหลัก เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ การรู้เท่าทันสื่อ ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของสตรีผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรีจากการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยร่วมมือกับเครือข่ายกลุ่มสตรีอาสาพัฒนาชุมชนทำช่างที่รวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มสตรี เชิญตัวแทนสตรีผู้สูงอายุจากอำเภอต่าง ๆ เข้าร่วม

จริยธรรม

โครงการวิจัยนี้ เก็บข้อมูลกับสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี 394 คน ซึ่งเกี่ยวข้องกับอาสาสมัครที่เป็นกลุ่มเปราะบาง ผู้วิจัยได้ยื่นขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนกับสำนักคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (3 พฤษภาคม 2562) แต่เป็นโครงการวิจัยลักษณะสำรวจ สัมภาษณ์ นำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงของบุคคลในการรับโทษ หรือเกิดความเสียหายทั้งด้านชื่อเสียง ร่างกาย จิตใจ หน้าที่การงาน สถานภาพทางการเงิน สิทธิประโยชน์ และผลตอบแทนใดๆ ที่พึงได้ต่อบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยกำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยการวิเคราะห์ตัวแปรลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สำเร็จรูปสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science)

5.2 การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี การสื่อสารสุขภาพ การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุสตรีจันทบุรี โดย (5.2.1) สร้างแบบจำลองวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็มรูปแบบ (Over identified model) (5.2.2) คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์-สันระหว่างตัวแปร (5.2.3) ประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง (Parameter estimation of the model) (5.2.4) ตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง (Measures of the model fit) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และประเมินค่าดัชนีความเหมาะสมสอดคล้องโดยพิจารณาจาก

1) ค่า χ^2 (Chi Square test) 2) ค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2/df [Relative Chi Square]) มีค่าน้อยกว่า 3 3) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness Fit Index: GFI) มากกว่า .90 4) ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) มากกว่า .90 5) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความผิดพลาด (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) น้อยกว่า .08 และ (5.2.5) คำนวณอิทธิพลทางตรง (Direct effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect: IE) และผลรวมอิทธิพล (Total effect: TE) [16-18] ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Analysis of Moment Structures: AMOS)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี

พบว่า (1) อายุของสตรีผู้สูงอายุจันทบุรีส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 60-64 ปี ร้อยละ 28.4 รองลงมาอายุ 65-69 ปี ร้อยละ 25.9 อายุระหว่าง 70-74 ปี ร้อยละ 24.4 และอายุระหว่าง 75-79 ปี ร้อยละ 21.3 (2) อำเภอที่สตรีผู้สูงอายุจันทบุรีอาศัยอยู่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่อำเภอท่าใหม่ร้อยละ 17.3 รองลงมาอาศัยอยู่เมืองจันทบุรี ร้อยละ 15.7 อำเภอแก่งหางแมว ร้อยละ 10.9 อำเภอมะขาม อำเภอสอยดาว อำเภอนายายอามสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 10.7 อำเภอขลุง ร้อยละ 9.4 อำเภอแหลมสิงห์ ร้อยละ 5.8 อำเภอโป่งน้ำร้อน ร้อยละ 5.6 และอำเภอเขาคิชฌกูฏ ร้อยละ 3.3 (3) การประกอบอาชีพของสตรีผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประกอบอาชีพร้อยละ 82.0 แบ่งออกเป็นผู้ประกอบการ หรือเจ้าของสวนมากที่สุดร้อยละ 44.2 อาชีพแม่บ้าน หรือรับจ้าง ร้อยละ 22.6 อาชีพอิสระ ร้อยละ 15.2 ที่เหลือร้อยละ 18.0 ไม่ประกอบอาชีพ (4) รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 1,000-5,000 บาท ร้อยละ 34.0 รองลงมารายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 33.0 รายได้ต่อเดือน 600 บาทขึ้นไป ร้อยละ 18.8 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 14.2 หากพิจารณาถึง (5) ความเพียงพอของรายได้ พบว่า รายได้เพียงพอกับรายจ่าย ร้อยละ 61.2 และรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ร้อยละ 38.8 ทางด้าน (6) การศึกษา พบว่า สตรีผู้สูงอายุจันทบุรีส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 45.7 รองลง

มาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 26.6 และระดับอุดมศึกษาขึ้นไป ร้อยละ 10.2 และไม่ได้รับการศึกษา ร้อยละ 17.5 และ (7) ด้านบทบาทในครอบครัว พบว่า สตรีผู้สูงอายุจำนวนมากอยู่ในลักษณะที่มีบุตรอุปการะเลี้ยงดูร้อยละ 55.3 และสามารถเลี้ยงตนเอง หรือเป็นที่พึ่งครอบครัว ร้อยละ 44.7

2. วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี (WoL)

ภาพรวม-v'สตรีผู้สูงอายุจำนวนมากให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตทุกด้านในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = .283) หากเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยวิถีชีวิตแต่ละด้านพบว่า วิถีชีวิตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านกีฬา และนันทนาการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .256) รองลงมาให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตด้านการศึกษา และการขัดเกลาทางสังคม ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = .177) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .507) ด้านครอบครัว ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .528) ด้านศิลปะ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = .533) ด้านความเชื่อ และศาสนา ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = .353) และด้านการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = .449) ตามลำดับ

3. การสื่อสารสุขภาพสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี (HCom)

ภาพรวมพบว่า องค์ประกอบ การสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสารสุขภาพ เนื้อหาสาระสุขภาพ ช่องทางการสื่อสารสุขภาพ และผู้รับสารสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .214) ซึ่งหากพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสาร พบว่า เนื้อหาสาระสุขภาพมีความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = .202) รองลงมาคือ ด้านผู้ส่งสารสุขภาพ ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = .253) ด้านผู้รับสารสุขภาพ ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = .367) และด้านช่องทางการสื่อสารสุขภาพ ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .186) ตามลำดับ

4. การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี (LI)

พบว่า ภาพรวมรู้เท่าทันสื่อสุขภาพในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .230) หากพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า สตรีผู้สูงอายุจำนวนมากมีรู้เท่าทันสื่อลักษณะการใช้ผู้แสดงแบบโฆษณาด้านสุขภาพสร้างความน่าเชื่อถือได้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = .530) รองลงมา เลือกเปิดรับสื่อสุขภาพตามสื่อที่มีความคิดเห็นที่ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .570) หากมีโอกาสมักจะเสนอแนะข่าวสารด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นเสมอ โดยมีความสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ได้รับผ่านสื่อมวลชนได้ว่าอะไรควรเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .770, .645) ยังมีความคิดเห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้อง

สร้างให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = .558) การนำเสนอสรรพคุณของตัวยา อาหารเสริมเพื่อสุขภาพสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยมีความเชื่อถือ และปฏิบัติตามแพทย์สั่งอย่างเคร่งครัดในการดูแลสุขภาพ ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = .676) ในขณะที่การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสามารถเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ ที่นำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพได้อย่างหลากหลาย มีคะแนนต่ำที่สุดหากเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยจากข้ออื่นๆ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = .761)

5. คุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจังหวัดจันทบุรี (QoL)

การให้ค่าคะแนนในการนำเสนอผลการวิจัยส่วนนี้หากค่าเฉลี่ยยิ่งต่ำแสดงว่าคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจำนวนมากมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตที่เป็นอยู่ โดยคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจำนวนมากพบภาพรวมพบว่า สตรีผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีเนื่องจากไม่พบว่ามีปัญหาในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ($\bar{X} = 1.64$, S.D. = .299) คุณภาพชีวิต 6 คุณลักษณะพบว่า (1) คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย ไม่มีปัญหาเลย ($\bar{X} = 1.60$, S.D. = .314) ไม่ว่าจะเป็นการนอน ความต้องการอาหาร น้ำหนักตัว ความผิดปกติตามส่วนต่าง ๆ ตามร่างกาย และพละกำลัง (2) คุณภาพชีวิตด้านความนึกคิด ไม่มีปัญหาเลย ($\bar{X} = 1.62$, S.D. = .401) เช่น สมาธิ ความจำ การตัดสินใจ (3) ไม่มีปัญหาคุณภาพชีวิตด้านอารมณ์ ($\bar{X} = 1.61$, S.D. = .327) ได้แก่ ความวิตกกังวล ความเหงา และว้าวุ่น ความเบื่อหน่ายท้อแท้ ความรู้สึกกระวนกระวาย และอารมณ์เศร้า (4) คุณภาพชีวิตด้านการปรับตัวทางสังคมก็ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือผิดปกติ ($\bar{X} = 1.63$, S.D. = .387) ได้แก่ การทำงาน ความสนใจสิ่งรอบตัว กิจกรรมทางสังคม และแรงสนับสนุนทางสังคม (5) คุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจก็ไม่มีปัญหาเลย ($\bar{X} = 1.66$, S.D. = .476) ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน และฐานะทางการเงิน และ (6) คุณภาพชีวิตด้านความรู้สึกภาคภูมิใจตนเองมีเป็นบางครั้ง ($\bar{X} = 1.70$, S.D. = .301) ทั้งนี้ในแต่ละรายละเอียดพบว่า ความมั่นใจในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 1.54$, S.D. = .498) ความภาคภูมิใจในความสามารถของตนเองไม่เปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 1.51$, S.D. = .500) ความรู้สึกพอใจกับสิ่งที่เป็นอยู่มีเป็นบางครั้ง (Mean = 1.77, S.D. = .840) ยินดีกับความสำเร็จของงานเป็นบางครั้ง ($\bar{X} = 1.95$, S.D. = .809) และความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่ามีเป็นบางครั้ง ($\bar{X} = 1.70$, S.D. = .801)

6. ผลการวิเคราะห์เส้นทางปัจจัย ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของสตรีผู้สูงอายุจันทบุรี

6.1 ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาเป็นอิสระต่อกันหรือไม่ และใช้ตรวจสอบ หรือทดสอบความสัมพันธ์

ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามเพื่อใช้ในการพิจารณาปัญหาที่เกิดจากการผันแปรร่วมกันเกินไป (Multicollinearity) โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์ไม่เกินเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดคือ 0.7 ดังนั้น สรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ไม่มีปัญหาการมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงเกินไปแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังตารางที่ 3

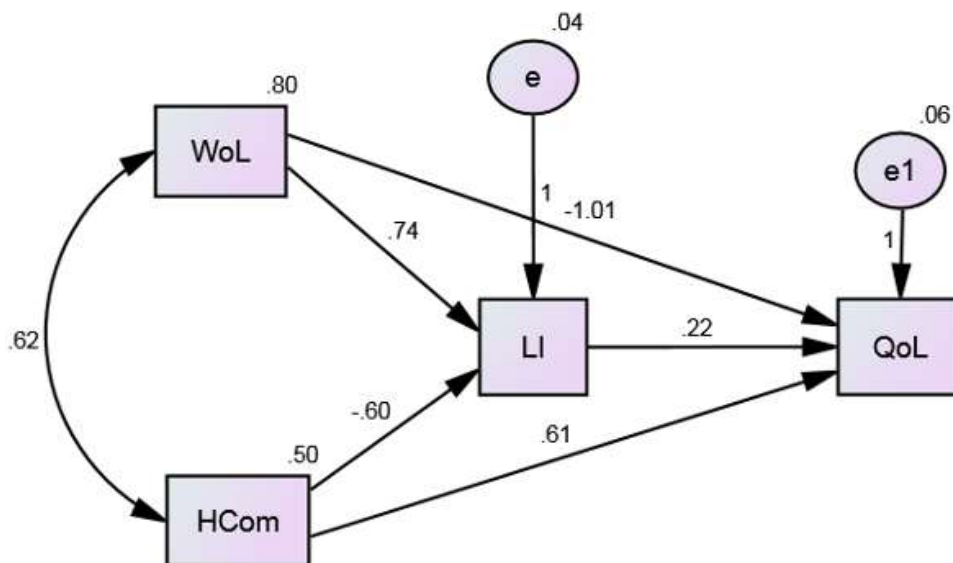
ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการวิจัย

ตัวแปร	WoL	HCom	LI	QoL
WoL	1			
HCom	.685**	1		
LI	.424**	.224**	1	
QoL	-.506**	-.352**	-.135**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6.2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองผลการวิเคราะห์การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter Estimation of the Model) หรือการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม (ตัวแปรแฝง)

โดยผู้วิจัยพยายามสร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เต็มรูปแบบซึ่งมีเส้นทางเชื่อมระหว่างตัวแปรในทิศทางเดียวกันที่สามารถเชื่อมไปสู่ตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรภายในดังปรากฏภาพที่ 1



$\chi^2 = 0.218$, $df = 2$, $\chi^2/df = .109$, $P\text{-value} = 0.000$, $GFI = .923$, $CFI = .952$, $RMSEA = .065$

ภาพที่ 1 แบบจำลองผลการประมาณค่าพารามิเตอร์

ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งแสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standard-

ized Regression Weights) ค่า t-Value (Critical Ratio: C.R) ค่า P-Value และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) พบว่า ทุกเส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights

คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร			ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R.	P	นัยสำคัญทางสถิติ
LI	<--	WoL	.740	.069	10.723	***	มี
LI	<--	HCom	-.604	.087	-6.926	***	มี
QoL	<--	LI	.224	.063	3.523	***	มี
QoL	<--	HCom	.606	.116	5.213	***	มี
QoL	<--	WoL	-1.008	.099	-10.211	***	มี

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญ *** $P < .001$

6.3 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเส้นทางปัจจัยอธิบายความแปรปรวนคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์บุรีได้ร้อยละ 74 ซึ่งแบบจำลองตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎีมีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินความเหมาะสมของแบบจำลอง (Model Fit)

ซึ่งผลการทดสอบแบบจำลองมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าดัชนีความเหมาะสมสอดคล้องมีค่า Chi-Square Probability Level: CMIN-p = 0.218, Chi-Square: CMIN/df = .109, GFI = .923, RMSEA = .065 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ดัชนีความสอดคล้องเหมาะสมของแบบจำลองปัจจัยอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์บุรี

	χ^2	df	P-value	χ^2/df	GFI	CFI	RMSEA	PClose
แบบจำลองคุณภาพชีวิต	0.218	2	.000	.109	.923	.952	.065	.000
เกณฑ์ระบุแบบจำลองที่ดี [17]			$P > .10$	< 3	$> .90$	$> .95$	$< .08$	$< .05$

