



Print ISSN 2229-2683
Electronic ISSN 2408-1418

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2567

Vol. 14 No. 1 January - April 2024



GNRU

Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

Print ISSN 2229-2683

Electronic ISSN 2408-1418

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2567

Volume 14 No. 1 January – April 2024

เครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับเดือนมกราคม – เมษายน กำหนดเผยแพร่ เดือนเมษายน

ฉบับเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม กำหนดเผยแพร่ เดือนสิงหาคม

ฉบับเดือนกันยายน – ธันวาคม กำหนดเผยแพร่ เดือนธันวาคม

- บทความวิจัย 9 บทความ

- บทความวิชาการ 1 บทความ

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

วัตถุประสงค์(Aims)

เพื่อส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัยของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ และนักวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอบเขต(Scope)

ผลงานที่ตีพิมพ์ อาจอยู่ในรูปแบบต่อไปนี้ บทความวิชาการ บทความวิจัย บทความวิทยานิพนธ์ กรณีศึกษา บทความปริทัศน์ บทความปริทัศน์ ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับศึกษาศาสตร์ จิตวิทยา เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน สังคมวิทยา หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

สำนักงานกองบรรณาธิการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
69 หมู่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
โทรศัพท์ 055 706 555 ต่อ 1770
<https://graduates.kpru.ac.th/>
วารสารฉบับอิเล็กทรอนิกส์ :
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/>
Email address: graduates@kpru.ac.th

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.คงศักดิ์ศรีแก้ว

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยณรงค์ ชันผณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปราณี เนมิตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ โชติเดชานรงค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณี จันทร์ตา

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพเชษนต์ สิริเสถียรวัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

อาจารย์ ดร.จินดา ศิริตา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อาจารย์ ดร.ธัญญา จันทร์ตรง

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความประจำฉบับ

ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยาณี ภาคอึด	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลเชษฐ์ มงคล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนโชติ บุญวรโชติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แสงทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร. นิคม นาคอ้าย	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ตันยะ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชนก จรัสวิญญู	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงลักษณ์ เขียนงาม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฮัมเตีย มุตอ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ กีกก้อง	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
อาจารย์ ดร.ศศิพัทธ์ สันกลกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

คณะผู้จัดทำ

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ กีกก้อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลอยพรรณ สอนสุวิทย์

นายทวีทัต ริวมงคล

ขั้นตอนการดำเนินการ

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้จะได้รับการพิจารณาและการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer) ในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน ในลักษณะ Double-blind Peer Review โดยวารสารมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. กองบรรณาธิการ ตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องทางวิชาการของบทความต้นฉบับเบื้องต้น
2. จัดส่งต้นฉบับให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เป็นผู้พิจารณาประเมินคุณภาพของบทความ จำนวน 3 คน
3. จัดส่งผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer) ให้เจ้าของบทความปรับปรุงแก้ไข หรืออธิบายหรือชี้แจงข้อสงสัยผ่านบรรณาธิการ
4. กองบรรณาธิการ ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของบทความหลังปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer)
5. จัดทำต้นฉบับรูปเล่มวารสารฉบับสมบูรณ์
6. กองบรรณาธิการดำเนินการเผยแพร่วารสาร

บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ถือเป็นผลงานทางวิชาการของผู้ประพันธ์เอง
กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป
ผู้ประพันธ์ต้องรับผิดชอบต่อบทความของตน

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เป็นวารสารในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) ให้เป็นวารสารวิชาการในฐาน TCI กลุ่ม 1 ซึ่งการจัดทำวารสารเกิดขึ้นภายใต้ความร่วมมือของหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ 8 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการของนักวิชาการนักวิจัย นักศึกษา คณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้าน โดยจัดทำขึ้นปีละ 3 ฉบับ

สำหรับวารสารฉบับนี้ดำเนินการเป็นปีที่ 14 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ.2567 ปัจจุบันสำนักงานกองบรรณาธิการวารสารตั้งอยู่ที่มหาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ผู้สนใจสามารถสืบค้นข้อมูลได้จากระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (Thai Journals Online:ThaiJO) ซึ่งเป็นระบบการจัดการวารสารออนไลน์ของไทยที่ใช้ระบบ Open Journal System (OJS) ทั้งนี้ กองบรรณาธิการมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพวารสารให้เป็นแหล่งตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ตลอดจนผลงานวิจัยและและผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ และนักวิจัย เพื่อพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการและการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและพัฒนาประเทศตามปรัชญาการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐรดา วงษ์นายะ

บรรณาธิการ

สารบัญ

ที่

หน้า

บทความวิจัย

- 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการบริการวิวัฒน์ในธุรกิจ SMEs ภาคการผลิต เขตภาคเหนือของประเทศไทย
CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF SERVICIZATION OF MANUFACTURING SMES IN THE NORTHERN OF THAILAND.
พลอยณัฏชา เดชะเศรษฐ์ศิริ, ชัมมะทีนนา ศรีสุพรรณ, ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์..... 1
- 2 การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)
กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์
จังหวัดฉะเชิงเทรา
THE SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) EVALUATION OF CULTURAL ENTREPRENEUR DEVELOPMENT ACTIVITIES IN BAN PHO DISTRICT, CHACHOENGSAO.
วรภัทร เมฆขจร, ชีระพงษ์ ทศวัฒน์, พรรณรัตน์ กานต์ไกรศรี..... 21
- 3 กระแสเงินสด ความสามารถในการทำกำไร และแนวทางการประเมิน
มูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
CASH FLOW, PROFITABILITY AND GUIDELINES FOR VALUING SHARES OF LISTED FINANCIAL INDUSTRY GROUPS IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND.
ธีรวัฒน์ ธวัชรัตน์โกศล..... 31
- 4 รูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏ ในยุคประเทศไทย 4.0
AN ENTREPRENEURSHIP INTENTION MODEL OF UNIVERSITY STUDENTS UNDER RAJABHAT UNIVERSITY IN THE ERA OF THAILAND 4.0.
รัชนก ปัญญาสุพัฒน์, ชัยวิชัย ม่วงหมี, นฤมล สุนสวัสดิ์..... 52
- 5 การศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนว
ยุคโลกพลิกผัน
A STUDY OF THE COMPONENTS OF COUNSELING COMPETENCIES FOR GUIDANCE TEACHERS IN VUCA WORLD.
อภิชาติ มุกดาม่วง..... 71

สารบัญ (ต่อ)

ที่		หน้า
บทความวิจัย		
6	การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริท (GRIT) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง THE DEVELOPMENT OF A TRAINING PROGRAM TO ENHANCE STUDENTS' GRIT AT RAJABHAT LAMPANG UNIVERSITY. ชรัญรักษ์ ปัญญามูลวงษา, ปณิสรา จันทร์ปาละ, ปณตนนท์ เกียรติประภากุล.....	86
7	ผลการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ สำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา THE RESULTS OF USING INNOVATIVE ART LEARNING BOXES TO PROMOTE ARTISTIC CREATIVITY SKILLS FROM WASTE MATERIALS OF ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS. ปฏิพล พาดัง, ยืนทิวา พรหมพันธุ์.....	104
8	ย่านเมืองเก่าท่าสาป : การวิเคราะห์ฉากทัศน์ Scenario Planning และกลไกการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านทุนทางวัฒนธรรม Tha Sap Old Town : Scenario Planning Analysis and Mechanisms for Driving the Learning City through Cultural Capital. สกาวรัตน์ บุญวรรณ.....	120
9	อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย THE INFLUENCE OF INFLUENCERS AND BRAND AWARENESS ON INTENTION TO PURCHASE COSMETIC PRODUCTS THROUGH ONLINE PLATFORMS IN THAILAND. อัฉรรา เมฆสุวรรณ.....	136
บทความวิชาการ		
10	การส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการ THE RESILIENCE QUOTIENT EMPOWERMENT FOR DISABLED STUDENTS. อัมเรศ เนตาลีทธิ, อนุชา ภูมิสิทธิพร, สุวพัชร์ ช่างพินิจ, ศิริวิมล ใจงาม.....	149

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการบริการวิวัฒน์ในธุรกิจ SMEs

ภาคการผลิต เขตภาคเหนือของประเทศไทย*

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF SERVICITIZATION OF MANUFACTURING SMES IN THE NORTHERN OF THAILAND*

พลอยณัชชา เดชะเศรษฐ์ศิริ**

ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ***

ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์****

(วันที่รับบทความ: 9 กุมภาพันธ์ 2567; วันแก้ไขบทความ: 31 มีนาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 11 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งและอันดับที่สองของการบริการวิวัฒน์ในธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตเขตภาคเหนือของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตเขตภาคเหนือ 17 จังหวัด โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการ คณะกรรมการบริหารหรือผู้จัดการที่เกี่ยวข้องจำนวน 422 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการบริการวิวัฒน์สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า p -value = .064 ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) = 1.204, RMR = .016, GFI = .966, AGFI = .947, NFI = .968, CFI = .994, RMSEA = .022 และ Hoelter = 428 โดยองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตเขตภาคเหนือ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านการกำกับดูแลองค์กร (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.928) 2) ด้านกิจกรรม (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.905) 3) ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.846) 4) ด้านการระดมทรัพยากรและความสามารถ (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.801) 5) ด้านการนำเสนอในการตลาด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.756) และ 6) ด้านการมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.743) ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและกำหนดนโยบายการปรับเปลี่ยนกระบวนการธุรกิจภาคการผลิตในด้านการบริการมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, การบริการวิวัฒน์, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต

* บทความวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

** นักศึกษา, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
E-mail: ploynutcha.d@gmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม E-mail: tummatinna@psru.ac.th

**** รองศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม E-mail: prasittichai@psru.ac.th

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF SERVITIZATION OF MANUFACTURING SMES IN THE NORTHERN OF THAILAND*

PLOYNUTCHA DECHASETSIRI**

TUMMATINNA SEESUPAN***

PRASITTICHAJ NARAKORN****

(Received: February 9, 2023; Revised: March 31, 2024; Accepted: April 11, 2024)

ABSTRACT

This research aimed to analyze the first and second order confirmatory factors of Servitization. The researcher used a questionnaire as a tool to collect data. The sample group was SMEs in the manufacturing sector in the 17 northern provinces of Thailand. The main informants were 422 entrepreneurs, executive committees, or managers involved in the business process of SMEs in the manufacturing sector. Data were collected using a questionnaire. The result of the confirmatory factors revealed that the model fit with the empirical data (p -value = .064, χ^2/df = 1.204, RMR = .016, GFI = .966, AGFI = .947, NFI = .968, CFI = .994, RMSEA = .022 & Hoelter = 428) The Servitization of manufacturing SMEs consists of six factors, including 1) organizational governance (0.928) 2) activity (0.905), 3) strategic management (0.846), 4) mobilization of resource and capability (0.801), 5) marketing offering (0.756), and 6) top management service orientation (0.743) respectively. The results of this research can be used to plan and formulate policies to change business processes in the manufacturing sector to be more service.

Keywords: Confirmatory factor analysis, Servitization, SMEs, Manufacturing sector

* Research article, Faculty of Management. Science, Pibulsongkram Rajabhat University

** Doctoral Candidate, Business Administration, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University.

E-mail: ploynutcha.d@gmail.com

*** Assistant Professor Dr., Faculty of Management. Science, Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: tummatinna@psru.ac.th

**** Associate Professor Dr., Faculty of Management. Science, Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: prasittichai@psru.ac.th

บทนำ

ภายใต้ความกดดันจากการแข่งขันสูง การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีโลกาภิวัตน์ การเปิดการค้าเสรี และความคาดหวังของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ กระบวนการ และรูปแบบทางธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว รวมทั้งอุตสาหกรรมการผลิตด้วยเช่นเดียวกัน เช่น การตลาดเปิดเสรีทำให้ตัวสินค้าเริ่มไม่มีความแตกต่างกันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจผู้ผลิตจะต้องสร้างความแตกต่างให้กับตัวเอง ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการอยู่รอดและการสร้างผลกำไรให้กับบริษัท ทั้งนี้ประเทศไทยมีการพัฒนาแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มีเป้าหมายหนึ่งในเรื่องการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญ ผ่านการผลักดันส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม ดังจะเห็นได้จากหมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023, pp. 20,80-88) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เช่น อุตสาหกรรม 4.0 และการผลิตที่ชาญฉลาด ที่มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมด้วยวิทยาศาสตร์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี บนพื้นฐานทางทฤษฎีของการบูรณาการอย่างลึกซึ้งของเทคโนโลยีสารสนเทศภายในอุตสาหกรรมการผลิตและบริการที่มีประสิทธิภาพ ปัจจัยเหล่านี้จึงได้กลายเป็นแรงผลักดันในการเปลี่ยนแปลงที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับบริษัทผู้ผลิตที่จะประสบความสำเร็จและได้เปรียบในการแข่งขัน

การบริการวิวัฒน์กลายเป็นหนึ่งในเครื่องมือหลักสำหรับธุรกิจผู้ผลิตในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเศรษฐกิจดิจิทัล โดย แวนเดอเมอร์เวและราดา (Vandermerwe & Rada, 1988) ได้อธิบายถึงปรากฏการณ์การบริการวิวัฒน์ (Servitization) ได้ปรากฏขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1980 ในขณะนั้น บริษัทผู้ผลิตทั่วโลกเริ่มให้ความสนใจในการปรับเปลี่ยนไปใช้รูปแบบธุรกิจการผลิตแบบเดิมให้มุ่งเน้นการให้บริการมากขึ้น (Kowalkowski, Gebauer, Kamp, & Parry, (2017); Martinez, Neely, Velu, Leinster-Evans, & Bisessar, (2017)) ซึ่งเบนส์ ไลท์ฟุต และสมาร์ท (Baines, Lightfoot & Smart, 2011) ได้ให้คำนิยามของคำว่า การบริการวิวัฒน์ ว่าเป็นกลยุทธ์ที่ส่งเสริมความสามารถด้านนวัตกรรมและกระบวนการของผู้ผลิตในการเปลี่ยนจากการผลิตและขายผลิตภัณฑ์ไปสู่การขายผลิตภัณฑ์และบริการแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้ามากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตจำนวนมากอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ธุรกิจที่เน้นการให้บริการเป็นหลัก อันเป็นแนวทางเพิ่มขีดความสามารถของผู้ผลิตให้ยกระดับการนำเสนอโดยรวม นอกเหนือจากการนำเสนอตัวผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียว โดยโคทามากิและพาร์ทานเนน (Kohtamäki & Partanen, 2015) อ้างถึงข้อมูลของบริษัทผู้ผลิตที่ได้รวมเอาการบริการวิวัฒน์ในกลยุทธ์การแข่งขันเป็นคุณลักษณะที่โดดเด่น ไม่เพียงแต่บริษัทขนาดใหญ่เท่านั้นที่นำการบริการวิวัฒน์นี้ไปใช้ ยังรวมไปถึงองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium Enterprise: SMEs) ก็ได้นำไปใช้ด้วยเช่นกัน (Sutdewan, Harakan, & Jemsittiparsert, 2019) ถึงแม้ว่าการเปลี่ยนโฉมบริษัทผู้ผลิตไปสู่การบริการดิจิทัลนั้นได้กลายเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการบรรลุตำแหน่งทางการตลาดที่นำพาใจและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ แต่ในปัจจุบันการบริการ

ภักดิ์ของบริษัของผู้ผลิตในทางปฏิบัตินั้นยังคงเป็นปัญหามีสำคัญ และจากมุมมองทางทฤษฎี การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการภักดิ์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตยังไม่เพียงพอโดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งมีงานวิจัยเฉพาะในธุรกิจขนาดใหญ่ (Baines, Bigdeli, Bustinza, Shi, Baldwin, & Ridgway, 2017) ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะถ่ายโอนองค์ความรู้จากบริษัทขนาดใหญ่ไปยังวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถึงแม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากน้อยที่เกี่ยวข้องกับการบริการภักดิ์ในธุรกิจ SMEs ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา (Gebauer, Paiola, & Edvardsson (2012); Confente, Buratti, & Russo (2015); Valtakoski & Witell (2018); Ambrose, Prim-Allaz, Teyssier, & Peillon (2018)) และส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนายังมีไม่มากนัก (Cvetković, Delić, Marjanović, Tasić, Morača, Lalić, 2017) ดังนั้น การศึกษาองค์ประกอบของการบริการภักดิ์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในบริบทของประเทศไทยยังคงขาดองค์ความรู้ดังกล่าว

จากข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2566 (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2023) ในพื้นที่ภาคเหนือ 17 จังหวัด มีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิตปี 2565 มีจำนวน 111,269 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.26 ของจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิตของทั้งประเทศ และมีการจ้างงานจำนวน 318,141 คน คิดเป็นร้อยละ 11.15 ของการจ้างงาน SMEs ในภาคการผลิตทั้งประเทศ โดยพบว่าเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากฟางและวัสดุถักสานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.79 รองลงมาคือ ผู้ผลิตการสีข้าว คิดเป็นร้อยละ 7.06 และผู้ตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่งของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 6.36 ตามลำดับ และหากจำแนกตามจังหวัดที่อยู่ในภูมิภาคเหนือ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิต ตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.82 รองลงมา ตั้งอยู่ที่จังหวัดแพร่ คิดเป็นร้อยละ 11.95 และตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 9.37 ตามลำดับ นอกจากนี้จากสถานการณ์และทิศทางของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งให้เห็นว่าภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีความน่าสนใจและคล้ายคลึงกันในหลายประการ ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม อาหาร ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์หลายประการ รวมถึงมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ศักยภาพทางการเงิน และการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2022) ดังนั้น ธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในภาคเหนือ นั้น ยังมีช่องว่างที่จะขยายธุรกิจและเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจในอนาคตได้มากกว่าภาคอื่น ๆ ในประเทศไทย

จากช่องว่างการวิจัยนี้ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเหล่านี้ ผู้เขียนจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นต้องมีแบบจำลองเชิงประจักษ์ที่ละเอียดยิ่งขึ้นเกี่ยวกับองค์ประกอบการบริการภักดิ์ในธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตของประเทศไทย เพื่อนำองค์ความรู้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผน และกำหนดแนวทางในการยกระดับศักยภาพธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตยุคใหม่ให้เร่งปรับตัวด้วยการประยุกต์ใช้การบริการภักดิ์ นำมาบูรณาการในกระบวนการการผลิตมากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่า สร้างโอกาสทางธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของการบริการภักดิ์ในธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตเขตภาคเหนือของประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

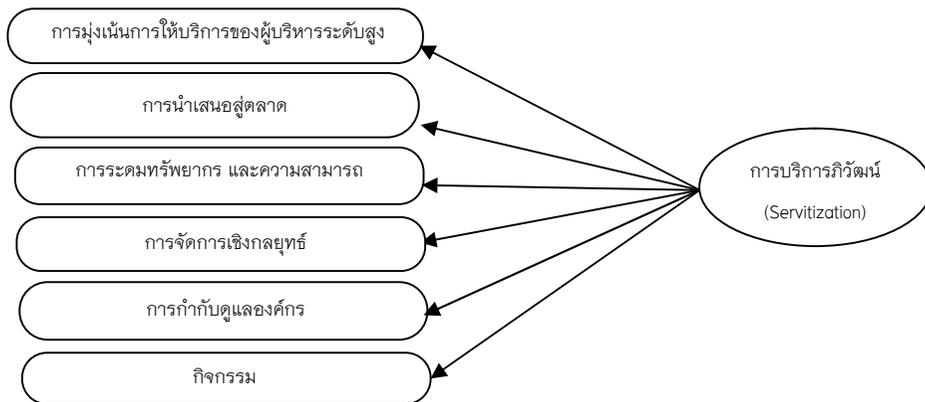
แวนเดอร์เมอร์เว และราด้า (Vandermerwe & Rada 1988) ระบุถึงปรากฏการณ์การบริการวิวัฒน์ (Servitization) ในช่วงปลายทศวรรษ 1980 ในขณะนั้น บริษัทผู้ผลิตทั่วโลกกำลังเปลี่ยนไปใช้รูปแบบธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการ (Kowalkowski et al. (2017); Martinez et al. (2017)) การบริการวิวัฒน์ เป็นแนวทางที่ส่งเสริมความสามารถด้านนวัตกรรมและกระบวนการของผู้ผลิตในการเปลี่ยนจากการผลิตและขายผลิตภัณฑ์ไปสู่การขายผลิตภัณฑ์และบริการแบบบูรณาการที่สร้างมูลค่าส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้ามากขึ้น (Baines et al., 2011) นอกจากนี้โควาลคอสกี ซอลแฮมเมอร์ และทรอนโวลล์ (Kowalkowski, Sörhammar, & Tronvoll, 2021) ได้ให้คำนิยามไว้ว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากโมเดลธุรกิจที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์เป็นการมุ่งเน้นการให้บริการและตระระกะนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่าการบริการวิวัฒน์หมายถึง ความสามารถและกระบวนการขององค์กรผู้ผลิตในการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียวเป็นการขายและการบริการลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าร่วมกันได้ดีขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรม ได้มีนักวิชาการหลายท่านที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์ในมุมมองที่แตกต่างกัน ได้แก่ เบนส์และคณะ (Baines et al., 2017) และฟลิชและเล็กซ์ท (Fliess & Lexutt, 2017) เน้นปัจจัยภายในที่เป็นประเด็นสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการให้บริการ (เช่น โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร อำนาจและความเป็นผู้นำ ทิศทางเชิงกลยุทธ์ ฯลฯ) การศึกษาหลายชิ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ตระหนักถึงมิติทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนการบริการวิวัฒน์ (Kindström & Kowalkowski (2014); Fliess & Lexutt (2017); Ayala, Gerstlberger, & Frank (2019)) โดยอายาลาและคณะ (Ayala et al., 2019) ระบุมิติการบริการวิวัฒน์ออกเป็น 3 มิติ (การเสนอบริการ ฐานทรัพยากรบริการ และกิจกรรมบริการ) การศึกษาของแอมบรูซและคณะ (Ambroise et al., 2018) เน้นเฉพาะในมิติของการออกแบบองค์กร เช่น ส่วนต่อประสานกับลูกค้า ระบบการให้บริการ และวัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องการวิจัยของอาบูเฟาล์ ริส อัลบ่าและซอร์ส (Abou-Foul, Ruiz-Alba & Soares, 2020) ได้ศึกษาการบริการวิวัฒน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การมุ่งเน้นการบริการของผู้บริหารระดับสูง การระดมทรัพยากรและความสามารถ การนำเสนอสู่ตลาด ในขณะที่แมดสัน (Madsen, 2021) พบว่า มีปัจจัยความสำเร็จของการบริการวิวัฒน์อยู่หลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ การกำกับดูแลองค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์ กิจกรรมหน้าที่ที่สร้างมูลค่า การเข้าถึงตลาด การบูรณาการดิจิทัล การบูรณาการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยบางชิ้น (Queiroz, Mendes, Silva, Ganga, Cauchick Miguel, & Oliveira (2020); Fliess & Lexutt (2017)) ที่ศึกษาองค์ประกอบโดยแบ่งออกเป็นการระดมทรัพยากรและความสามารถ การมุ่งเน้นกลยุทธ์ ปัจจัยด้านองค์กร และกระบวนการ นอกจากนี้ลินและคณะ (Lin, Luo, Leromonachou, Rong, & Huang, 2019) พบว่า การบริการวิวัฒน์ประกอบด้วย การมุ่งเน้นการบริการ การมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (ซึ่งมีตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นการบริการของผู้นำ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการบริหารจัดการภายในองค์กร) ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า นักวิชาการมีการใช้ชื่อกลุ่มตัวแปรและการแบ่งองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์ที่มีความแตกต่างกันออกไปในหลายมิติ แต่จะมีความสอดคล้องกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 6 มิติ คือ การมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง (Top Management service orientation) การนำเสนอในการตลาด (Market offering) การระดมทรัพยากรและความสามารถ (Mobilization of Resources

and Capability) การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance) และกิจกรรม (Activity)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยองค์ประกอบของการบริการ igitivn ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการบริการigitivn

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย 17 จังหวัด ซึ่งจากข้อมูลธุรกิจ SMEs ของประเทศไทย ปี 2565 มีจำนวนทั้งหมด 111,269 ราย (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2023)

กลุ่มตัวอย่าง คือ คือ ธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในภาคเหนือประเทศไทย โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 422 ตัวอย่าง โดยแฮร์และคณะ (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2019) แนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ควรอยู่ระหว่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 35 ข้อ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างควรอยู่ระหว่าง 350-700 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 10 เท่า ดังนั้นจึงต้องมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 350 ตัวอย่าง ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ตามสัดส่วนตามรายจังหวัด โดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยเทคนิค Convenient sampling ทางจดหมาย

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแสดงถึงระดับความสำคัญของการบริการวิวัฒน์ แบบ 5 ระดับซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนเอกสารวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง 2) การนำเสนอในการตลาด 3) การระดมทรัพยากรและความสามารถ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ 5) การกำกับดูแลองค์กรและ 6) ด้านกิจกรรม โดยแต่ละองค์ประกอบประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 4-7 ตัว รวมทั้งหมด 35 ข้อคำถาม

คุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถามระดับความสำคัญของการบริการวิวัฒน์ในด้านการตรวจสอบเนื้อหา (Content validity) ใช้วิธีการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยใช้เกณฑ์ที่ยอมรับว่าข้อคำถามนั้นๆ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและหรือวัตถุประสงค์ที่มุ่งวัดเหมาะสำหรับการวิจัยคือ ค่า IOC (index of item objective congruence) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 เป็นไปตามเกณฑ์คือมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 การตรวจสอบความเที่ยงของแบบวัด (reliability) จากการทดลองใช้กับธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยง (reliability) ในการวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.949 โดยแต่ละองค์ประกอบมีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.896- 0.791

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือราชการในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามถึงผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจ SMEs เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ทางจดหมายไปรษณีย์และแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) ระหว่างเดือน พฤษภาคม - พฤศจิกายน 2566 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ทั้งสิ้น 422 ฉบับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ
- 2) วิเคราะห์ค่าระดับความสำคัญของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 3) ตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรโดยดูจากค่า K.M.O. (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett Test of Sphericity
- 4) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก (The First Order Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบทฤษฎีหรือยืนยันทฤษฎีที่ผู้วิจัยศึกษาไว้แล้วว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยวิเคราะห์ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square), df, p-value, CMIN/DF, ดัชนีที่บอกถึงความคลาดเคลื่อนของโมเดล คือ ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (root mean squared residual: RMR), ดัชนี GFI (goodness of fit index), AGFI (Adjusted goodness of fit index), NFI, Hoelter, CFI และความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าของโมเดล (root mean squared of error approximation RMSEA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในภาคเหนือ มีลักษณะธุรกิจ เป็น บริษัทจำกัด (ร้อยละ 61.14) รองลงมา คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด (ร้อยละ 31.52) ซึ่งเป็นกิจการของคนไทยเป็น จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 93.60) โดยมีทุนจดทะเบียน น้อยกว่า 5 ล้านบาท (ร้อยละ 72.99) รองลงมา คือ 5 – 10 ล้าน (ร้อยละ 10.90) ตามลำดับ ส่วนจำนวนบุคลากรทั้งหมดของธุรกิจในปัจจุบัน พบว่า ธุรกิจมีจำนวน บุคลากรน้อยกว่า 50 คน มากที่สุด (ร้อยละ 81.28) รองลงมาคือ 51 – 100 คน (ร้อยละ 9.72) ซึ่งมีขนาดของ ธุรกิจ SMEs มากที่สุดคือ รายย่อย (Micro) (ร้อยละ 59.95) รองลงมา คือ ขนาดย่อม (Small) (ร้อยละ 39.57) ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด (ร้อยละ 17.30) รองลงมาคือ แพร่ (คิดเป็นร้อยละ 11.37) น่าน (ร้อยละ 10.90) และ เชียงราย (ร้อยละ 9.00) ตามลำดับ และมีประเภทการค้าดำเนินงานทางธุรกิจ แบบ B2B มากที่สุด (ร้อยละ 70.85) รองลงมาคือ B2C (ร้อยละ 27.01) และ B2G (ร้อยละ 2.13) ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.58) และเพศชาย (ร้อยละ 41.47) ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 41–50 ปีเป็นจำนวน มากที่สุด (ร้อยละ 33.18) รองลงมาคืออายุระหว่าง 31–40 ปี (ร้อยละ 31.75) และ อายุระหว่าง 51–60 ปี (ร้อยละ 19.43) ตามลำดับ ส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า การศึกษาในระดับปริญญาตรีมีจำนวน มากที่สุด (ร้อยละ 60.66) รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 19.91) และต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 16.82) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน 11 – 20 ปี มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 41.94) รองลงมา คือ น้อย กว่าหรือเท่ากับ 10 ปี (ร้อยละ 30.81) และ 21 – 30 ปี (ร้อยละ 15.88) ตามลำดับ และส่วนใหญ่ตำแหน่งงาน ปัจจุบัน มากที่สุด คือ เจ้าของกิจการ/ ประธานกรรมการบริษัท (ร้อยละ 60.66) รองลงมาคือ ผู้จัดการ/ หัวหน้า งาน / ตัวแทนธุรกิจ (คิดเป็นร้อยละ 26.78) และผู้บริหารระดับสูง (คิดเป็นร้อยละ 7.11) ตามลำดับ และจากผล การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การบริการภักดิ์ (SVT) มีค่าสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญ ($p < 0.001$) (Hair et al., 2014) (Bartlett's test: =9212.981, $df=595$, $p=.000$) และการวิเคราะห์ค่า Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.945 (ค่า KMO > 0.7) (Hair et al., 2014) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน และมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป AMOS เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ขององค์ประกอบแต่ละตัวแปรแฝงใน รูปแบบการวิจัยว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปรเป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของตัวแปรแฝงตามทฤษฎีและแนวคิด ที่ได้ตรวจสอบมา เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกตัวแปรในแต่ละรูปแบบการวัด ความเที่ยงตรงเชิงเสถียร (Convergent validity) วัดจากค่าน้ำหนัก (Factor Loading) ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 มีนัยสำคัญทางสถิติในทาง ปฏิบัติ (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2014) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) วัด จากค่า AVE ที่สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าต่ำกว่ารากที่สองของ AVE (Fornell & Larcker, 1981) ความ เชื่อถือได้วัดด้วยค่า Cronbach alpha และ Composite reliability ที่ต้องมากกว่า 0.70 โดยผลการศึกษาสามารถ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 422 ฉบับ พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบบริการ ภักดิ์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในภาคเหนือพบว่า มีจำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นการ ให้บริการของผู้บริหารระดับสูง 2) การนำเสนอในการตลาด 3) การระดมทรัพยากรและความสามารถ 4) การ จัดการเชิงกลยุทธ์ 5) การกำกับดูแลองค์กรและ 6) ด้านกิจกรรม อย่างไรก็ตาม มีตัวแปรสังเกตได้ถูกตัดออกไป

ทั้งสิ้นจำนวน 16 ตัวแปร เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้มีค่าน้ำหนักปัจจัยต่ำกว่า 0.5 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ที่เหลือ 19 ตัวแปรซึ่งมีผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก ดังตารางที่ 2 นี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก

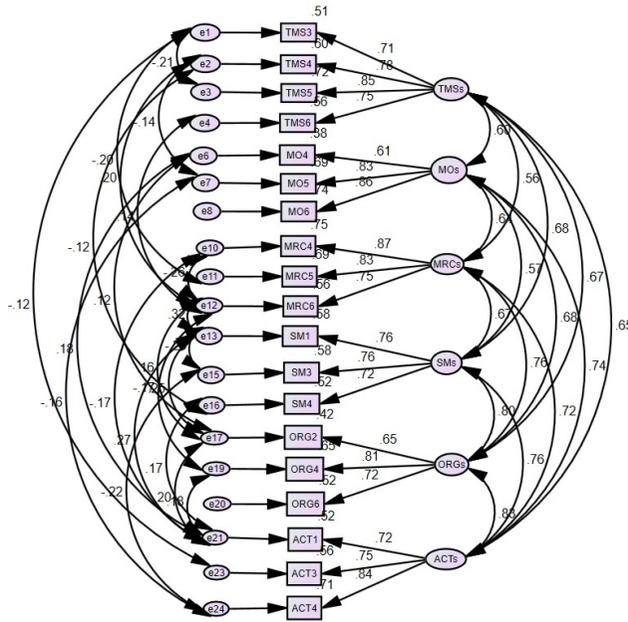
ข้อ	ตัวแปรและตัวแปรมาตรฐาน	Factor loading	R ²	CR (ต้อง > 0.7)	AVE (ต้อง > 0.5)
องค์ประกอบที่ 1. การมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง (TMS)				0.85	0.59
				5	8
TMS 3	การทบทวนกับทีมผู้บริหารเกี่ยวกับความคืบหน้าการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเป็นการให้บริการของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ	0.713	0.508		
TMS 4	การจัดสรรทรัพยากรหรือเวลาในการให้บริการ ของผู้บริหารระดับสูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความสามารถของพนักงานในการให้บริการที่ยอดเยี่ยม	0.777	0.604		
TMS 5	ความกระตือรือร้น มุ่งมั่น ทุ่มเทพยายามในการจัดการบริการอย่างแท้จริงของผู้บริหารระดับสูง	0.846	0.715		
TMS 6	ความเป็นผู้นำในการสร้างบริการที่มีคุณภาพของผู้บริหารระดับสูง	0.750	0.562		
องค์ประกอบที่ 2 การนำเสนอในตลาด (MO)				0.81	0.60
				7	2
MO4	การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแต่ละรายและสิ่งที่จะทำเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าเหล่านั้น	0.614	0.377		
MO5	การสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทเป็นประจำเพื่อจะสามารถสนับสนุนซึ่งกันและกันได้อย่างสำเร็จ	0.829	0.688		
MO6	การสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับเป้าหมาย ดัชนีภาพ หรือกลยุทธ์การให้บริการแก่ลูกค้า	0.862	0.743		
องค์ประกอบที่ 3 การระดมทรัพยากรและความสามารถ (MRC)				0.85	0.66
				8	9
MRC 4	การใช้เวลาและความพยายามอย่างมากในการฝึกฝนที่ช่วยให้สามารถให้บริการในระดับที่สูงขึ้น เมื่อพบกับลูกค้าในสถานการณ์จริง	0.866	0.750		
MRC 5	การฝึกฝนพนักงานเพื่อระบุและปรับปรุงทัศนคติที่มีต่อลูกค้า	0.832	0.692		
MRC	การจูงใจและให้รางวัลที่ยอดเยี่ยมให้แก่พนักงานทุกระดับสำหรับ	0.751	0.56		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อ	ตัวแปรและตัวแปรมาตรฐาน	Factor loading	R ²	CR (ต้อง > 0.7)	AVE (ต้อง > 0.5)
6	คุณภาพการให้บริการ ไม่ใช่แค่ผลผลิต		5		
องค์ประกอบที่ 4 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (SM)				0.794	0.562
SM1	การพิจารณาว่า การให้บริการเป็นกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างที่ยั่งยืน	0.762	0.581		
SM3	การตั้งเป้าหมายทางการเงินที่จะใช้ประโยชน์จากการ ให้บริการ	0.762	0.581		
SM4	การพิจารณาว่า การให้บริการสามารถช่วยชดเชยการ ขายผลิตภัณฑ์ที่ผันผวนได้	0.724	0.524		
องค์ประกอบที่ 5 การกำกับดูแลองค์กร (ORG)				0.773	0.534
ORG2	มีกระบวนการการส่งมอบบริการอย่างเป็นทางการ และเหมาะสม	0.651	0.423		
ORG4	การปรับเปลี่ยนกระบวนการ/กิจกรรมการบริการให้เป็น ธุรกิจระดับมืออาชีพ	0.808	0.652		
ORG6	การเอาชนะการต่อต้านภายในและความขัดแย้งที่เกิดขึ้น การปรับเปลี่ยนกระบวนการ/รูปแบบธุรกิจเป็นการ ให้บริการ	0.724	0.524		
องค์ประกอบที่ 6 กิจกรรม (ACT)				0.816	0.598
ACT1	การพัฒนาการให้บริการและผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกัน	0.724	0.524		
ACT3	การเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของบริษัท	0.750	0.563		
ACT4	ความกระตือรือร้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ใหม่ ๆ ของฝ่าย/หน่วยงานต่าง ๆ ของบริษัท	0.840	0.706		

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าเป็นบวกซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.614-0.866 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (CR) พบว่า ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่า ตัวบ่งชี้ที่สร้างขึ้นนั้นมีความเที่ยงตรงของการวัดในระดับสูง และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ของตัวแปรแฝง (AVE) มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่า ตัวบ่งชี้เหล่านั้นสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ดี และค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืน ประกอบด้วย Chi-square=138.479,

df=115, p=.067, CMIN/DF=1.204, RMR = .017 , GFI=:967, RMSEA=.022, AGFI = .943, CFI=.995 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



Chi-square=138.479, df=115, p=.067
CMIN/DF=1.204, GFI=:967, RMSEA=.022, CFI=.995

ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการบริการวิวัฒนาการของธุรกิจ SMEs

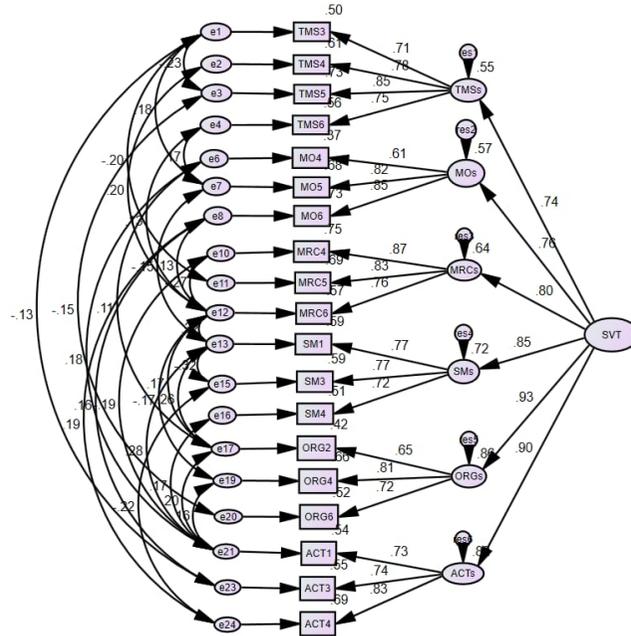
ภาคการผลิตหลังการปรับแต่งแบบจำลอง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการบริการวิวัฒนาการในธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตเขต

ภาคเหนือ ดังภาพที่ 3 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของการบริการวิวัฒนาการ

องค์ประกอบเชิงยืนยัน	Factor loading	R ²	CR (ต้อง > 0.7)	AVE (ต้อง > 0.5)
การบริการวิวัฒนาการ (SVT)			0.931	0.694
1) การมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง (TMS)	0.743	0.552		
2) การนำเสนอในการตลาด (MO)	0.756	0.572		
3) การระดมทรัพยากรและความสามารถ (MRC)	0.801	0.642		
4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ (SM)	0.846	0.715		
5) การกำกับดูแลองค์กร (ORG)	0.928	0.862		
6) ด้านกิจกรรม (ACT)	0.905	0.818		



Chi-square=144.437, df=120, p=.064
CMIN/DF=1.204, GFI=.966, RMSEA=.022, CFI=.994

ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์อันดับที่สอง หลังปรับแต่ง

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์ทุกองค์ประกอบมีค่าเป็นบวก ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.743-0.928 แสดงว่ามีความตรงเชิงโครงสร้าง ทั้ง 6 องค์ประกอบ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพิจารณาถึงการบริการวิวัฒน์ โดยที่การกำกับดูแลองค์กรมีความสำคัญต่อการบริการวิวัฒน์มากที่สุด มีความแปรผันร่วม (R^2) คิดเป็นร้อยละ 86.2 เมื่อวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (CR) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.931 แสดงว่า ตัวบ่งชี้ที่สร้างขึ้นนั้นมีความเที่ยงตรงของกรวัด (CR) ในระดับสูง และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ของตัวแปรแฝง (AVE) มีค่าเท่ากับ 0.694 แสดงว่า ตัวบ่งชี้เหล่านั้นนั้นสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ดี

การพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนขององค์ประกอบที่บ่งชี้การบริการวิวัฒน์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนขององค์ประกอบบริการวิวัฒน์

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์	
		ค่าสถิติที่ได้ หลังปรับโมเดล	การพิจารณา
p-value	>0.05	0.064	ผ่านเกณฑ์
Chi-square (χ^2) = 144.437 df = 120	≤ 3.00	1.204	ผ่านเกณฑ์
Chi-square (χ^2) /df			

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์	
		ค่าสถิติที่ได้ หลังปรับโมเดล	การพิจารณา
RMR	≤ 0.05	0.016	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.966	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.947	ผ่านเกณฑ์
NFI	≥ 0.95	0.968	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.97	0.994	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤ 0.05	0.022	ผ่านเกณฑ์
Hoelter	> 200.00	428	ผ่านเกณฑ์

ธานินทร์ ศิลป์จารุ (Silpcharu, 2012)

จากตารางที่ 3 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการบริการวิวัฒน์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในเขตภาคเหนือของประเทศไทยหลังจากการปรับโมเดล พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืน ทั้ง 9 ดัชนี ผ่านเกณฑ์การยอมรับ โดยการพิจารณาค่าค่าไค-สแควร์ (χ^2) = 144.437, p-value = .064 df = 120, ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.204, RMR = .016, GFI = .966, AGFI = .947, NFI = .968, CFI = .994, RMSEA = .022 และ Hoelter = 428 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าโมเดลสมการโครงสร้างองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์มีความเที่ยงตรงและเหมาะสมสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) การมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง 2) การนำเสนอในการตลาด 3) การจัดการเชิงกลยุทธ์ 4) ด้านกิจกรรม 5) การกำกับดูแลองค์กร และ 6) การระดมทรัพยากรและความสามารถ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดขององค์ประกอบในแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง หมายถึง การให้ความสำคัญ ความมุ่งมั่น กระตือรือร้น ทุ่มพยายาม และการเป็นผู้นำเกี่ยวกับการสร้างบริการที่มีคุณภาพของผู้บริหารระดับสูง รวมถึงการมีวิสัยทัศน์ด้านการบริการ การให้การสนับสนุนทั้งด้านการจัดสรรทรัพยากรและเวลา เพื่อเพิ่มความสามารถของพนักงานในการให้บริการที่ยอดเยี่ยม และกำกับติดตามทบทวนความคืบหน้าของการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเป็นการให้บริการของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาบางชิ้น (Gebauer & Fleisch (2007); Fliess & Lexutt (2017); Martinez et al. (2017)) เน้นว่าผู้บริหารระดับสูงของบริษัทผู้ผลิตควรกำหนดและวางแผนนโยบาย กลยุทธ์ มีวิสัยทัศน์ด้านการบริการ เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการบริการวิวัฒน์ ซึ่ง

อาจเป็นสิ่งที่ทำลายสำหรับ SME รวมถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูงเป็นองค์ประกอบสำคัญเพราะเป็นการสร้างรากฐานสำหรับแนวคิดการบริการที่ดีขึ้นในองค์กร (Oliva et al., 2012; Crowley et al., 2018) โดยผู้บริหารระดับสูงมีจัดสรรทรัพยากรและเวลาในการจัดการบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความสามารถของพนักงานในการให้บริการที่ยอดเยี่ยม ผู้บริหารระดับสูงมีความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่น และทุ่มเทพยายามในการจัดการบริการอย่างแท้จริง และมีความเป็นผู้นำในการสร้างบริการที่มีคุณภาพ (Yapu Zhao, Dong Liu, Wenhong Zhang & Silei Chen (2022); Lin et al. (2019)) เช่นเดียวกับประเด็นหนึ่งการศึกษาของอาบูเฟาส์ และคณะ (Abou-Foul et al., 2020) ที่ว่าควรมีการทบทวนกับทีมผู้บริหารเกี่ยวกับความคืบหน้าการแปลงเป็นการให้บริการของเราอย่างสม่ำเสมอ

องค์ประกอบด้านการเสนอขายในตลาด เป็นการที่บริษัทผลิตภัณฑ์เสนอคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านการให้บริการ โดยมีการวิเคราะห์และกำหนดสิ่งที่ต้องการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายอย่างชัดเจน และมีสื่อสารกับลูกค้าเป็นประจำเพื่อสร้างความเข้าใจและเพื่อที่จะสามารถสนับสนุนซึ่งกันและกันได้ รวมถึงมีการสื่อสารเกี่ยวกับเป้าหมาย คักยภาพ และกลยุทธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการส่งมอบมูลค่าเพิ่มที่เกี่ยวข้องกับการเสนอการบริการนั้นนำไปสู่ลูกค้าที่มีความพึงพอใจมากขึ้น (Lockett, Johnson, Evans, & Basti, 2011) ยิ่งไปกว่านั้น ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการแบ่งปันข้อมูลผ่านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าและช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างรวดเร็ว (Baines et al. (2017); Cusumano, Kahl, & Suarez (2015)) ซึ่งการสร้างความสำเร็จทางการแข่งขันจากการให้บริการนั้น ขึ้นอยู่กับการที่บริษัทเข้าใจว่ามูลค่าการให้บริการเพิ่มเติมได้รับการรับรู้โดยลูกค้าและความสามารถในการนำเสนอรูปแบบการบริการที่ยั่งยืนเพื่อตอบสนองความคาดหวังของพวกเขาได้อย่างไร (Gaiardelli, Resta, Martinez, Pinto, & Albores, 2014)

องค์ประกอบด้านการระดมทรัพยากรและความสามารถ สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ที่ว่า บริษัทควรมีการใช้เวลาและความพยายามอย่างมากในการออกแบบกิจกรรมฝึกฝนที่ช่วยให้สามารถให้บริการในระดับที่สูงขึ้นเมื่อการพบกับลูกค้าในสถานการณ์จริง และระหว่างการฝึกอบรม ควรฝึกหัดเพื่อระบุและปรับปรุงทัศนคติที่มีต่อลูกค้า และมีสิ่งจูงใจและรางวัลที่ยอดเยี่ยมในทุกๆระดับสำหรับคุณภาพการให้บริการ ไม่ใช่แค่ผลผลิต (Lin et al., 2019) เช่นเดียวกับการศึกษาของฟลิซและเล็กซัท (Fliess & Lexutt, 2017) ที่ว่าบริษัทต่างๆ ต้องมีการจัดเตรียมทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรบุคคลเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการขยายบริการ รวมทั้งความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Gebauer et al. (2012); Kindström & Kowalkowski (2014); Mendes & Ganga (2013)) และมีแนวปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เน้นการบริการ (Fliess & Lexutt, 2017) ซึ่งต้องใช้ความพยายามและความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับการบริการลูกค้า ดังนั้นความรู้เกี่ยวข้องกับลูกค้าและความสามารถในการมีส่วนร่วมกับลูกค้าจึงเป็นข้อกำหนดสำหรับรูปแบบธุรกิจเชิงสัมพันธ์ (Kohtamäki et al., 2015)

องค์ประกอบด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ บริษัทผู้ผลิตควรพิจารณาการให้บริการเป็นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน มีการตั้งเป้าหมายทางการเงินที่จะใช้ประโยชน์จากการให้บริการ และพิจารณาว่าการให้บริการนั้นสามารถช่วยชดเชยการขายผลิตภัณฑ์ที่ผันผวนได้ สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ที่ว่า การกำหนดกลยุทธ์ด้านการบริการเป็นการกำหนดวิธีที่บริษัทผู้ผลิตสร้างความแตกต่างของตนเองตามข้อเสนอบริการและความมุ่งมั่นในการบริการ (Gebauer et al. (2006); Ambroise et al. (2018)) ทั้งนี้ กลยุทธ์ด้านการบริการควรสอดคล้องกับมิติธุรกิจภายใน (Kohtamäki et al., 2015) และสภาพแวดล้อมเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ

(Turunen & Finne (2014); Kohtamaki et al. (2015)) เช่น กลยุทธ์ของการบริการชั้นสูงต้องได้รับการสนับสนุนจากวัฒนธรรมการบริการที่เข้มแข็งและกระบวนการที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Fliess & Lexutt (2017); Martinez et al. (2017)) โดยพื้นฐานแล้ว การวางแผนเชิงกลยุทธ์นี้ควรสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องค้นหาสภาพแวดล้อม-กลยุทธ์-ประสิทธิภาพที่เหมาะสม (Ambroise et al., 2018)

องค์ประกอบด้านการกำกับดูแลองค์กร บริษัทผู้ผลิตควรมีกระบวนการการส่งมอบการบริการอย่างเป็นทางการและเหมาะสม เพื่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการ/กิจกรรมการบริการให้เป็นธุรกิจระดับมืออาชีพ โดยอาจต้องเอาชนะการต่อต้านภายในและความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ/รูปแบบธุรกิจเป็นการให้บริการ สอดคล้องกับฟลิซและเล็กซ์ท (Fliess & Lexutt, 2017) ที่ว่า องค์กรจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการสู่การบริการมากยิ่งขึ้น และอาจเกี่ยวข้องกับการปรับโครงสร้างและปัจจัยด้านองค์กรที่เหมาะสม (เช่น วัฒนธรรมองค์กรและพฤติกรรมของทรัพยากรมนุษย์) เพื่อดำเนินการเปลี่ยนไปสู่การบริการ (Ambroise et al., 2018) นอกจากนี้การให้บริการต้องอาศัยการประสานงานทั้งภายในและภายนอก ซึ่งจะสามารถส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลและแนวทางปฏิบัติในการตัดสินใจแบบกระจายอำนาจ (Eggert et al., 2014)

องค์ประกอบด้านกิจกรรม หมายถึง ระบบกิจกรรมเพื่อการให้บริการหรือกระบวนการภายในหรือของบริษัทเพื่อพัฒนาการบูรณาการระหว่างสินค้าและการบริการ (Product-Service System: PSS) (Böhm, Eggert, & Thiesbrummel (2017); Gebauer et al. (2012)) โดยพัฒนาการให้บริการและผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกัน เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของบริษัท ด้วยความกระตือรือร้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ของฝ่าย/หน่วยงานต่าง ๆ สอดคล้องกับทูลีและคณะ (Tuli et al., 2007) ที่ว่า ควรบูรณาการทรัพยากรและกระบวนการทำงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในทีมที่แตกต่างกัน แผนก หรือหน่วยอื่นๆ และพาสลาสกีและคณะ (Paslauski, Ayala, Tortorella, & Frank, 2016) ได้เสนอเพิ่มเติมอีกว่า ต้องมีการบูรณาการการสนับสนุนหลังการขายและวิศวกรรม รวมทั้งกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ระหว่างส่วนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการอีกด้วย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การบูรณาการระหว่างสินค้าและการบริการประสบความสำเร็จ อีกด้านหนึ่งที่สำคัญของการดำเนินการนี้คือ ระดับการปรับแต่งตามความต้องการของลูกค้า (Level of customization) (Durugbo & Riedel, 2013) บ่อยครั้งที่ต้องมีการปรับแต่งสินค้าโดยลูกค้า จะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าต้องการมีส่วนร่วม ใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์กับสินค้า โดยกระบวนการพัฒนาสินค้าที่ลูกค้าร่วมปรับแต่งหรือกำหนดเองนั้นต้องการทีมงานที่มีปฏิสัมพันธ์และกระบวนการเชื่อมโยงการพัฒนาภายในบริษัทตามข้อกำหนดของตลาดภายนอกบริษัท (Kindstrom & Kowalkowski, 2009) บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่เริ่มกระบวนการให้บริการด้วยกระบวนการมาตรฐาน (เช่น บริการหลังการขาย) และหลังจากเริ่มกระบวนการแปลงไปสู่แบบปรับแต่งตามความต้องการของลูกค้าและการกำหนดเอง (Customization) มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า (Cusumano et al, 2015) วิธีการนี้สามารถบ่งบอกถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการร่วมกันโดยบริษัทและลูกค้าในการร่วมสร้างและส่งมอบมูลค่าที่จูงใจให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีและดึงดูดลูกค้าใหม่ได้ (Durugbo, 2014)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการบริการวิวัฒน์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตจำนวน 6 องค์ประกอบ ซึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตสามารถนำไปประยุกต์ใช้กำหนดนโยบายพัฒนาให้กับธุรกิจภาคการผลิตที่กำลังปรับตัวในการให้บริการแก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยให้ความสำคัญตามลำดับผลการวิจัยดังกล่าว ดังรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการมุ่งเน้นการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง สามารถนำองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์นี้ ไปใช้กำหนดเป็นนโยบายในการกำหนดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงหรือผู้จัดการธุรกิจที่ควรมีคุณลักษณะของการเป็นผู้นำเกี่ยวกับการสร้างบริการที่มีคุณภาพ ได้แก่ การให้ความสำคัญ ความมุ่งมั่น กระตือรือร้น ทุ่มเทพยายาม มีวิสัยทัศน์ด้านการบริการ ให้การสนับสนุนทั้งด้านการจัดสรรทรัพยากรและเวลา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความสามารถของพนักงานในการให้บริการที่ยอดเยี่ยม รวมถึงมีการกำกับติดตามทบทวนความคืบหน้าของการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเป็นการให้บริการของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ และเป็นแนวทางในการกำหนดสมรรถนะของผู้บริหารในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

ด้านการเสนอขายในตลาด บริษัทผู้ผลิตควรวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและกำหนดการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายอย่างชัดเจน และสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัท และเพื่อที่จะส่งมอบมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการแบ่งปันข้อมูลผ่านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ บริษัทผู้ผลิตสามารถนำองค์ประกอบนี้ไปใช้กำหนดให้การให้บริการเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน มีการตั้งเป้าหมายทางการเงินที่จะใช้ประโยชน์จากการให้บริการ และพิจารณาว่าการให้บริการนั้นสามารถช่วยชดเชยการขายผลิตภัณฑ์ที่ผันผวนได้

ด้านกิจกรรม สามารถนำองค์ประกอบของการบริการวิวัฒน์นี้ไปใช้กำหนดเป็นนโยบายการพัฒนากระบวนการภายในของบริษัทที่บูรณาการระหว่างการผลิตผลิตภัณฑ์และการบริการไปพร้อมๆ กัน หรือที่เรียกว่า ระบบบริการสินค้า (Product-Service System: PSS) โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของบริษัท และบูรณาการทรัพยากรและกระบวนการทำงานต่างๆ ของฝ่าย/หน่วยงานที่แตกต่างกัน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ด้วยความกระตือรือร้น รวมทั้งควรมีกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ระหว่างส่วนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิวัฒน์ด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และระดับการปรับแต่งตามความต้องการของลูกค้า (Level of customization) ด้วย

ด้านการกำกับดูแลองค์กร ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ/กิจกรรมการบริการให้เป็นธุรกิจระดับมืออาชีพ บริษัทผู้ผลิตควรมีกระบวนการการส่งมอบบริการอย่างเป็นทางการและปรับโครงสร้างและปัจจัยด้านองค์กรที่เหมาะสม รวมถึงจำเป็นต้องมีการประสานงานทั้งภายในและภายนอก มีการแบ่งปันข้อมูลและแนวทางปฏิบัติในการตัดสินใจแบบกระจายอำนาจ ทั้งนี้ บริษัทผู้ผลิตอาจต้องเผชิญกับการต่อต้านภายในและความขัดแย้งที่เกิดขึ้น ซึ่งต้องเตรียมพร้อมรับมือและวางแผนการจัดการความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ด้านการระดมทรัพยากรและความสามารถ สามารถนำองค์ประกอบนี้ไปใช้กำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการให้บริการ โดยมีการออกแบบกิจกรรม มีการจัดสรรเวลาและทรัพยากร และจัดการฝึกอบรมให้แก่พนักงานเกี่ยวกับการให้บริการในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงมีสิ่งจูงใจและรางวัลสำหรับคุณภาพการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริการวิวัฒน์ของบริษัทผู้ผลิตในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น
2. ควรทำการศึกษาในกลุ่มประชากรในสถานที่อื่น ๆ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งมีบริบทที่แตกต่างกันเพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ ถูกต้อง ชัดเจน และมีขอบเขตที่กว้างขึ้น
3. ควรวิจัยเกี่ยวกับโมเดลความสัมพันธ์หรือโมเดลเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับตัวแปรการบริการวิวัฒน์ที่ส่งผลผ่านตัวแปรแฝง เพื่อทราบถึงอิทธิพลของตัวแปรเหล่านี้ว่ามีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs หรือไม่
4. ควรนำโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการบริการวิวัฒน์ของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตไปทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการ หรือวิจัยเชิงทดลอง หรือวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาศักยภาพธุรกิจ SMEs ของประเทศต่อไป

References

- Abou-Foul, M., Ruiz-Alba, J. & Soares, A. (2020). *The impact of digitalization and servitization on the financial performance: An empirical analysis*. Taylor and Francis in Production Planning and Control. Available on <https://dx.doi.org/10.1080/09537287.2020.1780508>.
- Ambroise, L., Prim-Allaz, I., Teyssier, C. & Peillon, S. (2018). The environment-strategy-structure fit and performance of industrial servitized SMEs, *Journal of Service Management*, 29(2), 301-328.
- Ayala, N. F., Gerstlberger, W., & Frank, A. G. (2019). Managing servitization in product companies: the moderating role of service suppliers. *International Journal of Operations and Production Management*.
- Baines, T.S., Lightfoot, H. & Smart, P. (2011), "Servitization within manufacturing: exploring the provision of advanced services and their impact on vertical integration", *Journal of Manufacturing Technology Management*, 22(7), 947-954.
- Baines, T.S., Bigdeli, A.Z., Bustinza, O.F., Shi, V.G., Baldwin, J. & Ridgway, K. (2017). "Servitization: revisiting the state-of-the-art and research priorities", *International Journal of Operations and Production Management*, 37(2), 256-278.
- Confente, I., Buratti, A. & Russo, I. (2015). The role of servitization for small firms: drivers versus barriers. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(3), 312-331.

- Coreynen, W. P., Matthyssens, W. & Bockhaven, V. (2017). Boosting servitization through digitization: Pathways and dynamic resource configurations for manufacturers. *Industrial Marketing Management*, 60, 42–53
- Cusumano, M.A., Kahl, S.J. & Suarez, F.F. (2015), “Services, industry evolution, and the competitive strategies of product firms”, *Strategic Management Journal*, 36(4), 559–575. Available on <https://doi.org/10.1002/smj.2235>
- Cvetković, N., Delić, M., Marjanović, U., Tasić, N., Morača, S., Lalić, B. (2017). Servitisation in Manufacturing Firms in Developing Country: Evidence from Serbia. *XVII International Scientific Conference on Industrial Systems (IS'17) Novi Sad, Serbia, October 4 – 6, 2017. University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, Department for Industrial Engineering and Management*. Available on <http://www.iim.ftn.uns.ac.rs/is17>
- Durugbo, C. (2014). Managing industrial service co–design: identifying challenges from technology firms. *The Service Industries Journal, Taylor and Francis Journals*, 34(4), 314–334.
- Eggert, A., Högrevé, J., Ulaga, W., & Muekhoff, E. (2014). Revenue and profit implications of industrial service strategies. *Journal of service Reserch*, 17(1), 23–39.
- Fliess, S. & Lexutt, E. (2017), “How to be successful with servitization – guidelines for research and management”, *Industrial Marketing Management*. Available on <https://doi.org/10.1016/j.indmarman>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measure error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Gaiardelli, P., Resta, B., Martinez, V, Pinto, R, &Albores, P. (2014). A classification model for product–service offerings. *Journal of Cleaner Production*, 66(1), 507–519. Available on <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.032>
- Gebauer, H., Paiola, M. & Edvardsson, B. (2012). A capability perspective on service business development in small and medium–sized suppliers. *Scandinavian Journal of Management*, 28(4), 321–339.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited, England
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning. Hampshire, United Kingdom.633
- Kindström, D., & Kowalkowski, C. (2014). Service innovation in product–centric firms: A multidimensional business model perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 29(2), 96–111.
- Kohtamäki, M., Partanen, J., Parida, V. & Wincent, J. (2015). The performance impact of industrial services and service orientation on manufacturing companies. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(4), 463–485.

- Kowalkowski, C., Gebauer, H., Kamp, B. & Parry, G. (2017), “Servitization and deservitization: overview, concepts, and definitions”, *Industrial Marketing Management*, 60, 4–10.
- Kowalkowski, C., Sörhammar, D., & Tronvoll, B. (2021). Digital Servitization: How Manufacturing Firms Can Enhance Resource Integration and Drive Ecosystem Transformation. In *The Palgrave Handbook of Servitization* (pp. 27–39). Springer International Publishing: Cham. Available on https://doi.org/10.1007/978-3-030-75771-7_2
- Lin, Y., Luo, J., Ieromonachou, P., Rong, K. & Huang, L. (2019). Strategic orientation of servitization in manufacturing firms and its impacts on firm performance. *Industrial Management and Data Systems*. Available on <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2017-0485>
- Lockett, H., Johnson, M., Evans, S. & Bastl, M. (2011), “Product service systems and supply network relationships: an exploratory case study”, *Journal of Manufacturing Technology Management*, 22(3), 293–313. Available on <https://doi.org/10.1108/17410381111112684>
- Martinez, V., Neely, A., Velu, C., Leinster–Evans, S. & Bisessar, D. (2017), “Exploring the journey to services”, *International Journal of Production Economics*, 192, 66–80.
- Martín–Peña, M. L., Sánchez–López, J. M., & Díaz–Garrido, E. (2020). Servitization and digitalization in manufacturing: the influence on firm performance. *Journal of Business and Industrial Marketing*. 564–574. Available on [doi/10.1108/JBIM-12-2018-0400](https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2018-0400)
- Madsen, Michael. (2021). *The Multi–Dimensional Hierarchical Structure of the Servitization Transformation*. May 2021. Spring Servitization Conference 2021. At: Firenze (Fully virtual).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *THE THIRTEENTH NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT PLAN (2023–2027)*. Available on <https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/> (retrieved 9 Mar 2023).
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2022). *MSME Outlook 2022*. Available on https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20220930104334.pdf (in Thai). (retrieved 19 Apr 2023).
- (2566). *SME Bigdata Dashboard* . Available on <https://www.smebigdata.com/views-dashboard/view/> (retrieved 17 Apr 2023).
- Paslauskis, C. A., Ayala, N. F., Tortorella, G. L., & Frank, A. G. (2016). The Last Border for Servitization. *Procedia CIRP*, 47, 394–399. Available on <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.03.056>
- Queiroz, S. A. B., Mendes, G. H. S., Silva, J. H. O., Ganga, G. M. D., Cauchick Miguel, P. A., & Oliveira, M. G. (2020). Servitization and performance: impacts on small and medium enterprises. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(7), 1237–1249. Available on [doi:10.1108/jbim-06-2019-0277](https://doi.org/10.1108/jbim-06-2019-0277)
- Silpcharu, T. (2012). *Statistical Research and Analysis with SPSS and AMOS*. (13th ed). Bangkok: Business R&D.



- Singh, A. C., Westlake, M., และ Feder, M. (2015). Generalization of the coefficient of variation with application to suppression of imprecise estimates. *ASA Section on Survey Research Methods*, 4359–4365.
- Turunen, T. & Finne, M. (2014). "The organisational environment's impact on the servitization of manufacturers, *European Management Journal, Elsevier*, 32(4), 603–615. Available on <https://j.emj.2013.11.002>
- Valtakoski, A. & Witell, L. (2018). Service capabilities and servitized SME performance: contingency on firm age. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(4), 1144–1164.
- Vandermerwe, S. & Rada, J. (1988). Servitization of business: Adding value by adding services. *European Management Journal*, 6(4). 314–324.
- Yapu Zhao, Dong Liu, Wenhong Zhang & Silei Chen. (2022). Role of dysfunctional competition. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 37(1), 14–28.

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)
กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์
จังหวัดฉะเชิงเทรา*
THE SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) EVALUATION OF
CULTURAL ENTREPRENEUR DEVELOPMENT ACTIVITIES
IN BAN PHO DISTRICT, CHACHOENGSARO*

วรภัทร เมฆขจร**

ธีระพงษ์ ทศวัฒน์***

พรรณรัตน์ กานต์ไกรศรี****

(วันที่รับบทความ: 1 ธันวาคม 2566; วันแก้ไขบทความ: 29 มีนาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 3 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย และบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่วิจัยที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบบันทึกการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน แบบสอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ และแบบประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณโครงการทุก 1 บาทที่ใช้ไป โดยคำนวณจากข้อมูลและเครื่องมือต่างๆ ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานและขอบเขตการประเมิน 2) ห่วงโซ่ผลลัพธ์ 3) ตัวชี้วัด และค่าแทนของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และ 4) กรณีสถาน รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโดยรวมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 หมายความว่า การลงทุนทุก 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 6.58 บาท ผลลัพธ์ของทุกกิจกรรมก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI), ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม, อำเภอบ้านโพธิ์

* บทความวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง แม่น้ำบางปะกง : ทุนวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

** อาจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์, Email: wp_04@hotmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์, Email: tteerapong10@gmail.com

**** อาจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์, Email: pannaratkan@gmail.com



THE SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) EVALUATION OF CULTURAL ENTREPRENEUR DEVELOPMENT ACTIVITIES IN BAN PHO DISTRICT, CHACHOENGSAO*

WORAPAT MEKKHACHORN**

TEERAPONG TOSSAWUT***

PANNARAT KANKRAISRI****

(Received: December 1, 2023; Revised: March 29, 2024; Accepted: April 3, 2024)

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate the social return on investment (SROI) of cultural entrepreneur development activities in Ban Pho District, Chachoengsao. The research used a mixed-method approach including both qualitative and quantitative research. The sample was 110 residents and people engaged with the research area who volunteered to participate in the research. The research instruments were basic information records, local stakeholder questionnaires, and social return on investment (SROI) assessment forms. The focus group and in-depth interview were used to collect the data. Data were then analyzed by calculating the social return ratio from an investment compared to the value of an investment in the project budget for every 1 Baht spent, calculated from various information and instruments, including 1) basic information and evaluation scope; 2) impact value chain; 3) proxy of the impact value chain; and 4) base case scenario. Content analysis was also used for data analysis. The research findings revealed that the overall social return value from investment was 1 : 6.58, which meant that a Baht investment yielded a social value of 6.58 Baht. The outcomes of all activities increased social value.

Keywords: Social Return on Investment (SROI), Cultural Entrepreneurs, Ban Pho District

* This research article is part of a research project on The Bangpakong River : Cultural Capital for Development based on the Creative Economy Concept, Ban Pho District, Chachoengsao

** Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University, Email;

*** Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University, Email; tteerapong10@gmail.com

**** Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University, Email; pannaratkan@gmail.com

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมียุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งคือการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้ ทางคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์ ได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการจากฐานทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมถึงการสร้างผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการกระตุ้นเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับภารกิจการพัฒนาท้องถิ่น จากการดำเนินการวิจัยของ วรี เรืองสุข และคณะ (Rueangsuk, V., 2023) ด้วยการสนับสนุนงบประมาณวิจัยของกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) โดยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและศักยภาพของพื้นที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่เป็นพื้นที่ลุ่มแม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญของภาคตะวันออก ชาวบ้านโพธิ์มีวิถีการดำรงชีวิตในพื้นที่ลุ่มน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ด้วยการใช้อนุภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ เช่น ต้นจาก ลัดบัวต่างๆ โดยใช้กระบวนการศึกษาตามแนวคิดระบบนิเวศวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการดำรงวิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาของ สุนันทา โอศิริ และคณะ (Osiri, S. et al., 2019) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ 3 ตำบลของอำเภอบ้านโพธิ์ ได้แก่ ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลท่าพลับ และตำบลคลองบ้านโพธิ์ ที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นชุมชนริมแม่น้ำ ผู้คนมีวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ที่ผูกพันกับสายน้ำมาอย่างยาวนาน

จากศักยภาพดั้งเดิมของพื้นที่ ผนวกกับโอกาสของพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) บ้านโพธิ์จึงเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญ และจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ มีกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่ง เทิดชาย ช่วยบำรุง (Choibamroong, T., 2011: 60–61) อธิบายว่า มีฐานสำคัญจากภูมิปัญญาหรือความคิดและความรู้ที่สั่งสมกันมานานของคนในท้องถิ่น ประสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในลักษณะของการต่อยอด เพิ่มค่า และหาจุดต่าง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือการสร้างสรรคหรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ภูมิปัญญา และการเล่าเรื่องของผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าและโอกาสในการจัดจำหน่าย จากการศึกษาของ กำธร แจ่มจำรัส และคณะ (Chaemchamrus, K. et al., 2022: 1589) ดังเช่น การเล่าเรื่อง (Story Telling) ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นได้รับความสนใจจากผู้บริโภค

การเล่าเรื่องและการสื่อความหมาย ถือเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ จากการศึกษาของ นิยมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และธีร์ คันโททอง (Hiranwijitporn, N. & Kunthotong, T., 2021) และ อัจฉรวารรณ เพ็ญวันศุกร์ และคณะ (Atcharawan, P. et al., 2023) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ โดยกิจกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการวิจัยนี้ ต้องมีการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ซึ่งเป็นกระบวนการในการวัดผลและประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินโครงการ ตามแนวคิดการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) โดยศึกษาถึงคุณค่าทางสังคมหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการดังกล่าว 7 กิจกรรม ได้แก่ 1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้” 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดูจาก 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากหม้อม่วงจาก 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว 5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปุดองเค็ม 6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่น้ำแดง และ 7. การพัฒนาตลาดชาयน้ำ “วัดสนามจันทร์”

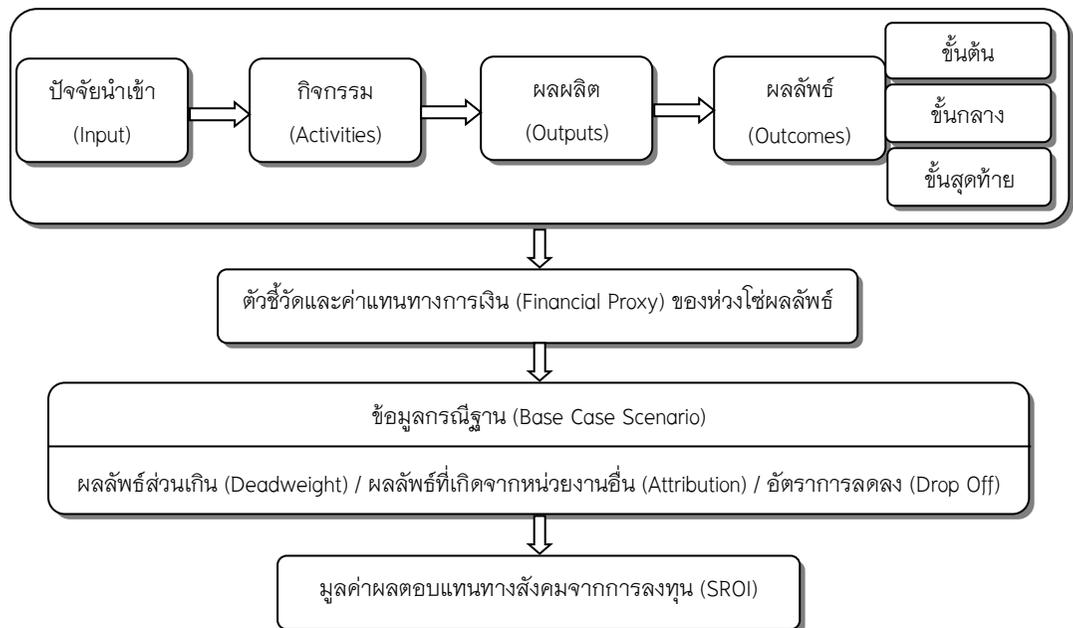
การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) คือการประเมินคุณค่าที่โครงการได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น คล้ายกับการวิเคราะห์ผลตอบแทนต่อการลงทุนในภาคธุรกิจ หลักการของ SROI คือการเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือผลกระทบที่ถูวัดและแปลงค่าเป็นหน่วยเงินเทียบกับเงินลงทุนที่ใช้ไป ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์ครอบคลุมปัจจัยพื้นฐานทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป้าหมายของ SROI คือการตรวจสอบความเชื่อมโยงของปัจจัยนำเข้าไปจนถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม SROI จึงเป็นเครื่องมือที่จะตีความ “คุณค่า” เป็น “มูลค่า” ทางการเงิน เพื่อแสดงให้เห็นว่า โครงการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้สร้างประโยชน์ในอัตราส่วนของกำไรต่อต้นทุนอย่างไร เช่น อัตราส่วน 1 : 2.5 หมายถึง การลงทุนทุก 1 บาทสามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 2.5 บาท โดยหลักการของ SROI จะต้องคำนึงการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เป็นสำคัญ จากการอธิบายของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (Thai Health Promotion Foundation, 2014: 5) สถณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออง (Achavanuntakul, S. & Yamla-or, P., 2017: 34-35) และ เศรษฐภูมิ บัวทอง และคณะ (Buathong, S. et al, 2022: 17) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนนั้น ต้องใช้เครื่องมือในการประเมิน ได้แก่ 1. ข้อมูลพื้นฐาน (Base Line) และขอบเขตการประเมิน 2. ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) 3. ตัวชี้วัดและค่าแทน (Proxy) ของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และ 4. ข้อมูลกรณีฐาน (Base Case Scenario) นำเครื่องมือเหล่านี้มาใช้ในการคำนวณเพื่อให้ได้มูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม และมูลค่าการลงทุนซึ่งเมื่อนำมาหารกันแล้ว จะได้ค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน จากการอธิบายของ ฉัตรฤดีศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022B) และ เกศกุล สระกะวี และเศรษฐภูมิ บัวทอง (Srakawee, K. & Buathong, S., 2022) ดังนั้น การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนจึงเป็น

เครื่องมือชี้วัดสำคัญที่แสดงให้เห็นว่า การดำเนินโครงการวิจัยนี้จะสร้างประโยชน์ให้เกิดกับผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมที่เข้าร่วมโครงการเป็นมูลค่าเท่าใด โดยคาดหวังว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น จะส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมดีขึ้นจากการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงทำให้พวกเขาเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมากขึ้น จากการศึกษาที่ได้นำทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ จนเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของกิจกรรมภายใต้โครงการวิจัยนี้ ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Approach) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนเมษายน 2565 ถึงเดือนมีนาคม 2566 โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลท่าพลับ และตำบลคลองบ้านโพธิ์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ดังกล่าว

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย ได้แก่ พื้นที่ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลท่าพลับ และตำบลคลองบ้านโพธิ์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ดังกล่าว ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการนี้ โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 110 คน จากผู้ที่มีคุณสมบัติดังนี้ (1) เป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย โดยเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม จำนวน 20 คน เป็นผู้มีความรู้ด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 22 คน เป็นผู้มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จำนวน 7 คน และเป็นคนคืนถิ่น/ผู้ย้ายกลับถิ่น (เป็นคนในพื้นที่ แต่เคยไปอยู่ที่อื่น และกลับมาอยู่ในพื้นที่ไม่เกิน 2 ปี ตั้งแต่วันที่เข้าร่วมโครงการ เนื่องจากช่วงเวลาที่ทำกรวิจัย ย้อนขึ้นไปไม่เกิน 2 ปี คือช่วงเวลาที่ประชาชนเริ่มได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19) จำนวน 4 คน และ (2) เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่วิจัย ได้แก่ บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/หน่วยงานราชการในพื้นที่วิจัย จำนวน 10 คน และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพ/ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่วิจัย จำนวน 47 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเครื่องมือประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนที่จะใช้ในงานวิจัยนั้น โดยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของชุมชนในพื้นที่วิจัยจากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นพื้นฐานข้อมูลในการสร้างเครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบบันทึกการสำรวจข้อมูลพื้นฐานโดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) 2) แบบสอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ก่อนดำเนินโครงการวิจัย และ 3) แบบประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทต่างๆ

ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของเครื่องมือที่ใช้วิจัย เพื่อให้แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาจากเกณฑ์การให้คะแนน ตั้งแต่ -1 ถึง 1 โดยผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และเป็นข้อคำถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วมาใช้เป็นเครื่องมือ ขั้นตอนต่อไปคือการนำเครื่องมือประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนนี้เสนอเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับการรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่ใบรับรอง HE-176-2565