6.4 ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และผลรวมอิทธิพล

จากแบบจำลองเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ผ่านการวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างทฤษฎี และข้อมูลเชิงประจักษ์จนกระทั่งพบความสัมพันธ์ที่ดีที่สุดแล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และผลรวมอิทธิพล (Total Effect:

TE) พบว่า (1) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์บุรีมีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ (TE = .740) (2) การสื่อสารสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ (TE = -.604) (3) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์บุรีมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิต (TE = -1.008) (4) การสื่อสารสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิต (TE = .471) และ (5) การรู้เท่าทันสื่อมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิต (TE = .224)

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญเพื่อพิจารณาผลรวมอิทธิพลตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า (1) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญ การสื่อสารสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ และคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญ และ (2)

การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญ (ผลรวมอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ -1.008 , $.606$, $.224$) และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ $.554^{***}$ และมีค่า Square Multiple Correlations: R^2 เท่ากับ $.307$ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญ

ตัวแปร (คุณภาพชีวิต QoL)	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
วิถีชีวิต (WoL)	-1.008	.100	-.955	-10.042	.000
การสื่อสารสุขภาพ (HCom)	.606	.123	.435	4.92	.000
การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ (LI)	.224	.064	.172	3.51	.000
ค่าคงที่ (Constant)	2.340	.317		7.393	.000
Multiple R = .554 R Square = .307 Std. Error = .250					

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยพบว่า (1) วิถีชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญ 8 ด้าน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านกีฬา และนันทนาการมากที่สุด ด้วยประโยชน์ของกีฬาและนันทนาการนั้นมีประโยชน์ต่อบุคคลและสังคม ช่วยในการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตการใช้เวลาร่วมให้เป็นประโยชน์ พัฒนาส่งเสริมความคิดและสติปัญญาแก่บุคคลช่วยให้ได้ พักผ่อน ช่วยให้มีความสุข และความพึงพอใจ ส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสร้างความรู้จักให้เกิดการยอมรับตนเองและผู้อื่นสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่าการเล่นกีฬาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น [19] รองลงมาให้ความสำคัญด้านการศึกษา และการขัดเกลาทางสังคม ด้านเศรษฐกิจด้านครอบครัว ด้านศิลปะ ด้านความเชื่อและศาสนา และด้านการสื่อสาร สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทร์เพ็ญ พบว่า องค์ประกอบปัจจัยวิถีชีวิตผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญมี 6 ลักษณะ คือ แบบใช้สติปัญญา แบบเฝ้าระวังสุขภาพ แบบวางแผนการใช้ชีวิต แบบคล้อยตาม แบบสร้างความสัมพันธ์ และแบบบันเทิง [20] (2) การสื่อสารสุขภาพ 4 องค์ประกอบสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญให้ความสำคัญด้านเนื้อหาสาระสุขภาพมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถและทักษะของ บุคคลในการรับรู้เข้าใจคิดวิเคราะห์และเลือกรับ ปรับใช้ข้อมูล ทางด้าน

สุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสมกับตนเอง เพื่อนำไปสู่ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติตนและจัดการตนเองด้านสุขภาพ อันส่งผลไปสู่การส่งเสริมสุขภาพและการธำรงภาวะสุขภาพที่ดี และเผยแพร่แนวปฏิบัตินั้นไปสู่สังคม รองลงมาด้านผู้ส่งสารสุขภาพ ด้านผู้รับสารสุขภาพ และด้านช่องทางการสื่อสารสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพสตรีจากการสังเคราะห์งานวิจัยองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งยังคงเป็นประเด็นที่สอดคล้องทางด้านเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพทางด้านการรับประทานอาหารการพักผ่อนและการออกกำลังกาย การใช้พืชสมุนไพรดูแลสุขภาพสตรี [21] (3) การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสตรีผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการใช้ผู้แสดงแบบโฆษณาด้านสุขภาพสร้างความน่าเชื่อถือได้มากที่สุด รองลงมาเลือกเปิดรับสื่อสุขภาพตามสื่อที่มีความคิดเห็นที่ตรงกับความต้องการ ดังนั้น การสื่อสารสุขภาพ และการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพจึงจำเป็นที่ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่ซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ และทวิตเตอร์เพื่อหาเบาะแสของของข่าว รายงานข่าวสารสร้างเครือข่ายในชุมชนออนไลน์ และแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีในประเด็นสาธารณะ [22] และ (4) คุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์เพ็ญ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านความนึกคิด ด้านอารมณ์ ด้านการปรับตัวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ และด้านความรู้สึกลึกซึ้งใจตนเองทุกด้านไม่เป็นปัญหาในการดำเนินชีวิต

สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า เกณฑ์การชีวิต และการขับเคลื่อน แผนสู่การปฏิบัติของชุมชน คือ ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี อยู่ดีมีสุข ไม่เป็นหนี้ ชุมชนเข้มแข็งประกอบด้วย ด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การศึกษา สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ และด้านการปกครอง [23] นอกจากนี้ คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุยังสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการออม และการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตภายใต้คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทั่วไป ดังนั้นพฤติกรรมกรรมการออมสามารถอธิบายในรูปสินทรัพย์ถาวรเป็นที่ดิน การออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินในระบบ และนอกระบบเพื่อไว้ใช้จ่ายในการเลี้ยงชีพ และวางแผนการออมในอนาคต ทั้งนี้พฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตมักจะใช้จ่ายด้านค่าอาหารเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง หรือพักผ่อน ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมทางสังคม [24] (5) ผลการวิเคราะห์ที่เส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์ พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($X^2 = 0.218$, $df = 2$, $X^2/df = .109$, $P\text{-value} = 0.000$, $GFI = .923$, $AGFI = .383$, $CFI = .952$, $TLI = -1.214$, $RMSEA = .065$, $RMR = .364$) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ว่า (5.1) ปัจจัยด้านวิถีชีวิต ด้านการสื่อสารสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อสุขภาพ และคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์ และ (5.2) การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์ ตัวแปรทั้งหมดอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพชีวิตสตรีผู้สูงอายุจันทร์ร้อยละ 74 ทั้งนี้การศึกษาคุณภาพชีวิตยังสอดคล้องกับบุคคลทุกช่วงวัย

โดยคำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาพกาย ด้านจิตใจ และด้านสัมพันธภาพทางสังคมนับเป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต [25]

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ภายใต้สถานการณ์การเข้าสู่สังคมสูงวัย (Ageing Society) ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดกิจกรรมการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ ตลอดจนการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในหัวข้ออื่น ๆ ควรได้รับการนำมาประยุกต์ใช้จัดโครงการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิตผู้สูงอายุในแต่ละตำบลกับผู้สูง โดยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตกับสื่อออนไลน์ และสื่อดิจิทัลในกลุ่มผู้สูงอายุ
2. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้สูงอายุ คือแหล่งส่งเสริมองค์ความรู้ด้วยประสบการณ์การใช้ชีวิตที่ผ่านมามากมาย อายุเป็นเพียงตัวเลข การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการลดช่องว่างระหว่างวัยระหว่างผู้สูงอายุ และกลุ่มคนอื่น ๆ ควรได้รับการพิจารณา และเป็นความท้าทายของนักพัฒนาต่อไปว่า จะทำอย่างไรให้คำว่า “ผู้สูงอายุ” มีใช้อยู่แพร่ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และประเทศ แต่กลับเป็นกำลังสำคัญที่จะนำประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าต่อไป
3. จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เห็นถึงคุณค่า การปรับใช้ชีวิตตามยุคสมัยของผู้สูงอายุ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น องค์การบริหารส่วนตำบลโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในการวางแผนโครงการต่าง ๆ จัดกิจกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับผู้สูงอายุซึ่งจะช่วยส่งเสริมคุณค่าที่มีอยู่ในตัวผู้สูงอายุอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมต่อไป

บรรณานุกรม

- ประเวศ วะสี. (2543). *สุขภาพในฐานะอุดมการณ์ของมนุษย์* พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: สำนักงานปฏิรูปสุขภาพ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- Ratzan, S. C. (2001, June). Health literacy: Communication for the public good. *Health Promotion International*. 16(2): 207-214.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). *วาระปฏิรูปที่ 30 : การปฏิรูประบบเพื่อรองรับสังคมสูงวัย*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2563, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/parcy/057.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2562*. กรุงเทพมหานคร
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2561). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2561*. กรุงเทพมหานคร
- โรจน์ จินตนาวัฒน์ กนกพร สุคำวัง และศิริรัตน์ ปานอุทัย. (กรกฎาคม-กันยายน 2549). ความชุกชน และปัจจัยเสี่ยงของการถูกทำร้ายในผู้สูงอายุสตรีไทย. *วารสารสภาการพยาบาล*, 21(3): หน้า 31-46.

- ปานจักษ์ ทองปาน. (2540). *ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในงานโฆษณาทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามณี สมบูรณ์บริสุทธี. (2547). *หญิงชรา ความจน คนชายขอบ: ชีวิตริมฟุตบาทของหญิงชราขอทาน*. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2562). *ประชากรแยกอายุพื้นที่จังหวัดจันทบุรีข้อมูลปี 2562*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2563, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statinternet/#/tableage>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics*. New York: Harper and Row Publication.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2558). *การวิจัยคุณภาพทางมานุษยวิทยา* พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง. (2560). *แนวทางการใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพในภาคตะวันออก*. รายงานการวิจัย, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- พีระ จิรโสภณ และคณะ. (2559). *ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลกับบทบาทหน้าที่ในการกำหนดแนวทางการปฏิรูปการสื่อสารในสังคมไทย*. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Best J. W., & Kahn J. V. (1998). *Research in Education* 8 eds. Boston: Allyn & Bacon.
- Sucheera, P., Thienchai, Ng., & Buncha, P. (2005). The Development of the Pitorial Thai Quality of Life. *J Med Assoc Thai* 2005, 88(11): 1605-1618.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2537, สิงหาคม). การวิเคราะห์อิทธิพล. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*. 1(1): 71-85.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. New York: Prentice-Hall.
- อรพินทร์ ชูชม พรณิบุญประกอบ มนัส บุญประกอบ อูชา ศรีจินดารัตน์ และสุชาดา สุธรรมรักษ์. (2563, มกราคม-มิถุนายน). การพัฒนาแบบวัดสุขภาวะทางจิตสำหรับผู้สูงอายุไทย. *วารสารครีครินทรวิโรฒ. วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 12(23):112-124.
- อริสรา สุขวัญ. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารครีครินทรวิโรฒ. วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 4(8): 216-223.
- รังษิชาติ ตันตกุลวร. (2561, มีนาคม-สิงหาคม). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมืองจันทบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 20(1): 35-47.
- หทัยรัตน์ บุญโยปษภูมิ. (2562, มกราคม-มิถุนายน). การสังเคราะห์งานวิจัยด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพสตรี. *วารสารครีครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 11(21): 161-173.
- วัฒน์ ภูทิต. (2560). ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร. *วารสารครีครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 9(11): 135-144.
- นิวัฒน์ ศรีบุญนาค. (2552, มกราคม-มิถุนายน). รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการหมู่บ้านเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนแบบพอเพียงในหมู่บ้านจังหวัดสุรินทร์ ประเทศไทย. *วารสารครีครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 1(1): 70-83.
- อภิญา จิวพัฒนกุล วรางคณา อติศรประเสริฐ และศุภินญา ญาณสมบูรณ์. (2554, กรกฎาคม-ธันวาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ. *วารสารครีครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 3(6): 178-194.
- วิรงรอง สิตไทย และณิสา แจ้งบุญ. (2563, มกราคม-มิถุนายน). คุณภาพชีวิตของนักศึกษาแพทย์ในระดับชั้นคลินิก. *วารสารครีครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 12(23): 73-85.

ความมั่นคงของมนุษย์: ศึกษากรณีความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดน Human Security: a Case Study on Cybersecurity in A Borderless World

สุธีราภรณ์ แสงจันทร์ศรี¹ สลิลา กลั่นเรืองแสง²

Suteeraporn Saengchansri and Salila Klanreaungseang

Article History

Received: December 2, 2020

Revised: September 1, 2021

Accepted: September 13, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงที่จะเกิดภัยคุกคามจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบดิจิทัลอย่างไม่ถูกต้อง ซึ่งประเทศไทยอาจเป็นเป้าหมายของอาชญากรรมทางไซเบอร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบที่เรียกว่า “Advanced Persistent Threats (APT) Actors” ซึ่งถือเป็นปัญหาใหม่ในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง และเป็นความท้าทายสำคัญในการพัฒนากฎหมายให้มีมาตรการรองรับที่เพียงพอ ทั้งนี้จากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ซึ่งย่อมจะเป็นเครื่องมือหนึ่งเพื่อเป็นหลักประกันความปลอดภัยต่อโครงสร้างพื้นฐานสำคัญทางสารสนเทศทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รองรับการใช้ชีวิตในโลกที่ไร้พรมแดน อีกทั้งเป็นหลักประกันความมั่นคงของชาติต่อไป

โดยจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ในประเด็นด้านความมั่นคงของมนุษย์ ตลอดจนเพื่อการรักษาไว้ซึ่ง ความมั่นคงของรัฐ จำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างเสรีภาพของปัจเจกบุคคลกับประโยชน์สาธารณะ ซึ่งการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดนนี้ ควรดำเนินการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะด้าน บนพื้นฐานความโปร่งใสและการไม่เลือกปฏิบัติ ยิ่งไปกว่านั้น กรณีความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดนย่อมต้องมีระบบกำกับดูแลที่กำหนดกรอบการดำเนินการที่ชัดเจนเพระย่อมส่งผลกระทบโดยตรงกับภาคประชาสังคมทั้งระดับประเทศและระดับโลก ทั้งนี้ ต้องบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานระดับประเทศกับระดับภูมิภาคโดยหากต้องยุติข้อขัดแย้งอาจจำเป็นต้องจัดตั้งหน่วยงานด้านการยุติธรรมหรือกึ่งตุลาการ อย่างไรก็ตาม การที่จะรับมือกับกิจกรรมไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดนได้ทั้งหมด ยุทธศาสตร์ในการรับมือการคุกคามทางไซเบอร์ในแต่ละประเทศควรสอดคล้องกับมาตรฐานท้องถิ่นการระหว่างประเทศแนะนำไว้ อีกทั้งควรให้ประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยในโลกไซเบอร์เป็นประเด็นสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดยต้องส่งเสริมทักษะด้านการทูตทางไซเบอร์ รวมถึงพัฒนาองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง เน้นการมีส่วนร่วมของประชาคมโลกในประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดน รวมถึงต้องมีกลไกที่สร้างบรรทัดฐานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ที่เป็นสากลซึ่งนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมอันส่งผลโดยตรงต่อความมั่นคงของมนุษย์

คำสำคัญ: ภาวะโลกไร้พรมแดน ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ความมั่นคงของข้อมูล ความมั่นคงของมนุษย์

¹⁻² คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Faculty of Law, Rambhai Barni Rajabhat University Email: pickki_k@hotmail.com *Corresponding author

Abstract

This article aims to propose the risk of threat exposure if information technologies or digital world systems are misused. In this case, Thailand can likely become the target of cyber criminals, especially so-called “Advanced Persistent Threats (APT) Actors”. In this regard, it is not only a new problem in the world but also as the challenge of law development to compatible with relevant problems. The analysis in this documentary research reveals the importance of cybersecurity protection law. The particular law can then be one of the tools to ensure the safety of vital information infrastructure of public and private sectors. Also, it can serve for the human being in a borderless world and national security.