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) เก็บข้อมูลก่อนการดำเนินโครงการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลบริบทชุมชนในพื้นที่
- 2) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อย โดยการจัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย กลุ่มละ 6-10 คน ตามกลุ่มผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทศิลปะการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเภทอาหาร และประเภทงานหัตถกรรม และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง
- 3) วิเคราะห์ข้อมูลผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนจากการดำเนินโครงการ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน 7 กิจกรรมภายใต้โครงการนี้ เป็นการคำนวณแบบ Ex-ante and on going คือการประเมินก่อนเริ่มโครงการและขณะที่โครงการยังดำเนินอยู่ โดยใช้การคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณโครงการทุก 1 บาทที่ใช้ไป โดยคำนวณจากเครื่องมือ ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐาน (Base Line) และขอบเขตการประเมิน 2) ห่วงโซ่ผลลัพธ์ 3) ตัวชี้วัดและค่าแทน (Proxy) ของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และ 4) ข้อมูลกรณีฐาน ด้วยวิธีการคำนวณดังนี้

$$\frac{\text{มูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม}}{\text{มูลค่าการลงทุน}} = \text{มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)}$$

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ 1) หากค่า SROI น้อยกว่า 1 หมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมน้อยกว่ามูลค่าการลงทุน ไม่เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น 2) หากค่า SROI เท่ากับ 1 หมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมจากมูลค่าการลงทุน ไม่เกิดมูลค่าทางสังคม และ 3) หากค่า SROI มากกว่า 1 หมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมมากกว่ามูลค่าการลงทุน เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น จากการอธิบายของ พรพิมล อริยะวงษ์ (Ariyawong, P., 2021: 157-158)

สรุปผลการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 7 กิจกรรม พบผลดังนี้

การวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลลัพธ์ คือการแจกแจงกิจกรรมและผลผลิตที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจริง เริ่มจาก ปัจจัยนำเข้า (Input) คือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม เช่น สมาชิกวงดนตรีพื้นบ้าน “หัวไม้” ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการนี้ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น งบประมาณ ส่วนต่อมาเป็นคือ กิจกรรม (Activities) คือการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ

โครงการ โดยต้องมีการกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change: ToC) เช่น ถ้าไม่ดำเนินการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวงดนตรีพื้นบ้าน “หัวไม้” แล้ว วัฒนธรรมดังกล่าวจะหายไปในอนาคต เมื่อเกิด *ผลผลิต* (Outputs) หรือผลที่เกิดขึ้นทันทีจากการดำเนินกิจกรรม จะนำไปสู่ *ผลลัพธ์* (Outcomes) คือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชั้นต่างๆ รวมถึงผลที่เกิดขึ้นเอง นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ห่วงโซ่ผลลัพธ์ กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดพะเยา

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ชั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้”					
<i>Financial</i> - งบประมาณโครงการวิจัย 60,595 บาท <i>Non-financial</i> - สมาชิกวงดนตรี - นักวิจัย - สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏ - โรงเรียนวิทยา ราชภัฏรังสรรค์	1) การประพันธ์บทเพลงพื้นบ้านสำหรับแสดง 2) การออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับใส่แสดง 3) การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ 4) จัดแสดงที่สถาบันการศึกษาและที่สาธารณะ	1) การแสดงเพลงพื้นบ้าน “วิถีลุ่มน้ำบางปะกง” 1 บทเพลงประกอบการดีกลองหัวไม้ 2) สื่อสำหรับใส่แสดง 1 รูปแบบ 3) สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media และโทรทัศน์ 4) การเรียนรู้ของนักเรียน และประชาชน	- วงดนตรีมีเอกลักษณ์ของตนเอง - การจ้างแสดงเพิ่มขึ้น - เกิดการประชาสัมพันธ์ - เกิดการถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดความภาคภูมิใจ - เกิดการยกระดับของวงดนตรีพื้นบ้านไปสู่การแสดงผลแบบบูรณาการ	- คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น - เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาศิลปะการแสดงดนตรีพื้นบ้าน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุตติ้งลูกจาก					
<i>Financial</i> - งบประมาณโครงการวิจัย 41,430 บาท <i>Non-financial</i> - ผู้ประกอบการ - นักวิจัย	1) การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1) ผลิตภัณฑ์พุตติ้งลูกจาก 2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโป่ง”	- มีทักษะและประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น	- คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น - เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ขั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
- สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ		3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	- มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น	- เห็นคุณค่าของทรัพยากรมากขึ้น	
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เลือกมัดย้อมสีจากไหมงจาก					
<i>Financial</i> - งบประมาณโครงการวิจัย 45,130 บาท	1) การนำวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์	1) ผลิตภัณฑ์เลือกมัดย้อมสีจากไหมงจาก 4 รูปแบบ	- มีทักษะและประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น	- คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น - เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น
<i>Non-financial</i> - ผู้ประกอบการ - นักวิจัย - TCDC* - สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ - โรงเรียนวัดสนามจันทร์	2) การออกแบบตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	2) ตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์” 3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	- มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่น	- เห็นคุณค่าของทรัพยากรมากขึ้น	
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว					
<i>Financial</i> - งบประมาณโครงการวิจัย 26,830 บาท	1) การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้	1) ผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว	- มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น	- คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น - เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น
<i>Non-financial</i> - ผู้ประกอบการ - นักวิจัย - สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ	2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์”	- มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น		

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ขั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
		3) สถานที่ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดง ผลิตภัณฑ์ตาม งานต่างๆ	- เกิดการ ยกระดับสินค้า ทางวัฒนธรรม	- เห็นคุณค่า ของทรัพยากร มากขึ้น	
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปุดองเค็ม					
<i>Financial</i> - งบประมาณ โครงการวิจัย 26,830 บาท	1) การนำวัตถุดิบ ในท้องถิ่นมาใช้ 2) การออกแบบ บรรจุภัณฑ์และ ตราสัญลักษณ์	1) ผลิตภัณฑ์ปุดองเค็ม 2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตรา สัญลักษณ์ “จาก ใจบ้านโพธิ์”	- มีทักษะและ ประสบการณ์ ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น - มีการสร้าง มูลค่าเพิ่มจาก วัตถุดิบใน ท้องถิ่น - เกิดการ ยกระดับสินค้า ทางวัฒนธรรม	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดความ ภาคภูมิใจใน ทรัพยากร ธรรมชาติและ ผลิตภัณฑ์ของ ท้องถิ่น - เห็นคุณค่า ของทรัพยากร มากขึ้น	- คุณภาพชีวิต ด้านรายได้ดี ขึ้น - เกิดการ อนุรักษ์ ทรัพยากร ธรรมชาติใน ท้องถิ่น
<i>Non-financial</i> - ผู้ประกอบการ - นักวิจัย	3) การสร้าง ช่องทางจำหน่าย ผลิตภัณฑ์	3) สถานที่ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดง ผลิตภัณฑ์ตาม งานต่างๆ			
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่น้ำแดง					
<i>Financial</i> - งบประมาณ โครงการวิจัย 25,530 บาท	1) การปรับ ปริมาณขึ้นขนม และเพิ่ม ส่วนประกอบของ ขนม	1) ขนาดของขึ้น ขนมที่ รับประทานง่าย และเพิ่ม ส่วนประกอบ หน้าขนมไข่	- มีทักษะและ ประสบการณ์ ในการพัฒนา ขนมไข่น้ำ แดง - มีทักษะและ ประสบการณ์ ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ - ลูกค้าเพิ่มขึ้น	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดการ ยกระดับสินค้า ทางวัฒนธรรม - เกิดความ ภาคภูมิใจใน ผลิตภัณฑ์ของ ท้องถิ่น	- คุณภาพชีวิต ด้านรายได้ดี ขึ้น
<i>Non-financial</i> - ผู้ประกอบการ - นักวิจัย - สถาบันวิจัยและ พัฒนาระชาภัฏฯ	2) การออกแบบ บรรจุภัณฑ์และ ตราสัญลักษณ์ 3) การสร้าง ช่องทางจำหน่าย ผลิตภัณฑ์	2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตรา สัญลักษณ์ “จาก ใจบ้านโพธิ์”			

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ชั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
		3) สถานที่ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดง ผลิตภัณฑ์ตาม งานต่างๆ			
7. การพัฒนาตลาดขายน้ำ “วัดสนามจันทร์”					
<i>Financial</i> - งบประมาณ โครงการวิจัย 101,701 บาท	1) การพัฒนา พื้นที่ขายสินค้า ผู้ประกอบการ	1) พื้นที่ขาย สินค้าได้รับการ จัดระเบียบ เช่น การจัดแบ่งพื้นที่	- เกิดการ ประชาสัมพันธ์ - สถานที่มี ความเป็น ระเบียบและ	- รายได้เพิ่มขึ้น - เกิดความ ภาคภูมิใจใน ท้องถิ่นตนเอง - เห็นคุณค่า จากการนำ	- คุณภาพชีวิต ด้านรายได้ดี ขึ้น - เกิดการ อนุรักษ์ ทรัพยากร
<i>Non-financial</i> - ผู้ประกอบการ - นักวิจัย - วัดสนามจันทร์ - หน่วยงาน ราชการในพื้นที่ - ผู้นำชุมชน - สถาบันวิจัยและ พัฒนาราชภัฏฯ	2) การยกระดับ เพื่อให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งใหม่ 3) การสร้างสื่อ ประชาสัมพันธ์	แต่ละร้านค้าให้ ชัดเจน 2) อุปกรณ์ สำหรับ ผู้ประกอบการ ได้แก่ ป้ายชื่อ ร้านค้า และผ้า กันเปื้อนที่เป็น เอกลักษณ์ของ ตลาด 3) วิดีทัศน์ ประชาสัมพันธ์ ทาง Social Media และ โทรทัศน์	ผู้ประกอบกร มีมาตรฐาน มากขึ้น - ดึงดูด นักท่องเที่ยว และบุคคล ทั่วไปให้มายัง สถานที่นี้ เพิ่มขึ้น	ทรัพยากรธรรม ชาติในท้องถิ่น มาใช้ - เป็นศูนย์กลาง ทางเศรษฐกิจ ของชุมชน	ธรรมชาติใน ท้องถิ่น - คนในชุมชน เกิดความ สามัคคีมากขึ้น

* วิทยากรจาก Thailand Creative & Design Center (TCDC) ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เลือกคีย์อ้อมสีจากโหม่งจาก

นำข้อมูลจากห่วงโซ่ผลลัพธ์ของแต่ละกิจกรรมมาวิเคราะห์ข้อมูลกรณีฐาน เพื่อให้ทราบค่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากกิจกรรมนี้ทั้งหมดหรือไม่ และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการประเมินมูลค่าที่เกินจริง (Over-claim) โดยการหาค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) จากการประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์เมื่อไม่สามารถกำหนดค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น ค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องเรียนดนตรีไทยหรือเรียนทำขนม หรือหาค่าแทนทางการเงินในส่วนที่เป็นนามธรรมหรือจับต้องไม่ได้

(Intangible) ให้สามารถประเมินมูลค่าการลงทุนทางวัฒนธรรมได้ จากการอธิบายของ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022A: 91)

จากนั้น กำหนดค่ากรณีฐานอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์ค่าความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ดังนี้ *ผลลัพธ์ส่วนเกิน* (Deadweight) คือ การวัดผลที่อาจเกิดขึ้นเอง แม้ไม่มีกิจกรรมนี้ เช่น ผู้ประกอบการขาย ลูกจากलयแก้วอยู่แต่เดิมแล้ว 80% กิจกรรมนี้มีสัดส่วนสนับสนุน 20% *ผลลัพธ์ที่เกิดจากหน่วยงานอื่น* (Attribution) คือ ผลที่เกิดขึ้นจากหน่วยงานหรือกิจกรรมอื่นที่อาจสร้างผลลัพธ์ในลักษณะเดียวกับ กิจกรรมนี้ เช่น ผู้ประกอบการตลาดชาयน้ำ “วัดสนามจันทร์” สามารถบริหารจัดการร้านค้าร่วมกับการสนับสนุนของวัด สถานีตำรวจ และผู้นำชุมชน 70% กิจกรรมนี้มีสัดส่วนสนับสนุน 30% และ *อัตรา การลดลง* (Drop Off) คือ ผลลัพธ์ที่ค่อยๆ ลดลง หากไม่มีปัจจัยนำเข้าเพิ่มเติมในปีต่อไป เช่น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจากต้องเรียนรู้ทักษะใหม่ (Reskill) ในการทำขนม ทุกๆ 3 ปี ทั้งนี้ ทุก กิจกรรมได้กำหนดอัตราคิดลด (Discount Rate) คือ อัตราผลตอบแทนสำหรับการลงทุนทางเลือกที่ใช้ เพื่อแสดงต้นทุนและผลประโยชน์ในอนาคต ไร่ที่ 3.50% จากการอธิบายของ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และ คณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022B) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ตัวชี้วัดและค่าแทนทางการเงิน และข้อมูลกรณีฐาน ของห่วงโซ่ผลลัพธ์ กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโปะ จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Impact Indicators)	ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	ข้อมูลกรณีฐาน		
			Dead weight	Attribute	Drop Off
1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้”					
1) วงดนตรีมีเอกลักษณ์ของตนเอง	1) เครื่องแต่งกายสำหรับใส่แสดง	1) เลือสำหรับใส่แสดง ตัวละ 300 บาท/คน จำนวน 7 คน	10%	10%	-
2) รายได้เพิ่มขึ้นจากการแสดงที่เพิ่มขึ้น	2) การจ้างวงดนตรีเพื่อทำการแสดง	2) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 15% หรือ 120 บาท/ครั้ง/คน จำนวน 7 คน และ 15 ครั้ง/ปี	50%	80%	-
3) มีการประชาสัมพันธ์	3) สื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	3) ค่าจ้างทำป้ายโฆษณา 1,000 บาท	0%	10%	20%
4) มีการถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป	4) ผู้สนใจที่จะเรียนรู้	4) ค่าใช้จ่ายในการเรียนดนตรีไทย 1,500 บาท/คน จำนวน 20 คน	20%	15%	-
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายพุดดิ้งลูกจาก	1) กำไรสุทธิ 15 บาท/ถ้วย จำนวน 2,400 ถ้วย/ปี	0%	20%	-

ตารางที่ 2: (ต่อ)

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Impact Indicators)	ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	ข้อมูลกรณีฐาน		
			Dead weight	Attribute	Drop Off
2) มีทักษะและ ประสบการณ์ในการ ทำผลิตภัณฑ์	2) การเรียนทำพุดดิ้ง	2) ค่าใช้จ่ายในการเรียนทำพุด ดิ้ง 1,290 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 3 คน	20%	15%	30%
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เลือกมัดย้อมสีจากไหมงจาก					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายเลือกมัดย้อมสี จากไหมงจาก	1) กำไรสุทธิ 120 บาท/ตัว จำนวน 480 ตัว/ปี	0%	10%	-
2) มีทักษะและ ประสบการณ์ในการ ทำผลิตภัณฑ์	2) การฝึกทำผ้ามัดย้อม สีจากไหมงจาก	2) ค่าใช้จ่ายในการฝึกทำผ้ามัด ย้อม 500 บาท/คน จำนวน 4 คน	0%	30%	30%
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายลูกจากลอย แก้ว	1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 20% หรือ 2.4 บาท/ถ้วย จำนวน 4,800 ถ้วย/ปี	80%	55%	-
2) มีทักษะและ ประสบการณ์ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์	2) การอบรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	2) ค่าใช้จ่ายในการอบรม 3,600 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน	30%	40%	30%
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปุดองเค็ม					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายปุดองเค็ม	1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 20% หรือ 5 บาท/กล่อง จำนวน 3,960 กล่อง/ปี	80%	50%	-
2) มีทักษะและ ประสบการณ์ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์	2) การอบรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	2) ค่าใช้จ่ายในการอบรม 3,600 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน	30%	40%	30%
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่น้ำแตก					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายขนมไข่น้ำ แตก	1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 15% หรือ 0.75 บาท/ชิ้น จำนวน 2,100 ชิ้น/ปี	80%	75%	-
2) มีทักษะและ ประสบการณ์ในการ พัฒนาขนมไข่	2.) การอบรมการพัฒนา ขนมไข่น้ำแตก	2) ค่าใช้จ่ายในการเรียนทำ ขนมไข่ 7,400 บาท/หลักสูตร/ คน จำนวน 5 คน/ปี	90%	50%	30%
3) มีทักษะและ ประสบการณ์ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์	3) การอบรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	3) ค่าใช้จ่ายในการอบรมการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ 3,600 บาท/ หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน/ปี	20%	35%	30%

ตารางที่ 2: (ต่อ)

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Impact Indicators)	ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	ข้อมูลกรณีฐาน		
			Dead weight	Attribute	Drop Off
7. การพัฒนาตลาดขายน้ำ “วัดสนามจันทร์”					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1.1) จำนวนร้านค้า	1.1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 25% หรือ 238 บาท/วัน จำนวน 48 วัน/ปี	80%	70%	-
	1.2) ยอดขายสินค้า	1.2) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 20% หรือ 230 บาท/วัน จำนวน 5 คน/ปี	90%	60%	-
2) มีการประชาสัมพันธ์	2) สื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่	2) ค่าจ้างทำสื่อต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และโฆษณา 35,000 บาท	30%	30%	50%

จากการคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า โดยรวมทุกกิจกรรมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 จากมูลค่าผลลัพธ์ทางสังคมทั้งหมด 2,159,068.38 บาท และมูลค่าการลงทุนทั้งหมด 328,046 บาท ส่วนผลการประเมินรายกิจกรรมแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

กิจกรรม	มูลค่าการลงทุน	มูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม	มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้”	60,595	131,955.66	1 : 2.18
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุทติ้งลูกจาก	41,430	482,929.83	1 : 11.66
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากไหม้งจาก	45,130	1,147,021.62	1 : 25.42
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว	26,830	47,059.98	1 : 1.75
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูตองเค็ม	26,830	73,068.97	1 : 2.72
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่น้ำแดง	25,530	33,490.71	1 : 1.31
7. การพัฒนาตลาดขายน้ำ “วัดสนามจันทร์”	101,701	243,541.61	1 : 2.40
รวม	328,046	2,159,068.38	1 : 6.58

อภิปรายผลการวิจัย

1. กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา มีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) โดยรวมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 หมายความว่า การลงทุนทุก 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 6.58 บาท และทุกกิจกรรมมีค่า SROI มากกว่า 1 นั่นคือ ผลลัพธ์ของทุกกิจกรรมก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น เช่น กิจกรรมการอนุรักษ์และส่งเสริม ศิลปะการแสดงวง “หัวไม้” มีมูลค่า 1 : 2.18 สอดคล้องกับ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022A) ที่ได้ประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการ การสร้างสรรค์และฟื้นฟูศิลปะการแสดงพื้นบ้าน อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า มีมูลค่า 1 : 3.12 กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่นมไข่น้ำแดง มีมูลค่า 1 : 1.31 สอดคล้องกับ กฤษณ์ จารุดำรงค์ศักดิ์ (Jarudamrongsak, K., 2017) ที่พบว่า กิจกรรมการผลิตข้าวเกรียบสมุนไพรมีมูลค่า 1 : 1.23 ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในครั้งนี้นำความน่าเชื่อถือ จากการใช้ เครื่องมือวิจัยที่มีคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นผู้ได้รับประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักการของ SROI โดยป้องกันไม่ให้เกิดการประเมิน ผลลัพธ์ที่เกินจริง

2. จากผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นมัตย้อมสีจากไหมงจาก มีมูลค่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนมากที่สุด 1 : 25.42 และรองลงมาคือ กิจกรรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์พุดดิงลูกจาก มีมูลค่า 1 : 11.66 ซึ่งทั้งสองกิจกรรมนี้คือการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีการผลิตในพื้นที่มาก่อน สอดคล้องกับ ชัชญาสุ ช่างเรียน และคณะ (Changrian, C. et al, 2022) ที่ได้เพิ่มองค์ความรู้ใหม่ให้เกษตรกรได้พัฒนามะขามหวานระยะคาบหมูจนสามารถขายมะขามหวานได้ เพิ่มขึ้น ประกอบกับมีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการมากขึ้น โดยมีมูลค่า อยู่ที่ 1 : 12.75 ในขณะที่กิจกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่นมไข่น้ำแดง มีมูลค่า 1 : 1.31 ซึ่งน้อยที่สุด เพราะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่ ผู้ประกอบการได้ผลิตและจำหน่ายอยู่แล้ว กิจกรรมที่เกิดขึ้นคือการออกแบบบรรจุภัณฑ์และ ตราสัญลักษณ์ การเพิ่มส่วนประกอบของขนมไข่นมไข่น้ำแดง เช่น ฝอยทอง ผลไม้แห้ง และการปรับขนาดของชิ้นขนม ที่ลดลงเพื่อให้ง่ายต่อการลิ้มรสและการรับประทาน ดังนั้น หากต้องการเพิ่มมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม จากการลงทุนให้กับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ต้องเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการให้มากขึ้น หรือขอความร่วมมือ หน่วยงานราชการในพื้นที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ขนมไข่นมไข่น้ำแดงสำหรับเป็นอาหารว่างในการจัดประชุมหรือ กิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขาย และถือเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นด้วย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในครั้งนี้ได้ มีการออกแบบเครื่องมือสำหรับการประเมินเป็นอย่างดี เน้นการวัดผลอย่างครอบคลุม โดยไม่ได้คำนวณ

เฉพาะตัวชีวิตที่มีค่าแทนทางการเงินโดยตรงเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของตัวชีวิตที่เป็นนามธรรมด้วย และมีการป้องกันการประเมินผลลัพธ์ที่เกินจริง จึงสามารถใช้เป็นแบบอย่างเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพื้นที่ที่ดำเนินการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสาธารณะหรือโครงการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการพัฒนาชุมชน เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างรายได้ การเห็นคุณค่าและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น และการส่งเสริมความรักความสามัคคีในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายการจัดเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม เช่น พันธมิตรทางการค้าของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ผู้บริโภค บุคคลในพื้นที่วิจัยที่มีลักษณะการประกอบการคล้ายคลึงกับผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อความครอบคลุมของผลการประเมิน

2. ควรมีการวิจัยและประเมินผลต่อเนื่องในระยะยาวมากกว่า 1 ปี เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลง ผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย หรือผลกระทบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ผู้วิจัยขอขอบคุณประชาชนในพื้นที่ผู้เข้าร่วมโครงการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัย รวมถึงหน่วยงานในพื้นที่ และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ ที่สนับสนุนการขับเคลื่อนการวิจัยนี้ในด้านต่างๆ

References

- Achavanuntakul, S., & Yamla-or, P. (2017). *Handbook for Social Impact Assessment and Social Return on Investment*. The Thailand Research Fund (TRF).
- Ariyawong, P. (2021). The Social Return of Investment (SROI) Evaluation for Sustainable Development of Loom Weaving of Western Lai Hin, Koh Kha District, Lampang. *Journal of Public Administration and Politics*. 10(2). 147-166.
- <https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/journalgspa/article/view/7787/6677>

- Atcharawan, P., Sungragsa, N., Thammaapipon, S., Kongchum, P., Sahatsapas, T., Chanyoung, P., & Arawoun, R. (2023). Eco-tourism Development in Sam Roi Yot, Prachuap Khirikhan Province. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities*. 13(2). 113–127. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/view/263376/177329>
- Buathong, S., Srakawee, K., & Panichareon, B. (2022). *Social Impact Assessment (SIA) and Social Return on Investment (SROI) Handbook* (2nd ed.). Puey Ungphakorn School of Development Studies.
- Chaemchamrus, K., Erb-im, N., Phuanpoh, Y., & Sermchayut, R. (2022). Upgrading and Increasing Value of Souvenir Products of Tourist Attractions; Experience the Charm of the Old City Life Style, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management*. 6(3), 1585–1603. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/257035/173460>
- Changrian, C., Sukajiradet, A., & Jaikrajarn, W. (2022). Social Return on Investment of Project Series of Fruit Quality in Uttaradit Province. *Journal of Management Science and Accounting*. 1(2). 1–14. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU/article/view/1830/1437
- Choibamroong, T. (2011). *Wisdom for Creative Local Development*. King Prajadhiol's Institute.
- Hiranwijitporn, N., & Kunthotong, T. (2021). Storytelling to communicate the marketing of mineral water woven fabric in Lampang Province. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities*. 11(2). 31–44. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/view/243600/168626>
- Jarudamrongsak, K. (2017). *Evaluation of Sustainability of Community Enterprise : A Case Study of Baan Lang Pattana Agriculturist's Housewives Group* (Master of Science' s Thesis). National Institute of Development Administration.
- Osiri, S., Sophonsuwapap, P., Asdornnithee, S., & Tattiyakul, K. (2019). *Bangpakong Grounding: The Area-based Sustainable Development of Bangpakong River Basin Communities using Cultural Ecology Concept (Phase 1 Cultural Root Empowerment, Cultural Mapping, and Cultural Space)*. The Thailand Research Fund (TRF).
- Rueangsuk, V., Tossawut, T., Thongkaew, S., Mekkhachorn, W., Noisawang, L., Rotchanasiri, S., Chaida, E. (2023). *The Bangpakong River: Cultural Capital for Development based on the Creative Economy Concept, Ban Pho District, Chachoengsao*. Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University.



- Srakawee, K., & Buathong, S. (2022). *The Workshop Project on Social Impacts Assessment (SIA) and Social Return on Investment (SROI) 29–30 August 2022* [PowerPoint Slides]. Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University.
- Sirilamduan, C., Mudor, H., Komut, W., & Musika, K. (2022A). Social Return on Investment in Cultural Projects: The Case of Folk Dance Revival. In *Proceedings of UBRC 16th National Academic Conference: Research and Innovation for SDGs in the Next Normal* (pp. 91–102). Ubon Ratchathani University.
- Sirilamduan, C., Mudor, H., Sunkolkit, S., & Hemtanon, W. (2022B). *WORKSHOP 2 SROI for Cultural Capital Research 4–6 November 2022* [PowerPoint Slides]. Program Management Unit on Area Based Development (PMU A).
- Thai Health Promotion Foundation. (2014). *Social Return On Investment : A Case Study of the Operation of Thai Health Promotion Foundation*. Thai Health Promotion Foundation.

กระแสเงินสด ความสามารถในการทำกำไร และแนวทางการประเมิน

มูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียน

ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*

CASH FLOW, PROFITABILITY AND GUIDELINES FOR VALUING SHARES

OF LISTED FINANCIAL INDUSTRY GROUPS

IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND*

ธีรวัฒน์ ธีรรัตน์โกติน**

(วันที่รับบทความ: 23 มกราคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ: 26 มีนาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 19 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน และ 2) แนวทางในการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2561- พ.ศ.2565 จำนวน 14 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลจากงบการเงินรวม จำนวน 14 บริษัท รวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ ข้อมูลงบการเงินจากฐานระบบ SETSMART วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) โดยเฉลี่ยอยู่ในทิศทางลบที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน (CFI) โดยเฉลี่ยอยู่ในทิศทางลบ และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) โดยเฉลี่ยอยู่ในทิศทางบวกเนื่องจากอยู่ในช่วงการขยายธุรกิจ ทั้งนี้ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) อยู่ในระดับที่สูง และราคาหุ้น (Price) อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (DY) อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิ (PE) อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV) สอดคล้องกับปัจจัยอื่นอยู่ในทิศทางเชิงบวก 2) แนวทางในการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ วิธีการประเมินแบบสมมาตร วิธีการประเมินโครงสร้างทุน วิธีการประเมินมูลค่าตามทรัพย์สิน การใช้วิธีการประเมินอื่น ๆ รวมถึงการใช้ข้อมูลทางการเงินอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อมูลค่าของหุ้น เช่น สัดส่วนทางการเงิน ผลตอบแทนในการลงทุน และค่าความเสี่ยง

คำสำคัญ: กระแสเงินสด, ความสามารถในการทำกำไร, การประเมินมูลค่าหุ้น, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

* บทความวิจัย คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาเขตภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

** อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาเขตภาคเหนือ จังหวัดลำพูน Email:theerawataui@gmail.com



CASH FLOW, PROFITABILITY AND GUIDELINES FOR VALUING SHARES OF LISTED FINANCIAL INDUSTRY GROUPS IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND*

THEERAWAT THAWANRATPHOKIN**

(Received: January 23, 2023; Revised: March 26, 2024; Accepted: April 19, 2024)

ABSTRACT

This research aimed to study 1) cash flow and profitability that affect the valuation of shares in the financial industry groups, and 2) guidelines for valuing shares of stocks in the financial industry groups listed on the Stock Exchange of Thailand. The sample groups studied were the financial industry groups listed on the Stock Exchange of Thailand 2018–2022, totaling 14 companies. Data was collected using information from the website of the Securities and Exchange Commission of Thailand, namely financial statement data from the SETSMART system database. Data was analyzed using stepwise multiple regression analysis. The research findings were as follows: 1) Cash flow from operating activities (CFO) is on average in the negative direction whereas cash flow from investing activities (CFI) is on average in the negative direction. Cash flow from financing activities (CFF) on average is in a positive direction due to the business expansion phase. The return on equity (ROE), return on assets (ROA), and net profit margin (NPM) are at a high level. The stock price (Price), dividend yield (DY), market price to net profit ratio (PE), and market price to book value ratio (PBV) are in line with other factors in a positive direction. 2) Guidelines for valuing shares of stocks in the financial industry groups listed on the Stock Exchange of Thailand include the comparable approach, income approach, asset approach, and other valuation methods including using other financial information that affects a stock's value, such as financial ratios, investment returns, and risk premiums.

Keywords: Cash Flow, Profitability, Stock Valuation, Stock Exchange of Thailand

* Research Article, Faculty of Accountancy, Thonburi University, Northern Campus, Lamphun Province

** Lecturer, Accounting Department, Faculty of Accounting, Thonburi University, Northern Campus, Lamphun Province E-mail:

theerawataui@gmail.com

บทนำ

หุ้นสามัญ หรือ Common stocks เป็นตราสารทางการเงินที่บริษัทนำออกจำหน่าย เพื่อเชิญชวนให้คนทั่วไปเข้ามาร่วมลงทุนกับกิจการ จึงมีลักษณะเป็นตราสารทุนที่ผู้ถือหุ้น เปรียบเสมือนเป็นเจ้าของกิจการ โดยจะมีส่วนในการเป็นเจ้าของกิจการ มีสิทธิในการออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อการบริหารกิจการ และมีสิทธิรับเงินปันผลหรือเป็นผลตอบแทนในรูปแบบอื่น ๆ ตามในที่ประชุมของผู้ถือหุ้น อนุมัติไว้ ซึ่งเงินปันผลเป็นผลตอบแทน จากการแบ่งปันผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของกิจการนั้น ๆ ซึ่งเงินปันผลจะขึ้นอยู่กับกำไรของกิจการและสัดส่วนการลงทุนของเจ้าของแต่ละคน การลงทุนในหุ้นมีความเสี่ยงที่สำคัญที่นักลงทุน อาจไม่ได้รับเงินปันผล หากเศรษฐกิจไม่ดี บริษัทไม่สามารถทำกำไรได้หรือมีกำไรลดลง โดยตลาดหุ้นสามัญที่จำหน่ายในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศและไม่ได้ตอบสนองเฉพาะความต้องการกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การเติบโตอย่างมีศักยภาพของธุรกิจจะสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศจะสามารถนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชาติ โดยมีคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบต่อการเงินรวมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และงบการเงินเฉพาะของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปีจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทย โดยใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวังและประมาณการที่สมเหตุสมผลในการจัดทำรวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน เพื่อให้สามารถสะท้อนฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดได้อย่างถูกต้อง โปร่งใส เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน (Stock Exchange of Thailand, 2022)

สำหรับนักลงทุนที่ต้องการลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สิ่งที่ต้องพิจารณาคือ ศักยภาพทางธุรกิจของบริษัทที่จะเลือกลงทุน ได้แก่ งบการเงินที่สะท้อนถึงผลดำเนินงานของกิจการ โดยงบการเงินที่ได้เปิดเผยในตลาดหลักทรัพย์แก่สาธารณะประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงของผู้ถือหุ้น งบกระแสเงินสด และหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีนักลงทุนจำนวนไม่น้อยที่ตัดสินใจเพียงแค่อ้างอิงจากงบกำไรขาดทุนเพียงงบเดียว แต่นอกจากงบกำไรขาดทุนแล้ว งบกระแสเงินสดยังสามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งในการประกอบการตัดสินใจได้อีกด้วย ซึ่งงบกระแสเงินสดสามารถอธิบายได้ถึงสภาพคล่องและการบริหารทางการเงินของกิจการแก่นักลงทุนได้ งบกระแสเงินสดหรือก็คืองบการเงินที่แสดงเงินสดและรายการเงินสด โดยจะแสดงเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดทั้งกระแสเงินสดไหลเข้าและกระแสเงินสดไหลออก เช่น เงินสดรับจากลูกหนี้หรือได้รับชำระหนี้จากลูกหนี้ และเงินสดจ่ายให้เจ้าหนี้การค้า ซึ่งเป็นงบที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดในวันที่ทราบและไม่เปลี่ยนแปลงมูลค่า และสามารถอธิบายได้ถึงรายได้มาและใช้ไปในแต่ละงวดว่ามากน้อยเพียงใดและใช้ไปกับอะไร (MAI Stock Exchange, 2020)

การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จึงเป็นอีกหนึ่งในทางเลือกของนักลงทุนที่จะสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ลงทุน โดยนักลงทุนควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลทางการเงินของบริษัทที่ต้องการลงทุนก่อน เพื่อลดหรือกระจายความเสี่ยงจากการลงทุน ข้อมูลทางการเงินหรืองบการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์เป็นข้อมูลที่มีมาตรฐาน เปิดเผยต่อสาธารณะ และนักลงทุนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ซึ่งข้อมูลนั้นสามารถนำไปวิเคราะห์และติดตามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน และทำให้การลงทุนนั้นเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงที่สุดสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินในเชิงปริมาณ เครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้ลงทุน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรายการหนึ่งกับอีกรายการหนึ่งในงบการเงิน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินนั้นจะช่วยให้เข้าใจในงบการเงินได้มากและง่ายขึ้น ทั้งในด้านการแปลความหมาย และการเปรียบเทียบข้ามบริษัทเพื่อให้ทราบถึงสถานะทางการเงิน จุดแข็ง และจุดอ่อนของบริษัทและทิศทางในอนาคตของบริษัทซึ่งผู้บริหารสามารถนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินไปกำหนดแผนการบริหารทางการเงินให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้ได้มากที่สุดแก่บริษัท โดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (2) การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (3) การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร และ (4) การวิเคราะห์โครงสร้างของเงินทุนหรือภาระหนี้สิน (Stock Exchange of Thailand, 2022)

สำหรับผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำกับดูแล ได้แก่ 1) ผู้ให้บริการบัตรเครดิต 2) ผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ หมายถึง นิติบุคคลที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังให้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้กู้ยืมเงินแก่บุคคลธรรมดาโดยไม่มีหลักประกัน เพื่อนำไปซื้อสินค้าและบริการเพื่อการอุปโภคบริโภค 3) ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) และ 4) ผู้ให้บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินหรือโอนเงินตราต่างประเทศเป็นอีกแหล่งเงินทุนที่ผู้ประกอบการ SMEs ค้นเคยคือ การเช่าซื้อ (Hire Purchase) และ ลีสซิ่ง (Leasing) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้เองที่การแก้พระราชบัญญัติบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม จะเข้าไปมีส่วนช่วยค้าประกัน ทำให้ SMEs มีตัวเลือกอื่นๆ เพิ่มเติม ภาวะเศรษฐกิจมหภาคที่ดีขึ้นเป็นบวกกับธุรกิจให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน การกลับมาเปิดเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ที่จะส่งผลดีต่อธุรกิจให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินโดยเฉพาะทางด้านของคุณภาพสินทรัพย์และลดแรงกดดันทางด้านของการกันสำรอง นอกจากนี้การที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นในช่วงหลังยังมุ่งเน้นการให้บริการทางการเงินกับเกษตรกร ซึ่งสามารถเข้าแหล่งเงินทุนของในระบบได้ค่อนข้างยาก อย่างไรก็ตามก็ดีสำหรับผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการรายงานผลการดำเนินงานซึ่งตอบรับกับการขยายตัวทางธุรกิจ (Bank of Thailand, 2022)

จากที่กล่าวมาข้างต้นมีส่วนทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจเกี่ยวกับ ผลกระทบของกระแสเงินสดที่มีต่อความสามารถในการทำกำไร และการประเมินมูลค่าหุ้นของผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบัน

การเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบกับเป็นข้อมูลที่นักลงทุนมักใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ทั้งในด้านการแปลความหมายและการเปรียบเทียบข้ามบริษัท เพื่อให้ทราบถึงสถานะทางการเงินของบริษัทที่ตนสนใจจะลงทุน และสามารถทำให้การลงทุนประสบผลสำเร็จมากที่สุด ทั้งด้านการเลือกลงทุนที่เหมาะสมและเป้าหมายของการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด จึงเป็นที่มาของการสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยเกิดการวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