In sum, this study suggests, for human security issues, it is necessary to balance the freedom of the individual and the public interest for maintaining the security of the state. Cybersecurity strategies in the borderless world should thus be formulated by a specialized agency based on transparency and indiscrimination. Moreover, cybersecurity in the borderless world needs a clear-defined monitoring framework due to its direct impact on national and global civil society actors. Meanwhile, collaborations between national and regional agencies must be integrated and, in case of dispute settlement, the establishment of judicial or quasi-judicial bodies is required. However, to cope with all global activities during the borderless digital world, strategies for addressing cyber threats in an individual country should be in line with the standards or guidelines as recommended by international organizations. Furthermore, “cybersecurity” issues should be defined as a key component of foreign policy. The promotion of cyber diplomacy skills and the development of an organization with a specific objective of “global community involvement in cybersecurity issues in the borderless world”, which directly affect human security, are important. Also, a mechanism to concretely create universal cyber security norms must be introduced.

Keywords: Borderless, Cyber Security, Information Security, Human Security

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาโลกได้วิวัฒนาการเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Age) และมนุษย์เจริญเติบโตท่ามกลางความสับสนวุ่นวายจากการที่มีเทคโนโลยีด้านสารสนเทศที่ทันสมัยและพัฒนาต่อเนื่องอย่างรวดเร็วและแพร่ขยายไปทั่วโลก ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในสังคมโลกอย่างรวดเร็ว ซึ่งรวมถึงในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เกิดเป็นปรากฏการณ์ของสภาวะทางสังคมที่มีการเปิดรับเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีก็ต่อเมื่อมีการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในการพัฒนาศักยภาพ สนับสนุนหรือเสริมสร้างความอยู่ดีกินดีให้กับประชาชนหรือทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเข้าถึงซึ่งความ

รู้ในปัจจุบันพื้นฐานด้านการดำรงชีพ อาทียารักษาโรคและความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ในขณะเดียวกัน การนำเทคโนโลยีด้านสารสนเทศมาใช้ในการจัดการกับงานที่เคยทำเป็นกิจวัตรของมนุษย์ เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาช่วยในการทำกิจกรรมซ้ำ ๆ ที่เน้นความถูกต้อง หรือการที่ข้อมูลสำคัญที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลหรือเป็นข้อมูลของส่วนราชการที่จัดอยู่ชั้นความลับ ได้ถูกนำมาจัดเก็บในระบบดิจิทัลมากขึ้น โดยหากมองในมุมที่ดีย่อมเป็นการทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ การรักษาข้อมูลให้ถูกต้อง เข้าถึงได้สะดวก ลดโอกาสสูญหาย หรือถูกทำลาย แต่ในขณะเดียวกันย่อมจะเป็นช่องทางใหม่ ๆ ให้กลุ่มอาชญากรรมทางไซเบอร์มีช่องทางหรือโอกาสในการสร้างภัยคุกคามที่ย่อม

กระทบต่อความมั่นคง การแสวงประโยชน์โดยมิชอบ ตลอดจนการทำลายระบบโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของชาติได้

กล่าวได้ว่า ภาวะไร้พรมแดน (Borderless) ในโลกปัจจุบัน (Deloitte, 2012) ขณะนี้ ถือเป็นความเสี่ยงหนึ่งหากมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบดิจิทัลในทางที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเหล่านี้นักเกิดขึ้นแล้วจะเริ่มต้นสร้างผลเสียหรือส่งผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติหนึ่งแต่ยังไม่เห็นอย่างเด่นชัดด้วยเหตุนี้ สมควรที่ประเทศไทยจะมีมาตรการรับมือ อีกทั้งมีกลไกในการส่งเสริมให้เกิดความตระหนักรู้ให้แก่พลเมืองของรัฐ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับภัยคุกคามและการรับมือด้วยความรอบคอบ หากวันใดวันหนึ่งที่ประเทศอาจเป็นเป้าหมายของอาชญากรไซเบอร์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในรูปแบบที่เรียกว่า “Advanced Persistent Threats (APT) Actors” ซึ่งถือเป็นความท้าทายใหม่ในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง และถือเป็นหน้าที่สำคัญของรัฐในการพัฒนากฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อจัดให้มีมาตรการที่เหมาะสมครอบคลุมไปถึงความเสี่ยงทางไซเบอร์ข้ามประเทศอันเกิดจากภาวะไร้พรมแดนเช่นนี้ (Cyber Cross-Jurisdictional Risks) (Henning Schaloske, Kathrin Feldmann and Amrei Zürn, 2018)

อย่างไรก็ตาม โดยที่ภูมิสถาปัตยกรรมของภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Landscape) (ENISA, 2018) เปลี่ยนแปลงไปรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การลงทุนในระบบจัดการด้านความมั่นคงในระบบโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ (Critical Infrastructures) ซึ่งส่วนใหญ่ได้ถูกเชื่อมกับอินเทอร์เน็ต จึงมีแนวโน้มเกิดความเสี่ยงที่จะมีการคุกคามหรือการถูกโจมตีทางไซเบอร์ การแสกเกอร์โดยใช้มัลแวร์ (Malwares) ที่ซับซ้อนเพื่อเข้าถึงและขโมยข้อมูลสำคัญ ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และการทหาร ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นั้น ควรจัดให้มีการออกแบบการป้องกันทางไซเบอร์เชิงเทคนิคและเชิงกฎหมายที่ยืดหยุ่น (Resilient Legal and Technical Cyber Protection Framework) สามารถปรับใช้ได้ในทุกภูมิภาค รวมถึงมีการจัดการประชุมหรือทำความตกลงระหว่างประเทศ เพื่อให้มีประสานงานที่เป็นรูปธรรม โดยควรจัดให้มีระบบกำกับดูแลที่เป็นรูปธรรมรวมถึงกลไกการรายงาน หากเกิดกรณีการโจมตีทางไซเบอร์ในระดับภูมิภาค

วัตถุประสงค์

เพื่อสะท้อนมุมมองของการใช้ชีวิตในโลกไร้พรมแดน โดยการให้ความรู้เบื้องต้นซึ่งจะเป็นองค์ความรู้ที่จำเป็นในการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม (Participation) ในภาพรวมของพลเมืองตลอดจนแนะนำค่านิยมเกี่ยวกับการตระหนักรู้ร่วมกันในการป้องกันหรือยับยั้งภัยคุกคามทางไซเบอร์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับความมั่นคงของชาติต่อไป

นิยามศัพท์

ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity)

(ITU, 2010) คือ ภาพรวมของเครื่องมือ นโยบาย แนวคิดการรักษาความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย แนวทาง วิธีการบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติ การอบรม วิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ การรับประกัน และเทคโนโลยี ที่สามารถปกป้องสภาพแวดล้อมทางไซเบอร์ องค์การและสินทรัพย์ของผู้ใช้งาน ได้แก่ อุปกรณ์สำหรับที่เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ ข้อมูลส่วนตัว โครงสร้างพื้นฐาน แอปพลิเคชัน บริหาร ระบบสารสนเทศและภาพรวมของการส่งผ่านหรือเก็บข้อมูลในไซเบอร์ (สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์, 2559)

ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security)

คือ การปกป้องข้อมูลและระบบสารสนเทศจากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต การใช้ การเปิดเผย การขัดขวาง การดัดแปลง หรือการทำลาย (United States Government Publishing Office, 2020)

Advanced Persistent Threat (APT)

คือ อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งที่มีเป้าหมายเพื่อโจมตีหน่วยงานที่มีข้อมูลสำคัญ เช่น หน่วยงานทางทหารหรือหน่วยงานทางด้านความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ หน่วยงานทางการเมือง หรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ รูปแบบการโจมตีแบบ APT ส่วนใหญ่ผู้ดำเนินการมักจะเป็นกลุ่มบุคคลมากกว่าเป็นการดำเนินการของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มบุคคลนี้มักจะมีองค์กรหรือรัฐบาลของประเทศใดประเทศหนึ่งคอยให้การสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง การโจมตีมีเป้าหมายที่แน่ชัด ผู้โจมตีมักพยายามแฝงตัวอยู่ในระบบของเป้าหมายให้นานที่สุด และใช้ทุกวิถีทางเพื่อให้การโจมตีสำเร็จผล (ThaiCERT, 2019)

APT (ไทยเซิร์ต, 2554) อธิบายได้ดังนี้

A - Advanced คือ ผู้ที่โจมตี หรือมีความสามารถและมีทรัพยากรที่พร้อมสำหรับการโจมตี วิธีการโจมตีจะใช้เครื่องมือและเทคนิคหลายอย่างด้วยกัน ซึ่งเป็นไปได้ตั้งแต่การใช้ความรู้ทางคอมพิวเตอร์ขั้นสูงเพื่อเจาะระบบ รวมถึงการใช้เทคนิคพื้นฐาน เช่น Social Engineering ซึ่งเป็นการโจมตีโดยอาศัยหลักจิตวิทยาเพื่อหลอกลวงคนให้เปิดเผยข้อมูลสำคัญ

P - Persistent คือ การโจมตีจะเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปและสม่ำเสมอ เนื่องจากผู้โจมตีต้องแฝงเข้าไปอยู่ในระบบโดยไม่ให้เป้าหมายรู้ตัว เพื่อสร้างความเสียหายหรือรวบรวมข้อมูลที่ต้องการให้ได้มากที่สุด

T -Threat คือ ภัยคุกคามที่เกิดขึ้นกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

แนวคิดและทฤษฎี

การคุกคามความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ คือ ภาวะความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ที่เริ่มเป็นภัยคุกคาม (Threat) ประกอบกับการมีช่องโหว่ หรือข้อบกพร่อง ซึ่งสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจ เหตุการณ์ที่สามารถเปลี่ยนเส้นทางไปจากที่คาดหวังได้ โดยแล้วแต่สถานการณ์ ทั้งนี้ ภัยคุกคามและช่องโหว่ต่าง ๆ จะเป็นตัวกำหนดและส่งผลต่อการวางแผนการดำเนินการ หากไม่มีภัยคุกคาม หรือไม่มีช่องโหว่ ย่อมไม่เพิ่มความเสี่ยง

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงของมนุษย์ในระบบดิจิทัล

ความมั่นคงของมนุษย์ (Human security) คือ แนวทางที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจเจกชนโดยพิจารณาถึงสิทธิและความต้องการของพวกเขา (Costanzo, Charles E., 2011) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านความปลอดภัยดิจิทัล ซึ่งความเสี่ยงทางดิจิทัล แตกต่างจากความเสี่ยงประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ อาจใช้คำว่า “ความปลอดภัยในโลกไซเบอร์” ซึ่งคำว่า “ไซเบอร์” เป็นคำที่คุ้นเคยที่ช่วยให้เข้าใจได้ง่าย (OECD, 2015) โดยต้องยอมรับความจริงที่ว่า การจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยในโลกไซเบอร์อาจจะลดระดับลง หากกระทบต่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือประโยชน์เชิงเศรษฐศาสตร์

นอกจากนี้เมื่อกล่าวถึง “ความเสี่ยง” ความเสี่ยงเป็นผลของความไม่แน่นอนต่อวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ “ความเสี่ยงด้าน

ความปลอดภัยดิจิทัล (Digital Security Risk)” คือ การอธิบายถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการใช้ การพัฒนา และการจัดการทางดิจิทัล รวมถึงสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล (Digital Environment) ซึ่งอาจรวมถึงภัยคุกคามและช่องโหว่ ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล โดยประเด็นเหล่านี้เชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในแง่ของการรักษาความลับ อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางดิจิทัล กิจกรรม และกระบวนการขององค์กรที่สนับสนุน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในแง่ของความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม การสร้างความมั่นคงจากการสร้างนวัตกรรมเทคโนโลยีของตลาดดิจิทัล ความสามารถในการแข่งขัน การจ้างงานในทุกภาคส่วน ตลอดจนความยั่งยืนที่ยั่งยืน ย่อมส่งผลโดยตรงต่อสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ขับเคลื่อนให้เกิดการดำเนินการสิ่งต่าง ๆ บนโลกดิจิทัล

ข้อสังเกตระหว่างคำว่า ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

เมื่อมีการกล่าวถึงความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) และความมั่นคงของข้อมูล (Information Security) ผู้เขียนเห็นว่า การใช้คำกลาง ๆ ว่า ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) มักใช้ในบริบทของการอธิบายถึงข้อมูลดิจิทัล หรือการส่งผ่านข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นไปเพื่อการอธิบายถึงมาตรการทางเทคนิคเพื่อป้องกันข้อมูลไม่ให้สูญหาย แต่ประสงค์ให้เป็นความลับ