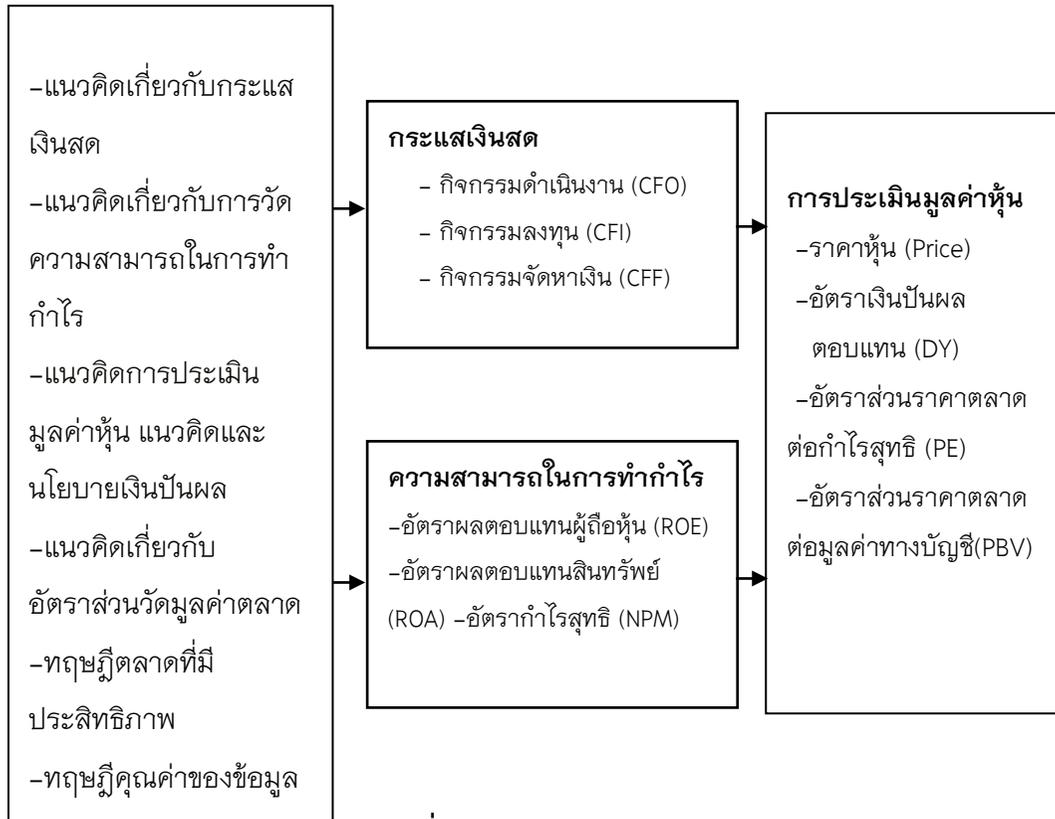
1. กระแสเงินสดมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทน ของผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ความสามารถในการทำกำไรมีผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางการจัดการกระแสเงินสดความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้นของผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระจากแนวคิดเกี่ยวกับกระแสเงินสด (Rojkurusathian, 2004) ในการศึกษากระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การศึกษาแนวทางในการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (athian, S., 2004) ประกอบด้วย 1) กิจกรรรมดำเนินงาน (CFO) 2) กิจกรรรมลงทุน (CFI) และกิจกรรรมจัดหาเงิน (CFF) เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงการได้มาและใช้ไปของเงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสดในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง และแนวคิดเกี่ยวกับการวัดความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย 1) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) (AM Broker, 2019) 2) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) (Meawbin Investor, 2016) และ 3) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) (Money Buffalo, 2020) และตัวแปรตามจากการประเมินมูลค่าหุ้น ตามแนวคิดเกี่ยวกับราคาหุ้น เพื่อศึกษาราคาหุ้น (Price) (Srisuchat, S., 2004) แนวคิดและนโยบายการเงินปันผล และอัตราเงินปันผลตอบแทน (DY)

(Longtunman, 2019) แนวคิดเกี่ยวกับอัตราส่วนวัดมูลค่าตลาด เพื่อศึกษาอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิ (PE) และอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV) (Stock Exchange of Thailand, 2022) เพื่อนำมาพัฒนากรอบแนวคิดและตัวแปรที่ครอบคลุม ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงวางกรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับ การศึกษาแนวทางการจัดการกระแสเงินสดความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้นของผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ กลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน (เงินทุนและหลักทรัพย์) ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 41 บริษัท

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเงื่อนไข คือ บริษัทที่ประกอบธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน (เงินทุนและหลักทรัพย์) ที่จดทะเบียนในตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ให้บริการสินเชื่อประเภทมีหลักทรัพย์ค้ำประกันที่ทุนจดทะเบียนมากกว่า 300 ล้านบาท และไม่เป็นบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบผลตอบแทนได้ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 14 บริษัท

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ เครื่องมือสำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน ประกอบด้วย กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน ความสามารถในการทำกำไร และการประเมินมูลค่าหุ้น

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลโดยแบบบันทึกข้อมูลจากงบการเงินรวม จำนวน 14 บริษัท ซึ่งมีการจัดทำงบการเงินรวมสำหรับรอบระยะเวลาบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 – 2565 เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ ข้อมูลงบการเงินจากฐานระบบ SETSMART ซึ่งจะไม่รวมถึงบริษัทที่ไม่ประสงค์จะให้เปิดเผยข้อมูลและบริษัทที่ไม่มีคุณสมบัติของข้อมูล ข้อมูลในงบการเงิน และรายงานประจำปี ประกอบด้วย งบกระแสเงินสดเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่ง ประกอบด้วย กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน และส่วนของตัวแปรตาม ได้แก่ 1) ตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ และอัตรากำไรสุทธิ และ 2) การประเมินมูลค่าหุ้นประกอบด้วย ราคาหุ้น อัตราเงินปันผลตอบแทน อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไร สุทธิ และอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี โดยทำการเก็บรวบรวมจากข้อมูลเว็บไซต์ของ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ติดต่อกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง 2565 รวมเป็นระยะเวลา 5 ปี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นการประมาณค่าในการวิเคราะห์การถดถอย เพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์กันในลักษณะใด ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 14 บริษัท ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลพบว่า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยกระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไร ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การประเมินมูลค่าหุ้น ด้านราคาหุ้น (Price)

กระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไร	การประเมินมูลค่าหุ้น ราคาหุ้น (Price)		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน			
ค่าคงที่ (α)	-5.152	4.630		-1.113	0.270
กิจกรรมดำเนินงาน (CFO)	-0.265	0.547	-0.450	-0.485	0.629
กิจกรรมลงทุน (CFI)	-0.238	0.580	-0.161	-0.410	0.683
กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF)	0.031	0.536	0.452	0.058	0.954
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	0.539	0.497	2.1350	1.084	0.283
อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	1.058	1.090	2.833	0.971	0.335
อัตรากำไรสุทธิ (NPM)	0.216	0.302	0.786	0.715	0.477
F = 18.429 p = 0.000 AdjR2 = 0.288					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไรการประเมินมูลค่าหุ้น ด้านราคาหุ้น (Price) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว กิจกรรมดำเนินงาน (CFO) กิจกรรมลงทุน (CFI) กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) รวมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลง ตัวแปรอิสระด้านราคาหุ้น (Price) ได้ร้อยละ 28.80 ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยกระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไร ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การประเมินมูลค่าหุ้น ด้านอัตราเงินปันผลตอบแทน (DY)

กระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไร	การประเมินมูลค่าหุ้น อัตราเงินปันผลตอบแทน (DY)		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน			
ค่าคงที่ (α)	1.029	0.492		2.091	0.041
กิจกรรมดำเนินงาน (CFO)	0.020	0.058	0.040	0.349	0.728
กิจกรรมลงทุน (CFI)	0.044	0.062	0.039	0.719	0.475
กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF)	-0.035	0.057	-0.048	-0.610	0.544
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	-0.018	0.053	0.035	-0.334	0.740

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไร	การประเมินมูลค่าหุ้น อัตราเงินปันผลตอบแทน (DY)		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน			
อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-0.139	0.116	0.057	-1.201	0.234
อัตรากำไรสุทธิ (NPM)	0.093	0.032	0.041	2.901	0.005*
F = 1.959 p = 0.004 AdjR2 = 0.182					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไรการประเมินมูลค่าหุ้น ด้านอัตราเงินปันผลตอบแทน (DY) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว กิจกรรมดำเนินงาน (CFO) กิจกรรมลงทุน (CFI) กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) รวมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงตัวแปรตาม ด้านอัตราเงินปันผลตอบแทน (DY) ได้ร้อยละ 18.20 ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยกระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไร ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การประเมินมูลค่าหุ้น ด้านอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิ (PE)

กระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไร	การประเมินมูลค่าหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิ (PE)		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน			
ค่าคงที่ (a)	1.244	2.923		0.426	0.672
กิจกรรมดำเนินงาน (CFO)	0.704	0.345	-0.359	2.041	0.045*
กิจกรรมลงทุน (CFI)	0.414	0.366	-0.349	1.130	0.263
กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF)	1.051	0.338	0.469	3.107	0.003*
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	-0.922	0.314	0.495	-2.939	0.005*
อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	1.560	0.688	1.794	2.268	0.027*
อัตรากำไรสุทธิ (NPM)	0.522	0.191	0.492	2.734	0.008*
F = 11.636 p = 0.000 AdjR2 = 0.429					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไรการประเมินมูลค่าหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิ (PE) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว

กิจกรรมดำเนินงาน (CFO) กิจกรรมลงทุน (CFI) กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) รวมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงตัวแปรตาม อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรสุทธิ (PE) ได้ร้อยละ 42.9 ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยกระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไร ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การประเมินมูลค่าหุ้น ด้านอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV)

กระแสเงินสด และ ความสามารถในการทำกำไร	การประเมินมูลค่าหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV)		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน			
ค่าคงที่ (a)	-0.672	0.548		-1.226	0.225
กิจกรรมดำเนินงาน (CFO)	-0.001	0.065	-0.068	-0.020	0.984
กิจกรรมลงทุน (CFI)	0.003	0.069	-0.012	0.046	0.963
กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF)	0.045	0.063	0.071	0.711	0.480
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	0.117	0.059	0.204	1.992	0.051
อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	0.187	0.129	0.421	1.452	0.151
อัตรากำไรสุทธิ (NPM)	-0.002	0.036	0.107	-0.046	0.964
F = 2.182 p = 0.000 AdjR2 = 0.410					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และความสามารถในการทำกำไรการประเมินมูลค่าหุ้น ด้านอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว กิจกรรมดำเนินงาน (CFO) กิจกรรมลงทุน (CFI) กิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) รวมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลง ตัวแปรตามอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV) ได้ร้อยละ 41.00 ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษาแนวทางในการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สามารถสรุปได้ดังนี้

การประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่ลงทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถดำเนินการได้ผ่านหลายวิธีและแนวทางที่สามารถศึกษาเพื่อการประเมินมูลค่าได้ดังนี้

1. วิธีการประเมินแบบสมมาตร (Comparable Approach): ในกรณีนี้ การประเมินมูลค่าหุ้นจะใช้ข้อมูลราคาหุ้นของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และจะนำมาเปรียบเทียบกับบริษัทที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ตลาดเป้าหมาย ขนาดของบริษัท การดำเนินงาน และปัจจัยการเงินอื่น ๆ เพื่อทำการประเมินมูลค่า

2. วิธีการประเมินโครงสร้างทุน (Income Approach): การใช้วิธีนี้จะพิจารณาโครงสร้างทุนของบริษัทเพื่อประเมินมูลค่า โดยการนำผลกำไรหรือกำไรสุทธิของบริษัท การปรับตัวเพื่อประเมินมูลค่าหุ้นตามอัตราดอกเบี้ยทางการเงินของบริษัท

3. วิธีการประเมินมูลค่าตามทรัพย์สิน (Asset Approach): การใช้วิธีนี้จะสำรวจทรัพย์สินทางการเงินและทรัพย์สินทางสิ่งของที่มีอยู่ในบริษัท เพื่อวิเคราะห์ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมค่าสินทรัพย์ และปัจจัยอื่น ๆ เพื่อการประเมินมูลค่าของหุ้น

4. การใช้วิธีการประเมินอื่น ๆ: รวมถึงการใช้ข้อมูลทางการเงินอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อมูลค่าของหุ้น เช่น สัดส่วนทางการเงิน ผลตอบแทนในการลงทุน และค่าความเสี่ยง

การวิเคราะห์และประเมินมูลค่าหุ้นของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่หลากหลาย และอาจมีการใช้แนวทางการประเมินที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับข้อมูลทางการเงินและเหตุผลทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องในแต่ละบริษัทในกลุ่มนั้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการจัดการผลกระทบของกระแสเงินสดที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยมีประเด็นในการอภิปรายผล ดังนี้

1. กระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) โดยเฉลี่ยอยู่ในทิศทางลบที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน (CFI) โดยเฉลี่ยอยู่ในทิศทางลบ และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) โดยเฉลี่ยอยู่ในทิศทางบวก เนื่องจากอยู่ในช่วงการขยายธุรกิจ ทั้งนี้ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) อยู่ในระดับที่สูง สอดคล้องกับ นิศดาภักดิ์ ชะโลธร และภูมิฐาน รั้งคกุล นูว์วัฒน์ (Chalothorn, N. and Rangakulnuwat, P., 2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ระหว่างกระแสเงินสดกับผลตอบแทนกำไรของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยผลการศึกษาพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับกำไรจากการดำเนินงานที่แท้จริง กำไรจากการดำเนินงาน และกำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2. แนวทางในการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ราคาหุ้น (Price) อัตราเงินปันผลตอบแทน (DY) อัตราส่วนราคาตลาดต่อ

กำไรสุทธิ (PE) อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV) สอดคล้องกับปัจจัยอื่นอยู่ในทิศทางเชิงบวก สอดคล้องกับ นันทิกานต์ พวงบุบผา (Puangbubpha, N., 2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดที่มีต่อมูลค่าตามราคาตลาดและอัตราเงินปันผลตอบ แทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า 1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่าตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อมูลค่าตามราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญ 2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานและกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน และความผันผวนของกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์เชิงลบต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. บริษัทควรจัดให้มีการใช้เครื่องมือ กระแสเงินสดที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะส่งผลทำให้การตัดสินใจเชิงธุรกิจถูกต้องสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจ

2. บริษัทควรจัดทำกระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรที่ส่งผลต่อการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนการขยายตัวทางธุรกิจ

3. บริษัท หรือนักลงทุนควรมีการประเมินมูลค่าหุ้นของกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และลดความเสี่ยงในการลงทุน

4. การวิจัยเป็นการศึกษาข้อมูลตามช่วงเวลาอาจจะมีผลการวิจัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลง ถ้าหากมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยปัจจัยการจัดการผลกระทบของกระแสเงินสดที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้น เปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมเพื่อประเมินทิศทางในการตัดสินใจทางธุรกิจและปัจจัยในการลงทุนที่ลดระดับความเสี่ยงในการลงทุน

Reference

AM Broker. (2019). *Depositing money into a Forex trading account*. Available on <https://traderider.com/index.php?topic=14568.0> (retrieved 22 Oct 2023)

Bank of Thailand. (2022). *Financial business under the supervision of the Bank of Thailand*. Available on <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/thailand-financial-institutions-and-financial->

- service-providers/Financial%20Business%20under%20the%20BOT%
20supervision%20(TH).pdf (retrieved 20 Oct 2023)
- Chalothorn, N. and Rangakulnuwat, P. (2021). Relationship between cash flow and profit returns of companies on the Stock Exchange of Thailand. Information and Communication Technology Group, 2010–2019. *In the National Graduate Research Presentation Academic Conference. Khon Kaen University, 22(1), (774–784).*
- Phromkhot, P. and Chanjarat, N. (2017). Cash flow, returns of securities and operating results of companies listed on the MAI Stock Exchange. *Journal of Business Administration and Accounting. Khon Kaen University, 1(3), 35–50.*
- Longtunman. (2019). *What is dividend payment?* Available on <https://www.longtunman.com/38106> (retrieved 21 Oct 2023)
- MAI Stock Exchange (2020). *Securities registration.* Available on https://portal.set.or.th/th/faqs/listing_p1.html (retrieved 20 Oct 2023)
- Meechana, J. and Khamsuprom, S. (2017). *A study of the influence of cash flow on Financial structure: Company listed on the Stock Exchange of Thailand.* [Master of Accounting]. Dhurakij Pundit University.
- Meawbin Investor. (2016). *ROA (Return on Assets).* Available on <http://www.meawbininvestor.com/roa-return-on-assets/> (retrieved 22 Oct 2023)
- Money Buffalo. (2020). *BEST of stocks 2020.* Available on <https://www.moneybuffalo.in.th/stock/best-of-stock-2020> (retrieved 22 Oct 2023)
- Puangbubpha, N. (2019). *Relationship of cash flow to market value and dividend rate. Returns of companies listed on the Stock Exchange of Thailand.* Independent study, Faculty of Accountancy, Sripatum University.
- Rojkurisathian, S. (2004). *Tax accounting of businesses receiving investment promotion.* Bangkok: Dharmniti Press.
- Stock Exchange of Thailand. (2022). *What are stocks?* Available on https://member.set.or.th/education/th/begin/stock_content01.pdf (retrieved 20 Oct 2023)
- Srisuchat, S. (2004). *Stock market in Thailand.* Bangkok: Stock Exchange of Thailand.

รูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏ ในยุคประเทศไทย 4.0*

AN ENTREPRENEURSHIP INTENTION MODEL OF UNIVERSITY
STUDENTS UNDER RAJABHAT UNIVERSITY IN
THE ERA OF THAILAND 4.0*

รัชนก ปัญญาสุพัฒน์**

ชัยวิชญ์ ม่วงหมี***

นฤมล สุ่นสวัสดิ์****

(วันที่รับบทความ: 15 มกราคม 2567; วันแก้ไขบทความ: 25 มีนาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 15 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อสำรวจบรรทัดฐานทางสังคม ทักษะคนดี คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (2) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของบรรทัดฐานทางสังคมทักษะคนดี คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของบรรทัดฐานทางสังคม ทักษะคนดี คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (4) เพื่อค้นหารูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในยุคประเทศไทย 4.0 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ๆ ละ 30 คน รวมจำนวน 1,140 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า (1) ผู้ตอบแบบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม ทักษะคนดี คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 ทุกด้านอยู่ในระดับมาก (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.74–0.98 ผลการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปรากฏว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 สูงสุด คือ ทักษะคนดี รองลงมาคือ คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.64 0.21 และ 0.15 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ร้อยละ 96 ($R^2=0.96$) และปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงสุดคือ คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ รองลงมาคือ ทักษะคนดี และบรรทัดฐานทางสังคม ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ

0.42 0.41 และ 0.16 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ร้อยละ 93 ($R^2=0.93$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) โมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง และ 21 ตัวแปรสังเกตได้ ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 49.55$, $df=39$, $p=.11$, $GFI=1.00$, $AGFI=0.98$, $CFI=1.00$, $RMSEA=0.01$, $SRMR=0.00$)

คำสำคัญ : ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏ, ประเทศไทย 4.0

*บทความวิจัย, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

**อาจารย์, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, E-mail : ratchanok.pa@bsru.ac.th

***อาจารย์, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, E-mail : Chaiyawit.1970@gmail.com

****ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี, E-mail : soon197@hotmail.com



**AN ENTREPRENEURSHIP INTENTION MODEL OF UNIVERSITY
STUDENTS UNDER RAJABHAT UNIVERSITY IN
THE ERA OF THAILAND 4.0*
RATCHANOK PANYASUPAT**
CHAIYAWIT MUANGMEE***
NARUMOL SOONSAWAD*****

(Received: January 15, 2023; Revised: March 25, 2024; Accepted: April 15, 2024)

ABSTRACT

This research aimed to (1) explore social norms, attitude towards entrepreneurship, qualifications of entrepreneurs, perception of entrepreneurial self-efficacy in Thailand 4.0 era and intention to be entrepreneur; (2) analyze components of social norms, attitude towards entrepreneurship, perception of entrepreneurial self-efficacy in Thailand 4.0 era and intention to be entrepreneur; (3) analyze direct influence of social norms, attitude towards entrepreneurship and perception of entrepreneurial self-efficacy in Thailand 4.0 era affecting intention to be entrepreneur; and (4) develop a model of intention to be entrepreneur in Thailand 4.0 era of Rajabhat University students. The sample consisted of 1,140 fourth year students of 38 Rajabhat Universities, each with 30 participants. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in this research were descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics including confirmatory factor analysis, causal influence analysis, and structural equation model analysis.

The results revealed that the respondents' opinions towards all aspects including social norms, attitude towards entrepreneurship, qualifications of entrepreneur, perception of entrepreneurial self-efficacy in Thailand 4.0 era, and intention to be an entrepreneur were at a high level. In addition, the confirmatory factor analysis showed that the weighted values of standard components of observed variables ranged between 0.74 and 0.98, confirming the model's circularity with empirical data. Also, the factors affecting the perception of entrepreneurial self-efficacy in Thailand 4.0 era the most were the social attitudes, and qualifications of entrepreneurship, and norms, respectively, with influence sizes of 0.64, 0.21 and 0.15 a correlation of 96% ($R^2 = 0.96$). The factors influencing entrepreneurial intentions the most were the qualifications of entrepreneurship, social attitudes, and norms, respectively, with influence sizes of

0.42, 0.41 and 0.16, a correlation of 93% ($R^2=0.93$), with a statistically significant level of 0.05.
(4) The structural equation model with 5 latent variables and 21 observed variables developed for the intentions of university students to become entrepreneurs in the Thai 4.0 era showed good conformity with empirical data ($\chi^2 = 49.55$, $df= 39$, $p= .11$, $GFI= 1.00$, $AGFI= 0.98$, $CFI= 1.00$, $RMSEA=0.01$, $SRMR=0.00$).

Keywords: Entrepreneurship Intention, Rajabhat University, Thailand 4.0

* Research Article, Faculty of Management Science, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

** Lecturer of Faculty of Management Science, Department of Entrepreneurship, Bansomdejchaopraya Rajabhat University E-mail : ratchanok.pa@bsru.ac.th)

*** Lecturer of Faculty of Management Science, Department of Entrepreneurship, Bansomdejchaopraya Rajabhat University E-mail : Chaiyawit.1970@gmail.com)

*** Assistant Professor, Master of Business Administration, Thonburi University E-mail : soonl197@hotmail.com

บทนำ

ทิศทางการพัฒนาประเทศสู่อุตสาหกรรม Thailand 4.0 รัฐบาลมีนโยบายผลักดันเพื่อให้ประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้และนวัตกรรม (Creative Economy) และจากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561–2580) ระบุว่า การขับเคลื่อนเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะ 20 ปี ข้างหน้าจำเป็นต้องสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็น “ผู้ประกอบการยุคใหม่” ที่ก้าวทันและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคอุตสาหกรรม ประชาชน รวมถึงสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อให้ทุกภาคส่วนไปในทิศทางเดียวกัน มีแนวทางการวางแผนการปฏิรูปการศึกษาให้มีการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของประเทศ (Thailand's 20 Year Foreign Affairs Masterplan, 2019) สถาบันอุดมศึกษาเป็นหน่วยงานที่สร้างบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ การสร้างค่านิยมต่อการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษารวมถึงให้นักศึกษามีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial spirits) ตั้งแต่ยังอยู่วัยเรียนเป็นเรื่องที่สำคัญต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแนวความคิดการเรียนเพื่อปริญญาสู่การเรียนเพื่อเป็นเจ้าแกนน้อย ทำให้มีเส้นทางการเรียนที่ตรงสู่การเป็นผู้ประกอบการ การสร้างบุคคลให้เป็นผู้ประกอบการนั้นจึงต้องอาศัยสถาบันอุดมศึกษาเป็นสะพานเพื่อให้นักศึกษาค่อย ๆ เดินข้ามให้ไปถึงเป้าหมายทางอาชีพและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยในแต่ละมหาวิทยาลัย สามารถผลิตบัณฑิตได้จำนวนมาก ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการทำงานหลังสำเร็จการศึกษาที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และมีความเสี่ยงต่อการตกงานมากกว่าผู้สำเร็จการศึกษาในระดับอื่น ๆ ทำให้ผู้ที่จบการศึกษาใหม่จำเป็นต้องอาศัยความพยายามอย่างมากเพื่อแสวงหางานทำ ส่วนหนึ่งจำต้องตกอยู่ในสภาพของว่างงาน จากการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติเดือนมกราคม 2562 พบว่า ผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีอัตราการว่างงานสูงสุดถึง 1.6 แสนคน สอดคล้องกับข้อมูลจากกรมการจัดหางาน พบว่า ในกลุ่มคนว่างงานเป็นคนที่จบการศึกษาระดับอุดมศึกษามากที่สุดในภูมิภาคอีสานมีจำนวนคนว่างงานเพิ่มขึ้นสูงที่สุด ซึ่งข้อมูลการว่างงานนี้เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Ministry of Labour, 2019, p.3)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ปัจจุบันมีจำนวนทั้งหมด 38 แห่ง ให้การศึกษาระดับปริญญาตรีและวิชาชีพชั้นสูง ทำการวิจัยให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุงถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู บูรณาการการบริหารจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องทั้งภาคทฤษฎีและการปฏิบัติ มหาวิทยาลัยราชภัฏที่อยู่ทั่วประเทศสามารถเข้าถึงบริบทของชุมชนได้เป็นอย่างดีเป็นศูนย์การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ในบางพื้นที่การประกอบอาชีพที่สืบทอดกันมาอย่างช้านานจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่งผลดีต่อนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาไม่ว่าจะอาศัยในภูมิลำเนาของตนเองหรือมาจากแหล่งชุมชนพื้นที่ใกล้เคียง มีทัศนคติที่ดีต่อสภาพแวดล้อมและการเป็นผู้ประกอบการ

ได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกทำการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ โดยเลือกศึกษาเฉพาะนักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีที่ 4 เป็นชั้นปีสุดท้ายเนื่องจากมีการเรียนรู้และมีประสบการณ์ด้านการใช้ชีวิตอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัยในระยะเวลาที่นานพอต่อการตั้งเป้าหมายในการทำงาน จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปรากฏว่ามีการศึกษาปัจจัยเชิงจิตวิทยาในมุมมองทางจิตวิทยาสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับอาชีวศึกษา ปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา โดยส่วนใหญ่จะประยุกต์แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมแบบแผน (A Theory of Planned Behavior) คิดค้นโดย ไอน์เซิน (Ajzen, 1991) ที่อธิบายว่า การแสดงพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย (1) ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) และ (3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control) นอกจากนี้ยังค้นพบผลการศึกษานักวิจัยที่พบว่าปัจจัยด้านการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ของนักศึกษาและผู้ประกอบการราย (Kanjanaklod, W., Nualsut, S. & Promkum, S., 2022, p. 363-378 ; Ruengsrimun, P., 2019 ; Mallawong, M. & Rueangchan, W., 2021 p. 155-173 ; González-Serrano, 2018, p. 1363-1372 ; Shah and Soomro, 2017 ; Eysel and Durmaz, 2019)

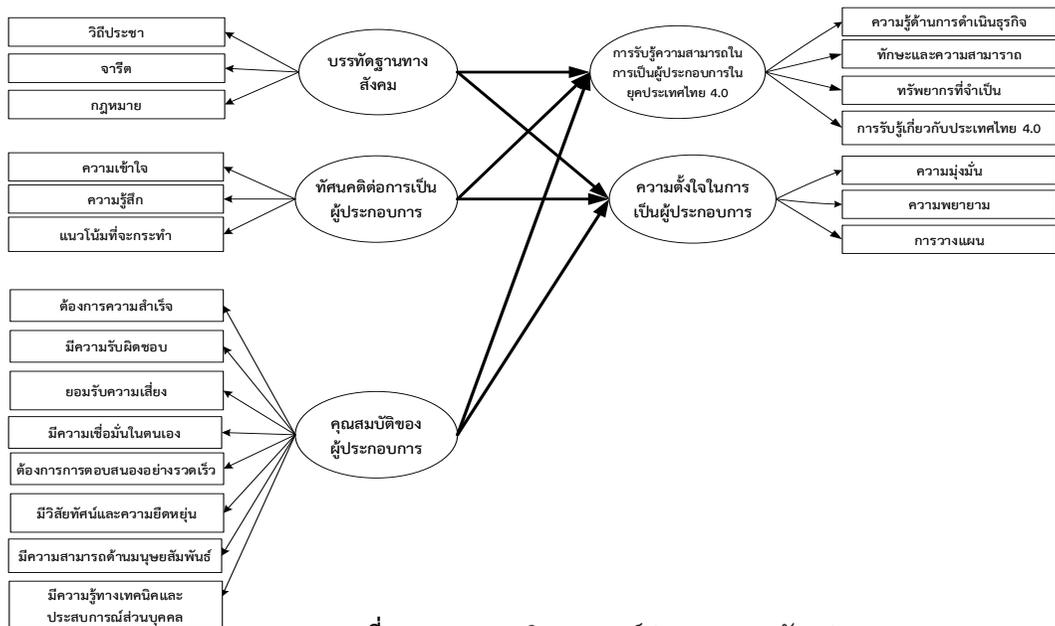
จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา เรื่อง รูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในยุคประเทศไทย 4.0 เพื่อให้ทราบถึง บรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัตื การรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีลักษณะเป็นอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไร และมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรได้ทั้งในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน นอกจากนี้มหาวิทยาลัยในระดับอุดมศึกษาสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้มาวางแผนเพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรให้มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในยุคประเทศไทย 4.0 รวมทั้งคณาจารย์สามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อการจัดกิจกรรมที่ปลูกฝังและสร้างคุณค่าให้นักศึกษามีทศนคติมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirits) เพิ่มขึ้น สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็นกำลังสำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติถือเป็นจุดเริ่มต้นของเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Warrior : NEW) ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจบรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัตืของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของบรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัตืของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของบรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัตืของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 และส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
4. เพื่อค้นหารูปแบบความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในยุคประเทศไทย 4.0

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ ไอน์เซิน (Ajzen, 1991) ได้แก่ ทศนคติต่อการทำ (Attitude toward Behavior) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) แนวคิดคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ของ แมคเคลแลนด (McClelland, 1973, p. 1-14) กรอบแนวคิดการวิจัยมีดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดและองค์ประกอบของตัวแปร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง สาขาวิชาจำแนกตามมาตรฐานการศึกษาสาขา ISCED ในปีการศึกษา 2564 จำนวนทั้งสิ้น 96,758 คน (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2020)

กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2564 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง แบ่งตามสาขาวิชา คือ Education, Humanities and Arts, Social Sciences, Business and Law, Science, Manufacturing and Construction, Engineering, Manufacturing and Construction, Agriculture and Veterinary, Health and Welfare, Services (UNESCO Institute for

Statistic, 2014) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic sampling) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมไม่ควรต่ำกว่า 20 เท่าของจำนวนตัวแปร (Hair, 2010) เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติประเภทพหุตัวแปรโดยปกติของ ลินเดแมน เมเรินดา และโกลด์ (Lindeman, Merenda & Gold, 1980) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนตัวแปร 26 ตัวแปร สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำได้เท่ากับ 520 ตัวอย่าง การเก็บตัวอย่างแต่ละกลุ่มต้องไม่ต่ำกว่า 30 ตัวอย่าง (Wanichbancha, K., 2018) ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างแต่ละ 30 คน รวมทั้งสิ้น 1,140 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปจำนวน 7 ข้อ คำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม จำนวน 15 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ใช้วัดตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ จำนวน 15 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ใช้วัดตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการ จำนวน 24 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ใช้วัดตัวแปรสังเกตได้จำนวน 8 ตัวแปร

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถ 20 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ใช้วัดตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ตัวแปร

ตอนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 10 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ใช้วัดตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการขอรับรองพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เป็นแนวปฏิบัติในการขอรับการพิจารณาเป็นไปตามแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากล และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีค่า IOC สูงกว่า 0.60 ทุกข้อคำถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน และนำผลไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.99

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสรุปขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. จัดทำแบบสอบถามและเลขรหัสเพื่อการติดตามตรวจสอบข้อมูล และดำเนินการจัดทำหนังสือถึงผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อขอความร่วมมือเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล

2. จัดส่งแบบสอบถาม โดยใช้ Google Form เฉพาะในมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ตั้งในภูมิภาคให้กับเครือข่ายราชภัฏทั่วประเทศ เพื่อความรวดเร็วในการเก็บข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล หากพบว่าข้อมูลในแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์จะคัดออก และติดตามการเก็บข้อมูลจนครบตามจำนวน

4. นำแบบสอบถามมาแปลงเป็นค่าทางสถิติเบื้องต้นและนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. อธิบายบรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยวิเคราะห์ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

2. ค่าสถิติวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Measures) เป็นค่าสถิติที่ตรวจสอบความตรงในภาพรวมทั้งหมดของโมเดล ค่าสถิติในกลุ่มนี้มี 4 ประเภท ได้แก่ ค่าสถิติไคร์-สแควร์ (Chi - square Statistics) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดัชนีความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ดัชนี GFI จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 1 ดัชนีความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษส่วน (Root Mean squared Residual: RMR) ใช้เปรียบเทียบความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่ารากกำลังสองความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) และดัชนีดัดแปลงโมเดล (Model Modification Indices) เป็นค่าดัชนีที่ใช้ในการตัดสินใจปรับโมเดลให้ดีขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 654 คน (ร้อยละ 57.40) มีอายุ 22 ปี จำนวน 663 คน (ร้อยละ 58.20) เรียนในกลุ่มสาขาวิชาธุรกิจ การบริหาร และกฎหมาย (Business, Administration and Law) จำนวน 370 คน (ร้อยละ 32.46) พื้นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ในภูมิภาค จำนวน 990 คน (ร้อยละ 86.80) การประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา จำนวน 649 คน (ร้อยละ 56.93) มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่างศึกษา จำนวน 947 คน (ร้อยละ 83.10) และเคยเข้ารับการอบรมที่เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการหรือธุรกิจ จำนวน 978 คน (ร้อยละ 85.80)

ตารางที่ 1 ผลการสำรวจระดับความคิดเห็นของนักศึกษา

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	SK	KU	ระดับความคิดเห็น
บรรทัดฐานทางสังคม	4.05	0.62	-0.16	-0.91	มาก
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ	4.14	0.64	-0.32	-0.92	มาก
คุณสมบัติของผู้ประกอบการ	4.15	0.62	-0.25	-0.94	มาก
การรับรู้ความสามารถ	4.15	0.69	-0.29	-1.31	มาก
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.16	0.70	-0.25	-1.28	มาก
รวม	4.13	0.65	-0.32	-1.34	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 ส่วนการแจกแจงข้อมูล พบว่า โดยรวมมีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย (ความเบ้เป็นลบ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.32 ส่วนค่าความโด่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.34 แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของ ค่าความเบ้ (Skewness) และ ความโด่ง (Kurtosis) นั้น มีค่า บวกลบไม่ เกิน 2 ถือว่าข้อมูลแจกแจงเป็นเส้นโค้งปกติ (Bagozzi, 1981)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของบรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัติ การรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Confirmatory Factor Analysis; CFA) พบว่า ทุกองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

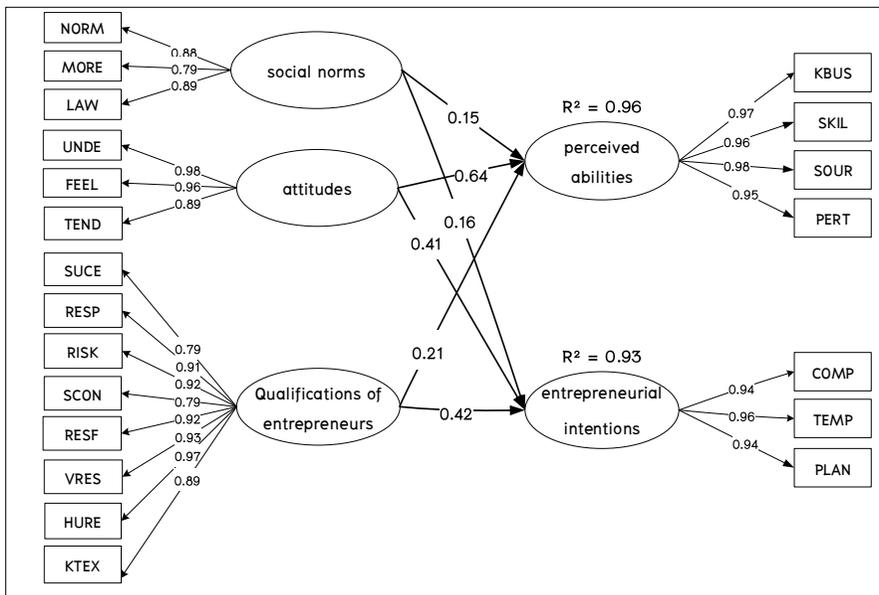
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรที่สังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ
บรรทัดฐานทางสังคม	วิถีประชา (NORM)	0.80
	จารีต (MORE)	0.79
	กฎหมาย (LAW)	0.89
ทศนคติ	ความเข้าใจ (UNDE)	0.98
	ความรู้สึก (FEEL)	0.96
	แนวโน้มที่จะกระทำ (TEND)	0.89
คุณสมบัติ	ต้องการความสำเร็จ (SUCE)	0.79
	มีความรับผิดชอบ (RESP)	0.91
	ยอมรับความเสี่ยง (RISK)	0.92
	มีความเชื่อมั่นในตนเอง (SCON)	0.79
	ต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (RESF)	0.92
	มีวิสัยทัศน์และความยืดหยุ่น (VRES)	0.93
	มีความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ (HURE)	0.97
การรับรู้ความสามารถ	มีความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ส่วนบุคคล (KTEX)	0.89
	ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ (KBUS)	0.97
	ทักษะและความสามารถ (SKIL)	0.96
	ทรัพยากรที่จำเป็น (SOUR)	0.98
	การรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 (PERT)	0.95
ความตั้งใจ	ความมุ่งมั่น (COMP)	0.94
	ความพยายาม (TEMP)	0.96
	การวางแผน (PLAN)	0.94

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า บรรทัดฐานทางสังคม ทศนคติ คุณสมบัตินของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถ และความในการเป็นผู้ประกอบการ โดยทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling

: SEM) (Bartlett's Test: $\chi^2 = 44597.59$, $df = 210$, $p = .00$, $KMO = 0.94$, Measure of Sampling Adequacy (MSA) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.91–0.96)

การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลสมมติฐานครั้งแรกพบว่า ยังไม่มีความสอดคล้อง แสดงถึงการประมาณค่าพารามิเตอร์จากข้อมูลยังไม่มีค่าที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงไม่พร้อมในการนำค่าดังกล่าวมาใช้อภิปรายผล ดังนั้นผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลใหม่ด้วยการลากเส้นความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ จนข้อมูลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลหลังการปรับโมเดลได้ค่าสถิติความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีโดยค่าดัชนีที่สำคัญ คือ $\chi^2 = 49.55$, $df = 39$, $p = .11$, $GFI = 1.00$, $AGFI = 0.98$, $CFI = 1.00$, $RMSEA = 0.01$, $SRMR = 0.00$

ผลการทดสอบตามสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 สูงสุดคือ ทัศนคติ รองลงมาคือ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.64 0.21 และ 0.15 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ร้อยละ 96 ($R^2 = 0.96$) และปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการสูงสุดคือคุณสมบัติของผู้ประกอบการ รองลงมาคือ ทัศนคติ และบรรทัดฐานทางสังคม ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.42 0.41 และ 0.16 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ร้อยละ 93 ($R^2 = 0.93$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) โมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง และ 21 ตัวแปรสังเกตได้ ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 49.55$, $df = 39$, $p = .11$, $GFI = 1.00$, $AGFI = 0.98$, $CFI = 1.00$, $RMSEA = 0.01$, $SRMR = 0.00$) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ คุณสมบัตินิสัยของผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถทัศนคติ และบรรทัดฐานทางสังคม เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นชั้นปีสุดท้ายของการศึกษา ดังนั้นจึงมีความมุ่งมั่นพัฒนาตนเอง มีการวางแผนอย่างชัดเจน ระหว่างการศึกษามีความพยายามหารายได้ระหว่างเรียนให้มีประสบการณ์และค้นหาข้อมูลเพื่อพัฒนาตนเองมากขึ้น มีการตั้งเป้าหมายทางอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา อีกทั้งยังแสวงหาความรู้และเพิ่มทักษะการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของ ซากิวและคณะ (Sagiv, et al., 2017, p. 630–639) อธิบายว่าการมีเป้าหมายที่พึงประสงค์ในวงกว้างเป็นการกระตุ้นการกระทำของคนและใช้เป็นแนวทางในชีวิต ซึ่งเป็นค่านิยมส่วนบุคคลและมีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารากอน-ซานเชซและคณะ (Aragon-Sanchez, et al., 2017) อธิบายถึงบุคคลที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะจัดตั้งธุรกิจใหม่และมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำในสิ่งที่วางแผนไว้ในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรูตม์ พิมพ์สร (Pimsorn. W., 2022) พบว่า ความเพียรพยายามศึกษาด้วยตนเองได้รับผลดีมากกว่าคำแนะนำจากรอบข้าง การสร้างความเข้าใจและความรู้ที่ติดจากการปลูกฝังจะช่วยพัฒนาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อการดำเนินงานจัดตั้งธุรกิจด้วยตนเอง อีกทั้งการส่งเสริมทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการผ่านการเรียนการสอนอย่างจริงจัง การใช้กรณีศึกษาเรื่องราวของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะเป็นแรงบัลดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซาญชัย พรหมมี และสิริมา นาคสาย (Prommi, C. & Nakasai, S., 2020, p. 65–80) ที่พบว่าทัศนคติเป็นตัวแปรสำคัญที่บุคคลใช้ในการแสวงหาโอกาสและสร้างความฝัน

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบทุกตัวแปรในโมเดลมีความสอดคล้องกับค่าดัชนี โดยบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) มีตัวแปรที่สังเกตได้เรียงตามลำดับความสำคัญคือ กฎหมาย วิถีประชา และจารีต เนื่องจากนักศึกษาจะมีความคิดความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการจากประสบการณ์ของตนหรือบุคคลรอบข้าง เช่น บุคคลในครอบครัว และเพื่อน และการได้รับสนับสนุนเงินลงทุนเพื่อการประกอบอาชีพที่สืบทอดมาจากครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ไอน์เซ็น (Ajzen, 1991) ที่กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) คือ การรับรู้ถึงความกดดันจากสังคมเพื่อกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใด ๆ ความกดดันนั้นอาจมาจากสมาชิกในกลุ่มที่อยู่ใกล้ชิด เช่น พ่อแม่ญาติพี่น้อง เพื่อน คู่สมรส และบุคคลอื่นที่มีความสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมกริช นันทะโรจพงษ์ ภูธิป มีถาวรกุล และประสพชัย พสุนนท์ (Nantharajong, K., Meethavornkul, P. & Pasunon, P., 2018, p. 44–59) ที่อธิบายว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดจะมีความ

ใกล้ชิดและเข้าใจกันมากกว่าบุคคลที่ต่างวัย ทักษะคติ (Attitude Towards) มีตัวแปรที่สังเกตได้เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มที่จะกระทำ เนื่องจากการใช้ประโยชน์จากการศึกษาเพื่อการเริ่มต้นอาชีพ การมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการระหว่างการศึกษา เช่น ความภาคภูมิใจที่ได้ทำไรจากขายสินค้า เป็นแรงผลักดันให้นักศึกษาฝันจะเป็นผู้ประกอบการ ถึงแม้ว่าจะเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงและทำหายก็ตาม ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ ไอน์เซิน (Ajzen, 1991) ที่พบว่า นิสิตที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการและมีการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความรู้และสมรรถนะที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ บุคคลเหล่านี้จึงตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเมื่อสำเร็จการศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ อีเยลและดูร์มาซ (Eyel and Durmaz, 2019) ที่พบว่า ตัวแปรด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards Entrepreneurship) ส่งผลบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย Bahçeşehir ในประเทศตุรกีคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์กับวิทยาศาสตร์ทั่วไป และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิรันทร ทัพไชย (Tapachai, N., 2022, p. 111-141) พบว่า หากนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ จะได้รับการสนับสนุนหรือกำลังใจจากบุคคลสำคัญและการรับรู้ในความสามารถของตนเองในระดับสูง อยู่ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในระดับสูง และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษาผู้นั้นจะมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง

คุณสมบัติของผู้ประกอบการ (Qualifications of entrepreneurs) มีตัวแปรที่สังเกตได้เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ มีวิสัยทัศน์และความยืดหยุ่น ยอมรับความเสี่ยง ต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความรับผิดชอบ มีความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ส่วนบุคคล ต้องการความสำเร็จ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง เนื่องจากนักศึกษาการได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยีเศรษฐกิจ และความรุนแรงจากโรคระบาดโควิด - 19 ทำให้นักศึกษามีความกังวล ประกอบกับช่วงอายุการศึกษาระดับปริญญาตรีชอบคิดเร็วและตัดสินใจเร็ว ดังนั้นการวางแผนทำงานล่วงหน้าจะประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ แมคเคลแลนด (McClelland, 1973, p. 1-14) ได้นำเสนอคุณสมบัติและบุคลิกภาพของผู้ประกอบการธุรกิจ ในหนังสือ "Achieving Society" มีองค์ประกอบ 8 ประการ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริมา หิมะเซ็น และคณะ (Himasen, S. et al., 2022, p. 109-123) พบว่า การทำงานเชิงรุกมาจากความสามารถในการบริหารจัดการของนักศึกษาโดยมีการวางแผนกำหนดเป้าหมาย วิธีการดำเนินงานและมอบหมายงานอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับการศึกษาของ วราพร กาญจนตลอด สมภารณ์ นวลสุทธิ และสุจินดา พรหมขำ (Kanjanklod, W., Nuatsut, S. & Promkum, S., 2022, p. 363-378) พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์สูงสุด และความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรุดมิ พันธภา และจิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (Puntapa, V. & Trimetsoontorn, J., 2022) ได้อธิบายว่า นักศึกษาที่มี

นวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอ ใฝ่ใจในการเรียนรู้ และความใฝ่ใจในความสำเร็จ เป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เป็นผู้ประกอบการในระหว่างความเป็นนักศึกษา การรับรู้ความสามารถ (Perceived abilities) มีตัวแปรที่สังเกตได้เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ทรัพยากรที่จำเป็น ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ ทักษะและความสามารถในการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 เนื่องจากหัวใจหลักของการเป็นผู้ประกอบการ ต้องอาศัยทรัพยากรที่จำเป็นเป็นอันดับแรก กล่าวคือในยุคประเทศไทย 4.0 ต้องมีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (Man) นำเทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การนำระบบมาบริหารจัดการข้อมูล (Big Data) การใช้แอปพลิเคชันดำเนินการทางธุรกิจ มีอินเทอร์เน็ตที่พร้อมต่อการเพิ่มความรวดเร็ว ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย มีการจัดการด้านการเงิน (Money) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การจัดหาวัสดุสิ่งของ (Materials) อย่างมีคุณภาพ บริหารธุรกิจ (Management) ให้สอดคล้องกับนโยบายภายในองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ ดักเกอร์ (Drucker, 2001) อธิบายเกี่ยวกับการนำทรัพยากรมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นความสามารถในการบริหารงานให้เป็นที่ไปตามเป้าหมาย ธุรกิจจะสำเร็จได้ต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรทางกายภาพ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรุฒม์ พิมพ์สอน (Pimsorn, W., 2022) ที่พบว่า นักศึกษาปัจจุบันและ/หรือศิษย์เก่าที่ศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการที่ดีเมื่อเขาเล็งเห็นโอกาสและมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรทางธุรกิจหรือการเป็นเจ้าของกิจการสร้างความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัสสาว่า (Tassawa, 2019) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดของนิสิต/นักศึกษาไทย ซึ่งในปัจจุบันสามารถประเมินความยากง่ายของการดำเนินธุรกิจได้จากเอกสารสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ การเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และการเรียนรู้จากสถาบันการศึกษา มีความเชื่อส่วนบุคคลว่ามีความเป็นไปได้ที่จะสร้างธุรกิจใหม่ได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ นิรันดร ทัพไทย (Tapachai, N., 2022, p. 111-141) กล่าวว่า การรับรู้ในความสามารถของตนเองในระดับสูงอยู่ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในระดับสูงและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษาผู้นั้นจะมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในระดับสูง และสอดคล้องกับการศึกษาของ พัทพันธ์ เรื่องศรีมัน (Ruengsrimun, P., 2019) การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intentions) มีตัวแปรที่สังเกตได้เรียงตามลำดับความสำคัญคือ ความพยายาม ความมุ่งมั่น และการวางแผน เนื่องจากการเลือกอาชีพหลังสำเร็จการศึกษาเป็นการสร้างรายได้เพื่อใช้ในการใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้งเป็นภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละครอบครัว นักศึกษาจึงมีความพยายามตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของ ซากิฟและคณะ (Sagiv, et al., 2017, p. 630-639) อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการ คือ การมีเป้าหมายที่พึงประสงค์ในวงกว้างซึ่งกระตุ้นการกระทำของคนและใช้เป็นแนวทางในชีวิตของเขาซึ่งเป็นค่านิยมส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ

อารากอน-ซานเชซและคณะ (Aragon-Sanchez, et al., 2017) ที่อธิบายถึงบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะจัดตั้งธุรกิจใหม่และมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำในสิ่งที่วางแผนไว้ในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิมพิมพ์สอน (Pimsorn, W., 2022) พบว่า ความเพียรพยายามศึกษาการดำเนินงานจัดตั้งธุรกิจด้วยตนเองมีผลดีมากกว่าคำแนะนำจากรอบข้าง การสร้างความเข้าใจและความรับรู้ที่ดีจากการปลูกฝังจะช่วยพัฒนาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการให้แก่ นักศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการผ่านการเรียนการสอนอย่างจริงจัง โดยให้ข้อมูลกับโอกาสและประโยชน์ของผู้ประกอบการ การใช้กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จหรือเรื่องราวของผู้ประกอบการที่จะเป็นแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ

3. ผลการวิจัยโมเดลสมการโครงสร้างของอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยข้อค้นพบแสดง การยอมรับสมมติฐานและสามารถสรุปได้ว่าบรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ และคุณสมบัติของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการได้รับอำนาจอิทธิพลจากคุณสมบัติของผู้ประกอบการสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อสนับสนุนหรือส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการเป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จจากการทำงานที่ชัดเจนมีความมุ่งมั่นสูงเพื่อการทำงานให้ทันต่อเวลา และเป็นผู้ตั้งความไฝ่ฝันตนเองให้ไกลแล้วพยายามไปให้ถึง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยของ ไอน์เซ็น (Ajzen, 1991); ครูเกอร์ ไรลีย์ และคาร์สรูด์ (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000); มานิตย์ มัลลวงค์ และวิวัฒน์ โชติกร เรื่องจันทร์ (Mallawong, M. & Rueangchan, W., 2021, p. 155-173); อีเยลและดูร์มาซ (Eyel and Durmaz, 2019); วราพร กาญจนคลอด สมภรณ์ นวลสุทธิ และสุจินดา พรหมขำ (Kanjanaklod, W., Nualsut, S. & Promkum, S., 2022, p. 363-378); ชาญชัย พรหมมี และสิริมา นาคสาย (Prommi, C. & Nakasai, S., 2020)

4. ผลการศึกษาแบบจำลองความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง และ 21 ตัวแปรสังเกตได้ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1)บรรทัดฐานทางสังคม (Social norms) ประกอบด้วย กฎหมาย (LAW) วิธีประชา (NORM) และจารีต (MORE) 2)ทัศนคติ (Attitudes) ประกอบด้วย ความเข้าใจ (UNDE) ความรู้สึก (FEEL) และแนวโน้มที่จะกระทำ (TEND) 3)คุณสมบัติของผู้ประกอบการ (Qualifications of entrepreneurs) ประกอบด้วย มีความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ (HURE) มีวิสัยทัศน์และความยืดหยุ่น (VRES) ต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (RESF) ยอมรับความเสี่ยง (RISK) มีความรับผิดชอบ (RESP) มีความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ส่วนบุคคล (KTEX) มีความเชื่อมั่นในตนเอง (SCON) และต้องการความสำเร็จ (SUCE) 4)การรับรู้ความสามารถ (Perceived abilities) ประกอบด้วย ทริพยากรที่จำเป็น (SOUR) ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ (KBUS) ทักษะและความสามารถ (SKIL) การรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 (PERT) และ 5) ความตั้งใจในการเป็น

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intentions) ประกอบด้วย ความพยายาม (TEMP) ความมุ่งมั่น (COMP) และการวางแผน (PLAN)

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยครั้งนี้ยืนยันการทำนายตัวแปรนอกจากตัวแปรที่ได้จากทฤษฎี TPB แล้วงานวิจัยนี้ยังได้รับหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนอิทธิพลเชิงบวกของตัวแปรคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับวาระการขับเคลื่อน Thailand 4.0 การเตรียมเมล็ดพันธุ์ใหม่ด้วยการป้อนเพาะคนไทยให้เป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21 มีปัญญาที่เฉียบแหลม (Head) มีทักษะที่เห็นผล (Hand) มีสุขภาพที่แข็งแรง (Health) และมีจิตใจที่งดงาม (Heart)” ควบคู่ไปกับการพัฒนา ให้พร้อมก้าวสู่โลกที่หนึ่ง ซึ่งตัวแปรมีวิสัยทัศน์และความยืดหยุ่นมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือยอมรับความเสี่ยง เนื่องจากสภาวะปัจจุบันมีความไม่แน่นอนสูง การตัดสินใจต้องเร็ว และนักศึกษาอยู่ในยุคดิจิทัลที่มีความสะดวกรวดเร็ว ความท้าทาย ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ขอบคิดค้นสิ่งแปลกใหม่ มีความกล้าตัดสินใจ มีความมั่นใจในตนเอง และยอมรับผลเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ง่าย ทำให้นักศึกษามีความกล้าเสี่ยงและกล้าตัดสินใจในการลงทุน ยิ่งบุคคลใดมีความกล้าเสี่ยงยิ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ จากการวิเคราะห์โมเดลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรบรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถ และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โมเดลมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวชี้วัดที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 แสดงให้เห็นว่าในยุคประเทศไทย 4.0 มีความสำคัญอย่างมากต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏควรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงหลักสูตร เพิ่มเติมในเรื่องของการเป็น ผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาตามความเหมาะสมในแต่ละชั้นปี พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมเพื่อ Upskills Reskills ให้สามารถสร้างงานได้ด้วยตนเอง พร้อมกับการปลูกฝังคุณสมบัติที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาถึงปัจจัยด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านเศรษฐกิจ (Economic of Environmental Factor: PESTLE) ว่ามีอิทธิพลและความสำคัญอย่างไรต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อเป็นประโยชน์และสมบูรณ์มากขึ้น

References

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Aragon–Sanchez, A., Baixauli–Soler, S., & Carrasco–Hernandez, A. J. (2017). A Missing Link: The Behavioral Mediators Between Resources and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 752–768.
- Bagozzi, R. P. (1981). Attitudes, intentions, and behavior: A test of some key hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(4), 607–627. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.41.4.607>
- Drucker, P. F. (2001). *Management challenges for the 21st century*. Harper Be Sine.
- Editorial Board. (2019). Summary. *Journal of Labor Market Situation*, 4th Quarter 2019, 3. Retrieved January 20, 2018, Available on https://doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia_th/bb5edd46fbe4d001aa881e100f0973c4.pdf
- Eyel, C. S. & Durmaz, İ. B. V. (2019). Entrepreneurial intentions of Generation–Z: Compare of Social Sciences and Natural Sciences Undergraduate Students at Bahçeşehir university. *Procedia Computer Science*, 158, 861–868.
- González–Serrano, M. H., González García, R. J., & Pérez Campos, C. (2018). Entrepreneurial and Intrapreneurial Intentions of Sports Science students: What are their Determinant Variables?. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(3), 1363–1372.
- Hair, J., et al. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education International.
- Himasen, S. et al. (2022). *Confirmatory Factor Analysis of Entrepreneurship Characteristics of Undergraduate Students in the Three Southern Border Provinces*. *Journal of MCU Nakhondhat*, 9(10), 109–123.
- Kanjanaklod, W., Nuasut, S. & Promkum, S. (2022). Entrepreneurial Traits of Student Case Study in Faculty of Management Science Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. *Rajapark Journal*, 16(47), 363–378.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432.
- Lindeman, P.F. Merenda & R.Z. Gold (1980). Introduction to bivariate and multivariate analysis. Glenview, IL: Scott, Foresman. *Published in Dutch in 1981, Verenigingvoor Statistiek Bulletin*, 14(7/8), 11–14.
- Maheshwari, G. , Kha, K. L. , & Arokiasamy, A. R. A. (2023) . Factors affecting students’ entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 73(4), 1903–1970.

- Mallawong, M. & Rueangchan, W. (2021). The Factors Related to Entrepreneurial Intentions of Students Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Mai. *Graduate School, Suan Dusit University*, 1(1), 155–173.
- McClelland, D. (1973). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey : D Van Nostrand. *Motriz: Revista de Educacao Fcsica*, 23, 14–21.
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2020). *Higher education statistics information*. Available on <https://info.mhesi.go.th/>.
- Ministry of Labour. (2019). *Labour Law*. Available on <http://www.mol.go.th/employee/interesting-information/4131>.
- Nantharojphong, K., Meethavornkul, & Pasunon. (2018). Entrepreneurial Behavior of Thai Teenager: The Influences of Perceived Self-Efficacy, Perceived Social-Support on Entrepreneurial Intention in Collectivist Cultural Context. *Srinakharinwirot Business Journal*, 9(2), 44–59.
- Office of The National Economic and Social Development Council. (2019). *Thailand's 20 Year Foreign Affairs Masterplan*. Available on <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>.
- Pimsorn, W. (2022). *The Intention to Be Sport Entrepreneur of Current Sport Science Student and/or Alumni in Bangkok and Vicinity*. [Master's Degree Program in Management]. College of Management. Mahidol University.
- Prommi, C., Nakasai, S. (2020). Factors Influencing Entrepreneurial Intentions of Students in the Entrepreneurship Focused Programs at the University of Phayao. *Journal of Business Administration and Social Sciences, Ramkhamhaeng University*, 3(3), 65–80.
- Puntapa, V. & Trimetsoontorn, J. (2022). The relationship between entrepreneurial knowledge and attitude and entrepreneurial orientations of private higher education institutions' students in Bangkok. *outheast Bangkok Journal Humanities and Social Sciences*, 8(1), 19–34
- Ruengsrimun, P. (2019). *Entrepreneurial Intentions of Master's Degree Student at College of Management Mahidol University*. [Master's Degree Program in Management]. College of Management. Mahidol University.
- Sagiv, L., Roccas, S., Cieciuch, J., Schwartz, S. H. (2017). Personal Values in Human Life. *Nature Human Behaviour*, 1(9), 630–639.
- Sangnimnuan, A. (2017). Enhancing the Potential of Thai Children to Foster Innovation Driving the Country Forward. *Journal of Economics and Society*. 54(2), 7–10.
- Shah, N. & Soomro, B. A. (2017). *Investigating entrepreneurial intention among public sector university students of Pakistan*. Education + Training.
- Tapachai, N. (2022). Entrepreneurial Intention of University Students in Selected Southeast Asian Countries. *Journal of the Association of Researchers*, 27(1), 111–141.



- Tassawa, K. (2019). A Structural Model for Predicting Entrepreneurial Intention of University Students. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 19(2), 362–386.
- Wanichbancha, K. (2018). *Statistics for research*. (12th ed.). Lada Limited Partnership.

การศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนว ยุคโลกพลิกผัน*

A STUDY OF THE COMPONENTS OF COUNSELING COMPETENCIES FOR GUIDANCE TEACHERS IN VUCA WORLD*

อภิชาติ มุกตาม่วง**

(วันที่รับบทความ: 27 พฤศจิกายน 2566; วันที่แก้ไขบทความ: 22 กุมภาพันธ์ 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 10 มีนาคม 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลองค์ประกอบของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาลักษณะสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน จำนวน 10 คน และครูแนะแนวในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีการศึกษา 2564 ในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอนใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันจำนวนทั้งสิ้น 266 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวและแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) สมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ความรู้ในการให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา ทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา และคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา 2) สำหรับโมเดลการวัด องค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2=0.19$, $df=1$, $p=.66$, $GFI=1.00$, $AGFI=1.00$, $CFI=1.00$, $RMSEA=0.00$, $SRMR=0.00$) โดยโมเดลการวัดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุด เท่ากับ 0.81 รองลงมา คือ ทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา (0.79) ทักษะการให้คำปรึกษา (0.78) และความรู้ในการให้คำปรึกษา (0.34) ตามลำดับ

คำสำคัญ: สมรรถนะการให้คำปรึกษา , ยุคโลกพลิกผัน , ครูแนะแนว

* บทความวิจัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

**คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ Email, Apichat108@sskru.ac.th



A STUDY OF THE COMPONENTS OF COUNSELING COMPETENCIES FOR GUIDANCE TEACHERS IN VUCA WORLD *

APICHAT MOOKDAMUANG **

(Received: November 27, 2023; Revised: February 22, 2024; Accepted: March 10, 2024)

ABSTRACT

The aims of this research were 1) to study the components of counseling competencies for guidance teachers in the VUCA world and 2) to examine the consistency between the model of the components of counseling competencies for guidance teachers in the VUCA world developed by the researcher with empirical data. The research informants consisted of a group of 10 interview respondents to study the characteristics of counseling competencies for guidance counselors in the VUCA world and guidance teachers in secondary schools under the Office of the Basic Education Commission, academic year 2021, totaling 266 persons in the lower northeastern provinces obtained through multi-stage random sampling, used in confirmatory factor analysis. The research instruments were an interview questionnaire regarding counseling competencies for guidance teachers and a questionnaire for counseling competencies for guidance teachers, with a reliability value of 0.86. The research findings were as follows: 1) counseling competencies for guidance counselors in the VUCA world consisted of 4 components: knowledge in counseling, skills in counseling, attitude towards counseling, and characteristics of being a counselor, and 2) as for the measurement model, counseling competency components were consistent with empirical data ($\chi^2=0.19$, $df=1$, $p=.66$, $GFI=1.00$, $AGFI=1.00$, $CFI=1.00$, $RMSEA=0.00$, $SRMR=0.00$). The measurement model had the following component weight values: qualifications of being a consultant had the highest component weight value of 0.81, followed by attitude towards counseling (0.79), counseling skills (0.78), and knowledge in counseling (0.34), respectively.

Keywords: Counseling Competencies, VUCA World, Guidance Teachers

* Research Article, Faculty of Education, Sisaket Rajabhat University

**Education, Sisaket Rajabhat University, (Corresponding Author) Email; apichat108@sskru.ac.th

บทนำ

ในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมาสังคมโลกต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วฉับพลัน ทั้งปัญหาจากสภาวะภูมิอากาศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การแพร่ระบาด COVID 19 ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก มนุษย์ต้องพยายามเอาตัวรอดและปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในวิถีใหม่ ซึ่งเป็นการดำรงอยู่เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกพลิกผัน (VUCA World) ซึ่ง VUCA ย่อมาจาก V คือ ความผันผวน (Volatility) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นใจมีความเสี่ยง สิ่งที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับสิ่งที่เข้าใจมาก่อน และต้องมีการเริ่มต้นใหม่ทั้งหมดในรูปแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน U คือ ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ไม่สามารถคาดเดาสิ่งที่จะเกิดขึ้น ในอนาคตได้ และอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นอย่างกะทันหันไม่ทันตั้งตัว C คือ ความซับซ้อน (Complexity) ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ผิดพลาดเพราะเหตุการณ์และวิธีการแก้ไขปัญหาไม่เป็นไปในรูปแบบเดิม A คือ ความคลุมเครือ (Ambiguity) ทำให้เกิดความสับสน การตีความผิดพลาดจากความเป็นจริง เกิดความลังเล สงสัยและไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างง่ายดาย (Bywater & Lewis, 2019)

สถานการณ์โลกยุคพลิกผันกระทบต่อทุกวงการในสังคมโลก เป็นต้นเหตุหลักในการเพิ่มระดับความซับซ้อนของกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทำให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไม่คาดคิดและส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (Korsakova, 2020) มนุษย์จำเป็นต้องเรียนรู้และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงโดยใช้ทักษะส่วนบุคคล และพัฒนาศักยภาพในตนเองอยู่เสมอ ทุกภาคส่วนต้องคิดหาวิธีแข่งขันในสภาพแวดล้อมสังคมโลก มีแผนกลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่น มีวิธีการดำเนินการเพื่อสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ใหม่ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Waller, 2015) ซึ่งวงการการศึกษาก็ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งต่อผู้นาองค์กร บุคลากรทางการศึกษา และผู้เรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID 19 ทำให้รูปแบบการเรียนการสอนได้รับผลกระทบอย่างมาก ทุกคนจึงต้องมีความพร้อม มีความคล่องตัวในการรับมือการเปลี่ยนแปลงนี้ ทั้งในด้านการเป็นผู้นาองค์กรรวมถึงบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การสอน และการพัฒนาสมรรถนะที่สำคัญในการทำงานของครู (Latif, 2020) ดังนั้นยุคโลกพลิกผันจึงเป็นจุดเปลี่ยนที่มีความท้าทายอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมและหลีกเลี่ยงไม่ได้เลยต่อแวดวงการศึกษา แนวคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับการศึกษาจึงเป็นส่วนที่ท้าทายต่อการเรียนรู้และพัฒนาครูผู้สอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งครูแนะแนวซึ่งเป็นบุคคลากรที่มีความสำคัญซึ่งจะต้องปรับตัวและพัฒนาศักยภาพของตนเพื่อพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงของผู้เรียน (Indrawan & Lay, 2019)

งานแนะแนวและให้คำปรึกษาเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผู้เรียน เพื่อแก้ไขปัญหาแนะแนวทางให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทั้งในด้านการเรียน แก้ไขปัญหาด้านส่วนตัวและการเข้าสังคม และพัฒนาผู้เรียนในทุกด้าน ซึ่งครูต้องมีความรู้ในการแนะแนว พัฒนาทัศนคติและแนวคิด ที่ถูกต้องต่อการแนะแนว สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และสมรรถนะต่าง ๆ เกี่ยวกับการแนะแนวและการให้

คำปรึกษาเพื่อช่วยเหลือนักเรียน (Lin & Chen, 2016) การมุ่งเน้นศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาจึงเป็นเป้าหมายหลักสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้งานด้านการแนะแนวและให้คำปรึกษาสำหรับครู สมาคมจิตวิทยาแนะแนวแห่งประเทศไทย (The Guidance Association of Thailand, 2020) สรุปเกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนว ประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้ให้คำปรึกษา กระบวนการและทักษะการให้คำปรึกษา การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ การแนะแนวและวางแผนชีวิต สมาคมการให้คำปรึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา (American Counseling Association: ACA, 2018) กล่าวถึงสมรรถนะการให้คำปรึกษาเป็นสมรรถนะต่าง ๆ ที่บุคลากรการศึกษาที่มีบทบาทในการให้คำปรึกษาจะต้องได้รับการพัฒนาในสมรรถนะหลัก 3 ด้าน คือ ทักษะการให้คำปรึกษา ความรู้การให้คำปรึกษาในหลากหลายวัฒนธรรม และการตระหนักรู้ นอกจากนี้สมาคมจิตวิทยาโรงเรียน ประเทศสหรัฐอเมริกา (The American School Counseling Association: ASCA, 2019) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะหลักในการให้คำปรึกษาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักจิตวิทยาให้คำปรึกษาในโรงเรียน ประกอบด้วย สมรรถนะ 3 ด้าน คือ ความรู้การให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา และทัศนคติความเชื่อต่อการเป็นผู้ให้คำปรึกษา

นักการศึกษาและนักจิตวิทยาการแนะแนวและให้คำปรึกษามีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาในบริบทที่แตกต่างกัน อาดัม นีละไพจิตร (Neelapaljit, A, 2010) พัฒนาสมรรถนะการให้คำปรึกษากลุ่มสำหรับครูโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม โดยใช้กลุ่มฝึกอบรมและศึกษาองค์ประกอบของสมรรถนะการให้คำปรึกษากลุ่ม พบว่าสมรรถนะการให้คำปรึกษากลุ่มประกอบด้วย เจตคติต่อการให้คำปรึกษากลุ่ม การเป็นผู้นำกลุ่ม ความรู้การให้คำปรึกษากลุ่ม และทักษะการให้คำปรึกษากลุ่ม วิจายาและคณะ (Wijaya et al., 2018) ศึกษาสมรรถนะของครูแนะแนวและให้คำปรึกษาที่สำเร็จการศึกษาด้านการแนะแนวและให้คำปรึกษา สรุปสมรรถนะการให้คำปรึกษาในประเด็นต่างๆ คือ ความเข้าใจในปัญหา ความต้องการของผู้รับคำปรึกษา แนวคิดทฤษฎีการแนะแนวและให้คำปรึกษา การออกแบบโปรแกรมการแนะแนวและให้คำปรึกษา การประเมินการแนะแนวและการให้คำปรึกษา ความตระหนักรู้และปฏิบัติงานตามหลักจรรยาบรรณ และการทำวิจัยเกี่ยวกับการแนะแนวและให้คำปรึกษา เสดิโยวาทิและคณะ (Setiyowati et al., 2019) ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาศาขাজิตวิทยาการแนะแนวและการให้คำปรึกษาพบว่าสมรรถนะการให้คำปรึกษาประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ ทัศนคติในการให้คำปรึกษา ทักษะการสื่อสาร และความเข้าใจวัฒนธรรม ซึ่งสมรรถนะของครูแนะแนวให้คำปรึกษาเป็นความสามารถที่มีความจำเป็นในการพัฒนาตนเองของครูแนะแนวและให้คำปรึกษาเพื่อให้สามารถช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับ ผู้เรียน นอกจากนี้ อินดรวานและเลย์ (Indrawan & Lay., 2019) ศึกษาสมรรถนะครูและครูผู้ให้คำปรึกษาในยุค 4.0 ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญต่อการพัฒนาครูให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม คือ สมรรถนะที่สำคัญในงาน สมรรถนะด้านความคิดสร้างสรรค์ สมรรถนะการสื่อสาร และ สมรรถนะการประสานความร่วมมือ การศึกษาและพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาจากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ

เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปแต่องค์ประกอบหลัก เช่น สมรรถนะด้านเจตคติ สมรรถนะด้านความรู้และทักษะการให้คำปรึกษายังคงเป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการให้คำปรึกษา แต่เนื่องด้วยสภาวะการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคพลิกผันที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อการเผชิญปัญหาของผู้เรียน การศึกษาสมรรถนะการให้คำปรึกษาจึงเป็นรากฐานสำคัญในการต่อยอดเพื่อพัฒนาครูแนะแนว ซึ่งการพัฒนาตนเองของครูแนะแนวเพื่อเพิ่มสมรรถนะการให้คำปรึกษาถือเป็นกุญแจสำคัญในการช่วยเหลือดูแลนักเรียนให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคพลิกผัน

ดังนั้นการพัฒนาองค์ความรู้สมรรถนะการให้คำปรึกษาในการพัฒนางานแนะแนวและให้คำปรึกษาในบริบทสังคมไทยต้องมีการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกพลิกผันผู้วิจัยจึงมีความตระหนักในความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ตลอดจนนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวต่อไป

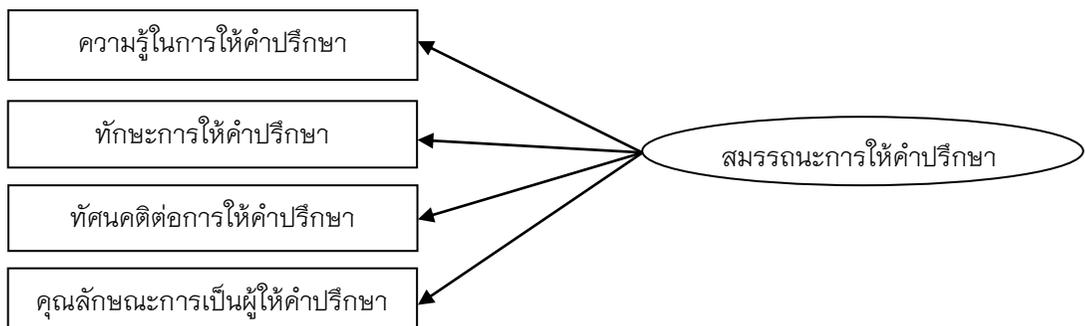
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลองค์ประกอบของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย

โมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่างได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี หมายเลขโครงการเลขที่ HE642045 มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูแนะแนวในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ปีการศึกษา 2564 ในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ อุบลราชธานี จำนวน 402 โรงเรียน และมีครูแนะแนวทั้งสิ้น จำนวน 1,108 คน (Office of the Basic Education Commission, 2021)

ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาลักษณะองค์ประกอบของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน จำนวน 10 คน ได้แก่

- 1) ครูที่ทำหน้าที่ครูแนะแนวในโรงเรียน และมีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาโททางจิตวิทยาการแนะแนวหรือจิตวิทยาการให้คำปรึกษา จำนวน 4 คน
- 2) ผู้แทนองค์กรวิชาชีพ ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับผู้ให้คำปรึกษา ประธานชมรมครูแนะแนว และหัวหน้าศูนย์แนะแนว จำนวน 3 คน
- 3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านจิตวิทยาการแนะแนวและให้คำปรึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ได้แก่ ครูแนะแนวในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานปีการศึกษา 2564 ในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ อุบลราชธานี ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยการพิจารณาจากเกณฑ์การกำหนดตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์ประกอบของแฮร์และคณะ (Hair et al, 2019) ที่กล่าวว่า ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีจำนวน 10-20 เท่าของเส้นพารามิเตอร์ ซึ่งงานวิจัยนี้มีเส้นพารามิเตอร์ จำนวน 8 เส้น ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม เป็นครูแนะแนว จำนวน 80-160 คน เพื่อชดเชยอัตราตอบกลับ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกับครูแนะแนวเพิ่ม จึงได้จำนวนทั้งสิ้น 266

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษา

สำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน และแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน มีลำดับขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือดังต่อไปนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

2.1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาเพื่อทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี นิยาม และองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

2.1.2 สร้างข้อคำถามสำหรับแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured interview) และนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องทางด้านจิตวิทยาจำนวน 5 คน เป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของข้อคำถามและให้คะแนนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00

2.1.3 นำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาที่ได้ปรับแก้ตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

2.2 แบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

2.2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาเพื่อทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี นิยาม และองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษา

2.2.2 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล มาพิจารณาประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อสรุปองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาในบริบทสังคมไทย

2.2.3 นำองค์ประกอบที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยและจากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบและยืนยันองค์ประกอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา จำนวน 5 คน วิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00

2.2.4 เขียนนิยามศัพท์เฉพาะสมรรถนะการให้คำปรึกษาและสร้างข้อคำถามสำหรับแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ซึ่งเป็นแบบวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) มี 5 ระดับ จำนวน 39 ข้อ

2.2.5 นำแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คนเป็นผู้พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะในแต่ละด้านเป็นรายข้อและให้คะแนนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00

2.2.6 ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบวัดที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มครูแนะแนวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน ได้แบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันจำนวน 30 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.35 – 0.83 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.86

2.2.7 สร้างแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันด้วยแบบวัดออนไลน์ผ่านทาง Google Form

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 นำแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันผ่านทาง Google Form ไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ

3.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน มาดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์

4.2 วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน โดยใช้การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

4.3 วิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยรวมและรายด้านของแบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาโดยใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค

4.4 วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

4.5 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีการประมาณค่าพารามิเตอร์ ด้วยวิธีการประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood)

สรุปผลการวิจัย

สมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูยุคโลกพลิกผัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับผู้ให้คำปรึกษาเป็นครูที่ทำหน้าที่ครูแนะแนวในโรงเรียนและมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือปริญญาโททางจิตวิทยาการแนะแนวหรือจิตวิทยาการให้คำปรึกษาจำนวน 4 คน ผู้แทนองค์การวิชาชีพผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับผู้ให้คำปรึกษา ประธานชมรมครูแนะแนว หัวหน้าศูนย์แนะแนว จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านจิตวิทยาการแนะแนวและให้คำปรึกษาในสถาบันอุดมศึกษา 3 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 10 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเชิงตรรกะกับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบยืนยันองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน สรุปผลการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน หมายถึง ความสามารถในการให้คำปรึกษาของครูแนะแนวซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และคุณลักษณะการเป็นครูผู้ให้คำปรึกษาที่มีอิทธิพลหลักต่อประสิทธิภาพในการให้คำปรึกษา ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ด้านดังต่อไปนี้

1. ความรู้ในการให้คำปรึกษา หมายถึง ความรู้พื้นฐานในทฤษฎีการให้คำปรึกษานักเรียน พัฒนาการผู้เรียนแต่ละวัย แนวคิดหลักกรรมชาติมนุษย์ตามทฤษฎีจิตวิทยา ปัญหาสุขภาพจิต

2. ทักษะการให้คำปรึกษา หมายถึง ความสามารถของครูแนะแนว ในการใช้ทักษะพื้นฐาน ในการให้คำปรึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ทักษะการสร้างสัมพันธภาพ ทักษะการฟัง ทักษะการตั้งคำถาม ทักษะการสะท้อนความคิดความรู้สึก ทักษะการตีความ ทักษะการสรุปความ ทักษะ การเสียบ ทักษะการให้กำลังใจ และวิธีการรู้ขั้นตอนการให้คำปรึกษา สามารถเลือกใช้เทคนิคต่างๆตาม ทฤษฎีการให้คำปรึกษาได้อย่างเหมาะสม

3. ทศนคติต่อการให้คำปรึกษา หมายถึง การตระหนักรู้ในตนเองด้านความคิด ความรู้สึกและ พฤติกรรมของครูแนะแนวที่มีต่อการให้คำปรึกษานักเรียน โดยมีความเชื่อในกระบวนการ การให้คำปรึกษาเป็นวิธีที่จะช่วยเหลือนักเรียนได้

4. คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของครูแนะแนวในการเป็น ครูผู้ให้คำปรึกษา มีความตระหนักรู้ในตนเอง รับรู้และเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง จัดการอารมณ์ ตนเองได้ดีและแสดงออกทางอารมณ์อย่างเหมาะสม มีความยืดหยุ่นทางความคิด แก้ไขสถานการณ์ เฉพาะหน้าได้ดี มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น เป็นผู้ฟังที่ดี เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ

การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

ผู้วิจัยนำองค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ซึ่ง ประกอบด้วย ความรู้ในการให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา ทศนคติต่อการให้คำปรึกษา และ คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา มาทำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และทำการ ตรวจสอบเมตริกซ์เอกลักษณะ โดยใช้สถิติทดสอบของบาร์ทเลท (Bartlett's Test) และหาค่าความ เพียงพอของกลุ่มการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยรวม (Measure of Sampling Adequacy: MSA) เพื่อ ตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบมีมากเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ต่อไป ดังตาราง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลก พลิกผัน (n=266)

สมรรถนะการให้คำปรึกษา	M	S.D.	ระดับ
ความรู้ในการให้คำปรึกษา	3.66	1.42	มาก
ทักษะการให้คำปรึกษา	4.21	0.44	มาก
ทศนคติต่อการให้คำปรึกษา	4.36	0.45	มาก
คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา	4.31	0.41	มาก
สมรรถนะการให้คำปรึกษาโดยรวม	4.13	0.52	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าครูแนะแนวยุคพลิกผันมีค่าเฉลี่ยสมรรถนะการให้คำปรึกษาโดยรวมเท่ากับ 4.13 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ทักษะการให้คำปรึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.36 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 รองลงมาคือ คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41 ทักษะการให้คำปรึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.21 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44 ส่วนความรู้ในการให้คำปรึกษามีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 3.66 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน (n=266)

องค์ประกอบ	ความรู้ในการให้คำปรึกษา	ทักษะการให้คำปรึกษา	ทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา	คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา
ความรู้ในการให้คำปรึกษา	1.00			
ทักษะการให้คำปรึกษา	0.28*	1.00		
ทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา	0.34*	0.62*	1.00	
คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา	0.26*	0.63*	0.64*	1.00

Bartlett's Test: $\chi^2 = 345.85$, $df=6$, $p=.00$, $KMO=0.76$

Measure of Sampling Adequacy (MSA) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.74–0.86 * $p<.05$

จากตารางที่ 2 พบว่า สมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.26–0.64 ซึ่งทุกองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทักษะการให้คำปรึกษากับคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดเท่ากับ 0.64 ส่วนความรู้ในการให้คำปรึกษากับคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุดเท่ากับ 0.26

ส่วนผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคพลิกผันไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ แสดงว่า องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้ (Bartlett's Test: $\chi^2 = 345.85$, $df=6$, $p=.00$) เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบ มีค่าไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) เท่ากับ 0.76

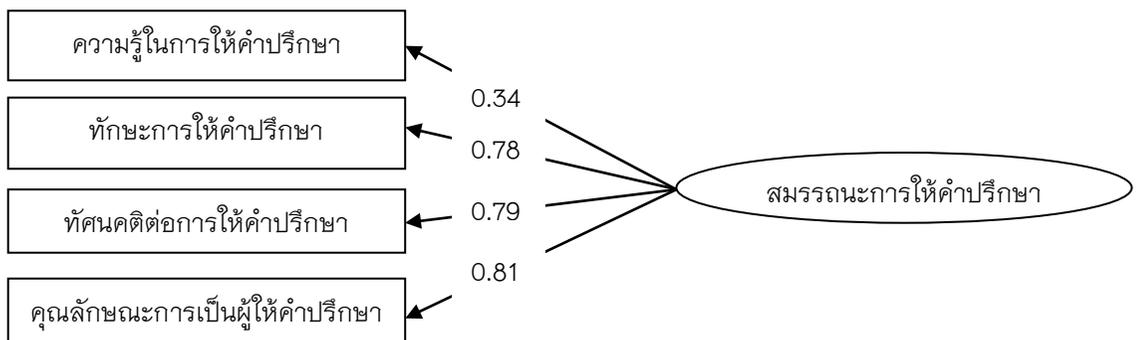
และความเพียงพอของกลุ่มการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยรวม (Measure of Sampling Adequacy: MSA) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.74–0.86 แสดงว่า สมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อไปได้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน (n=266)

สมรรถนะการให้คำปรึกษา	SC	SE	t	CR
ความรู้ในการให้คำปรึกษา	0.34	0.07	4.99*	0.11
ทักษะการให้คำปรึกษา	0.78	0.06	13.88*	0.61
ทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา	0.79	0.06	14.04*	0.63
คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา	0.81	0.06	14.43*	0.66

$\chi^2=0.19$, $df=1$, $p=.66$, $GFI=1.00$, $AGFI=1.00$, $CFI=1.00$, $RMSEA=0.00$, $SRMR=0.00$, * $p<.05$

จากตารางที่ 3 พบว่า โมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2=0.19$ $df=1$ $p=.66$ $GFI=1.00$ $AGFI=1.00$ $CFI=1.00$ $RMSEA=0.00$ $SRMR=0.00$) ซึ่งทุกองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.34–0.81 ซึ่งทุกองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุดเท่ากับ 0.81 รองลงมาคือ ทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ทักษะการให้คำปรึกษา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ส่วนความรู้ในการให้คำปรึกษา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.34 ตามลำดับ



ภาพที่ 2 โมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 0.19 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 1 ค่านัยสำคัญ

ทางสถิติ (p) เท่ากับ .66 จะเห็นได้ว่าค่าไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกับโมเดลการวัดของผู้วิจัย ดังที่ แฮร์และคณะ (Hair et al., 2019) ได้กล่าวไว้ว่า ค่าไค-สแควร์ ยิ่งมีค่าต่ำมากหรือยิ่งเข้าใกล้ศูนย์มากเท่าใดแสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ พบว่า ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่ามากกว่า 0.95 แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รวมถึงการพิจารณาค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าที่ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกับคำกล่าวของแฮร์และคณะ (Hair et al., 2019) ที่กล่าวว่าค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลการวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 4 ด้าน คือ ความรู้ในการให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา ทักษะคิดต่อการให้คำปรึกษา และ คุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา สอดคล้องกับสมาคมจิตวิทยาโรงเรียน ประเทศสหรัฐอเมริกา (The American School Counseling Association: ASCA, 2019) ที่มิกกล่าวถึงสมรรถนะการให้คำปรึกษาใช้สำหรับเป็นแนวทางสำหรับนักจิตวิทยาให้คำปรึกษาในโรงเรียน ประกอบด้วยสมรรถนะที่จำเป็น 4 ด้าน คือ ความรู้การให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา ทักษะคิดในการให้คำปรึกษาและความเชื่อต่อการเป็นผู้ให้คำปรึกษา สอดคล้องกับการศึกษาสมรรถนะสำหรับผู้ให้คำปรึกษาของลิปป์ (Lipp, 2019) ที่กล่าวว่าสมรรถนะการให้คำปรึกษาเป็นสมรรถนะที่เกิดจากการใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับการให้คำปรึกษาและมีทักษะการปฏิบัติให้คำปรึกษาที่ผ่านการฝึกฝน และการให้คุณค่ากับการปฏิบัติซึ่งเป็นความสามารถในตัวบุคคลที่จะประยุกต์ใช้องค์ประกอบในทุกๆด้านอย่างมีประสิทธิภาพและมีหลักจริยธรรม และสอดคล้องกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาของสมาคมการให้คำปรึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา (American Counseling Association: ACA, 2018) ที่ได้แบ่งสมรรถนะการให้คำปรึกษาออกเป็นสมรรถนะหลัก 3 ด้าน คือ ทักษะการให้คำปรึกษา ความรู้เกี่ยวกับการให้คำปรึกษาในวัฒนธรรมที่หลากหลาย และการตระหนักรู้ ซึ่งเป็นทักษะที่ต้องฝึกฝนมุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการแนะแนวสามารถปฏิบัติตนทั้งในการทำงานและในการใช้ชีวิตส่วนตัว และการศึกษาพัฒนาสมรรถนะการให้คำปรึกษาของ กรรณิการ์ คำดี (Kamdee, K., 2021) ที่พัฒนาสมรรถนะด้านการใช้สื่อและทักษะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุค 4.0 ด้วยการฝึกอบรมพบว่าสมรรถนะด้านทักษะการให้คำปรึกษาเพิ่มสูงขึ้นหลังเข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้การศึกษาของพัชรารัตน์ ศรีสวัสดิ์ และคณะ (Srisawat, P.

et al., 2022) ศึกษาและเสริมสร้างสมรรถนะการให้คำปรึกษาของครูแนะแนวประกอบด้วยสมรรถนะการให้คำปรึกษา 4 ด้านความรู้เกี่ยวกับการให้คำปรึกษา เจตคติต่อการให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา และคุณลักษณะผู้ให้คำปรึกษา พัฒนาด้วยนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้พบว่าสมรรถนะการให้คำปรึกษาสูงขึ้นหลังจากการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบของสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน พบว่าองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักสูงสุดคือ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา ผลการศึกษามีความแตกต่างไปจากการศึกษาของอาดัม นีละไพจิตร (Neelapajit, A, 2010) ซึ่งพบว่าสมรรถนะการให้คำปรึกษาด้านทักษะการให้คำปรึกษามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด และการศึกษาสมรรถนะการให้คำปรึกษาของครูผู้ให้คำปรึกษาในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาของสุกัญญา สีหาโภชน์ (Seehapoch, S, 2017) พบว่าสมรรถนะการให้คำปรึกษาประกอบด้วยองค์ประกอบ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ และด้านจรรยาบรรณ ซึ่งด้านความรู้มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ผลการวิจัยที่แตกต่างกันในบริบทและช่วงเวลาการศึกษาที่แตกต่างกัน เป็นผลกระทบมาจากปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกพลิกผันที่ทำให้คนในสังคมปัจจุบันต้องเผชิญและรับมือกับสภาวะการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของ 19 ที่เกิดขึ้นอย่างเห็นอการคาดเดามีความผันผวนไม่แน่นอน ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ผิดพลาดในการแก้ไขปัญหาในชีวิต ทำให้เกิดรู้สึกไม่มั่นใจไม่สามารถปรับตัวในสถานการณ์ใหม่ ๆ และมีความเสี่ยงในการดำเนินชีวิต ครูแนะแนวจึงจำเป็นต้องมีความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกพลิกผัน มีความสามารถแก้ไขปัญหา มีความยืดหยุ่นทางความคิด มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีทัศนคติเชิงบวก มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น และมีจิตใจที่มีความพร้อมในการช่วยเหลือนักเรียน คุณลักษณะเหล่านี้เป็นคุณลักษณะและทัศนคติที่จำเป็นสำหรับครูแนะแนวในยุคโลกพลิกผัน ซึ่งการให้ความหมายและเห็นคุณค่ากับการช่วยเหลือนักเรียนและการให้คุณค่าในงานที่ทำเป็นความสามารถและเป็นคุณลักษณะอันดับแรกที่สำคัญของครูแนะแนว สอดคล้องกับการศึกษาสมรรถนะการให้คำปรึกษาของนักให้คำปรึกษาของรามาสวามี (Ramaswamy, 2017) ที่สรุปแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับสมรรถนะการให้คำปรึกษาผู้ให้คำปรึกษาจำเป็นต้องมีคุณลักษณะที่เห็นอกเห็นใจ เข้าใจธรรมชาติความเป็นมนุษย์ เข้าใจผู้รับคำปรึกษาอย่างลึกซึ้งไม่ตัดสิน และสามารถยอมผู้รับคำปรึกษามีทัศนคติเชิงบวกมีความพร้อมในการช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ และสอดคล้องกับคุณลักษณะของครูแนะแนวของสมาคมจิตวิทยาโรงเรียนประเทศสหรัฐอเมริกา(The American School Counseling Association: ASCA, 2019) ที่มุ่งพัฒนาครูแนะแนวและให้คำปรึกษาในโรงเรียนที่สามารถช่วยเหลือผู้เรียน ให้ความสำคัญกับการมีสมรรถนะการให้คำปรึกษา มีทัศนคติ และความเชื่อในเชิงบวกต่อการเป็นผู้ให้คำปรึกษา เช่นเดียวกับเป้าหมายการส่งเสริมพัฒนาครูแนะแนวในประเทศไทยที่ครูแนะแนวจะต้องมีพื้นฐานเป็นนักแนะแนวที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดี (The Guidance Association of Thailand, 2020) ซึ่งการเป็นครูแนะแนวที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อผู้เรียนและปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมนั้นถือว่าครูแนะแนวได้พัฒนาตนในการทำงานและเป็นครูแนะแนวในยุคโลกพลิกผันอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. แบบวัดสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันเป็นเครื่องมือที่ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบตามหลักการมีค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ดังนั้นจึงสามารถนำไปใช้เพื่อวัดสมรรถนะครูแนะแนว บุคลากรผู้ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา หรือนักศึกษาที่เรียนสาขาจิตวิทยาการแนะแนวและให้คำปรึกษาได้

2. ควรมีการพัฒนาสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวในด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ได้แก่ ความรู้ในการให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา ทศนคติต่อการให้คำปรึกษา แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวควรจะพัฒนาทุกองค์ประกอบ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมปัญหาของนักเรียน รูปแบบการเลี้ยงดูของผู้ปกครองนักเรียนที่อาจส่งผลต่อสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน เพื่อนำมาพัฒนาสมรรถนะการให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะการให้คำปรึกษาในองค์ประกอบด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ให้คำปรึกษา ความรู้ในการให้คำปรึกษา ทักษะการให้คำปรึกษา และทัศนคติต่อการให้คำปรึกษา ในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับครูแนะแนวยุคโลกพลิกผัน

References

- American Psychological Association. (2018). American Counseling Association Advocacy Competencies. Retrieved from <https://www.counseling.org/>
- American School Counselor Association. (2019). *A Framework for School Counseling Programs*, (5thed). Alexandria, VA: American School Counselor Association Publications.
- Bywater, J., & Lewis, J. (2019). Leadership: What Competencies Does It Take to Remain Engaged as a Leader in VUCA world? *Assessment and Development Mater*. 11(3), 2–9
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). England: Pearson Prentice Hall.
- Indrawan, P. A. & Lay, A. E. (2019). Guidance and Counseling Teachers' Competency Perspective the Era of Industrial Revolution 4.0. *International Journal of Innovation Creativity and Change*. 5(3).147–161
- Kamdee, K. (2021). Competency Development in Counseling for School Counseling in 4.0 Period. *KKU International Journal of Humanities and Social Sciences*. 11(2):99–115.

- Korsakova, T. V. (2020). Higher Education in VUCA_World: New Metaphor of University. *European Journal of Teacher Education*. 6(1), 93–100.
- Latif, S. (2020). Learning Agility among Educational Leaders: A VUCA Ready Leadership Competency. *Journal Pengurusan dan Kepimpinan Pendidikan*. 33(1), 105–116.
- Lin, Y. Chen, Y. H. (2016). Primary School Teachers' Guidance Role and Competencies in Taiwan. *International Journal of Education and Social Science*. 3(9), 76–80.
- Lipp, S. L. (2019). *The Effect of Case Conceptualization Training and Deliberate Practice Coaching on Counselor Competence*. [Dissertation Ph.D.]. Florida Atlantic University. Proquest.
- Neelapajjit, A. (2010). *A Study and Development of Group counseling Competency for Teacher of Islamic Schools*. [Dissertation Ed.D. Counseling Psychology]. Graduate School, Srinakharinwirot University.
- Office of the Basic Education Commission. (2021). *Educational statistics Academic year 2021*. Retrieved from <https://www.obec.go.th/>
- Ramaswamy, A. (2017). *Cultivating Multicultural Counseling Competence*. [Dissertation Ph.D. Counselor Education]. University of the Cumberland.
- Seehapoch, S. (2017). *A Study of Current Problems of Secondary School Counseling Service and the Competencies of Secondary School Counselor*. [Master Thesis's M.Ed. Research and Development on Human Potentials]. Graduate School, Srinakharinwirot University.
- Setiyowati, A. J., Pali, M., Wiyono, B. B., & Triyono. T. (2019). Structural Model of Counseling Competence. *Cakrawala Pendidikan*. 38(1): 45–62.
- Srisawat, P., Saen-ubol, K. Aeamtussana, T. Kambhu Na Ayudhaya, P., & Nawangsri, B. (2022). The Enhancement of Counseling Competencies for Students of Guidance Teacher Through Learning Management Innovation : Training. *Journal of Education Research Faculty of Education, Srinakharinwirot University*. 17(2):82–92.
- The Guidance Association of Thailand. (2020). *Training Course for Classroom Teachers to become Psychologists at Educational Institutions under the Office of the Education Commission*. the Guidance Association of Thailand.
- Waller, R. Lemoine, P. A., Mense, E. G. Garretson, J. G. (2019). Global Higher Education in a VUCA World: Concerns and Projections. *Journal of Education and Development*. 3(2):73–76.
- Wijaya, R. S. Husniah, W. Taherong, R. Nuryadin, C. Hanifa, L & Ichsani, N. (2018). Professional competency levels teacher guidance and counseling counselor school. *IOP Conference Series Earth and Environmental Science*. 235:012105.

การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริท (GRIT) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง *

THE DEVELOPMENT OF A TRAINING PROGRAM TO ENHANCE STUDENTS' GRIT AT RAJABHAT LAMPANG UNIVERSITY*

ชรัญรักษ์ ปัญญามูลวงษา **

ปณิสรา จันทร์पालะ ***

ปณตนนท์ เกียรติประภากุล ****

(วันที่รับบทความ: 12 ตุลาคม 2566; วันแก้ไขบทความ: 23 มีนาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 16 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของกริทและแนวทางการส่งเสริมกริทสำหรับนักศึกษา 2) เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทสำหรับนักศึกษา และ 3) เพื่อศึกษาผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทสำหรับนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 30 คน ได้มาด้วยการเลือกแบบอาสาสมัคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบวัดกริท และโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำ ผลการวิจัย พบว่า

1. กริทของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ประกอบด้วย ความสนใจ การฝึกฝนอย่างจดจ่อ เป้าหมายและความหวัง แนวทางการส่งเสริมกริท ได้แก่ การสร้างความตระหนักรู้ในตนเอง การส่งเสริมทักษะที่จำเป็นเพื่อการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้แบบเน้นประสบการณ์ การเรียนรู้จากตัวแบบที่ประสบความสำเร็จ และการเสริมพลังการเรียนรู้

2. โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริท ประกอบด้วย การพัฒนาจุดประสงค์ของโปรแกรมฝึกอบรม การสร้างแผนการเรียนรู้ และการสร้างแผนงานการประเมินผล มีผลการประเมินอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

3. กริทของนักศึกษาหลังการทดลอง และติดตามผลสูงกว่าก่อนการทดลอง โดยนักศึกษามีกริทด้านความสนใจ ด้านความหวัง แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: กริท, โปรแกรมฝึกอบรม, ความสนใจ, การฝึกฝนอย่างจดจ่อ, เป้าหมาย, ความหวัง

* บทความวิจัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

** อาจารย์ประจำ สาขาวิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, Email; Charunrak@g.lpru.ac.th

*** อาจารย์ประจำ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, Email; Plammy@g.lpru.ac.th

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, Email; Nuch_panonon@g.lpru.ac.th

THE DEVELOPMENT OF A TRAINING PROGRAM TO ENHANCE STUDENTS' GRIT
AT RAJABHAT LAMPANG UNIVERSITY*
CHARUNRAK PUNYAMOONWONGSA **
PANISARA CHANPALA ***
PANOTNON TEANPRAPAKUN ****

(Received: October 12, 2023; Revised: March 23, 2024; Accepted: April 16, 2024)

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the characteristics of grit and ways to enhance students' grit, develop a training program to enhance students' grit, and examine the effects of using the training program. The participants were 30 undergraduate students of Lampang Rajabhat University, selected by voluntary selection. The instruments used in the research include interviews, a grit test, and a training program to enhance grit. Data were analyzed using basic statistics, including percentage, mean, standard deviation, and repeated measures ANOVA. The results showed that the grit of Lampang Rajabhat University students consisted of interest, deliberate practice, purpose, and hope. The guidelines for enhancing students' grit included building self-awareness, enhancing necessary skills for learning, managing learning focusing on experience, learning from successful models, and empowering learning. In addition, the training program consisted of the development of training program purpose, creating a lesson plan, and an evaluation plan. The evaluation of the program showed that it was at a high level, and the students' grit after the experiment, and follow-up, was higher than that before the experiment. Also, there was a difference between the students' grit in terms of interest and hope with statistical significance at 0.05

Keywords: Grit, Training program, Interest, Deliberate Practice, Purpose, Hope

* Research article, Faculty of Education, Lampang Rajabhat University

** Lecturer at Department of Psychology and Guidance, Faculty of Education, Lampang Rajabhat University. Email: Charunrak@g.lpru.ac.th

** Lecturer Department of Education Research and Evaluation, Faculty of Education, Lampang Rajabhat University. E-mail: Plammy@g.lpru.ac.th

*** Lecturer Department of Educational Administration, Faculty of Education, Lampang Rajabhat University. E-mail: Nuch_pannotnon@g.lpru.ac.th

บทนำ

การใช้ชีวิตของผู้คนต่างเผชิญกับการแข่งขันเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ การที่บุคคลจะประสบความสำเร็จได้นั้นไม่เพียงแต่อาศัยความรู้ความสามารถทางเชาว์ปัญญาเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นคุณลักษณะเชิงบวกคือ กริท (Grit) ซึ่งหมายถึง ความมานะบากบั่นและความรักทุ่มเทในเป้าหมายระยะยาว ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรักความหลงใหล (Passion) คือการยึดมั่นในเป้าหมายในระยะเวลายาวนาน และความอดทน (Perseverance) คือความสามารถในการก้าวข้ามอุปสรรค ทุ่มเท อุทิศตนในการทำงานหนัก และสามารถทำได้สำเร็จตามเป้าหมาย กริท เป็นคุณลักษณะที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของบุคคล ผู้ที่มีกริทมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ต้องกระทำสิ่งนั้นด้วยความรัก ความหลงใหล มุ่งมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นระยะเวลานาน และใช้ความพยายามอย่างถึงที่สุดหรืออุทิศตนฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ จนกว่าจะบรรลุเป้าหมาย แม้จะประสบกับความล้มเหลวหรือความทุกข์ยากก็ตาม (Duckworth, 2016) ดังที่ ดักเวิร์ธและกรอส (Duckworth & Gross, 2014) เสนอปัจจัยแห่งความสำเร็จไว้หลายประการ เป็นต้นว่าความสามารถทางเชาว์ปัญญา แต่สิ่งที่สามารถทำนายความสำเร็จได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากกว่าคือการมีกริท

กริท เป็นปัจจัยที่สะท้อนความสำเร็จที่ชัดเจน บุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตไม่เท่ากันก็เนื่องมาจากความพยายาม ความมุ่งมั่นและมีวินัยในตนเองที่สูงกว่า ดักเวิร์ธและคณะ (Duckworth et al., 2007) พบว่า ผู้ที่มีความฉลาดทางเชาว์ปัญญาสูงมักทุ่มเททำงานเพื่อไปสู่เป้าหมายน้อยกว่า และเมื่อเผชิญกับความยุ่งยากมากๆ มักจะยอมแพ้เร็วกว่าคนที่มีความฉลาดทางเชาว์ปัญญาต่ำกว่า ผู้ที่มีกริทสูงไม่เพียงแต่ทำงานได้สำเร็จแต่ยังมีแรงขับเคลื่อนในการติดตามผลงานต่อเนื่องไป โดยมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนงานน้อยกว่า เพราะเลือกจดจ่ออยู่กับเป้าหมายเดียวและมีทัศนคติเชิงบวก ทาเลอร์และโควาล (Thaler & Koval, 2015) ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในชีวิต พบว่าคือความอดทนและการฝึกฝนเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ทัพ (Tough, 2012) เสนอแนวคิดว่าความสำเร็จในชีวิตขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยหรือทักษะที่ไม่ใช้ปัญญา (Non-cognitive skills) เป็นต้นว่า ความมานะพยายาม ไม่ยอมแพ้ การควบคุมตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความกระตือรือร้น ความใฝ่รู้ ความตื่นตัว และทักษะทางสังคม โดยลักษณะนิสัยเหล่านี้ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการใช้ชีวิตเพื่อความสำเร็จในระยะยาว สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF, 2015) จัดให้กริทเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ถูกกำหนดไว้ในทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 โดยจัดอยู่ในกลุ่มทักษะด้านลักษณะนิสัย (Character Qualities) หรือทักษะที่ต้องใช้เมื่อต้องอยู่ร่วมกับสังคมที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) ความอดทน (Persistence/Grit) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ความเป็นผู้นำ (Leadership) และความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Awareness) ดักเวิร์ธ (Duckworth, 2016) เสนอว่ากริทประกอบด้วย 4 ด้านคือ ความสนใจ การฝึกฝนอย่างจดจ่อ เป้าหมายและความหวัง ด้านการศึกษาพบว่า กริทจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการเรียนและช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มขึ้น ดังที่ เฮคแมนและคณะ (Heckman et al., 2009) ศึกษา

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยทำให้นักเรียนประสบความสำเร็จในการเรียน ซึ่งพบว่า สิ่งที่มีความแตกต่างกันคือ คุณลักษณะทางจิตวิทยา โดยกลุ่มนักเรียนที่สามารถเรียนได้สำเร็จตามหลักสูตรมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือการรู้จักอดทนรอคอย และการดำเนินชีวิตตามแผน

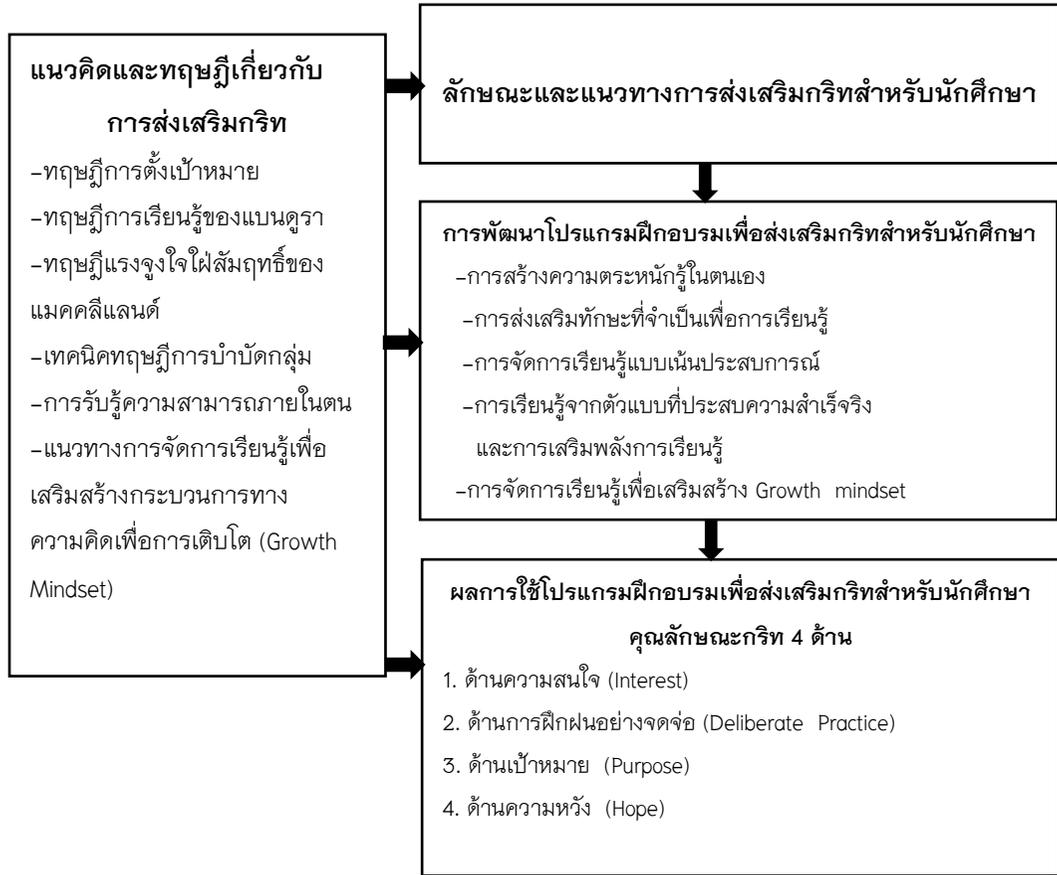
อย่างไรก็ตาม นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายและก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ ลักษณะพัฒนาการที่สำคัญคือมีความมั่นคงทางอารมณ์ เริ่มรู้จักวางแผนชีวิตให้กับตนเอง สามารถทุ่มเทให้กับงานด้วยความอดทน กระตือรือร้นและมุ่งมั่น เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและการสร้างฐานะ (Penrattanchiran, R., 2023) นักศึกษาจึงควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้ที่มีกิริท ซึ่งเป็นคุณลักษณะเชิงบวกที่นำมาซึ่งความสำเร็จ โดยระยะเวลาที่ผ่านมา (ปี 2560-2563 คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษาได้รับทราบความวิตกกังวลของนักศึกษาจำนวนหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้มีผลการเรียนที่ค่อนข้างต่ำ มีสาเหตุที่สำคัญคือ การขาดความมุ่งมั่นพยายาม การควบคุมตนเอง แรงจูงใจในการเรียน และความกระตือรือร้น ความใฝ่รู้ยังมีน้อย ด้วยเหตุผลและความจำเป็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกิริทของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีคุณลักษณะของผู้มีกิริท อันจะช่วยลดความเสี่ยงในการออกกลางคัน ช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถเรียนได้สำเร็จตามหลักสูตร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของกิริทของนักศึกษาและแนวทางการส่งเสริมกิริทสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกิริทสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
3. เพื่อศึกษาผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกิริทสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ยึดกรอบแนวคิดดังนี้ 1) คุณลักษณะกิริทตามแนวคิดของดักเวิร์ธ และคณะ (Duckworth et al., 2017) 2) ขั้นตอนการส่งเสริมกิริทตามแนวคิดของเดวิส (Davis, 2015) และเฮอร์ (Hoerr, 2013) 3) องค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรมของคาฟฟาเรลลา (Caffarella, 1994) 4) ทฤษฎีการตั้งเป้าหมายของเอ็ดวิน ลีอกและแกรี่ ลาแทม (Edwin. L, & Gary. L, 1990) 5) ทฤษฎีการเรียนรู้ของแบนดูรา (Bandura, 1977) 6) ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์ (McClelland, 1969) 7) เทคนิคกลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์และพฤติกรรมของคอรี (Corey, 2000) และทอมป์สัน (Thompson, 2003) 8) การรับรู้ความสามารถภายในตนเองของแบนดูรา (Bandura, 1997) และ 9) แนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้าง Growth mindset ของวิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล (Wongyai, W., & Patphol, M., 2019) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Designs) แบ่งออกเป็น 3 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาลักษณะของกริ และแนวทางการส่งเสริมกริของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

1. ผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้การสัมภาษณ์เกี่ยวกับการศึกษาลักษณะของกริ และแนวทางการส่งเสริมกริของนักศึกษา ประกอบด้วย

1) ผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาและจิตวิทยา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก มีประสบการณ์ด้านการสอนหรือการทำงานในสาขาวิชาที่เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน

2) นักศึกษา เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ในปีการศึกษา 2563 จำนวน 32 คน เกณฑ์การพิจารณาคือเป็นผู้ที่ยินดีให้ข้อมูล ประสพการณ์เกี่ยวกับกริทธิและพฤติกรรมการเรียน และสามารถเปิดเผยอารมณ์ความรู้สึกของตนได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลลักษณะกริทธิของนักศึกษาและแนวทางการส่งเสริมกริทธิ คำถามคือ ในทัศนะของท่านกริทธิของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางควรมีลักษณะเช่นใด แนวทางการส่งเสริมกริทธิของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางควรเป็นไปในลักษณะใด

2.2 แบบสัมภาษณ์นักศึกษา เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ประเด็นการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลจากการศึกษาลักษณะของกริทธิตามแนวคิดของ ดักเวิร์ธ (Duckworth, 2017) มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็น ได้แก่ ความสนใจ การฝึกฝนอย่างจดจ่อ เป้าหมาย และความหวัง โดยให้นักศึกษาอธิบายพฤติกรรมของตนเอง และยกตัวอย่างสถานการณ์ที่รู้สึกว่าจะต้องใช้ความเพียรพยายามอย่างที่สุดจึงจะสามารถฝ่าฟันไปได้

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยการประสานงานผ่านทางโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือจัดส่งหนังสือราชการ พร้อมแนบรายละเอียดโครงการวิจัย นัดหมายเพื่อเข้าสัมภาษณ์และดำเนินการสัมภาษณ์ตามที่กำหนด ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การสัมภาษณ์นักศึกษา โดยประสานงานกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอความร่วมมือ ชี้แจงรายละเอียดโครงการวิจัยและนัดหมายนักศึกษาเข้ารับสัมภาษณ์ ดำเนินการสัมภาษณ์ตามที่กำหนด โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูล สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์นักศึกษาและผู้เชี่ยวชาญ โดยเริ่มจากการกำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ข้อมูล จัดแยกเนื้อหาสาระตามประเด็นที่กำหนดไว้ สังเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็น และนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยการบรรยาย

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างกริทธิสำหรับนักศึกษาและแบบวัดกริทธิสำหรับนักศึกษา

2.1 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างกริทธิสำหรับนักศึกษา ผู้วิจัยศึกษาหลักการแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทธิสำหรับนักศึกษา สังเคราะห์และ

กำหนดขอบเขตของเนื้อหาเพื่อนำมาสร้างเป็นโครงร่างโปรแกรมฝึกอบรม กำหนดแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการสร้างโปรแกรม กำหนดกิจกรรมที่สอดคล้องกับองค์ประกอบของกริทธิและแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการสร้างโปรแกรม จัดทำโครงร่างโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างกริทธิสำหรับนักศึกษาเสนอผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษา จิตวิทยา การวิจัยและประเมินผลทางการศึกษา จำนวน 3 คน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก มีประสบการณ์ด้านการสอนหรือการทำงานในสาขาวิชาที่เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า 5 ปี เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมด้านภาษาและความตรงของเนื้อหา ประกอบด้วย 1) จุดประสงค์ของโปรแกรมฝึกอบรม 2) การสร้างแผนการเรียนรู้ และ 3) การสร้างแผนงานการประเมินผล

แบบประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมฝึกอบรม เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้ (Best and Kahn, 1989)

ค่าเฉลี่ย 4.50– 5.00 ระดับความเหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49 ระดับความเหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49 ระดับความเหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49 ระดับความเหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49 ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผลจากการประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแล้วจึงนำไปทดลองใช้

2.แบบวัดกริทธิ สร้างขึ้นตามแนวคิดของดักเวิร์ธและคณะ (Duckworth, 2017) และข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและนักศึกษา ผู้วิจัยนำร่างแบบวัดกริทธิเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา มีผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ (IOC) ข้อคำถามทุกข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ปรับปรุงแบบวัดกริทธิตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อโดยการใช้วิธีการแจกแจงของที (T-distribution) และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทั้งหมดเท่ากับ 0.94 จากนั้นคัดเลือกข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์มาจัดพิมพ์เป็นแบบวัดกริทธิสำหรับนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

แบบวัดกริทธิ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 32 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบวัด

ตอนที่ 2 ข้อมูลกริทธิของนักศึกษา ด้านความสนใจ (ข้อ 1–9) ด้านการฝึกฝนอย่างจดจ่อ (ข้อ 10–16) ด้านเป้าหมาย (ข้อ 17–24) และความหวัง (ข้อ 25–32)

จากนั้นแปลผลตามเกณฑ์ดังนี้ (Best and Kahn, 1989)

ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 ระดับกริทธิมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49 ระดับกริทธิมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49 ระดับกริทธิปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49 ระดับกริที่น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49 ระดับกริที่น้อยที่สุด

ระยะที่ 3 การศึกษาผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริที่สำหรับนักศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริที่สำหรับนักศึกษา โดยใช้รูปแบบการทดลองแบบ One Group Pre-Post Test Design (Fitz-Gibbon, 1987) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีการศึกษา 2563 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีการศึกษา 2563 จำนวน 30 คน ได้มาด้วยการเลือกแบบอาสาสมัคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบวัดกริที่ และ 2) โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริที่สำหรับนักศึกษา

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์อาจารย์ที่ปรึกษานักศึกษาในการนำโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริที่มาใช้กับนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ระยะเวลาในการทดลอง 11 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 วัน วันละ 1.30 ชั่วโมง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2563 ผู้วิจัยให้นักศึกษาทำแบบวัดกริที่ก่อนเข้าร่วมโปรแกรม (Pre-test) จากนั้นจัดเก็บแบบวัดเพื่อนำไปบันทึกคะแนนเป็นรายบุคคล ดำเนินการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริที่ครบจำนวน 9 ครั้ง หลังจากเสร็จสิ้นการฝึกอบรมผู้วิจัยใช้แบบวัดกริที่วัดกับนักศึกษา เพื่อนำคะแนนหลังการทดลอง (Post-test) มาเปรียบเทียบกับก่อนการทดลอง (Pre-test) และทำการประเมินระดับกริที่ของนักศึกษาอีกครั้งในระยะเวลาติดตามผล (Follow-Up) หลังเสร็จสิ้นการทดลอง 2 สัปดาห์ เพื่อทดสอบความคงทน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบวัดกริที่ของนักศึกษาก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตามผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำ (Repeated measures ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะของกริที่และแนวทางการส่งเสริมกริที่สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีลักษณะของกริที่ ดังนี้ 1) ต้องมีความสนใจ มุ่งมั่น ตั้งใจ จดจ่อกับสิ่งที่ทำ เข้าใจความต้องการของตนเอง มีส่วนร่วมลงมือกระทำ มีความกระตือรือร้น สนุกสนานเพลิดเพลินในสิ่งที่ทำ อยากรู้อยากเห็น แสวงหาแนวทางเพื่อให้สำเร็จตามความมุ่งหมาย 2) ต้องมีการฝึกฝนอย่างจดจ่อก่อให้เกิดทักษะความเชี่ยวชาญโดยไม่ย่อท้อ ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนและท้าทาย ยอมรับคำติชมที่เป็นประโยชน์อย่างทันท่วงที ทบทวนผลการกระทำ เพื่อปรับปรุงหรือทำซ้ำในครั้งต่อไป 3) ต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือความปรารถนาที่มีคุณค่าต่อตนเองและผู้อื่น การมีจิตอาสา การมีสัมพันธภาพที่ดี ความรับผิดชอบทางศีลธรรม การปรับสิ่งที่ทำอยู่เพื่อให้มีความหมาย