แต่ในบริบทเมื่อต้องการกำหนดเงื่อนไขในการเข้าถึง (Access) หรือการจำกัดการเข้าถึง กล่าวคือ ต้องมีมาตรการด้านความมั่นคงของข้อมูล จึงต้องใช้คำที่ครอบคลุมกว่า คือ ความมั่นคงของข้อมูล (Information Security) ซึ่งในความเป็นจริงย่อมหมายถึงข้อมูลในอินเทอร์เน็ตหรือข้อมูลดิจิทัลเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ความเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน จากการส่งผ่านข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็ว พบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในโลกยุคดิจิทัล ซึ่งล้วนมีการนำเสนอ ค้นหาได้ง่ายทาง Search Engine ซึ่งแน่นอนว่า สัดส่วนของข้อมูลที่ต้องการให้ได้รับการปกปิดหรือคุ้มครองในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ ย่อมมีจำนวนมากขึ้น ดังนั้น ข้อมูลส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้ จึงไม่ได้อยู่เพียงแค่นั้นในแฟ้มหรือตู้เอกสารของทางราชการอีกต่อไป หากแต่อยู่ในรูปของการเก็บไว้ผ่านเครือข่ายขององค์กรต่าง ๆ เช่น ระบบ

อินทราเน็ตภายในองค์กร หรือการจัดเก็บไฟล์ในรูปแบบดิจิทัล ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจถึงความมั่นคงของข้อมูลในโลกที่ไร้พรมแดน และเมื่อพิจารณาตามคำจำกัดความของ สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือ ITU ซึ่งอธิบายถึงคำว่า Cybersecurity (ITU, 2019) หมายถึง ภาพรวมของเครื่องมือ นโยบาย แนวคิด การรักษาความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย แนวทาง วิธีการบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติ การอบรม วิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ การรับประกัน และเทคโนโลยี ที่สามารถปกป้องสภาพแวดล้อมทางไซเบอร์ องค์กรและสินทรัพย์ของผู้ใช้งาน ได้แก่ อุปกรณ์สำหรับที่เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ ข้อมูลส่วนตัว และการส่งผ่านหรือเก็บข้อมูลในไซเบอร์ (สำนักรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (EGA), 2016) จะเห็นได้ว่า การใช้ศัพท์ดังกล่าวนี้ มุ่งหมายเพื่อการอธิบายภาพรวมของข้อมูลที่อยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตว่าต้องมีความปลอดภัย (ทั้งการเข้าถึงและการสูญหาย) โดยจากบทนิยามจะเห็นว่า ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์จะมีขอบเขตที่กว้างกว่า ถ้าพิจารณาในแง่ของพื้นที่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพราะครอบคลุมทุกการกระทำ และทุกรูปแบบที่เกิดขึ้นบนไซเบอร์

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในอีกบริบท แม้ว่าคำสองคำนี้จะมีความหมายใกล้เคียงกัน แต่การใช้แทนกันได้นั้นย่อมไม่ถูกต้องนัก เพราะแม้ว่าทั้งสองคำนี้ มีความมุ่งหมายในทำนองเดียวกันก็ตาม กล่าวคือ สื่อให้เห็นถึงคำความมั่นคงและการปกป้อง (Security and Protecting) จากการกระทำละเมิดและการคุกคามต่อข้อมูล (Information Breaches and Threats) แต่พบว่ามีแตกต่างอันมีนัยสำคัญในสองคำนี้ คือ การที่คำหนึ่ง คือ “Cybersecurity” จะใช้อธิบายลักษณะเฉพาะในไซเบอร์สเปซ ในขณะที่ “Information Security” สามารถใช้กับข้อมูลทั้งที่อยู่ในไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) และที่มีการเก็บในรูปแบบทั่วไป เช่น จัดใส่แฟ้มในตู้เก็บเอกสาร เป็นต้น

จากการอธิบายข้างต้น จะพบว่า มีความแตกต่างระหว่างความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และความมั่นคงทางสารสนเทศ (Luke Irwin, 2020) แม้ว่าจะมีการนำไปใช้ในทำนองอย่างเดียวกันและมักใช้ปะปนกัน แต่แท้จริงนั้น ทั้ง 2 คำต่างกัน โดยใช้อธิบายถึงขีดความสามารถ (Capabilities) ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ สารสนเทศไม่จำเป็นต้องเก็บในคอมพิวเตอร์ เพราะฉะนั้น ระบบความมั่นคงทางสารสนเทศ

(Information Security System) จึงมีความหมายที่กว้างกว่าในแง่ของรูปแบบของข้อมูลและรูปแบบของการจัดเก็บ โดยที่สารสนเทศนั้นอาจจัดเก็บในตู้เก็บเอกสารซึ่งก็ต้องการความปลอดภัยทางกายภาพเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางสารสนเทศที่ดี (Good Information Security) ในขณะที่ความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cybersecurity) เป็นเรื่องของปกป้องข้อมูลและสารสนเทศจากแหล่งภายนอก (Outside Sources) โดยพื้นที่ที่ต้องปกป้อนั้นจำกัดไว้ในไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) หรือในอินเทอร์เน็ต

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงของข้อมูล (CIA Triad)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้อธิบายถึง CIA Triad ว่า เป็นส่วนประกอบหนึ่งของ INFOSEC (Information Security) ซึ่งมาจากคำว่า

- 1) Confidentiality (การรักษาความลับของข้อมูล)
- 2) Integrity (ความแท้จริงของข้อมูล) และ
- 3) Availability (การใช้งานได้ของระบบ)

โดยเป็นสิ่งที่ Security Professional ต้องรู้และสามารถอธิบายได้โดยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์ระหว่างสถานะความปลอดภัยกับสถานะความตื่นตระหนก (panic) เกี่ยวกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ เพื่อสร้างความมั่นใจ น่าเชื่อถือ และสามารถใช้ประโยชน์ได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2012)

ในสหรัฐอเมริกาตามบทบัญญัติที่ปรากฏใน Federal Information Security Management Act (FISMA) (United States Government Publishing Office, 2020) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่าง “ความปลอดภัยของข้อมูล (information Security)” และ “CIA Triad” สรุปได้ดังนี้

คำว่า “ความปลอดภัยของข้อมูล” หมายถึง การปกป้องข้อมูลและระบบสารสนเทศจากการเข้าถึง การใช้การเปิดเผย การหยุดชะงัก การแก้ไข หรือการทำลายโดยไม่ได้รับอนุญาต ในบริบทของ CIA Triad ดังต่อไปนี้

C- (Confidentiality) การรักษาความลับ หมายถึง การจำกัดการได้รับอนุญาตในการเข้าถึงการอนุญาตให้เปิดเผยข้อมูล รวมถึงการกำหนดวิธีการหรือกลไกปกป้องความเป็นส่วนตัว

I - (Integrity) ความซื่อตรง หมายถึง การป้องกันไม่ให้เกิดการแก้ไขหรือการทำลายข้อมูลที่ไม่เหมาะสมและรวมถึงการรับประกันว่าข้อมูลจะไม่มีการแก้ไขโดยไม่มีอำนาจ

A - (Availability) การง่ายต่อการเข้าถึง หมายถึง ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเข้าถึงข้อมูล รวดเร็ว ทันเวลา

ทั้งนี้ ข้อมูลอาจเกิดภัยคุกคามโดยไม่ได้คาดหมายล่วงหน้า เช่น ระบบ หรือซอฟต์แวร์ทำงานผิดพลาด ในขณะที่การคุกคามโดยเจตนาคือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากผู้คุกคาม กระทำการโดยเจตนา โดยที่ภัยคุกคามโดยเจตนาอาจตรวจสอบแบบไม่เป็นการจากการใช้เครื่องมือตรวจสอบพื้นฐาน ตลอดจนการโจมตีที่ซับซ้อน เช่น การดักฟัง เป็นต้น ทั้งนี้ สภาวะการณ์ที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทั่วโลกทำให้ความปลอดภัยในโลกไซเบอร์มีลักษณะเฉพาะ กล่าวคือ ในขณะที่ระบบส่วนใหญ่เดิมทีเคยวนั้นเป็นแบบ Stand Alone และไม่ค่อยมีการข้ามเขตการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์แต่ในปัจจุบัน ปรากฏการณ์โลกไร้พรมแดน (Borderless World) ที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นั้น ย่อมมีแนวโน้มที่จะสร้างภัยคุกคามซึ่งแพร่ขยาย (Proliferation) ทั่วโลก โดยที่กฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่สร้างขึ้นในระบบการปกครองของโลก (Global Administration) สำหรับความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลที่มีอยู่แล้วนั้น อาจไม่เพียงพอเพื่อรักษาไว้ ซึ่งความมั่นคงของมนุษย์ (Human Security) ได้อีกต่อไป ส่งผลให้รัฐต่าง ๆ ต้องมีการปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายตลอดจนเพิ่มการอธิบายหรือกำหนดนิยามศัพท์ใหม่จากการมี Actor ใหม่ ๆ ซึ่งเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ให้ทันสมัยและเท่าทันต่อเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาวะการคุกคามความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

ภัยคุกคามทางไซเบอร์ หรือ Cyber Threats หมายถึง การละเมิดคุณสมบัติด้านความปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นทั้งที่เป็นการคุกคามโดยเจตนา (Intentional Threats) และการคุกคามโดยอ้อม (Passive Threats) อย่างไรก็ตามเป้าหมายของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ คือ การช่วยปกป้องทรัพย์สินและทรัพยากรขององค์กรในแง่ของทรัพยากรมนุษย์ การเงิน และข้อมูล โดยอาศัยกระบวนการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ต้องตอบสนองต่อความกังวลของคนในสังคมซึ่งสามารถสร้างขึ้นได้จากการส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามประมวล

จรรยาบรรณทางไซเบอร์เพื่อการใช้ที่เหมาะสมซึ่งเป็นไปตามกรอบที่เป็นแนวทางแนะนำ (Guideline) อันเป็นที่ยอมรับจากนานาชาติของประเทศ ที่แนะนำให้รัฐต่าง ๆ สามารถกำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน ตลอดจนเป็นหน้าที่สำคัญของนักยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติที่ต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการโจมตีแบบกำหนดเป้าหมายหรือภัยคุกคามต่อเนื่อง ตลอดจนส่งเสริมและปลูกฝังให้ประชาชนได้ตระหนักถึงบทบาทในฐานะพลเมืองของรัฐที่จะต้องรับผิดชอบต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ร่วมกันกับภาครัฐ

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับนโยบายของโลก (Global Policy) ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ระดับโลก

ในระดับโลก การกำหนดนโยบายของโลกดิจิทัล อาจจำเป็นต้องสอดคล้องกับนโยบายของโลก (Global Policy) ซึ่งกำกับด้วยหลักนิติธรรม ที่ถือได้ว่าเป็นบรรทัดฐานในการวางระเบียบกฎหมาย (Legal Order) ที่เป็นที่ยอมรับทั่วภูมิภาคของโลก ถือเป็นหลักการทั่วไปที่แน่นอนและมีเสถียรภาพ ทั้งนี้ หลักนิติธรรม (The Rule of Law) อาจเป็นเครื่องมือหนึ่งนำไปสู่ขั้นตอนการสร้างธรรมาภิบาลของโลกด้านดิจิทัลต่อไปในอนาคต

“หลักนิติธรรม/นิติรัฐ” (Rule of Law) เป็นหลักการที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับเอกชน เอกชนกับเอกชน และรัฐกับรัฐ หากเป็นความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับเอกชนจะเป็นความสัมพันธ์ภายใต้กฎหมายมหาชน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างเอกชนกับเอกชนจะอยู่ภายใต้กฎหมายเอกชน และความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับรัฐจะอยู่ภายใต้กฎหมายระหว่างประเทศ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าหลักนิติธรรม/นิติรัฐเป็นหลักการที่ใช้กับกฎหมายทุกสาขาทั้งกฎหมายมหาชน กฎหมายเอกชน และกฎหมายระหว่างประเทศ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2559) จะเห็นได้ว่า หลักนิติธรรม เป็นกฎเกณฑ์ที่เป็นสากล อย่างไรก็ตาม เพียงแค่หลักนิติธรรมอย่างเดียวนั้นยังไม่เพียงพอ เพราะนอกจากจะต้องมีหลักการที่มีลักษณะทั่วไปที่แน่นอนและมีเสถียรภาพ (Fixed and Stable General Principles) ย่อมต้องมีกระบวนการยุติธรรมเพื่อการแก้ไขข้อขัดแย้งแบบข้ามประเทศหรือระดับโลก (Authority of a Transnational or Global) ซึ่งการตัดสินใจจะก้าวล่วงเข้าไปในระบบกฎหมายภายในรัฐหรือในระดับประเทศ (National Legal Systems) ทั้งนี้มีข้อโต้แย้ง

ว่า การตัดสินใจซึ่งก้าวล่วงและกระทบต่ออำนาจอธิปไตยดังกล่าว นั้นจะมีความชอบธรรมมากน้อยเพียงใด โดยย่อมต้องคำนึงถึงความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งต้องชั่งน้ำหนักระหว่างประโยชน์ของปัจเจกบุคคลกับประโยชน์สาธารณะ อย่างไรก็ตาม ต้องอยู่บนหลักการอย่างน้อยที่สุดคือต้องมีความโปร่งใส (Transparency) รวมทั้งมีกลไกของการมีส่วนร่วม ซึ่งมักจะเกิดข้อสงสัยในเรื่องของการตรวจสอบได้ เมื่อกระทบต่ออำนาจอธิปไตยของแต่ละรัฐ

อย่างไรก็ตาม การที่มนุษย์ใช้ชีวิตที่ยึดติดกับโลกดิจิทัลมากขึ้น นำไปสู่ปรากฏการณ์ “ภายใน” (“In Here” Phenomenon) ที่กระทบต่ออัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) อาทิ การใช้ชีวิตในโลกที่หลายคนจะคุ้นกับรูปของนายเนลสัน แมนเดลา (Nelson Mandela) มากกว่าหน้าตาของเพื่อนบ้าน (Anthony Giddens, 1996) สะท้อนให้เห็นถึงโลกที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมโลกที่กลมกลืนเข้ากันยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การที่โลกมีภาวะไร้เขตแดน (Borderless) ย่อมสะท้อนถึงความสำคัญของรัฐชาติ (Nation State) ที่จำเป็นต้องมีความเข้มแข็ง ในบริบทที่ว่า โลกไร้พรมแดนทำให้มีการตัดสินใจของรัฐระดับระหว่างประเทศมากขึ้น ซึ่งยังคงต้องคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศ ทั้งนี้ แนวคิดในการรองรับภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber-threats) จากการปรากฏพิเศษในหัวข้อ “Protecting and Defending against Cyberthreats in Uncertain Times” โดยนาย Brad Smith, President of Microsoft (Brad Smith, 2017) สรุปได้ว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นมักต้องการทางออกใหม่ ๆ (A growing problem in need of new solutions) โดยที่การโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber-attack) เป็นสงครามรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถไม่ได้เป็นแบบที่เราเคยเข้าใจอีกต่อไป โลกไซเบอร์สามารถกลายเป็นสมรภูมิรบได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ อาจต้องเปลี่ยนจากการปกป้องพลเมืองในเวลาสงครามเป็นการปกป้องพลเมืองในเวลาที่ไม่สงบสุข (From Protection Civilians in Time of War to Attacking Civilian in Time of Peace) โดยที่การเข้าถึงชุดข้อมูลจะเป็นจุดแข็งสำหรับใช้ในการต่อสู้ (Data Strengthens our Defense) เพราะในการต่อสู้รับมือกับภัยคุกคาม “ข้อมูลเป็นสิ่งที่จำเป็น” อย่างมากในการรับมือและแก้ไขปัญหา

นอกจากนี้ เมื่อกล่าวถึงความร่วมมือในระดับโลก (UN, 2018) หัวข้อสำคัญในการอภิปรายเกี่ยวกับความปลอดภัยในโลก

ไซเบอร์และสิทธิออนไลน์ มักจะเป็นสิ่งที่ได้รับการพิจารณาโดยให้ความสำคัญในระดับแรก ๆ โดยที่ผู้มีส่วนได้เสียจากภาครัฐ ภาคเอกชนหรือภาคประชาสังคม จะให้ความสำคัญกับ Fake News โดยประสงค์ให้มีมาตรการเพื่อจัดการกับการบิดเบือนข้อมูลในหลายสถานการณ์ อาทิ การแทรกแซงผลการเลือกตั้ง การปลุกระดมความเกลียดชังหรือสร้างความขัดแย้ง รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ทำให้เข้าใจผิดหรือบิดเบือนวัตถุประสงค์ที่แท้จริง เป็นต้น

กล่าวได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับระบบการกำกับดูแลของโลก (Global Regulatory Regimes) เป็นการกำกับดูแล ในรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมโลก เป็นผลมาจากการที่องค์การระหว่างประเทศสามารถกำหนดบรรทัดฐานของตนเองและกำกับดูแลกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งปฏิบัติตามกระบวนการทางกฎหมายของตนเองได้ โดยประเด็นสำคัญ คือ การให้ “สิทธิในการมีส่วนร่วม (Participatory Rights)” ในการกำหนดมาตรฐานระดับระหว่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่สำคัญให้ทั้งกับภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ การกำกับดูแลขององค์การระหว่างประเทศมักอยู่ในรูปของข้อเสนอแนะ แนวปฏิบัติ หลักปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) คำแนะนำทางเทคนิค ระเบียบของคณะกรรมการหรือสิ่งที่เป็กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ (ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ต่อสาธารณชนหรือเป็นการเผยแพร่ไม่เป็นทางการ) จึงมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับผลในทางกฎหมายของกฎเกณฑ์ดังกล่าว (ที่เรียกว่า Soft Law ฯลฯ) ด้วยเหตุนี้ การนำหลักนิติธรรมมาปรับใช้ในการสร้างระบบกำกับดูแลจึงมีความสำคัญมากขึ้น บนหลักการของการให้เหตุผล การทบทวน อีกทั้งต้องอาศัยการมีส่วนร่วม โดยต้องอยู่บนพื้นฐานของความโปร่งใสและการตรวจสอบได้ ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับระบบการกำกับดูแลของโลกดิจิทัลย่อมต้องเข้มงวดมากขึ้นกว่าเดิม เพราะเป็นภัยคุกคามที่อาจมองไม่เห็นซึ่งเป็นความท้าทายของสังคมโลกในการสร้างกลไกที่ครอบคลุมกับทุกการใช้ประโยชน์จากโลกไซเบอร์ต่อไป

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าของสิทธิมนุษยชน (Human Rights Values) บทโลกไร้พรมแดน

ภาวะไร้พรมแดนเป็นสัญลักษณ์ของการเพิ่มขึ้นของอิทธิพลของความร่วมมือระดับโลก (Global Corporations) การสื่อสารรูปแบบใหม่ และแนวคิดบริโภคนิยม (Consumerism) การตัดสินใจทั้งในระดับท้องถิ่นหรือในระดับประเทศ ล้วนส่งผล

ต่อเนื่องในวงกว้างต่อการรวมกลุ่มระดับโลกในลักษณะเหนือรัฐ (Supranational Global Gathering) ทั้งนี้สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การที่พลเมืองของโลกได้สร้างเครือข่ายและเกิดการเคลื่อนไหวด้านสิทธิมนุษยชนที่มีอิทธิพลในระดับโลกมากขึ้น

กล่าวได้ว่า ความเป็นสากลของสิทธิมนุษยชน (Universality of the Human Rights) ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของรัฐที่ต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนในประเทศต่าง ๆ มักเกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจหรือเชื่อมโยงกับสถาบันทางการเงินระหว่างประเทศซึ่งเป็นสถาบันที่มีอิทธิพลมาก ซึ่งในบริบทนี้ ศาลยุติธรรมระหว่างประเทศ (ICJ) เป็นตัวอย่างที่ดี ในฐานะที่เป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับการปฏิเสธสิทธิมนุษยชน (Denial of Human Rights) บทพื้นฐานที่สอดคล้องกับหลักนิติธรรม (Philip Alston, 1981)

ทั้งนี้ สภาพความเป็นจริงที่รัฐต่าง ๆ หรือสภาวะการณ์ที่นานาอารยประเทศกำลังเผชิญนั้น คือ การที่รัฐต้องเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ “Disruption” ในปัจจุบัน ซึ่งบางส่วนเป็นผลจากการเข้าถึงทุกพื้นที่ในสังคมโลกได้รวดเร็ว เป็นความท้าทายต่อการควบคุมสังคมและการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับระบบดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะระบบความมั่นคงและปลอดภัยของชาตินั้น ต้องคำนึงถึงเรื่องอาณาเขตซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของความเป็นรัฐ แต่ทว่าปัจจุบัน อาณาเขตของรัฐในความเป็นจริงนั้น เริ่มไร้ขอบเขต จนการรักษาดินแดนซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการคงความเป็นรัฐ อาจต้องพิจารณาถึงอาณาเขตทาง Cyber Space ด้วย ดังนั้น การสร้างกรอบหรือกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนเพื่อให้มั่นใจว่า สิทธิและเสรีภาพของมนุษย์ ซึ่งเป็นแก่นของความมั่นคงของมนุษย์นั้นจะยังคงได้รับการคุ้มครองตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน

ตัวอย่างมาตรการที่ส่งผลต่อความมั่นคงของมนุษย์ในโลกไซเบอร์ในระดับระหว่างประเทศ

ในประชาคมยุโรปมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป (General Data Protection Reg-

ulation (GDPR)) ซึ่งกฎหมายฉบับนี้เป็นตัวอย่างมาตรการทางกฎหมายที่เป็นเอกภาพ โดยนำไปบังคับใช้โดยตรง ในทุกประเทศที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรปโดยไม่ต้องมีการแปลง (Transpose) เป็นกฎหมายระดับประเทศ (National Law) โดยที่กฎหมายคุ้มครองข้อมูลทั่วไป (GDPR) มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการแจ้งเมื่อมีการละเมิดข้อมูล (Data Breach Notification) ระบบจัดการการคุ้มครองข้อมูล (Data Protection Management Systems) ค่าปรับและบทลงโทษ รวมทั้งการเรียกร้องจากบุคคลที่สาม (Third Party Claims) (กรมเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ, 2561) โดยมีข้อกำหนดบางส่วนที่เข้มงวดกว่ากฎหมายภายในรัฐหรือระดับประเทศ ส่งผลต่อภาคเอกชนหรือบริษัทต่าง ๆ ให้ต้องคำนึงถึงกฎหมายคุ้มครองข้อมูลทั่วไป (GDPR) ฉบับนี้เป็นหลักสำคัญ แทนที่จะต้องคำนึงถึงกฎหมายคุ้มครองข้อมูลภายในของรัฐสมาชิกของสหภาพยุโรป ซึ่งทำให้เกิดเป็นมาตรฐานกลางสำหรับการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์ข้ามประเทศ การจัดการความเสี่ยงทางเทคโนโลยีสารสนเทศทั่วไป (General IT Risk Management) ตลอดจนการป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ที่สามารถควบคุมได้เป็นเอกภาพมากยิ่งขึ้น

บทวิเคราะห์

โลกดิจิทัลส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งคนรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นต่อไป กล่าวคือคือ ทำให้มนุษย์สามารถศึกษา เรียนรู้ เข้าใจ ในภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และค่านิยมของอีกประเทศหนึ่งได้โดยสะดวก เข้าถึงง่าย อีกทั้งใช้เวลาน้อยและง่ายต่อการแลกเปลี่ยน ซึ่งหากเกิดแนวคิดในด้านลบ อาจส่งผลให้เกิดเป็นคุกคามต่อความมั่นคงของมนุษย์ (Human Security) ได้ โดยอาจมีการสร้างบุคลากรด้านไซเบอร์ที่ทำงานในเชิงลบ การเพิ่มขีดความสามารถให้แฮกเกอร์ในการเอาไปซึ่งข้อมูล หรือการทำให้เสื่อมเสียจากการเผยแพร่ข้อมูลของบุคคลหรือขององค์กร เช่นนี้ ทำให้การสู้รบในยุคปัจจุบันอาจไม่ใช่การสู้ด้วยอาวุธเหมือนในอดีต แต่ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบของการโจมตีในลักษณะของการขโมยข้อมูลหรือการโจมตีทางไซเบอร์ต่อโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการให้ข้อมูลที่ผิดหรือการสร้างข่าวที่เป็นเท็จ (Fake News) อันเป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดการทำลายความมั่นคงของข้อมูล (Information Security) ข้อมูล

จึงเป็นเสมือนอาวุธในสนามรบดิจิทัล (Digital Battlefield) ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบ

วิเคราะห์ภัยคุกคามทางไซเบอร์จากสภาพโดยทั่วไป

ภัยคุกคามทางไซเบอร์ มักจะเกิดจากช่องว่างหรือความแตกต่างด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการเพิ่มขีดความสามารถในการป้องกันหรือรักษาข้อมูลสำคัญในระดับเป็นความมั่นคงของประเทศ

เมื่อวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมทั่วไป (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2560) สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ อาทิ การที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากัับวิถีชีวิตของมนุษย์ การปฏิวัติทางดิจิทัล (Digital Revolution) ทำให้เกิดตัวแปรใหม่ที่ประเทศต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ในการทำงานของบุคลากรภาครัฐ บริหารราชการแผ่นดิน นอกจากนี้ การขยายขอบเขตการใช้งานกับโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ยังเป็นการเพิ่มอาณาเขตของการคุกคามทางไซเบอร์ เช่น ระบบการผลิตไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบควบคุมจราจร ดาวเทียม และระบบการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น

ทั้งนี้ เพื่อให้มีมาตรการรองรับอย่างเท่าทันต่อภัยคุกคามไซเบอร์ดังที่อธิบายมาข้างต้น มีข้อพิจารณาสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. เมื่อพิจารณาขนาดและลักษณะของภัยคุกคามทางไซเบอร์และช่องโหว่ของประเทศ การใช้แนวทางในปัจจุบันอาจจะทำให้ประเทศมีความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่ยังไม่เพียงพอ
2. ควรกำหนดแนวทางโดยคำนึงถึงความต้องการของตลาด (Market Based Approach) เพราะความต้องการและความนิยมอย่างมากจากการใช้ประโยชน์บนโลกไซเบอร์ ทำให้เกิดการลงทุนในภาคเอกชนเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์มีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อาจยังไม่มีนัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในระดับที่รองรับกับปัญหาได้ ดังนั้น รัฐบาลต้องเป็นผู้นำและแทรกแซงโดยการสร้างกลไกด้านการลงทุนและการนำทรัพยากรที่มีอยู่ไปใช้เพื่อการเตรียมพร้อมและรองรับกับปัญหา
3. การที่รัฐบาลดำเนินการฝ่ายเดียว จะไม่สามารถแก้ไขได้ในทุกด้าน ต้องสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วน
4. ประเทศไทยจำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่เน้นการสร้างการเข้าใจ

ให้ความรู้ สร้างความตระหนักและตื่นตัวให้กับประชาชน และมีกลไกสนับสนุนทักษะและสร้างขีดความสามารถต่าง ๆ ที่สามารถก้าวทันและเผชิญกับภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องได้

วิเคราะห์ผลการประเมินด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในระดับโลก

ปัจจุบันประเทศไทยมียุทธศาสตร์ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (National Cybersecurity Strategy) (สำนักงานสภามั่นคงแห่งชาติ, 2561) อีกทั้งมีกระทรวงดิจิทัล เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการประสานการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในระดับระหว่างประเทศ บทบาทที่สำคัญประการหนึ่งคือการพัฒนาด้านบุคลากร อาทิ การได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดตั้งศูนย์ความร่วมมืออาเซียน-ญี่ปุ่น เพื่อพัฒนาบุคลากรความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (ASEAN-Japan Cybersecurity Capacity Building Centre : AJCCBC) (ตามมติที่ประชุม TELMIN-Japan การประชุมรัฐมนตรีอาเซียนด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับประเทศญี่ปุ่น ที่ประเทศกัมพูชา) โดยมีสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาบุคลากรความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง โดยศูนย์ดังกล่าวนี้ได้รับการสนับสนุนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ทำให้สามารถดำเนินการฝึกอบรมให้แก่ประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในระดับโลก ดัชนีความปลอดภัยทางไซเบอร์ทั่วโลกหรือ GCI ซึ่งมีรากฐานมาจาก ITU Global Cybersecurity Agenda (GCA) สะท้อนถึงกฎหมายเทคนิคกักบงค์กรที่เสริมสร้างขีดความสามารถและความร่วมมือที่เกี่ยวข้อง

โดยที่สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือ ITU กำหนดตัวชี้วัดไว้ 25 ตัวชี้วัด ในมาตรฐานเดียวทั่วโลก เพื่อตรวจสอบความมั่นคงและความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ของรัฐบาลสมาชิก ITU (193 ประเทศ) ซึ่งผลสำรวจในปี 2018 (ITU, 2019) สรุปได้ดังนี้