สำหรับตนเอง การหาแรงบันดาลใจจากบุคคลต้นแบบ นำไปสู่จุดมุ่งหมายหรือความสำเร็จ และ 4) ต้องมีความหวัง โดยมีความเชื่อว่าความฉลาดและความสามารถเป็นสิ่งที่พัฒนาได้ รู้จักมองโลกในแง่ดี มีความสามารถในการฟื้นตัว การร้องขอความช่วยเหลือ โดยอาศัยความมุ่งมั่นพยายามอย่างที่สุดเป็นพลังผลักดัน

2.2 แนวทางการส่งเสริมกริธา ดังนี้ 1) ส่งเสริมให้นักศึกษามีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ กระทำด้วยความรักและเอาใจใส่ มุ่งมั่นตั้งใจ และจดจ่อเพื่อไปสู่เป้าหมาย 2) ส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักและเข้าใจตนเองตามความเป็นจริง เช่น ข้อดีข้อด้อย ความถนัด ความสามารถ ความต้องการของตนเอง การตั้งเป้าหมายในชีวิต 3) จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในรายวิชาที่สอน หรือสอดแทรกลงในโครงการพัฒนานักศึกษา เช่น ความสามารถในการฟังผ่านอุปสรรค การพัฒนากรอบความคิดแบบเติบโต ความทรหดอดทน ทักษะการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การจัดการเรียนรู้เชิงรุก การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง 4) เสริมแรงให้แก่นักศึกษาที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจและประสบความสำเร็จ เพื่อให้กำลังใจและเป็นต้นแบบที่ดี

2. ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริธาสำหรับนักศึกษา ผลการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริธาสำหรับนักศึกษา สรุปดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริธา

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. แนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาโปรแกรม	4.00	0.43	มาก
2. วัตถุประสงค์ของโปรแกรม	4.33	0.45	มาก
3. โครงสร้างของโปรแกรม	4.33	0.43	มาก
4. วัตถุประสงค์ของแต่ละแผนกิจกรรม	4.33	0.43	มาก
5. การเรียงลำดับเนื้อหากิจกรรม	4.00	0.42	มาก
6. ระยะเวลาในการฝึกอบรม	4.33	0.44	มาก
7. กิจกรรมการฝึกอบรมแต่ละแผน	4.33	0.43	มาก
8. สื่อและอุปกรณ์ในการฝึกอบรม	4.33	0.42	มาก
9. การประเมินผลการฝึกอบรม	4.00	0.37	มาก
10. โปรแกรมฝึกอบรมสามารถนำไปใช้ได้จริง	4.33	0.47	มาก
เฉลี่ยรวม	4.23		มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริธามีค่าความเหมาะสมอยู่ระหว่าง 4.00-4.33 ทุกรายการประเมิน ซึ่งอยู่ในระดับเหมาะสมมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของรายการประเมินทั้งหมด มีค่า 4.23 อยู่ในระดับเหมาะสมมาก

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของกริท (Grit) กับกิจกรรมโปรแกรมฝึกอบรม

ด้าน	กิจกรรม		ลักษณะบ่งชี้
ด้านที่ 1 ความสนใจ (Interest)	กิจกรรมที่ 1	ตัวฉันนั้นเป็นอย่างไรว	1. รู้จักและเข้าใจตนเอง
	กิจกรรมที่ 2	ทำด้วยหัวใจ ไปสู่เส้นชัยที่ มุ่งหวัง	2. สนใจ รักและศรัทธาในสิ่งที่เรียนรู้ 3. มุ่งมั่นตั้งใจ จดจ่อกับสิ่งที่ทำ
	กิจกรรมที่ 3	เติมพลังใจสู่ความสำเร็จ	4. สร้างแรงจูงใจในการเรียนและการใช้ชีวิต เพื่อความสำเร็จ
ด้านที่ 2 การฝึกฝน อย่างจดจ่อ (Deliberate Practice)	กิจกรรมที่ 4	เชี่ยวชาญเกิดจะเกิดผล	5. ฝึกฝนเพื่อให้เกิดทักษะความเชี่ยวชาญ โดยไม่ย่อท้อ
	กิจกรรมที่ 5	ถูกผิดเป็นครู	6. ยอมรับคำติชมที่เป็นประโยชน์อย่าง ทันทีทั้งที่ 7. ทบทวนผลการกระทำ เพื่อแก้ไขปรับปรุง
ด้านที่ 3 เป้าหมาย (Purpose)	กิจกรรมที่ 6	เป้าหมายมีไว้พุ่งชน	8. ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนและท้าทาย 9. กำหนดเป้าหมายที่มีคุณค่าต่อตนเองและผู้อื่น 10. แสวงหาแนวทางเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย
	กิจกรรมที่ 7	ด้วยแรงใจ ต้องไปให้ถึง	11. หาแรงบันดาลใจจากบุคคลต้นแบบ
ด้านที่ 4 ความหวัง (Hope)	กิจกรรมที่ 8	“Growth mindset” กับความสำเร็จ	12. กำหนดกรอบความคิดแบบพัฒนาได้ (Growth mindset)
	กิจกรรมที่ 9	ท้อได้แต่อย่าถอย	13. การฟื้นตัวและการร้องขอความช่วยเหลือ

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยออกแบบโครงสร้างของโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทของนักศึกษา โดยวิเคราะห์คุณลักษณะของกริท 4 ด้าน ประกอบด้วย 9 กิจกรรม

3. ผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

3.1 ผลการเปรียบเทียบกริทของนักศึกษา ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตามผล แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกริทของนักศึกษาตามช่วงเวลาการวัด (n = 30)

ตัวแปร	ก่อนการใช้โปรแกรม		หลังการใช้โปรแกรม		หลังเข้าร่วมโปรแกรม 2 สัปดาห์	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ความสนใจ (INT)	4.45	0.61	4.67	0.58	4.54	0.60
2. การฝึกฝนอย่างจดจ่อ (PRA)	4.30	0.63	4.32	0.59	4.28	0.58
3. เป้าหมาย (PUR)	4.40	0.53	4.56	0.52	4.50	0.53
4. ความหวัง (HOP)	4.38	0.50	4.54	0.52	4.48	0.52
รวม	4.39	0.57	4.53	0.57	4.46	0.57

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม มีคะแนนเฉลี่ยกรีทหลังการทดลอง และติดตามผลสูงกว่าก่อนการทดลอง โดยมีคะแนนเฉลี่ยกรีทก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลเป็น 4.39 4.53 และ 4.46 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านความสนใจมีค่าเฉลี่ยประเมินสูงสุดทั้งก่อนการทดลอง หลังการทดลองและระยะติดตามผล เท่ากับ 4.45 4.67 และ 4.54 ตามลำดับ รองลงมาคือด้านเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยก่อนการทดลอง หลังการทดลองและระยะติดตามผล เท่ากับ 4.40 4.56 และ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์กรีทของนักศึกษาตามช่วงเวลาการวัด (n = 30)

กรีท	ช่วงเวลา	\bar{X}	S.D.	df	F	P
1. ด้านความสนใจ	ก่อนการทดลอง	4.45	0.61	2	8.495	0.014*
	หลังการทดลอง	4.67	0.58			
	ระยะติดตาม	4.54	0.60			
2. ด้านการฝึกฝนอย่างจดจ่อ	ก่อนการทดลอง	4.29	0.63	2	0.119	0.942
	หลังการทดลอง	4.32	0.59			
	ระยะติดตาม	4.28	0.58			
3. ด้านเป้าหมาย	ก่อนการทดลอง	4.40	0.52	2	5.252	0.072
	หลังการทดลอง	4.56	0.52			
	ระยะติดตาม	4.50	0.53			
4. ด้านความหวัง	ก่อนการทดลอง	4.38	0.50	2	7.084	0.029*
	หลังการทดลอง	4.54	0.52			
	ระยะติดตาม	4.48	0.52			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณากรีทของนักศึกษาในแต่ละด้าน พบว่า ในช่วงระยะก่อนการส่งเสริม ระยะหลังส่งเสริม และระยะติดตามหลังการส่งเสริม นักศึกษามีกรีทด้านความสนใจและความหวังแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับด้านการฝึกฝนอย่างจดจ่อและด้านเป้าหมายมีกรีทไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระหว่างทำกิจกรรม ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระหว่างปฏิบัติกิจกรรมตามแผนการเรียนรู้ทั้ง 9 แผน แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระหว่างทำกิจกรรม

ด้าน	กิจกรรม		พฤติกรรม
ด้านที่ 1 ความสนใจ (Interest)	กิจกรรม มที่ 1	ตัวฉันนั้น เป็น อย่างไร	นักศึกษาให้ความสนใจและร่วมมือในการทำกิจกรรม โดยสะท้อนคิดว่ากิจกรรม ค่อนข้างจืดจางช่วยให้เกิดสมาธิ สถิติและปัญญา เป็นการเตรียมพร้อมเพื่อเปิดรับ ต่อการเรียนรู้ การวิเคราะห์ตนเองทำให้ได้รู้จักและเข้าใจตนเองอย่างลึกซึ้งขึ้น นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรม แสดงความคิดเห็น ผลัดกัน เล่าเรื่องและรับฟังอย่างตั้งใจ บรรยากาศเป็นไปด้วยความเอื้ออาทร
	กิจกรรม มที่ 2	ทำด้วย หัวใจ ไปสู่ เส้นชัยที่ มุ่งหวัง	นักศึกษสามารถบอกความสำคัญของสิ่งที่เรียนและวิชาชีพที่มุ่งหวังในอนาคตได้ อย่างชัดเจน โดยเปิดเผยความคิด ความรู้สึกของตนได้อย่างอิสระ ยอมรับใน ตนเองและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
	กิจกรรม มที่ 3	เติมพลัง ใจสู่ ความสำเร็จ	นักศึกษาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กรณีปัญหา โดยไม่ตัดสินว่าความคิดใดถูกหรือ ผิด ผู้วิจัยกระตุ้นให้นักศึกษาคิดว่าเราจะมีวิธีเพื่อการพัฒนาปรับปรุงตนให้มี พฤติกรรมที่ดีในการเรียนและนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างไร โดยการแสดง บทบาทสมมติ นักศึกษามีความกระตือรือร้นและสนุกสนานกับบทบาทที่ได้รับ บรรยากาศเป็นไปด้วยความสนุกสนาน
ด้านที่ 2 การฝึกฝน อย่างจด จ่อ (Deliberate Practice)	กิจกรรม มที่ 4	เชี่ยวชาญ เกิดจะ เกิดผล	นักศึกษามีความกระตือรือร้น ตื่นเต้น ระหว่างทำกิจกรรมหอคอยและโยนลูก ปิงปอง โดยร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงประโยชน์ของการฝึกฝนเพื่อความสำเร็จ โดยนักศึกษสามารถบอกวิธีการฝึกฝนที่เหมาะสมสำหรับตนเองตาม สถานการณ์ที่กำหนดให้ได้
	กิจกรรม มที่ 5	ถูกผิดเป็น ครู	นักศึกษวิเคราะห์ตนเองผ่านกิจกรรม “ฉันมีอะไรจะบอก” นักศึกษสามารถ ยอมรับคำติชมจากผู้อื่นได้โดยไม่โกรธ และสามารถบอกวิธีการปรับปรุงตนเอง จากคำตำหนิโดยผู้อื่นได้ บรรยากาศเป็นไปด้วยความเอื้ออาทร และยอมรับซึ่ง กันและกัน
ด้านที่ 3 เป้าหมาย (Purpose)	กิจกรรม มที่ 6	เป้าหมาย มีไว้พุ่งชน	นักศึกษ ให้ความสนใจ ตั้งใจในการทำกิจกรรม โดยสามารถ วิเคราะห์เป้าหมายในชีวิตที่จะนำพาตัวเองและผู้อื่นให้มีความสุขและ ประสบความสำเร็จได้ เช่น วิธีการเรียน การสนับสนุนช่วยเหลือครอบครัว การมี จิตอาสาช่วยเหลือผู้อื่น บรรยากาศเป็นไปด้วยการยอมรับ การแสดงออกความ คิดเห็นโดยไม่ตำหนิ และมีรอยยิ้ม
	กิจกรรม มที่ 7	ด้วย แรงใจ ต้องไปให้ ถึง	นักศึกษ ให้ความสนใจกรณีศึกษาซึ่งเป็นต้นแบบของผู้ที่ประสบความสำเร็จ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างหลากหลาย สืบค้นวิธีการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิด การเรียนรู้อย่างกระตือรือร้นจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ นักศึกษาค้นหนึ่งสะท้อนคิดว่า “กิจกรรมนี้ช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนและการใช้ชีวิตมากขึ้น รู้สึกมีพลังที่ จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ รอบตัว

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ด้าน	กิจกรรม		พฤติกรรม
ด้านที่ 4 ความหวัง (Hope)	กิจกรรม ที่ 8	“Growth mindset” กับความสำเร็จ	นักศึกษาให้ความสนใจกับแนวคิด Growth mindset โดยการอภิปราย ซักถาม สามารถยกตัวอย่างการคิดแบบ Growth mindset โดยรวม แลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่มักเกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์และวิธีการคิดที่หลากหลาย
	กิจกรรม ที่ 9	ทำได้แต่อย่า ถอย	นักศึกษาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกรณีศึกษาสถานการณ์การฟื้นตัว โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างตั้งใจ ยอมรับฟังความคิดเห็นและความรู้สึก ซึ่งกันและกัน

จากตารางที่ 5 ผลการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระหว่างทำกิจกรรมทั้ง 9 พบว่า นักศึกษาให้ความร่วมมือและสนใจในการปฏิบัติกิจกรรม แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกัน ยอมรับในตนเองและผู้อื่น เข้าใจและสามารถสะท้อนความรู้คุณลักษณะกริธได้อย่างเหมาะสม

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาลักษณะของกริธ และแนวทางการส่งเสริมกริธสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่พบว่า ลักษณะกริธของนักศึกษา ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ความสนใจ การฝึกฝนอย่างจดจ่อ เป้าหมาย และความหวัง ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะทั้ง 4 คุณลักษณะดังกล่าวเป็น ปัจจัยภายในที่กำหนดความสำเร็จของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางได้อย่างชัดเจน โดย มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางกำหนดแนวทางการผลิตบัณฑิตที่มุ่งเน้นคุณลักษณะคนไทย 4 ประการ คือ การมีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง การมีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงเข้มแข็ง การมีงานทำมีอาชีพและการเป็นพลเมืองดี มีระเบียบวินัย ซึ่งการที่จะบรรลุผลสำเร็จดังกล่าวได้นั้น นักศึกษาจำเป็นต้องได้รับการเสริมสร้างอุปนิสัย ที่ดี นั่นคือการเป็นผู้ที่มีความสนใจ มุ่งมั่นตั้งใจ จดจ่อกับสิ่งที่ทำ มีการฝึกฝนอย่างจดจ่อเพื่อให้เกิดทักษะ ความเชี่ยวชาญโดยไม่ย่อท้อ กำหนดจุดมุ่งหมายหรือความปรารถนาที่มีคุณค่าต่อตนเองและผู้อื่น มีจิตอาสา สัมพันธภาพที่ดี รับผิดชอบทางศีลธรรม แสวงหาแรงบันดาลใจจากบุคคลต้นแบบ มีความหวัง รู้จักมองโลกในแง่ดี มีความสามารถในการฟื้นตัว ซึ่งต้องอาศัยความมุ่งมั่นพยายามอย่าง ที่สุดเป็นพลังผลักดัน ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ เป็นลักษณะกริธของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง สอดคล้องกับดักเวิร์ธและคณะ (Duckworth, 2016) ที่เสนอคุณลักษณะภายในของกริธไว้ 4 ประการ คือ ความสนใจ การฝึกฝน จุดมุ่งหมายและความหวัง และคาเรน บาร์คู-เฟลด์แมน (Caren Baruch-Feldman, 2017) อธิบายว่า กริธมีความสำคัญต่อบุคคล ทำให้บุคคลแปลงความรักอย่างแรงกล้ากับ ความมานะบากบั่นให้กลายเป็นทักษะ กริธคือความอดทนมานะบากบั่น เมื่อความท้าทายมาประกอบกับ ความมานะอดทนจะกลายเป็นทักษะ และทักษะรวมกับความบากบั่นจะกลายเป็นความสำเร็จ นอกจากนี้ ทาเลอร์และโควาล (Thaler & Koval, 2015) ได้ทำการสำรวจผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต พบว่าปัจจัย ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ คือความอดทนและการฝึกฝนเป็นระยะเวลาอันยาวนาน นอกจากนี้

ทัฟ (Tough, 2012) เสนอว่า ความสำเร็จในชีวิตของคนเราไม่ได้ขึ้นอยู่กับความฉลาดทางเชอร์วี่ปัญญาเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยหรือทักษะที่ไม่ใช่ปัญญา

แนวทางการส่งเสริมกริหมีควมสำคัญต่อการพัฒนากริหของนักศีกษา โดยผู้สอนสามารถนำไปวางแผนเพื่อการออกแบบกิจกรรมการเรียนรูที่ส่งเสริมกริหให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนได้ จากผลการศีกษาแนวทางการส่งเสริมกริหสำหรับนักศีกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่พบว่า นักศีกษาควรได้รับการส่งเสริมการสร้างควมตระหนักรู้ในตนเอง การส่งเสริมทักษะที่จำเป็นเพื่อการเรียนรู การจัดการเรียนรูแบบเน้นประสบการณ์ การเรียนรูจากตัวแบบที่ประสบควมสำเร็จ และการเสริมพลังการ เรียนรู ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะแนวทางดังกล่าวเป็นพื้นฐานที่สำคัญ สามารถส่งเสริมให้นักศีกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นผู้ที่มีกริห อันจะนำไปสู่ควมสำเร็จได้สอดคล้องกับบริบท โดยการสร้างควมตระหนักรู้ในตนเอง ช่วยให้นักศีกษาได้รู้จักและเข้าใจตนเองตามควมเป็นจริง รับรู้และเข้าใจควมรู้สึกอารมณ และควมต้องการของตนเองอย่างเท่าทัน นำไปสู่การพัฒนาตนเอง สามารถที่จะเลือกกระทำลิ่งต่าง ๆ ให้มีผลลัพท์ที่ดี การส่งเสริมทักษะที่จำเป็นเพื่อการเรียนรู เป็นเครื่องมือในการพัฒนาควมสามารถของนักศีกษา เพื่อให้รู้เท่าทันสถานการณ์ สามารถปรับตัวกับสภาวะทางสังคมควมคุมอารมณและพฤติกรรมของตนเองได้ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางได้กำหนดคุณลักษณะและทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 สำหรับบัณฑิตไว้ 4 ประการ ประกอบด้วย ทักษะการคิด นักสื่อสาร นักประสานงานและนวัตกรรม โดยจัดกิจกรรมหรือสอดแทรกลงในโครงการพัฒนานักศีกษาและบูรณการร่วมกับรายวิชาต่างๆ จึงเป็นแนวทางที่สอดรับกับนโยบายและจุดเน้นการผลิตบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางที่มีความเป็นไปได้อย่างชัดเจน การจัดการเรียนรูแบบเน้นประสบการณ์ เสริมสร้างให้นักศีกษารสร้างควมรู้ผ่านการลงมือกระทำ ด้วยการนำเอาประสบการณ์เดิมมาบูรณการเพื่อสร้างการ เรียนรูใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยให้นักศีกษาเกิดความเข้าใจแนวคิดหรือบทเรียนได้อย่างลึกซึ้งขึ้น การเรียนรูจากตัวแบบ ที่ประสบควมสำเร็จ ช่วยเพิ่มพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ทำให้คุณลักษณะกริหของนักศีกษาค่อยๆ เกิดขึ้น มีความถี่สูงขึ้นและจะคงทนถาวรยิ่งขึ้น การเสริมพลังการเรียนรู ช่วยให้นักศีกษาเกิดการเรียนรูลิ่งต่างๆ ด้วยควมต้องการที่จะเรียนรู มีฉันทะในการเรียนรู ซึ่งการเรียนในลิ่งที่นักศีกษาพอใจจะช่วยเสริมสร้างกำลังใจ ไม่ย่อท้อ มีความขยันหมั่นเพียรที่จะเรียนรู รวมถึงมีความใฝ่รู้ในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง วิชัช วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล (Wongyai, W., & Patphol, M.) เสนอแนวคิดที่ว่าพลังการเรียนรูไม่ใช่การเรียนรูเพื่อประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียว แต่นำไปสู่การทำประโยชน์เชิงสร้างสรรค์ต่อส่วนรวม ซึ่งเป็นพลังการเรียนรูของผู้ที่ประสบควมสำเร็จในชีวิต เป็นลิ่งสำคัญในการส่งเสริมคุณลักษณะกริหของนักศีกษาให้สูงขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของมณฑกานต์ เมฆระ (Mekara, M., 2018) ที่ศีกษารูปแบบการจัดการเรียนรูเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างกริหของนักศีกษาสายอาชีพในสังกัดสถาบันอาชีวศีกษา โดยนำทฤษฎีกริหการเรียนรูทางสังคม เทคนิคทางจิตวิทยา และการจัดการเรียนรูแบบเน้นประสบการณ์ เข้ามาใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนรู ซึ่งพบว่า หลังการทดลองนักศีกษากลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคุณลักษณะกริหเพิ่มสูงขึ้น

2. ผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างกริทธสำหรับนักศึกษา

จากผลการใช้โปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทธิที่พบว่า นักศึกษาที่เข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรม มีคะแนนเฉลี่ยกริทธิหลังการทดลองและระยะติดตามผลสูงกว่าก่อนการทดลอง โดยมีกริทธด้านความสนใจและด้านความหวังแตกต่างกัน การที่นักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยกริทธิหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อาจเป็นเพราะโปรแกรมฝึกอบรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โครงสร้างของโปรแกรมฝึกอบรมมีองค์ประกอบที่สามารถส่งเสริมกริทธิของนักศึกษาได้ ซึ่งประกอบด้วย จุดประสงค์ของโปรแกรมฝึกอบรม การสร้างแผนการเรียนรู้ และการสร้างแผนงานการประเมินผล อีกทั้งแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สร้างขึ้น ได้นำทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย ทฤษฎีการเรียนรู้ของเบนคูรา ทฤษฎีแรงจูงใจไฟล์มฤทธิ์ของแมคคิลแลนด์ เทคนิคกลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์และพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถภายในตน และแนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้าง Growth mindset มาบูรณาการกับแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนพจน์ โปสมาตร และลักขณา สริวัฒน์ (Posamak, T. & Sariwat, L., 2019) ที่ศึกษารูปแบบการเสริมสร้างกริทธิของนักเรียนวิทยาลัยนาฏศิลป์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ซึ่งได้นำทฤษฎีปัญญาสังคม ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย แนวคิดการพัฒนาด้านจิตพิสัย ทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง และเทคนิคการควบคุมตนเองมาใช้ในการเสริมสร้างกริทธิ โดยพบว่านักเรียนมีกริทธิหลังการเข้าร่วมกิจกรรมตามรูปแบบสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำวิธีการและเทคนิคการสอนต่างๆ มาใช้ในกิจกรรมการฝึกอบรมด้วย เป็นต้นว่า กรณีตัวอย่าง เกม การอภิปรายกลุ่มย่อย การใช้ผังกราฟิก การแสดงบทบาทสมมติ จึงทำให้กระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษามีคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ดังที่ ทิศนา แชมมณี (Khammanee, T., 2021) อธิบายว่าวิธีสอนโดยใช้กรณีตัวอย่างช่วยให้ผู้เรียนฝึกฝนการเผชิญและแก้ปัญหาโดยไม่ต้องรอให้เกิดปัญหาจริง เปิดโอกาสให้คิดวิเคราะห์ และเรียนรู้ความคิดของผู้อื่น ช่วยให้ผู้เรียนมีมุมมองที่กว้างขึ้น การใช้เกมเป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เรื่องต่างๆ อย่างสนุกสนานและท้าทายความสามารถ ทำให้การเรียนรู้ที่มีความหมายและอยู่คงทน การอภิปรายกลุ่มย่อยช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้อย่างทั่วถึง มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดการเรียนรู้ในเรื่องที่เรียนกว้างขึ้น การใช้ผังกราฟิกเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เรียนจัดข้อมูลให้เป็นระบบระเบียบอยู่ในรูปแบบที่อธิบายให้เข้าใจและจดจำได้ง่าย การแสดงบทบาทสมมติช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้การเอาใจเขามาใส่ใจเรา เกิดความเข้าใจในตนเองและผู้อื่น นอกจากนี้ การที่นักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยกริทธิหลังการทดลองสูงกว่าระยะติดตามผล ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะระยะติดตามผลเป็นช่วงเวลาที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมไปแล้ว เป็นเวลา 2 สัปดาห์ ซึ่งใน 2 สัปดาห์นั้น นักศึกษาไม่ได้รับการกระตุ้นส่งเสริมให้มีคุณลักษณะกริทธิ ดังนั้นจึงส่งผลให้นักศึกษามีระดับกริทธิที่ลดลงเล็กน้อย สะท้อนให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมกริทธิให้กับนักศึกษาควรจัดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้ระดับกริทธิยังคงอยู่ต่อไป

ผลการพิจารณากริทธิเป็นรายด้านที่พบว่า กริทธด้านความสนใจมีค่าเฉลี่ยผลประเมินสูงสุด ทั้งก่อนการทดลอง หลังการทดลองและระยะติดตามผล โดยนักศึกษามีกริทธด้านความสนใจแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมด้านความสนใจที่ประกอบด้วย กิจกรรมที่ 1 “ตัวฉันนั้นเป็นอย่างไร”

กิจกรรมที่ 2 “ทำด้วยหัวใจไปสู่เส้นชัยที่มุ่งหวัง” และกิจกรรมที่ 3 “เติมพลังใจสู่ความสำเร็จ” เป็นกิจกรรมที่ฝึกให้นักศึกษาได้วิเคราะห์ตนเองตามความเป็นจริง ทั้งข้อดีข้อด้อย ความถนัด ความสามารถ ความต้องการ การตั้งเป้าหมายในชีวิตของตนเอง โดยนักศึกษาได้เปิดเผยความคิด ความรู้สึกของตนเองอย่างอิสระ เคารพและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สอดคล้องกับอรรถพร ชูชม (Choochom, O., 2016) ที่อธิบายทฤษฎีของคาร์ล โรเจอร์ว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการพื้นฐานที่จะรู้จักตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นสภาวะความเป็นคนที่สมบูรณ์ ตระหนักรู้ถึงศักยภาพสูงสุดของตนในวิถีทางที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน นอกจากนี้ ผลการพิจารณา*กริทัศน์ด้านความหวัง*ที่พบว่ามีความเปลี่ยนแปลงทั้งก่อนการทดลอง หลังการทดลองและระยะติดตามผลแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมด้านความหวังที่ประกอบด้วย กิจกรรมที่ 8 “Growth mindset” กับความสำเร็จ เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้คิดและเชื่อว่าความสามารถของคนเราเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาผ่านความพยายาม มองอุปสรรคไม่ใช่ปัญหาแต่เป็นโอกาสที่จะเรียนรู้เพื่อบรรลุเป้าหมาย กิจกรรมที่ 9 “ทำได้แต่อย่าถอย” เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างพลังใจและฝึกทักษะในการฟื้นตัวและการร้องขอความช่วยเหลือ ฝึกกระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณจากสถานการณ์วิกฤติในชีวิต ก่อให้เกิดความเข้าใจในปัญหา สามารถประเมินทางเลือกเป้าหมายและสรุปผลได้อย่างสมเหตุสมผล ดังที่วิรพล แสงปัญญา (Saengpanya, W., 2018) เสนอว่าการสอนการคิดอย่างมีวิจารณญาณควรเน้นที่การให้เหตุผลต่อความคิดเห็นมากกว่าการตอบคำถามที่ถูกต้อง จากที่นำเสนอมาดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้กริทัศน์ด้านความสนใจและด้านความหวังมีความเปลี่ยนแปลงแตกต่างกันทั้งก่อนการทดลอง หลังการทดลองและระยะติดตามผล

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทัศน์ในครั้งนี้ได้ศึกษาลักษณะกริทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง หากมีผู้ประสงค์จะนำโปรแกรมนี้ไปใช้ควรวิเคราะห์ถึงความใกล้เคียงของสภาพสังคมและชุมชน และควรพิจารณาปรับปรุงเนื้อหาหรือกิจกรรมตามความเหมาะสม
2. ผู้สอนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมกริทัศน์มาเป็นแนวทางการเรียนการสอนในรายวิชาอื่นๆ ในระดับอุดมศึกษา เช่น จิตวิทยาสำหรับครู ทักษะชีวิต การนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ควรคำนึงถึงความแตกต่างในด้านต่างๆ ด้วย เป็นต้นว่า แรงจูงใจ ทัศนคติ วิธีการดำเนินชีวิต ลักษณะครอบครัว และวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษากริทัศน์ของผู้เรียนในระดับหรือสถาบันการศึกษาอื่น เช่น ระดับมัธยมศึกษา การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย รวมถึงการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกริทัศน์ของนักศึกษา เช่น รูปแบบการเลี้ยงดูของพ่อแม่ สถานการณ์ที่เสริมสร้างกริทัศน์ และอิทธิพลทางวัฒนธรรม เป็นต้น



จริยธรรมการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการเกี่ยวกับการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลโดยได้รับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ E 2563-151 จากวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครลำปาง สถาบันพระบรมราชชนก สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563

Reference

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory: A social cognitive theory*. New Jersey: Prentice – Hall.
- Best, J.W., & Kahn, J.V. (1989). *Research in education* (6th Edition). Englewoods Cliffs, N.J.: Prentice–Hall.
- Caffarella, R.S. (1994). *Planning Programs for adult teacher*. San Francisco: Jossey–Bass.
- Caren Baruch–Feldman. (2017). *The grit guide for teens*. California New Harbinger Publications.
- Choochom, O. (2016). *Behavioral science research: present and future. Behavioral Sciences From Diverse Perspective*. Bangkok: Rojchana Printing Limited Partnership.
- Corey, G. (2000). *Theory and practice of group counseling* (5th ed.). Wadsworth/Thomson Learning.
- Davis, V. (2015, 9 Jan). *True Grit: The Best Measure of Success and How to Teach It*. George Lucas Educational Foundation. <http://www.edutopia.org/blog/true-grit-measure-teach-successvicki-davis>.
- Duckworth, A. (2016). *Grit: The Power of Passion and Perseverance*. Toronto: Ontario, Canada. Harper Collins Publishers.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M.D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long– term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087–1101.
- Duckworth, A., & Gross, J. J. (2014). Self–Control and Grit: Related but Separable Determinants of Success. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 319–325.
- Fitz – Gibbon, C. T. & Morris, L. L. (1987). *How to design a program evaluation*. Newbury Park, CA: Sage.
- Heckman, J., Malofeeva, L., Pinto, R., & Saveliev, P. (2009). *The effect of the Perry Preschool Program on the cognitive and non–cognitive skills of its participants*. University of Chicago.

- Hoerr, T. R. (2013). *Fostering grit: how do I prepare my students for the real world?* Virginia: Thomas R. Hoerr.
- Khammanee, T. (2021). *Strategies of Teaching: Knowledge for Effective Learning Process Management*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Locke, E. A., & Latham, G.P. (1990). *A theory of goal setting & task performance*. Prentice–Hall, Inc.
- McClelland, D. C., & Winter, D. C. (1969). *Motivating economic achievement*. New York: Free Press.
- Mekara, Montakarn. (2018). *Study and development of a psychological Learning model to enhance the characteristics of Grit in a Vocational College in Northern 1 Chiangmai*. Faculty of Education Srinakharinwirot University.
- Penrattanahiran, R. (2023). *General Psychology*. Chiangmai: Sor. Information technology.
- Posamak, T. & Sariwat, L. (2019). Developing a model to enhance grit on College of Dramatic Arts Students, Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of culture. *Ratchaphruek Journal*, 17(1), 59–65.
- Saengpanya, W. (2018). *Teaching Psychology*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Thaler, L. K., & Koval, R. (2015). *Grit to Great: How Perseverance, Passion, and Pluck Take You from Ordinary to Extraordinary*. New York: Crown Business.
- Thompson, R.A. (2003). *Counseling Techniques: Improving Relationships with Others, Ourselves, Our Families, and Our Environment* (2nd ed.). Routledge.
- Tough, p. (2012). *How children succeed: Grit, curiosity, and the hidden power of character*. New York: Houghton Mifflin Harcourt. Walter Mischel.
- Wongyai, W., & Patphol, M. (2019). *Building creative learning power*. Bangkok: Innovative Leaders Center in Curriculum and Learning.
- Wongyai, W., & Patphol, M. (2019). Learning Management for Enhancing Growth Mindset. *Sikkha Journal of Education*, 6(1), 52–60.
- World Economic Forum (WEF). (2015). *The skills needed in the 21st century*. <https://weforum.org/nve-2015/chapter1.html>



ผลการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะเพื่อส่งเสริมทักษะ
การสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ สำหรับนักเรียน
ในระดับชั้นประถมศึกษา

THE RESULTS OF USING INNOVATIVE ART LEARNING BOXES
TO PROMOTE ARTISTIC CREATIVITY SKILLS FROM WASTE MATERIALS
OF ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS *

ปฏิพล พาดัง**

อินทิรา พรหมพันธุ์***

(วันที่รับบทความ: 29 มกราคม 2567; วันแก้ไขบทความ: 17 เมษายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 19 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ โดยใช้
นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาและครูผู้สอน
ที่ใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 โรงเรียน
บ้านมะขามเอน จังหวัดราชบุรี จำนวน 26 คน และครูผู้สังเกตการสอนจำนวน 2 คน โดยการเลือกแบบ
เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ
จากวัสดุเหลือใช้ 2) แบบประเมินทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ 3) แบบประเมินความ
พึงพอใจ และ 4) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ทักษะการสร้างสรรค์ผลงานของผู้เรียน อยู่ในระดับดีมาก
โดยความมั่นใจในการทำงานอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สร้างสรรค์ผลงานตาม
โจทย์ อยู่ในระดับดีมาก และการเลือกใช้วัสดุที่หลากหลาย อยู่ในระดับดี ส่วนความพึงพอใจของ
นักเรียนและครูต่อนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการสนทนากลุ่ม พบว่า
นักเรียนได้ฝึกใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีการใช้วัสดุที่หลากหลาย ได้ช่วยเหลือและแบ่งปันสิ่งของกับเพื่อน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้, นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้
ศิลปะ

* บทความวิจัย คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

** นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, E-mail: patipon2013@gmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, E-mail: Intira.p@chula.ac.th

THE RESULTS OF USING INNOVATIVE ART LEARNING BOXES TO PROMOTE ARTISTIC CREATIVITY SKILLS FROM WASTE MATERIALS OF ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS *

PATIPON PARDOUNG**

INTIRA PHROMPAN***

(Received: January 29, 2023; Revised: April 17, 2024; Accepted: April 19, 2024)

ABSTRACT

This research aims to study the artistic creativity skills using recycled materials through the innovative art learning boxes, and to study the satisfaction of primary school students and teachers using the innovative art learning boxes. The sample consisted of 26 students from Grades 1 to Grade 3 at Makhamaen School in Ratchaburi Province and 2 teachers, selected by purposive sampling. The research tools included innovative art learning boxes from recycled materials, an assessment form for artistic creativity skills using recycled materials, a satisfaction assessment form, and a group discussion recording form. The data were analyzed by using mean and standard deviation. The research findings indicated that the students' creative skills were at a very good level, with the highest mean on confidence in work, creating work according to the problem, and the selection of a variety of media materials, respectively. Also, the overall satisfaction of students and teachers with the art learning box innovation was at a high level. From the group discussion, students could practice using their creativity with a variety of materials, and they could help and share things with friends.