Member State	Score	Global Rank
United Kingdom	0.931	1
United States of America	0.926	2
France	0.918	3
Lithuania	0.908	4
Estonia	0.905	5
Singapore	0.898	6
Spain	0.896	7
Malaysia	0.893	8
Canada	0.892	9
Norway	0.892	9
Australia	0.890	10
Thailand	0.796	35

จากตารางแสดงข้อมูลข้างต้น ย่อมเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและการดำเนินนโยบายที่เป็นรูปธรรมในประเทศนั้น ๆ โดยประเทศที่มีกลยุทธ์ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ สิงคโปร์ ซึ่งได้อันดับที่ 6 ในขณะที่ประเทศไทยได้อันดับที่ 35 ทั้งนี้ ท่ามกลางการเผชิญกับปัญหาการคุกคามทางไซเบอร์ที่กระทบต่อสิทธิมนุษยชน การดูแลความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจว่า พลเมืองของประเทศได้ใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางไซเบอร์ที่ปลอดภัย โดยจะเห็นได้ว่า การจัดอันดับดังกล่าวของ ITU นั้น เป็นไปเพื่อให้รัฐต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างกลไกที่จำเป็นเพื่อการรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยของพลเมืองของรัฐในโลกดิจิทัลที่ภัยคุกคามอาจมาในรูปแบบของสิ่งที่มองไม่เห็น

กล่าวได้ว่า การประเมินผลในระดับความร่วมมือระหว่างประเทศยังคงเป็นสิ่งจำเป็น แต่ทว่าเป็นหน้าที่ของรัฐบาลของแต่ละประเทศที่จะต้องพัฒนากลไกหรือจัดให้มีแผนยุทธศาสตร์ที่เป็นรากฐานในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ โดยต้องมีการประสานงานที่มีประสิทธิภาพและการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐในระดับชาติและระดับท้องถิ่น รวมถึงภาคเอกชนและภาคประชาสังคมอีกด้วย (Artur Appazov, 2014)

วิเคราะห์การกำกับดูแลของสังคมโลกในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

กล่าวได้ว่า กิจกรรมในโลกยุคปัจจุบันเกือบแทบทั้งหมดแท้จริงแล้วย่อมอยู่ภายใต้ “การกำกับดูแลระดับโลก (Global Regulation)” ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง กล่าวคือ สินค้าและกิจกรรมต่าง ๆ ที่นอกจากจะมีกลไกการควบคุมมาตรฐานโดยรัฐใดรัฐหนึ่งแล้ว เมื่อสินค้าและกิจกรรมเหล่านั้นต้องข้ามพรมแดนหรือมีการขนส่งข้ามประเทศ ย่อมต้องอยู่ภายใต้กลไกการกำกับดูแลหรือมาตรฐานระดับโลกหรือระดับระหว่างประเทศ

จะเห็นได้ว่า การสร้างมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก หรือการสร้างระบบการกำกับดูแลครอบคลุมทั่วโลก (Global Regulatory Regimes) ในหลากหลายกิจกรรม เช่น การอนุรักษ์ป่า การประมง การจัดการทรัพยากรน้ำ การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม การควบคุมอาวุธ ความปลอดภัยของอาหาร มาตรฐานทางการเงินและการบัญชี เกสซ์กรรม การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การปกป้องผู้อพยพ มาตรฐานด้านแรงงาน และมาตรการป้องกันการผูกขาด เป็นต้น โดยที่ระบบการกำกับดูแลที่ครอบคลุมหลายภาคส่วนเหล่านี้มีแนวโน้มได้รับการยอมรับโดยมีขอบเขตการบังคับใช้มากยิ่งขึ้น จากการขับเคลื่อนผ่านกลไกความร่วมมือ

โดยองค์การระหว่างประเทศ ทั้งที่เป็นองค์การระหว่างรัฐบาล (Intergovernmental Organizations หรือ IGOs) รวมถึงองค์การที่จัดตั้งขึ้นโดยภาคเอกชน (Non-Governmental Organizations หรือ NGOs)

ทั้งนี้ เรื่องความมั่นคงของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดน ย่อมต้องมีระบบกำกับดูแล ซึ่งในเบื้องต้นอาจกำหนดกรอบสำหรับการดำเนินการของรัฐ หรือการกำหนดแนวทางสำหรับหน่วยงานปกครองภายในประเทศ (Domestic Administrative Agencies) ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับภาคประชาสังคมระดับประเทศ (National Civil Society Actors) ทั้งนี้ ระบบกำกับดูแลอาจจะมีกลไกเป็นของตนเองในการนำไปปฏิบัติ ซึ่งอาจต้องอาศัยหน่วยงานระดับประเทศหรือระดับภูมิภาคเป็นผู้ดำเนินการ โดยที่ในกรณีต้องยุติข้อขัดแย้ง ระบบกำกับดูแลบางระบบอาจจัดตั้งหน่วยงานด้านยุติธรรม (หรือกึ่งศาล) (Judicial or Quasi - Judicial Bodies) หรือจะใช้รูปแบบที่ “นุ่มนวล” มากกว่า (Softer Forms) เช่น การเจรจา การไกล่เกลี่ย ซึ่งเป็นกลไกดั้งเดิมที่บนพื้นฐานของการยินยอมของรัฐ (State Consent) ซึ่งมักได้รับความนิยม อย่างไรก็ตามท่ามกลางโลกดิจิทัลที่ไร้พรมแดนเช่นนี้ วิธีการดั้งเดิมอาจไม่เพียงพอที่จะรับมือกับกิจกรรมในระดับโลก (Global Activities) ได้ทั้งหมด ดังนั้น ยุทธศาสตร์ในการรับมือกับปัญหาการคุกคามทางไซเบอร์ในแต่ละประเทศควรสอดคล้องกับมาตรฐานหรือแนวทางปฏิบัติที่องค์การระหว่างประเทศแนะนำไว้ (ITU, 2018) อีกทั้งควรตระหนักว่าความมั่นคงปลอดภัยในโลกไซเบอร์เป็นองค์ประกอบสำคัญของนโยบายต่างประเทศ โดยเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องส่งเสริมทักษะด้านการทูตทางไซเบอร์ (Cyber Diplomacy) เพื่อเสริมสร้างวิธีการแบบดั้งเดิม รวมถึงพัฒนาโครงสร้างองค์กรที่เฉพาะเจาะจงซึ่งมีเป้าหมายหลักคือ การมีส่วนร่วมทางการทูตในประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกพรมแดนที่ส่งผลต่อความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งต้องกำหนดแผนดำเนินการระยะยาวด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงกลไก ในการสร้างบรรทัดฐานด้านการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์สากลและการบังคับใช้ที่เป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในมุมมองของผู้เขียนเพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในสังคมไทย อาทิ

1. ส่งเสริมให้มีกลไกการจัดการความรู้ด้านดิจิทัลให้กับพลเมืองของประเทศที่เป็นรูปธรรม

ทรัพยากรมนุษย์ในโลกดิจิทัล เป็นเรื่องที่ต้องเร่งดำเนินการเพื่อสร้างบุคคลที่มีศักยภาพด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity Professionals) โดยเฉพาะผู้มีหน้าที่ด้านการบังคับใช้กฎหมาย (Law Enforcement Community) ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางเทคนิคด้วย อาทิ การสอบสวนออนไลน์ (Online Investigation) และการชันสูตรทางดิจิทัล (Digital Forensics) โดยที่ผู้สอบสวน (Investigators) ต้องมีศักยภาพเพื่อความร่วมมือในการเสริมสร้างความมั่นคงของมนุษย์

2. ปลุกฝังค่านิยมด้านการรู้เท่าทันและการตระหนักรู้ทางดิจิทัล

ค่านิยมด้านการรู้เท่าทันและการตระหนักรู้ทางดิจิทัล (Digital Literacy and Awareness) เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชน ซึ่งบางส่วนอาจขาดความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ เนื่องจากเป็นภัยคุกคามที่มองไม่เห็นจนกว่าจะปรากฏความเสียหายที่ชัดเจน จึงต้องมีกระบวนการเพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจ ตลอดจนปลุกฝังค่านิยมด้านการรู้เท่าทันและการตระหนักรู้ทางดิจิทัลให้ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกดิจิทัล

3. บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสิทธิมนุษยชนกับความมั่นคงของมนุษย์

ควรกำหนดยุทธศาสตร์ด้านอาชญากรรมไซเบอร์ให้ครอบคลุมกับปัญหาด้านสิทธิมนุษยชน อาทิ การแสวงประโยชน์ทางเพศจากเด็กทางออนไลน์ (Online Child Sexual Exploitation) ทั้งนี้ การดำเนินการในประเทศไทย มีการกำหนดยุทธศาสตร์คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ (พ.ศ. 2560 - 2565) ที่วางหลักการให้ต้องส่งเสริมและติดตามให้ทุกภาคส่วนของสังคมให้เกิดการเคารพสิทธิมนุษยชนตามที่ได้รับ การรับรองตามรัฐธรรมนูญ ดังนั้น การคุ้มครองสิทธิมนุษยชนในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องครอบคลุมการละเมิดสิทธิมนุษยชนในช่องทางที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์หรือใช้ประโยชน์

จากช่องทางดิจิทัลด้วย เพราะอาจเป็นช่องทางที่ “ประชาชนกลุ่มเปราะบาง” เช่น เด็กและเยาวชน ที่อาจเข้าถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์และนำความไม่ปลอดภัยมาสู่ตนเองและครอบครัวได้ ทั้งนี้ การกำหนดนโยบายด้านอาชญากรรมไซเบอร์ (Lack of Proper Regulatory/Policy Regarding Cybercrime) ในประเด็นดังกล่าวนี้ ถือเป็นความท้าทายอีกประการหนึ่ง โดยควรศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่องในประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยละเอียดต่อไปในอนาคต อาทิ การติดตามผลลัพธ์ หรือ Feedback จากการกำหนดนโยบายของรัฐบาลวางโครงสร้างทางกฎหมายเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่ประกาศและมีผลใช้บังคับแล้ว เพื่อแก้ไขความกังวลของประชาชนเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ควบคู่กับการส่งเสริมคุณค่าความเป็นมนุษย์ โดยการเคารพต่อหลักเกณฑ์พื้นฐานด้านสิทธิมนุษยชนที่เป็นหลักการสากล

4. พัฒนาระบบกำกับดูแลด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่เหมาะสมโดยมุ่งเน้นความเป็นอิสระ

ควรกำหนดกรอบการกำกับดูแลโดยสร้างองค์การด้านการกำกับดูแล (Regulatory Body) ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่เหมาะสมระดับรัฐ ซึ่งต้องมีความอิสระ โดยอาจจัดตั้งในรูปของคณะกรรมการ เช่น คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน เป็นต้น) เพื่อทำหน้าที่ประสานความร่วมมือในระดับระหว่างประเทศ การรับข้อร้องเรียนจากประชาชน รวมถึงมีกลไกรองรับข้อพิพาทหรือไกล่เกลี่ยปัญหาด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในเบื้องต้น

5. ดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดความร่วมมือด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cyber Protection Framework) และระบบกำกับดูแลทางไซเบอร์ในภูมิภาคอาเซียน

เพื่อแก้ไขประเด็นข้ามเขตอำนาจศาล (Cross-Jurisdictional Issues) ตลอดจนเป็นการบูรณาการความร่วมมือในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเป็นรูปธรรม ควรจัดการเจรจาหรือการประชุมเพื่อการตกลงร่วมกันในการสร้าง

กลไกในการแบ่งปันข้อมูลและสร้างช่องทางในการขอหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์จากประเทศอื่น ๆ ได้ เพื่อสร้างมาตรการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งถือเป็นประเด็นที่เชื่อมโยงต่อการดำรงไว้ซึ่งสันติภาพและความมั่นคงของมนุษย์

บทส่งท้าย

ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่โลกดิจิทัลครอบคลุมและแพร่ขยาย (Proliferation) ไปทั่วโลกแทบทุกพื้นที่ และในบางครั้งก็เป็นประหนึ่งโลกเสมือนจริง (Visual World) โดยเป็นกิจวัตรประจำวันของคนส่วนใหญ่ในโลกปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ในทุกครั้งที่เราใช้เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวก หรือใช้เป็นอุปกรณ์สำคัญในการเรียน หรือใช้ประกอบการทำงาน ตลอดจนใช้เป็นช่องทางในการสร้างความบันเทิงซึ่งในบางครั้งอาจเกินจริง (Surreal) จะเห็นได้ว่าในทุกกิจกรรมดังที่กล่าวมา ย่อมต้องเผชิญความจริงที่ว่า ในทุก ๆ ครั้งที่มีการเข้าถึง (Access) ย่อมเสี่ยงที่จะมีการคุกคาม (Threat) กลับมาได้เสมอ

กล่าวโดยสรุป ในประเด็นด้านความมั่นคงของมนุษย์ การสร้างสมดุลระหว่างรัฐกับปัจเจกบุคคลเพื่อรักษาไว้เสรีภาพของปัจเจกบุคคล กับการต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงของรัฐ การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในโลกไร้พรมแดนนี้ ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีการเฝ้าระวังและการรวบรวมข้อมูลซึ่งต้องดำเนินการภายในบริบทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะด้าน บนพื้นฐานของประโยชน์สาธารณะที่ชัดเจนโปร่งใส (Transparency) และไม่มีการเลือกปฏิบัติ (Discrimination) โดยที่ความเชื่อมโยงอย่างไรขอบเขตบนไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) เป็นสภาวะความเปลี่ยนแปลงซึ่งไม่เพียงแต่ให้ประโยชน์มหาศาลแก่มนุษยชาติ แต่ในบริบทของความมั่นคงทางดิจิทัลของมนุษย์ (Digital Human Security) ย่อมนำมาซึ่งภัยคุกคาม อันเป็นโทษต่อมนุษย์ โดยเป็นภัยคุกคามในภาวะสันติ (Peace Time Threats) ต่อมนุษยชาติได้เช่นกัน

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ. (2561, 23 มกราคม). *กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป*. <https://www.moc.go.th/images/633/GDPR-3-5.pdf>
- ไทยCERT (2554, 3 พฤศจิกายน). *APT ภัยคุกคามใหม่หรือแค่ชื่อใหม่ของภัยเดิม*. <https://www.thaicert.or.th/papers/technical/2011/pa2011te002.html>
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2560, 22 มิถุนายน). *เอกสารเรื่อง National Cybersecurity Strategy ยุทธศาสตร์ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ*. <http://nbt.go.th/getattachment/News/Information/National-Cybersecurity-Strategy-ยุทธศาสตร์ความมั่นคง/เอกสารแนบ.pdf.aspx>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2559, 11 พฤษภาคม). *กรอบแนวคิดและกรอบยุทธศาสตร์ในการพัฒนาดัชนีชี้วัดด้านหลักนิติธรรม/นิติรัฐ (Rule of Law Index/Indicators) ในประเทศไทย*. https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2016/11/Rule_of_Law_Index_resize.pdf
- สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์. (2559). *ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์*. สืบค้นจาก https://dga.or.th/upload/download/file_769c60982e4c374dcd33b41c29227a31.pdf
- สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ พ.ศ. 2561-2564*. (สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา, มิถุนายน 2561) สืบค้นจาก <http://www.nsc.go.th/Download1/ยุทธศาสตร์การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔.pdf>
- Anthony Giddens. (1996). *Affluence, Poverty and the Idea of a Post-Scarcity Society*. Retrieved from <https://www.files.ethz.ch/isn/29014/dp63.pdf>
- Artur Appazov. (2014). *Legal Aspects of Cybersecurity*. Retrieved from https://www.justitsministeriet.dk/sites/default/files/media/Arbejdsomraader/Forskning/Forskningspuljen/Legal_Aspects_of_Cybersecurity.pdf
- Brad Smith. (2017). *Protecting and Defending against Cyberthreats in Uncertain Times*. Retrieved from <https://www.rsaconference.com/industry-topics/presentation/protecting-and-defending-against-cyberthreats-in-uncertain-timesdefending-against-cyberthreats-in-uncertain-times>
- Charles E. Costanzo. (2011). *Human Security in a Borderless World*. Retrieved from <https://digital-commons.usnwc.edu/nwc-eview/vol64/iss3/11>
- Deloitte. (2012). *Cyber Security in a Borderless World*. Retrieved from <https://deloitte.wsj.com/cio/2012/05/23/cyber-security-in-a-borderless-world/>
- ENISA. (2018). *Threat Landscape Report*. Retrieved from https://www.enisa.europa.eu/publications/enisa-threat-landscape-report-2018/at_download/fullReport
- Henning Schalloske, Kathrin Feldmann and Amrei Zörn. (2018). *Cyber cross-jurisdictional risks and the impact of GDPR: Europe*. Retrieved from <https://www.mondaq.com/uk/data-protection/683016/cyber-cross-jurisdictional-risks-and-the-impact-of-gdpr-europe>
- ITU. (2010). *Introduction to Security Cyberspace, Cybercrime and Cybersecurity*. Retrieved from <https://www.itu.int/en/ITU-D/Cybersecurity/Documents/Introduction%20to%20the%20Concept%20of%20IT%20Security.pdf>

- ITU. (2018). *Guide to Developing a National Cybersecurity Strategy*. Retrieved from https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-CYB_GUIDE.01-2018-PDF-E.pdf
- ITU. (2019). *Global Cybersecurity Index (GCI) 2018*. Retrieved from https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2018-PDF-E.pdf
- Luke Irwin. (2020). *What's the difference between information security and cyber security?*. Retrieved from <https://www.itgovernance.eu/blog/en/whats-the-difference-between-information-security-and-cyber-security>
- OECD. (2015). *Digital Security Risk Management for Economic and Social Prosperity: OECD Recommendation and Companion*. Retrieved from https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/digital-security-risk-management-for-economic-and-social-prosperity_9789264245471-en#page5
- Philip Alston. (1981). *Development and the Rule of Law: Prevention Versus Cure as a Human Rights Strategy*. Retrieved from <https://www.icj.org/wp-content/uploads/2013/06/Universal-rule-of-law-development-working-paper-1981-eng.pdf>
- ThaiCERT. (2019). *Threat Group Cards: A Threat Actor Encyclopedia*. Retrieved from https://www.thaicert.or.th/downloads/files/A_Threat_Actor_Encyclopedia.pdf
- UN. (2018). *Consensus on The Application of Rule of Law and UN Charter to Make Cyberspace Safe*. Retrieved from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2018/11/consensus-on-the-application-of-rule-of-law-and-un-charter-to-make-cyberspace-safe/>
- United States Government Publishing Office (GPO). (2020). *Federal Information Security Modernization Act of 2014 (Public Law 113-283; December 18, 2014)*. Retrieved from <https://www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-113publ283/pdf/PLAW-113publ283.pdf>

บทแนะนำหนังสือ เพศสภาพเป็นสิ่งที่เลื่อนไหลหรือไม่?

Is Gender Fluid?

กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ¹

Kittisak Jermsittiparsert

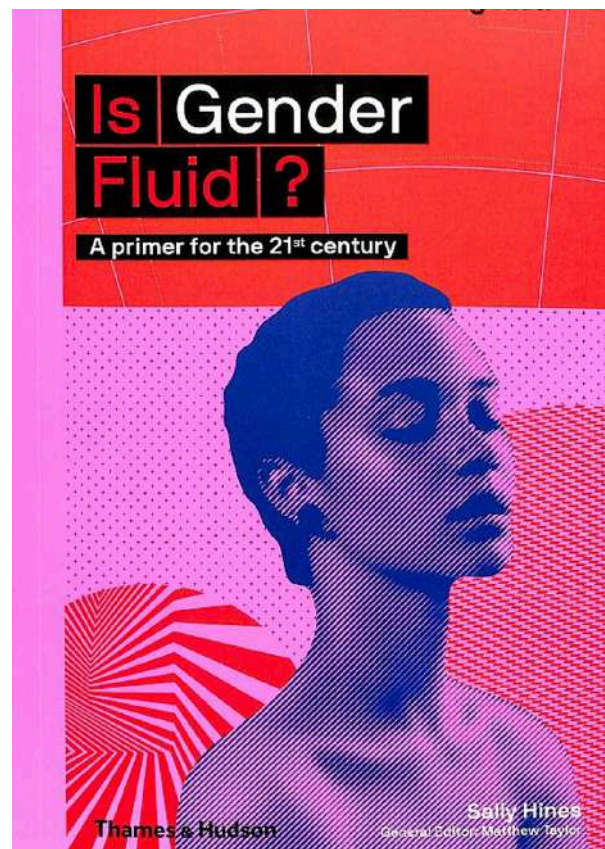
Article History

Received: April 18, 2021

Accepted: May 1, 2021

Is Gender Fluid? เป็นหนังสือลำดับที่ 3 จาก 12 รายการ ของหนังสือชุด “The Big Idea” ซึ่งจัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์เทมส์แอนด์ฮัดสัน ประเทศอังกฤษ ภายใต้การบรรณาธิการของ Matthew Taylor ประธานราชสมาคมเพื่อการส่งเสริมศิลปะ การผลิต และการพาณิชย์ สถาบันแนวหน้าทางวิชาการซึ่งมีอายุมากกว่า 260 ปีของสหราชอาณาจักร เขียนขึ้นโดย Sally Hines ผู้เชี่ยวชาญด้านความหลากหลายและอัตลักษณ์ทางเพศสภาพ และผู้พัฒนาเครือข่ายสหวิทยาการในการศึกษาเรื่องเพศวิถี เดิมเธอดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์สาขาสังคมวิทยาและเพศสภาพศึกษา และผู้อำนวยการศูนย์สหวิทยาการเพศสภาพศึกษา ที่มหาวิทยาลัยลิเวอร์พูล ก่อนที่จะย้ายมาดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์อาวุโสสาขาสังคมวิทยาที่มหาวิทยาลัยเชฟฟิลด์ เมื่อปี 2562 ที่ผ่านมา

เช่นเดียวกับ Is Capitalism Working? (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ, 2561) และ Is Democracy Failing? (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ, 2562) รวมถึงผลงานอื่นอีก 9 รายการ จุดเด่นของหนังสือชุดนี้คือความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อความเป็นจริงของ



¹ ศาสตราจารย์สาขารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Professor of Public Administration, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

E-mail: kittisak.jer@dpu.ac.th *Corresponding author

โลกปัจจุบัน ที่แหล่งของความรู้มีอยู่มากมาย สวนทางกับเวลาของผู้คนที่มีน้อยลงในเชิงเปรียบเทียบ พวกมันจึงถูกออกแบบมาอย่างกระชับ ให้ผู้อ่านสามารถอ่านจนจบตลอดเล่มได้ในระยะเวลาเพียง 2 ชั่วโมง ทั้งยังอาจเลือกที่จะทำความเข้าใจเฉพาะสาระสำคัญๆ ของเรื่อง ภายในระยะเวลาเพียงครึ่งชั่วโมง ด้วยการอ่านเฉพาะเนื้อหาที่ถูกจัดพิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุด (จาก 3 ขนาด) หรือทำความเข้าใจลึกๆ ไปอีกชั้น ด้วยการใช้เวลาเพิ่มอีกราว 1 ชั่วโมง (เพื่ออ่านเนื้อหาที่ถูกจัดพิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดกลาง) แต่นำภาพ (ในกรณีนี้ มากกว่า 160 ภาพ) มาเพื่อช่วยในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ในทุกๆ หน้ากระดาษ

นอกจาก บทนำ และ บทสรุป แล้ว Is Gender Fluid? ประกอบด้วยเนื้อหาอีก 4 ส่วน จำแนกออกเป็น 4 บท ได้แก่ 1) เพศสภาพในฐานะที่เป็นสิ่งแสดงเพศทางชีววิทยา 2) เพศสภาพในฐานะที่เป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม 3) ความหลากหลายทางเพศสภาพ และ 4) การเคลื่อนไหวทางเพศสภาพ

ผู้เขียนเริ่ม “บทนำ” ด้วยการบอกตรงๆ ว่าสาระหลักของหนังสือเล่มนี้ คือการทำให้นิยามของ “เพศสภาพ” (Gender) เป็นที่ชัดเจน และแสดงจุดยืนหนักแน่นว่า สำหรับเธอ และหนังสือเล่มนี้ของเธอ “เพศ” ที่มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า “Sex” หมายถึงลักษณะทางชีววิทยา ขณะที่ “เพศสภาพ” นั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

เธอเริ่มลำดับความว่า สำหรับคนจำนวนหนึ่ง เพศสภาพเป็นเงื่อนไขของลักษณะทางชีววิทยาและการเจริญพันธุ์ นั้นหมายความว่า ความแตกต่างทางด้านร่างกาย ฮอโมน และโครโมโซม แยกเราให้เป็นชายและเป็นหญิง ขณะที่คนอีกจำนวนหนึ่ง มองว่าเพศสภาพเป็นสิ่งแสดงบรรทัดฐานทางสังคม นั้นหมายความว่า มันเป็นส่วนผสมของพฤติกรรม บทบาท และความคาดหวัง ที่สังคมใช้ในการนิยามความเป็นชายและความเป็นหญิง เท่าแต่โลกยุคปัจจุบัน มีผู้คนจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ มองว่าเพศสภาพไม่ใช่สิ่งที่ฝังรากลึก หรือติดอยู่กับสภาพทางชีววิทยา แต่สามารถเข้าใจและแสดงออกได้อย่างหลากหลาย หรือมีความเลื่อนไหล (Fluidity) เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการทางสังคม วัฒนธรรม และแต่ละบุคคล กล่าวโดยสรุป เพศสภาพจึงเป็นส่วนประกอบของ 3 ปัจจัย ได้แก่ เพศสรีระ อัตลักษณ์ทางเพศ และการแสดงออกทางเพศ

“บทที่ 1 เพศสภาพในฐานะที่เป็นสิ่งแสดงเพศทางชีววิทยา” ผู้เขียนอุทิศ 28 หน้ากระดาษของหนังสือเล่มนี้ เพื่อตั้งต้นว่าสำหรับพวกสารัตถนิยมแล้ว ผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างกันมาแต่กำเนิดในทางชีววิทยา ซึ่งความแตกต่างทางด้านร่างกาย ฮอโมน และโครโมโซมระหว่างผู้ชายและผู้หญิงนี้เป็นเหตุให้บทบาททางสังคมของพวกเขามีความแตกต่างกันตามไปด้วย และนี่คือสารัตถะที่แบ่งแยกความเป็นชาย (Masculinity) และความเป็นหญิง (Femininity) ออกจากกัน

เขาพยายามลำดับความเพื่อขยายให้เห็นรากฐานของแนวคิดของนักวิชาการที่เป็นไปในทิศทางดังกล่าว ตามด้วยการชี้ว่า “แต่ไม่ใช่ทุกวิชาการทุกคนจะเห็นด้วย” และ “นักวิชาการจำนวนหนึ่งกำลังแสดงความคิดเห็นแย้งมากขึ้นเรื่อยๆ...” กระทั่ง “นักวิชาการนำนวนมากกำลังปฏิเสธ” ก่อนจะนำคำอธิบายและข้อมูลเชิงประจักษ์อีกชุดหนึ่งมาหักล้าง เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ปัจจัยทางชีววิทยาไม่ใช่เงื่อนไขของเพศสภาพ หรือแม้แต่พฤติกรรมตามเพศสภาพ อย่างที่คนจำนวนหนึ่งหลงเข้าใจ เพราะแท้ที่จริงแล้ว ไม่มีร่างกายใดๆ ที่เป็นชายและเป็นหญิงในทางชีววิทยา

“บทที่ 2 เพศสภาพในฐานะที่เป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม” สำหรับ 30 หน้ากระดาษนี้ ผู้เขียนชี้ว่า สำหรับพวกคอนสตรัคติวิสต์เชิงสังคม บทบาททางเพศสภาพไม่ได้ถูกกำหนดโดยเงื่อนไขทางชีววิทยาหรือการวิวัฒนาการ แต่เป็นการสร้างและทำให้เป็นเรื่องถาวรสำหรับแต่ละเพศโดยสังคมและวัฒนธรรมที่เราอาศัยอยู่ ฉะนั้น อัตลักษณ์และการแสดงออกทางเพศที่ผิดไปจากแบบแผนที่ถูกกำหนดขึ้นนี้จึงถือเป็นสิ่งผิดปกติ เขาลำดับความเพื่อพิสูจน์ให้เห็นจริงในความเห็นนี้ ด้วยการแสดงให้เห็นความคลี่คลายทางประวัติศาสตร์ เกี่ยวกับบทบาทของเพศสภาพในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน หรือแม้แต่ในโลกปัจจุบัน

ตั้งแต่ราวหมื่นปีก่อน ที่มนุษย์เริ่มตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นหลักแหล่ง เปลี่ยนจากการล่าสัตว์มาเป็นสังคมเกษตร พัฒนาอารยธรรมขึ้นมาโดยลำดับ จากอียิปต์ กรีก สุโรมัน บทบาททางเพศสภาพล้วนตั้งอยู่บนเงื่อนไขของศาสนาและวัฒนธรรม กระทั่งเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิธีการผลิตเปลี่ยนแปลงไป กอปรกับตัวอย่างในสังคมอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากหลังจากนั้น ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมตามเพศสภาพนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ ไม่ใช่โดยกำเนิด และบรรทัดฐาน ค่า

นิยม และบทบาทตามเพศสภาพ ก็ถูกกำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะในแต่ละสังคมและวัฒนธรรม ผ่านการยกย่องให้เป็นคุณลักษณะในอุดมคติ

“บทที่ 3 ความหลากหลายทางเพศสภาพ” ผู้เขียนใช้อีก 30 หน้ากระดาษ เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีบุคคลและกลุ่มบุคคลเป็นจำนวนมาก ที่มีอัตลักษณ์และ/หรือการแสดงออกทางเพศสภาพ ไม่เป็นไปตามกรอบขอบเขตทางเพศสภาพที่สังคมสร้างขึ้นสำหรับแบ่งแยกชายและหญิง โดยเริ่มจากการชี้ว่าระบบเพศสภาพในสังคมตะวันตก ส่วนใหญ่แล้วเป็นการแบ่งแบบคู่ตรงข้าม ซึ่งมีความเข้าใจโดยพื้นฐานว่ามีแค่เพศชายและหญิงเท่านั้น ขณะที่สังคมอื่นๆ ในโลกไม่ได้เป็นเช่นนั้น

อินเดียเป็นตัวอย่างแรกที่ถูกกล่าวถึง และอย่างเป็นทางการ เมื่อปี 2557 “เพศที่สาม” ได้รับการยอมรับตามกฎหมายแล้วในประเทศแห่งนี้ เช่นเดียวกับในวัฒนธรรมอื่นๆ ทั้งในละตินอเมริกา และเอเชีย รวมถึงประเทศไทย ซึ่งเรียกผู้คนที่มีความหลากหลายทางเพศรวมๆ ว่า “กะเทย” ที่ก็ยอมรับการมีอยู่ของเพศอื่นๆ นอกเหนือจากแค่ชายและหญิง

ทั้งนี้ ความสับสนระหว่าง “ความหลากหลายทางเพศ” กับ “รักร่วมเพศ” หรือ “ความปรารถนาต่อเพศเดียวกัน” เป็นสิ่งที่พบได้ทั่วไป โดยเฉพาะในสังคมตะวันตก มันถูกเชื่อมโยงเข้ากับการแต่งกายข้ามเพศและการใช้ชีวิตข้ามเพศ ซึ่งต่อมากลายเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในทางการแพทย์ กระทั่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีตั้งแต่คริสต์ทศวรรษที่ 1930 ที่ทำให้การ “แปลงเพศ” เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ เท่าแต่มันก็ยังไม่ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในฐานะพยาธิวิทยา

“บทที่ 4 การเคลื่อนไหวทางเพศสภาพ” ผู้เขียนทิ้งท้ายไว้ตั้งแต่บทที่ 3 ว่าการเพิ่มขึ้นของผู้ที่ตระหนักเกี่ยวกับปัญหาด้านอัตลักษณ์ทางเพศสภาพ ที่ไม่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม หรือไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดชีวิตของพวกเขา ได้ก่อตัวกลายมาเป็นการเคลื่อนไหวทางเพศสภาพ และเริ่มต้นบทที่ 4 ว่า “ในแง่หนึ่ง มันมีการเคลื่อนไหวทางเพศสภาพ มานานตราบเท่าที่มีความหลากหลายทางเพศสภาพ”

เขาอธิบายว่ากลุ่มเคลื่อนไหวทางเพศสภาพในปัจจุบันส่วนใหญ่มีรากเหง้ามาจากการพัฒนาของกลุ่มสตรีนิยมยุคใหม่ (ในยุโรปและอเมริกา ตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18) และ

กลุ่มสิทธิทรานส์ยุคใหม่ (ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19) ซึ่งทั้งกลุ่มเคลื่อนไหว LGBTQ และสตรีนิยม ต่างก็มีพื้นฐานร่วมกันในการทำท้าทายต่อกรอบแนวคิดเรื่องเพศสภาพแบบคู่ตรงข้าม (ชาย-หญิง) ซึ่งการเคลื่อนไหวพวกคตินี้ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มากมาย กระทั่งในพื้นที่ของสื่อสารมวลชน ที่การแสดงออกของเพศสภาพแบบที่ไม่ใช่คู่ตรงข้ามปรากฏแพร่หลายมากยิ่งขึ้น จนในท้ายที่สุด เราอาจต้องเผชิญกับคำถามสำคัญเกี่ยวกับเพศสภาพในอนาคต ว่า “เรากำลังมุ่งหน้าสู่โลกที่ไม่มีเพศหรือไม่?”

และ “โลกที่เราอาศัยอยู่ยังคงห่างไกลจากความเป็นกลางทางเพศสภาพ แต่การก้าวไปสู่ความเลื่อนไหลทางเพศสภาพเป็นเรื่องที่น่ายินดี (เพราะ) มันเปิดโอกาสที่ดีกว่าให้ทุกคน” คือข้อความสุดท้ายของ “บทสรุป” ของหนังสือเล่มนี้

Is Gender Fluid? อาจไม่ใช่หนังสือที่ให้ข้อมูลครบถ้วนที่สุดเกี่ยวกับ “เพศสภาพ” ซึ่งแน่นอนว่านั่นก็ไม่ใช่วัตถุประสงค์ของหนังสือเล่มนี้ รวมถึงอีก 11 เล่มในชุดนี้ด้วย แต่มันอาจเป็นหนังสือที่ดีที่สุด สำหรับผู้ที่สนใจจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับมัน แต่ยังไม่มองเห็นภาพรวม ยังไม่เข้าใจความเป็นมา-เป็นไป ยังไม่ทราบเกี่ยวกับประเด็นสำคัญๆ และข้อถกเถียงอย่างเป็นระบบของเรื่องนี้

เหนือสิ่งอื่นใด ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทย ที่งานวิจัยจำนวนมากยังพบว่าแม้ในทศวรรษนี้ สังคมของเรายังขาดความเข้าใจที่เพียงพอและการศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศสภาพ แม้กระทั่งในโรงเรียน (Jarernpanit, Ma, & Wang, 2019) จนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ อาทิ มีผลการเรียนที่ตกต่ำ มีปัญหาสุขภาพจิต ตลอดจนมีความเสี่ยงภาวะซึมเศร้าที่จะนำไปสู่การฆ่าตัวตายได้ (จิราภรณ์ อรุณากูร, 2557 อ้างใน สิทธิพร ครามานนท์, นริสรา พิงค์โพธิ์สกล และ ครรชิต แสนอุบล, 2562: 173) ซึ่งสิทธิพร ครามานนท์, นริสรา พิงค์โพธิ์สกล และ ครรชิต แสนอุบล (2562: 173) ชี้ว่าเรากำลังจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขยาย “ความเข้าใจ” เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศให้ได้มากยิ่งขึ้น Is Gender Fluid? จึงยิ่งทวีความสำคัญ ในอันที่จะช่วยสร้างความรู้เกี่ยวกับเพศสภาพ ที่ไม่ได้มีแค่ผู้ชาย ผู้หญิง และกะเทย และความเข้าใจว่าอันที่จริง มันเป็นสิ่งเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงไปมาได้ ไม่ได้เป็นอาการป่วยหรือความผิดปกติแต่อย่างใด

บรรณานุกรม

- กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ. (2561). บทปริทัศน์หนังสือ Is Capitalism Working?. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 5(2), 190-192.
- กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ. (2562). บทความปริทรรศน์หนังสือ Is Democracy Failing? (2018). *วารสารการบริหารปกครอง*, 8(1), 519-527.
- สิทธิพร ครามานนท์, นริสรา พิงษ์โพธิ์สภ และ ครรชิต แสนอุบล (2562). การให้ความหมายและเหตุปัจจัยของปัญญาที่ผุดขึ้นในบริบทความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษาพ่อแม่ที่ลูกวัยรุ่นมีความหลากหลายทางเพศ. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 11(2), 171-190.
- Hines, S. (2018). *Is Gender Fluid ?*. London: Thames & Hudson.
- Jarepanit, T., Ma, Q., & Wang, Y. (2019). The Gender Issues and Identities of the Young Tomboy and Lesbian in Chiang Mai and Phitsanulok of Thailand. *Rajabhat Journal of Sciences, Humanities & Social Sciences*, 20(1), 172-184.

คำแนะนำในการเตรียมและส่งต้นฉบับสำหรับผู้พิมพ์

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ควรจะมีความเนื้อหาทางวิชาการอยู่ในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ สาขาวิชาครุศาสตร์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชารัฐศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้พิมพ์บทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารอย่างเคร่งครัดรวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร ทั้งนี้ผู้พิมพ์จะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จหรือการปลอมแปลงรวมทั้งทักษะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์บทความนั้นและไม่ถือเป็นทักษะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร รวมทั้งผู้พิมพ์จะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเองทางวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เวอร์ชัน ThaiJo ในระดับ ไม่เกิน 25% โดยมีผลตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2563 เป็นต้นไป

วารสารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจำนวน 5,000 บาท ต่อ 1 บทความ ผู้พิมพ์จะต้องลงทะเบียนในระบบ ThaiJo พร้อมจ่ายค่าธรรมเนียมมาที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เลขที่บัญชี 178 1489 579 ส่งหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียมมาที่ Journalofcommarts@rbru.ac.th จะคืนให้ผู้พิมพ์ในกรณีบรรณาธิการปฏิเสธการตีพิมพ์เท่านั้น หากส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความแล้ววารสารจะไม่คืนค่าธรรมเนียม

ประเภทของบทความ

1. บทความวิชาการ (Academic article) คือ บทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานวิชาการที่ได้เรียบเรียงมาจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่นหรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้สำหรับผู้สนใจทั่วไปกล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ไขปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย จากแหล่งข้อมูล สรุป อาทิ หนังสือ วารสารวิชาการ อินเทอร์เน็ต ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

2. บทความวิจัย (Research article) คือ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย บทความวิจัยประกอบด้วย หน้าแรก เป็นชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ ในส่วนหน้าที่เป็นชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) อีเมล (e-mail) หรือในกรณีที่เป็นักศึกษาควรมีรายละเอียด เช่น หลักสูตร สาขา มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นต้น **บทคัดย่อ** ต้องระบุถึงสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย) ผลการวิจัยและบทสรุป **ความยาวไม่เกิน 250 คำ** ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้นิพนธ์เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ **เนื้อหาของบทความ** ได้แก่ บทนำต้องมีความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ และสมมุติฐานของงานวิจัย (ถ้ามี) กรอบแนวคิดการวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ เป็นต้น

3. บทความปริทัศน์ (Review article) คือ งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการเฉพาะทางที่มีการศึกษา คั่นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ทันสมัยโดยให้ข้อวิพากษ์ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อยอดได้ บทความปริทัศน์นั้นเป็นการนำเสนอภาพรวมของเรื่องที่น่าสนใจโดยในหน้าแรกของบทความปริทัศน์จะต้องประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) และ อีเมล (e-mail) พร้อมบทสรุป เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อให้เข้าใจว่าเรื่องที่ได้นำเสนอมีความน่าสนใจและความเป็นมาอย่างไร พร้อมระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

การเตรียมต้นฉบับ

1. การพิมพ์ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Office Word ระยะบรรทัดเดี่ยวโดยจัดหน้ากระดาษขนาด A4 (8.5x11 นิ้ว) ตั้งค่าน้ำกระดาษสำหรับการพิมพ์ห่างจากขอบกระดาษทุกด้าน ด้านละ 2.0 เซนติเมตร **จัดสองคอลัมน์ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้า**

2. รูปแบบตัวอักษร จัดพิมพ์ด้วยอักษร Thai Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รายละเอียด ดังนี้ หัวเรื่องอักษรขนาด 18 pt. ใช้ตัวหนา ชื่อผู้พิมพ์ (ตัวปกติ) และหัวข้อหลัก (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 16 pt. หัวข้อรอง (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เนื้อหาทุกส่วน (ตัวปกติ) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เชิงอรรถหน้าแรก ใช้ตัวอักษรขนาด 12 pt. ตัวปกติ

3. จำนวนหน้าความยาวของบทความ **ไม่เกิน 10 หน้า** (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง)

4. ตาราง รูปภาพ แผนภูมิ และกราฟ ให้แทรกไว้ในเนื้อเรื่องอาจจัดทำเป็นขาวดำหรือสีก็ได้โดยให้ผู้พิมพ์คัดเลือกเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เรียงลำดับให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง **ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง ส่วนชื่อรูปภาพ แผนภูมิ ให้อยู่ด้านล่างพร้อมทั้งคำอธิบายสั้น ๆ**

6. เอกสารอ้างอิง (**การอ้างอิงสารสนเทศตามแบบ APA**) (7th edition) มีรายละเอียดตามที่กำหนด ดังนี้

6.1 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่)./ หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

6.2 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ เลขปีที่ (ฉบับที่)./ เลขหน้า./ <https://doi.org/เลขdoi>

6.3 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./ สำนักพิมพ์.

6.4 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./ URL

6.5 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก] ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี ไม่ได้ตีพิมพ์./ ชื่อมหาวิทยาลัย.

6.6 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก] หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี./ ชื่อเว็บไซต์./ URL

6.7 ชื่อผู้แต่ง./ (ปี)./ ชื่อเรื่อง./ ชื่อเรื่องย่อ./ ชื่อวารสาร./ เลขของปีที่ (เลขของฉบับที่)./ เลขหน้า./ URL (หน้า)./

7. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ก่อนการจัดส่งต้นฉบับ และส่งต้นฉบับมาที่ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/index> โดยสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 081 374 3100



คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 ม.5 ต.ท่าช้าง อ.เมือง จ.จันทบุรี
22000