Keywords: Satisfaction, Artistic creativity skills from waste materials, Art learning box innovation

* Research Article, Faculty of Education, Chulalongkorn University

** Master's Student in Art Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University, E-mail: patipon2013@gmail.com

*** Assistant Professor, Faculty of Education, Chulalongkorn University, E-mail: Intira.p@chula.ac.th

บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนามนุษย์ให้มีความสามารถในการดำเนินชีวิต ช่วยเหลือสังคม ตลอดจนสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อต่อยอดสู่เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่ออนาคต กระบวนทัศน์การจัดการศึกษาเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของสังคมและยุคสมัย และปัจจุบันความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดสิ่งสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านั้นมีประโยชน์ต่อผู้คน เศรษฐกิจ และสังคมอย่างมากมาย ดังนั้น การศึกษาจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเติบโตและความก้าวหน้าของสังคมและเป็นบทบาทของสถานศึกษาที่จะทำให้เกิดบรรลุผล โดยสิ่งที่จะขับเคลื่อนความก้าวหน้าดังกล่าว คือ ความคิดสร้างสรรค์ ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาโดยมีหลักสูตรที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ มีทักษะด้านเทคโนโลยี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมโลกได้อย่างมีสันติ (The Ministry of Education., 2008) ดังนั้นครูผู้สอนจึงต้องจัดการเรียนรู้โดยเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะการคิดและการสร้างสรรค์เป็นสำคัญ

ครูผู้สอนในสถานศึกษาเป็นผู้ที่มีบทบาทในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน ปัญหาการจัดการศึกษาในปัจจุบัน การจัดการเรียนรู้ของครูผู้สอนบางครั้งยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากมีภาระงานอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการสอน ทั้งนี้หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดให้ผู้เรียนเรียนรู้ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ซึ่งกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะในระดับชั้นประถมศึกษาเป็นกลุ่มสาระที่มุ่งเน้นพัฒนาให้ผู้เรียนมีทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีจินตนาการทางศิลปะ ชื่นชมความงาม มีสุนทรียภาพ ความมีคุณค่าซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตมนุษย์ ช่วยพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ (The Ministry of Education., 2008) ดังนั้น เพื่อให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ การนำนวัตกรรมมาใช้ในห้องเรียนจึงเป็นสิ่งสำคัญกับการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 เป็นการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่มีความสอดคล้องกับลักษณะผู้เรียนในปัจจุบัน ซึ่งในด้านลักษณะของผู้เรียนในระดับชั้นประถมศึกษาที่มีพัฒนาการทางด้านศิลปะที่หลากหลายทั้งด้านความคิดและทักษะควบคู่กัน พัฒนาการเชิงศิลปะของเด็กมีความพิเศษกว่าผู้ใหญ่ การมุ่งเน้นและพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาสาระหลากหลายองค์ประกอบซึ่งในงานวิจัยนี้ต้องการพัฒนาทักษะการสร้างสรรค์ผ่านทางกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ที่เนื้อหาสาระเกี่ยวกับงานปะติด การวาดภาพระบายสี ภาพพิมพ์ และงานปั้น ซึ่งกิจกรรมศิลปะเหล่านี้เป็นการฝึกให้เด็กได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ช่วยพัฒนาความสามารถของเด็กในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา จินตนาการที่จะสร้างผลงานของตนเอง ถ่ายทอดความรู้สึกผ่านคลาวิตีความเครียดทางอารมณ์ลดความกดดัน ความคับข้องใจและลดความก้าวร้าว เคลื่อนไหวร่างกายส่วนต่าง ๆ มีทักษะในการทำงานร่วมกับเพื่อนโดยการแบ่งปันสิ่งของให้กับเพื่อน และมอบหมายหน้าที่ต่าง ๆ ในด้านการดูแลความสะอาดอุปกรณ์ นอกจากกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยฝึกในด้านความคิดแล้วยังเป็นกิจกรรมที่เด็กได้ลงมือปฏิบัติจริงอีกด้วย (Padan, R., 2014)

การจัดการเรียนรู้โดยสอดแทรกรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ด้วยวัสดุเหลือใช้ซึ่งเป็นกิจกรรมศิลปะรูปแบบหนึ่งที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติกับสื่อวัสดุอุปกรณ์โดยเน้นสื่อวัสดุที่เหลือใช้ เช่น ขวดน้ำพลาสติก แก้วน้ำพลาสติก กระดาษ ไม้ กลองนม กลองยาสีฟัน หลอด ฟาขวด กระจกป่นน้ำอัดลม เศษด้าย และเศษดินสอ ที่ไม่เป็นอันตรายแก่เด็ก โดยนำมาใช้ในการประดิษฐ์หรือสร้างผลงาน ทำให้เด็กเกิดการเรียนรู้ เป็นผู้คิดกำหนดวางแผน ตัดสินใจและลงมือปฏิบัติผลงานศิลปะสร้างสรรค์ด้วยตนเองผ่านกระบวนการคิดการแก้ปัญหา พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เด็กได้ฝึกทักษะด้านการคิด จินตนาการและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์ผลงานที่แปลกใหม่หลากหลายรูปแบบ (Pantuworakul, K., 2020)

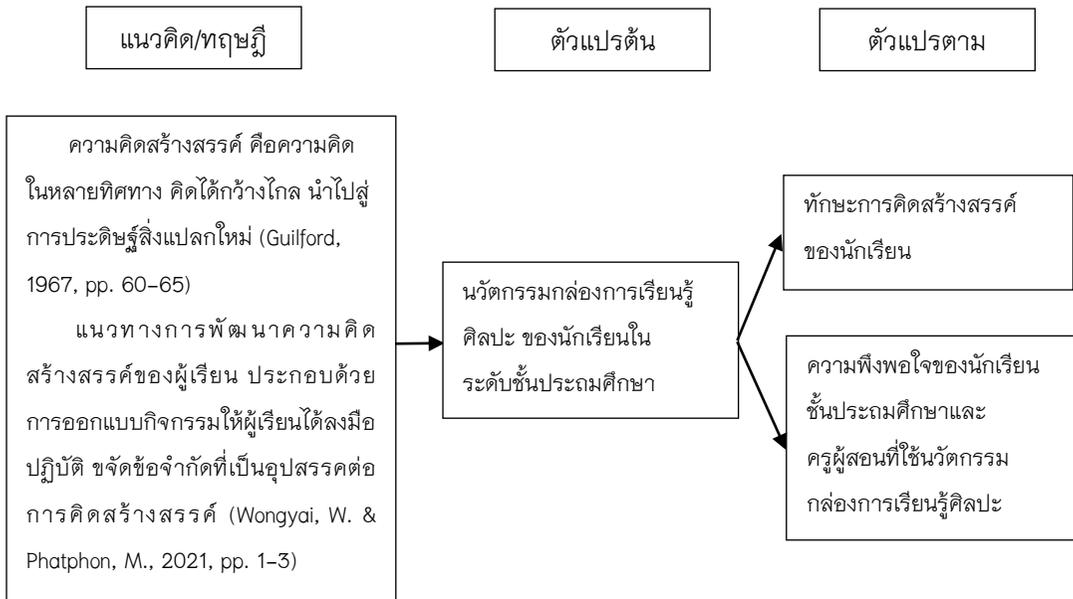
จากการจัดการเรียนรู้ของนักเรียน และการสังเกตการจัดการเรียนรู้ของครู พบว่า มีกิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย ประกอบกับผู้เรียนไม่ค่อยเห็นความสำคัญของวัสดุเหลือใช้ จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาผลการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ สำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา เพื่อให้นักเรียนสามารถสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีพัฒนาการที่ดี เพื่อต่อยอดความสามารถด้านอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ โดยใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาและครูผู้สอนที่ใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ สำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยจากแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ของ กิลฟอร์ด (Guilford, 1967, pp. 60-65) และแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนของ วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล (Wongyai, W. & Phatphon, M., 2021, pp. 1-3) ได้กรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยผลการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ สำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา ครึ่งนี้เป็นการศึกษาเชิงกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 โรงเรียนบ้านมะขามเอน จังหวัดราชบุรี จำนวน 26 คน โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นโรงเรียนขนาดเล็กและขาดแคลนครูศิลปะมีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นท้องถิ่น จึงมีความเหมาะสมต่อการนำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ไปปรับใช้ต่อการจัดการเรียนการสอนศิลปะ โดยเกณฑ์การคัดเลือกนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา โดยนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ เป็นนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 7-9 ปี และสามารถเข้าร่วมและปฏิบัติตามกิจกรรมได้ครบถ้วนทุกกิจกรรม และครูผู้สังเกตการสอน จำนวน 2 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ ของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา แบบประเมินทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ และแบบประเมินความพึงพอใจ

1) นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ โดยแบ่งออกเป็น 3 กล่องกิจกรรม ดังนี้

กล่องกิจกรรมที่ 1 โลกใต้ทะเล (Under The Sea Art Kit) ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์ผลงานจากกระดาษหนังสือพิมพ์และกระดาษนิตยสารที่มีรูปภาพ สี หรือลวดลายต่าง ๆ และตกแต่งเป็นรูปร่างลงในใบงานรูปสัตว์ทะเลได้ตามจินตนาการ



ภาพที่ 2 กล่อง กิจกรรมที่ 1 โลกใต้ทะเล Under The Sea Art Kit

กล่องกิจกรรมที่ 2 ดอกไม้ของหนู (My Flowers Art Kit) กล่องกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปะการพิมพ์ภาพ จากวัสดุเหลือใช้ เช่น เศษผ้า เศษกระดาษ ถุงพลาสติก มาสร้างสรรค์เป็นดอกไม้ในกระดาษต้นไม้ตามจินตนาการ



ภาพที่ 3 กล่องกิจกรรมที่ 2 ดอกไม้ของหนู My Flowers Art Kit

กล่องกิจกรรมที่ 3 เจ้าหนูนักปั้น (Little Sculptor Art Kit) กล่องกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะเรื่อง เจ้าหนูนักปั้น ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะการปั้น และงานประดิษฐ์โดยกิจกรรมภายในกล่องการเรียนรู้เป็นการสอนเทคนิคปั้นแบบขดเป็นที่ใส่ดินสอและมีการใช้วัสดุเหลือใช้รอบตัว เช่น หลอดน้ำ ฝาขวดน้ำ มาตกแต่งเป็นที่ใส่ดินสอของตนเองตามจินตนาการและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ พัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมศิลปะง่าย ๆ จากวัสดุเหลือใช้และวัสดุสังเคราะห์ที่สังเกตเห็นได้ใกล้ตัว



ภาพที่ 4 กล่องกิจกรรมที่ 3 เจ้าหนูนักปั้น Little Sculptor Art Kit

การพัฒนาเครื่องมือนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อพัฒนานวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะสำหรับนักเรียนประถมศึกษาและให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ พบว่า คุณภาพนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้มีคุณภาพดีมาก

2) แบบประเมินทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ของนักเรียนในการทำกิจกรรมศิลปะจากกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ ความเรียบร้อยสวยงาม ความมั่นใจในการทำงาน สร้างสรรค์ผลงานตามโจทย์ที่กำหนดให้ และการเลือกใช้วัสดุเหลือใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลาย เกณฑ์การให้คะแนน (Scoring Rubric) มีดังนี้ มาก (4 คะแนน) ดี (3 คะแนน) ปานกลาง (2 คะแนน) น้อย (1 คะแนน)

3) แบบประเมินความพึงพอใจ ประกอบด้วยการประเมิน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะของกล่องการเรียนรู้ ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่องการเรียนรู้ และด้านพัฒนาการของนักเรียน เป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) มี 3 ระดับ ได้แก่ พึงพอใจมาก (3 คะแนน) พึงพอใจปานกลาง (2 คะแนน) และพึงพอใจน้อย (1 คะแนน)

4) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม เรื่อง การเรียนรู้โดยใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้

การพัฒนาเครื่องมือแบบประเมินทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นเครื่องมือวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย อาจารย์ประจำสาขาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรีและนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2 ท่าน และอาจารย์ประจำสาขาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 1 ท่าน ประเมินเพื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence) พบว่าแบบประเมินทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ทุกข้อสามารถนำไปใช้ได้

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทดลองใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ กับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 โรงเรียนบ้านมะขามเอน จังหวัดราชบุรี จำนวน 26 คน โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้สังเกตการสอน โดยการทดลองใช้กล่องกิจกรรม 3 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ต่อ 1 กล่องกิจกรรม ครั้งละ 90 นาที

1) ชี้แจงทำความเข้าใจกับนักเรียนกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย โดยอธิบายว่าการวิจัยนี้ไม่ส่งผลกระทบต่อ ใดๆ กับนักเรียน

2) นำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยอธิบายวิธีการทำกิจกรรม เน้นให้ผู้เรียนได้สร้างสรรค์ตามความคิดของตนเอง สร้างบรรยากาศที่ดีให้แก่ผู้เรียน ให้ผู้เรียนได้คิดอย่างสร้างสรรค์



ภาพที่ 5 การนำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3) ประเมินทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะ และความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้

4) ประเมินความพึงพอใจของครูที่สังเกตการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้

5) นำข้อมูลการประเมินไปวิเคราะห์ผลทางสถิติ

6) ดำเนินการสนทนากลุ่มกับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรม

7) ดำเนินการสนทนากลุ่มกับครูผู้สังเกตการสอน โดยสนทนาเกี่ยวกับข้อดี ข้อจำกัด ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ใดๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) วิเคราะห์ทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปลผลเทียบกับเกณฑ์ดังนี้ (Bloom, 1971)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้อยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.00 หมายถึง ทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้อยู่ในระดับดีมาก

2) วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาและครูผู้สอนที่ใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปลผลเทียบกับเกณฑ์ดังนี้ (Bloom, 1971)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ โดยใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ ของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการประเมินทักษะการสร้างสรรค์ผลงานของนักเรียนในการทำกิจกรรมศิลปะจากกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะสำหรับนักเรียนประถมศึกษาของกลุ่มที่นำกิจกรรมไปใช้

ทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน
1) ความคิดสร้างสรรค์	3.27	0.60	ดี
2) ความเรียบร้อยสวยงาม	3.27	0.53	ดี
3) ความมั่นใจในการทำงาน	4.00	0.00	ดีมาก
4) สร้างสรรค์ผลงานตามโจทย์	3.73	0.60	ดีมาก
5) การเลือกใช้วัสดุที่หลากหลาย	3.38	0.70	ดี
เฉลี่ยรวม	3.54	0.59	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินทักษะการสร้างสรรค์ผลงานของผู้เรียนในการทำกิจกรรมศิลปะ จากกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะสำหรับนักเรียนประถมศึกษาของกลุ่มที่นำกิจกรรมไปใช้ พบว่า ทักษะการสร้างสรรค์ผลงานของผู้เรียน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}=3.54$) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}= 4.00$) สร้างสรรค์ผลงานตามโจทย์ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}=3.73$) และการเลือกใช้สื่อวัสดุที่หลากหลาย อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.38$) ตามลำดับ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาและครูผู้สอนที่ใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ แสดงดังตาราง 2-3

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะสำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา สำหรับนักเรียนกลุ่มที่นำกิจกรรมไปใช้

ทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านลักษณะของกล่องการเรียนรู้			
1) มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป	2.88	0.43	มาก
2) มีความน่าสนใจ	2.96	0.20	มาก
3) สีสันสดใส มีความสวยงาม	2.96	0.20	มาก
4) ขนาดตัวอักษร รูปภาพมีความชัดเจน	2.96	0.20	มาก
เฉลี่ย	2.94	0.27	มาก
ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่องการเรียนรู้			
5) กิจกรรมเข้าใจง่าย	3.00	0.00	มาก
6) มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน	2.88	0.34	มาก
7) ใช้เวลาไม่นาน	2.92	0.27	มาก
เฉลี่ย	2.94	0.25	มาก
ด้านพัฒนาการของนักเรียน			
8) นักเรียนมีความเข้าใจในศิลปะจากวัสดุเหลือใช้มากขึ้น	2.96	0.20	มาก
9) กล่องการเรียนรู้ช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ดี	3.00	0.00	มาก
เฉลี่ย	2.98	0.14	มาก
เฉลี่ยรวม	2.95	0.24	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อกิจกรรมกล่อ่งการเรียนรู้อีสำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาสำหรับนักเรียนกลุ่มที่นำกิจกรรมไปใช้ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.95$) โดยสามารถเรียงลำดับตามด้านที่มีความพึงพอใจจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ ดังนี้ ด้านพัฒนาการของนักเรียน ($\bar{X} = 2.98$) ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่อ่งการเรียนรู้อี ($\bar{X} = 2.94$) และด้านลักษณะของกล่อ่งการเรียนรู้อี ($\bar{X} = 2.94$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมกล่อ่งการเรียนรู้อีศิลปะสำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาสำหรับครูที่สังเกตการสอน

ทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านลักษณะของกล่อ่งการเรียนรู้อี			
1) มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป	2.50	0.71	มาก
2) มีความน่าสนใจ	3.00	0.00	มาก
3) สีสันสดใส มีความสวยงาม	3.00	0.00	มาก
4) ขนาดตัวอักษร รูปภาพมีความชัดเจน	3.00	0.00	มาก
เฉลี่ย	2.88	0.35	มาก
ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่อ่งการเรียนรู้อี			
5) กิจกรรมเข้าใจง่าย	3.00	0.00	มาก
6) มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน	3.00	0.00	มาก
7) ใช้เวลาไม่นาน	3.00	0.00	มาก
8) ความสะดวกและความเหมาะสมต่อการนำไปใช้จัดการเรียนการสอน	3.00	0.00	มาก
เฉลี่ย	3.00	0.00	มาก
ด้านพัฒนาการของนักเรียน			
9) นักเรียนมีความเข้าใจในศิลปะจากวัสดุเหลือใช้มากขึ้น	3.00	0.00	มาก
10) กล่อ่งการเรียนรู้อีช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้อีได้ดี	3.00	0.00	มาก
เฉลี่ย	3.00	0.00	มาก
เฉลี่ยรวม	2.95	0.22	มาก

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมกล่อ่งการเรียนรู้อีศิลปะสำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาสำหรับครูที่สังเกตการสอน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.95$)

โดยสามารถเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่องการเรียนรู้และด้านพัฒนาการของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.00$) รองลงมาคือ ด้านลักษณะของกล่องการเรียนรู้ ($\bar{X} = 2.88$)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำมาสนทนากลุ่มกับกลุ่มนักเรียน จำนวน 10 คน และครู จำนวน 2 คน ได้ผลการศึกษาดังนี้

ผลการสนทนากลุ่มของนักเรียน

1. สิ่งที่ได้เรียนรู้ในการทำกิจกรรม คือ การปะติด การระบายสี และได้ฝึกใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการใช้วัสดุเหลือใช้ในการทำงานศิลปะ นอกจากนี้ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย

2. สิ่งที่ชื่นชอบในกิจกรรม คือ ชอบการระบายสี ชอบการปะติด ได้ใช้วัสดุเหลือใช้ตกแต่งผลงาน ได้ใช้ธัญพืช กากเพชรในการตกแต่งร่วมด้วย และได้ช่วยเหลือและแบ่งปันสิ่งของกับเพื่อน

3. ความแตกต่างของกิจกรรมในการวิจัยนี้กับการสอนปกติ คือ การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่แตกต่าง โดยมีการนำวัสดุเหลือใช้ และวัสดุธรรมชาติมาสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นเศษกระดาษ หนังสือพิมพ์ ธัญพืช ฯลฯ มาทำกิจกรรมศิลปะ

4. วิธีการนำวัสดุเหลือใช้ที่ใกล้ตัวสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ คือ นำมาทำงานศิลปะ นำมาทำงานประดิษฐ์ และนำมาทำของเล่นได้

ผลการสนทนากลุ่มของครู

กิจกรรมมีความน่าสนใจสามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนการสอนได้ดี ผู้เรียนรู้สึกสนุกกับการทำกิจกรรมศิลปะมีความตั้งใจมีสมาธิจดจ่อในระหว่างการทำกิจกรรม ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือน่าจะมีการนำวัสดุจากธรรมชาติมาใช้ในการทำกิจกรรมมากขึ้นจะทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้กิจกรรมศิลปะทั้งจากวัสดุสังเคราะห์และวัสดุธรรมชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการนำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์การสร้างสรรค์ทางศิลปะสำหรับนักเรียนประถมศึกษา พบว่า ทักษะการสร้างสรรค์ผลงานของนักเรียน อยู่ในระดับดีมาก นักเรียนสามารถสร้างสรรค์ผลงานผ่านกิจกรรมในกล่องการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี มีความชื่นชอบและมีความสนใจ สามารถเข้าใจเรื่องการนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะ และปฏิบัติกิจกรรมได้ตรงตามโจทย์ ผลจากการสนทนากลุ่มผู้เรียนได้แสดงถึงความเข้าใจและการเห็นคุณค่าและประโยชน์ของวัสดุเหลือใช้รอบตัวผ่านการทำกิจกรรมศิลปะโดยนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ คือ ได้นำวัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์ หรือนำมาทำเป็นของเล่นได้ไม่ต้องสิ้นเปลืองเงิน หลังจากร่วมกิจกรรมมีความสนใจที่จะลองนำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการทำกิจกรรมไปสอนหรือไปเล่นกับเพื่อนที่ และน้องของตนเอง รู้สึกสนุก กิจกรรมมีความหลากหลาย และอยากที่จะนำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้มาปรับใช้กับการเรียนการสอนในโรงเรียน เนื่องจากกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้มี

กระบวนการสร้างและพัฒนาที่สอดคล้องกับวัย ออกแบบให้น่าสนใจ และผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ มีการวางแผนการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ อีกานา เดลซอล (Egana-delSol, 2023) ที่พบว่าการจัดการเรียนรู้ผ่านโปรแกรมที่เน้นศิลปะโดยการส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ช่วยให้ผู้เรียนมีทักษะการคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (Office of the Basic Education Commission Ministry of Education, 2009) ที่ระบุว่า รูปแบบการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยการใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะสำหรับนักเรียนประถมศึกษา มีหลักการและวิธีการจัดการเรียนรู้ คือ ออกแบบการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมศิลปะเกี่ยวกับการใช้สี การปั้น ภาพพิมพ์ งานประดิษฐ์ งานฉีก ปะ ตัด พับ ทำให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ผ่านการลงมือปฏิบัติด้วยวัสดุที่หลากหลาย ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีอิสระทางความคิด สอดคล้องกับ กุลชาติ พันธุวรกุล (Pantuworakul, K., 2020) ที่กล่าวว่ากิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์จะต้องให้อิสระแก่ผู้เรียนจะต้องมีวัสดุอุปกรณ์ที่หลากหลายพร้อมต่อการนำไปใช้ เน้นการเรียนรู้โดยการลงมือทำ ส่งเสริมให้ผู้เรียนกล้าที่จะสร้างสรรค์ผลงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล (Wongyai, W. & Phatphon, M., 2021) ที่กล่าวถึงการพัฒนาทักษะการสร้างสรรค์ว่าควรออกแบบการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมตามความสนใจของตนเองและเป็นกิจกรรมที่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูติมา ไชยเสน (Chaiyasen, C., 2020) ที่กล่าวว่า ทักษะการสร้างสรรค์คือการสร้างความคิดที่หลากหลายมีกระบวนการความคิดที่ได้มาจากหลาย ๆ วิธีการ มีความคิดอิสระ จินตนาการ และยืดหยุ่น ยอมรับและสนใจ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ สามารถคิดพลิกแพลงแก้ปัญหาต่าง ๆ ไม่ยึดมั่นในระเบียบแบบแผน

2. ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้สำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา สำหรับนักเรียนกลุ่มที่นำกิจกรรมไปใช้ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ พัฒนาการของนักเรียน รองลงมาคือ ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่องการเรียนรู้ และด้านลักษณะของกล่องการเรียนรู้ เนื่องจากผู้สอนได้ดำเนินการจัดการเรียนรู้โดยใช้นวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ โดยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนุกและความสนใจก่อนนำเข้าสู่บทเรียน อธิบายการใช้กล่องการเรียนรู้ให้ผู้เรียนอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย จัดกิจกรรมการเรียนรู้อย่างยืดหยุ่นและหลากหลาย สร้างบรรยากาศการเรียนรู้อย่างไว้วางใจ สอดคล้องกับ สุวัล สุวรรณ และอุบลวรรณ ส่งเสริม (Suwan, S. & Songserm, U., 2022) ที่ระบุว่า การสร้างบรรยากาศแห่งความไว้วางใจ (Trust environment) เป็นกัลยาณมิตรของผู้เรียน ทำความเข้าใจและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน แล้วส่งเสริมให้นักเรียนทำความคิดนั้นให้เป็นจริงตามศักยภาพของตน จะเป็นตัวกระตุ้นนักเรียนให้สื่อสารความคิดสร้างสรรค์ของตนเองออกมารวมถึงการใช้คำถามกระตุ้นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ นวัตกรรม เปิดโอกาสให้ผู้เรียนใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่โดยไม่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับความเป็นไปได้และให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนโดยให้ความสำคัญกับ

กระบวนการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แคทลียา ปักโคทานัง และ จุมพล ราชวิจิตร (Pakkothanang, K. & Rachwijit, J., 2015) ที่ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ศิลปะโดยใช้การสอนที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า นักเรียน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้การสอนที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในระดับมากที่สุด

3. ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้สำหรับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา สำหรับครูผู้สอน พบว่า ครูผู้สอนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการสอนและกิจกรรมของกล่องการเรียนรู้ และด้านพัฒนาการของนักเรียน รองลงมาคือ ด้านลักษณะของกล่องการเรียนรู้ เนื่องจากการออกแบบนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะ มีการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ออกแบบสอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีการทดลอง ใช้และปรับปรุงพัฒนาจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (Chiang Mai Rajabhat University, 2020) ที่ระบุว่านวัตกรรมการศึกษา คือการปรับปรุงและคิดค้นวิธีสอนแบบ ใหม่ ๆ โดยใช้วิธีการความคิด หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่พัฒนาขึ้น โดยอาศัยหลักการ ทฤษฎี ที่ได้ผ่าน กระบวนการที่เชื่อถือได้ เข้ามาจัดการและสนับสนุนการเรียนการสอนและประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ให้มี ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ฮักซ์ (Hughes, 1987) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมเป็น การนำวิธีการใหม่มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้วโดยเริ่มมา ตั้งแต่การคิดค้น (Invention) การพัฒนา (Development) หรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) นำไปปฏิบัติจริง (Implement)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ครูผู้สอนควรวิเคราะห์ผู้เรียนก่อนจัดทำนวัตกรรม และนำไปปรับใช้โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล สภาพบริบทของพื้นที่ และความเหมาะสม
2. ครูผู้สอนควรสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ที่พร้อมต่อการจัดการเรียนรู้ ส่งเสริมให้ผู้เรียน กล้าคิด และสร้างผลงานอย่างสร้างสรรค์
3. ผู้ปกครองสามารถจัดทำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ในบ้าน ให้นักเรียนและคนในครอบครัวร่วมกันทำกิจกรรมในช่วงวันหยุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลการนำนวัตกรรมกล่องการเรียนรู้ศิลปะไปใช้เพื่อพัฒนาทักษะการ สร้างสรรค์ทางศิลปะ โดยมีการทดลองใช้กับผู้เรียนและเปรียบเทียบทักษะการสร้างสรรค์ทางศิลปะก่อน เรียนกับหลังเรียน
2. ควรมีการศึกษาพัฒนานวัตกรรมกล่องการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะอื่น ๆ ของผู้เรียน เช่น การอ่าน การเขียน การคิดวิเคราะห์ เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาพัฒนานวัตกรรมการสอนการเรียนรู้ที่บูรณาการกับรายวิชาอื่น ๆ เพิ่มเติม
4. ควรมีการศึกษาพัฒนานวัตกรรมการสอนการเรียนรู้ที่นำไปปรับใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในครอบครัว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรมการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรมการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2566

References

- Bloom, B.S. (1971). *Taxonomy of Educational Objective Handbook 1. Summative Evaluation of student Learning*. New York: McGraw-Hill.
- Chiang Mai Rajabhat University. (2020). *Designing and creating media and innovations for use in knowledge transfer*. Available on <https://gened2.cmru.ac.th/gelearning/src/gen1302/GEN1302-C5.pdf>
- Chaiyasen, C. (2020). *Suranaree University Of Technology 21st Century Skills Assessment Academic 2019*. [Institutional research report]. Suranaree University of Technology.
- Egana-delSol, P. (2023). The impacts of a high-school art-based program on academic achievements, creativity, and creative behaviors. *npj Science of Learning*, 8(39), 1-17.
- Guilford, J. P. (1967). *The Nature of human intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Hughes, T. (1987). *The Evolution of Large Technological System*. In W. Bijker, T. Hughes, & T. Pinch (Eds.), *The Social Construction of Technological Systems*. MIT Press. Available on <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/1986/p86-9.pdf>
- Office of the Basic Education Commission Ministry of Education. (2009). *Indicators and core learning content. Art learning group According to the Basic Education Core Curriculum 2008*. Available on <https://www.act.ac.th/document/curriculum/6.pdf>
- Padan, R. (2014). *Fine moter ability of early childhood children enhancing patching and tearing creative art activity*. [Master of Education]. Srinakarinwirot University.
- Pakkhothanang, K. & Rachwijit, J. (2015). The result of learning art activities by using teaching promoting creativity for mattayom 1. *Journal of Education Graduate Studies Research*, 9(4), 28-35.
- Pantuworakul, K. (2020). An Organizing Creative Art Made from Wasted Material Activities to Enhance Kindergarteners' Social Skills. *Journal of Educational Studies*, 14(1), 130-145.



Suwan, S. & Songserm, U. (2022). The Development of Art- Based Learning to Enhance Creative Thinking of Secondary Students. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 13(1), 91-100.

The Ministry of Education. (2008). *Basic Education Core Curriculum B.E. 2551 (A.D. 2008)*. Available on http://academic.obec.go.th/images/document/1559878925_d_1.pdf

Wongyai, W. & Phatphon, M. (2021). *Creative Learning*. Bangkok: Charansanitwong Printing Company Limited.

ย่านเมืองเก่าท่าสาป : การวิเคราะห์ฉากทัศน์ Scenario Planning และ กลไกการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านทุนทางวัฒนธรรม* THA SAP OLD TOWN : SCENARIO PLANNING ANALYSIS AND MECHANISMS FOR DRIVING THE LEARNING CITY THROUGH CULTURAL CAPITAL*

สกาวรัตน์ บุญวรรณ**

(วันที่รับบทความ: 9 กุมภาพันธ์ 2567; วันแก้ไขบทความ: 21 เมษายน 2567; วันตอบรับบทความ: 22 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนทางวัฒนธรรม 2) วิเคราะห์ฉากทัศน์ และ 3) ศึกษา กลไกในการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ เลือกพื้นที่ย่านเมืองเก่าท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน กลุ่มชุมชน กลุ่มเยาวชน ตัวแทนเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และตัวแทน เจ้าหน้าที่ภาคเอกชนรวม 37 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจ วิธีการเก็บ รวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดทำแผนปฏิบัติการทางชุมชนผ่านกิจกรรม “ท่าสาป การสร้างต้นบนทุนทางวัฒนธรรม” วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและอธิบายปรากฏการณ์ที่ เกิดขึ้นผ่านการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า

1) ทุนทางวัฒนธรรมอยู่ในรูปแบบการฝังตัว วัตถุ และเชิงสถาบันแฝงในลักษณะระบบค่านิยม ความเชื่อ จารีต ประเพณี ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนต่อยอดได้ 2) การรับข้อมูลและการตั้งรับกับ ระยะยาวในเรื่องของผลกระทบชุมชน (Impact) รวมทั้งการตั้งรับกับแนวทางที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Strategic Choice) ของท่าสาปสามารถยกระดับพัฒนาเมือง และ 3) เมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านกลไกทาง สังคมค่านึงถึงการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบผ่านการจัดการทุนทางวัฒนธรรมของ ตนเองผ่านการเรียนรู้ร่วม โดยใช้เทคนิควิธีการแบบการพัฒนามนพื้นฐานของการวิจัย ในการบริหารจัดการที่เหมาะสมในเรื่องของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการจัดการโดยกลุ่มทุกช่วงวัย การออกแบบ โปรแกรมผ่านสื่อผ่านการทำแผนปฏิบัติประสานงานในการขับเคลื่อนการเผยแพร่ผ่านระบบสารสนเทศ เกี่ยวกับเรื่องเล่าชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: ย่านเมืองเก่าท่าสาป, ฉากทัศน์, เมืองแห่งการเรียนรู้, ทุนทางวัฒนธรรม

* บทความวิจัยจากโครงการเรื่อง ท่าสาป : การสร้างต้นและกระสังสมทุนทางวัฒนธรรมสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้รับทุนสนับสนุน จากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้โครงการทุนพัฒนาอาจารย์รุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2566 สัญญาเลขที่ N42A660975

** อาจารย์ ดร., สาขาวิชาสังคม วัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ E-mail:

THA SAP OLD TOWN : SCENARIO PLANNING ANALYSIS AND MECHANISMS FOR DRIVING THE LEARNING CITY THROUGH CULTURAL CAPITAL*

SAKAWRAT BOONWANNO

(Received: February 9, 2024; Revised: April 21, 2024; Accepted: April 22, 2024)

ABSTRACT

The research objectives were: 1) to study cultural capital, 2) to analyze the scenario, and 3) to study the mechanisms for driving the learning city. The selected area was Tha Sap Old City, Mueang District, Yala Province. The Key Informant consisted of community leaders, community groups, youth groups, representatives of government officials, and representatives of private-sector officials, a total of 37 persons. The research tools included interviews, survey guidelines, and data collection methods included in-depth interviews, creating a community action plan through the activity “Tha Sap, Building Oneself on Cultural Capital.” Data were analyzed by content analysis and explanation of phenomena that occurred through descriptive analysis.

The research results revealed three issues. First, cultural capital is in the embedded forms, objects, and institutionalized systems form of embedded, material, and institutional aspects in the form of a system of values, beliefs, customs, traditions, and relationships among people in the community that can be built upon. Second, receiving information and being proactive about both long-term impacts on the community and the strategic choice of Tha Sap can raise the level of urban development. Third, a social learning city takes into account the conservation and careful use of its cultural capital through joint learning using research-based development techniques, appropriate management of community enterprise groups managed by groups of all ages, designing media programs through action plans, and coordinating in driving the dissemination through information systems about community stories.

Keywords: Tha Sap Old Town, Scenario Planning, Learning City, Cultural Capital

* Research article from the project Tha Sap: Self-Building and Cultural Capital Accumulation for Creative Tourism Management
Received funding from the National Research Council of Thailand (NRCT) under the new generation teacher development scholarship
program. Fiscal year 2023, No.N42A660975

**Lecturer Dr., Department of Society, Culture, and Human Development Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University
E-mail: Sakawrat.b@psu.ac.th

บทนำ

ความสำคัญของการขับเคลื่อนเมืองเป็นยุทธศาสตร์และกรอบตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ประจำปี พ.ศ.2566-2570 ได้มุ่งเน้นการส่งเสริมทุกภาคส่วนในการยกระดับเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ และแหล่งเรียนรู้รวมทั้งพื้นที่สร้างสรรค์ที่ให้ความสำคัญกับพื้นที่ทางกายภาพพื้นที่เสมือนจริง (Virtual Space) มีการกำหนดและมาตรการการจูงใจที่เหมาะสมให้กับแหล่งสถาบันได้ร่วมในการขับเคลื่อนทั้งหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน รวมทั้งคำนึงถึงผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (Start Up) ที่ให้ครอบคลุมกับพื้นที่และสร้างโอกาสในการเรียนรู้ร่วมด้วยเพื่อเป็นการส่งเสริมค่านิยมของชุมชนและมุ่งเน้นพฤติกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Office of the National Economic and Social Development Council Office of the Prime Minister, 2023) ซึ่งมองว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นในการอนุรักษ์ การรื้อฟื้นเมืองและชุมชนในการผสมผสานในการจัดการเมืองให้ครอบคลุม โดยใช้พื้นฐานการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อขยายไปสู่การมีจัดการธุรกิจสร้างสรรค์ขนาดเล็กให้ครอบคลุมกับกลุ่มคนทุกช่วงวัยในการกระจายตัวเรื่องราวได้แก่ชุมชนได้ ซึ่งตามทัศนะของบอร์ดิเยอ (Bourdieu, 1984) ที่กล่าวว่าหลักการกรอบของการพัฒนาสังคมต้องมุ่งเน้นในเรื่องของ “ทุนทางวัฒนธรรม” มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่มองกรอบของการกำหนดทางพฤติกรรมร่วมด้วย ล้วนเป็นสิ่งของการพัฒนาเชิงพื้นที่โดยใช้ทุนจากอดีต แผนการพัฒนาเมืองแม้กระทั่งชุมชนทางประวัติศาสตร์ ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ถูกระดับเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ (Learning City) ในกรอบสากล Unesco’s Learning City (United Nation, 2017) ผ่านการบูรณาการระหว่างความเป็นเมืองและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งการเรียนรู้ต้องมีความผูกพันกับพื้นที่ส่งเสริมเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) อีกทั้งต้องมีการถอดบทเรียน (Lesson Learned) อีกทั้งหากกระบวนการทัศน์ใหม่ ๆ (New Paradigm) อย่างต่อเนื่องของชุมชนโดยหลักการของการฟื้นฟูเมือง (Urban Revitalization) ต้องผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ย่านเมืองเก่าท่าสาปมีเสน่ห์เนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลายหรือเรียกว่า “พื้นที่พหุวัฒนธรรม” ที่มีแผนการบูรณาการดำเนินชีวิตในการขับเคลื่อนโดยอาศัยพลังของทุนทางวัฒนธรรมดังเช่นกรณีศึกษาชายแดนใต้ การใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตบนวิถีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมซึ่งนับเป็นอำนาจแบบอ่อน (Soft Power) เป็นอีกหนึ่งกรณีศึกษาในการยกระดับชุมชนผ่านการวิเคราะห์เมือง ชุมชนท้องถิ่นเก่าแก่ท่าสาป จังหวัดยะลา พื้นที่แฝงด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความเป็นพหุวัฒนธรรม ความหลากหลาย แฝงในการดำเนินชีวิต (Live the Diversity) ด้านสภาพแวดล้อม สังคม อาหาร การแต่งกาย สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ดังทัศนะของออสบอร์น (Osborne, 2013) ที่ชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการบูรณาการชุมชนนั้นต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพและส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้เพื่อเป็นวิธีการช่วยลดช่องว่างของชุมชน ผนวกกับ ผู้วิจัยได้มีกระบวนการพัฒนาแนวคิด (Concept) จากฐานการพัฒนาแผนเศรษฐกิจชายแดนในการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิต ผนวกกับการลงพื้นที่ภาคสนาม การสัมภาษณ์ชุมชน กลุ่มพัฒนานโยบายและแผนทั้ง

หน่วยงานในระดับของตำบลและจังหวัด ในการนำไปใช้ประโยชน์ผ่านการตั้งสมมติฐาน (Hypothesis) จากโครงการวิจัยในเบื้องต้นในผ่านการสำรวจ พบว่าการมีจุดแข็งสำคัญของชุมชนในเรื่องของทุนทางวัฒนธรรม ทั้งเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การอยู่ร่วมกันบนความหลากหลายในพื้นที่ พหุวัฒนธรรมและกลุ่มผู้สูงอายุ วัยกลางคนและเยาวชน เป็นทุนมนุษย์ที่ดีในการพัฒนาจากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่ม พบว่าพื้นที่ยังขาดการจัดการกลุ่มเครือข่าย การจัดเก็บข้อมูลเพื่อรองรับทางการท่องเที่ยว รวมทั้งยังไม่มีข้อค้นพบในการวิเคราะห์สถานการณ์ในการรองรับการจัดการพื้นที่ ซึ่งจะนำไปสู่ผลผลิตต้นแบบ (Prototype) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ Scenario Planning ร่วมกับชุมชนทำสาปและการกำหนดแผนดำเนินงานในการมองภาพอนาคต สอดคล้องกับ เซวากูรูและซาฟา (Sevaguru & Safa, 2009) ในการป้องกันความล้มเหลวในระยะยาวกับชุมชนในการตั้งรับ ซึ่งเป็นการวางแผนสถานการณ์และการตั้งรับในอนาคตหรือการวางแผนยุทธศาสตร์ที่มีกลยุทธ์ประสิทธิภาพกับชุมชนในการประสานงาน

จากสถานการณ์ในกระบวนการจัดการสู่แผนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงเกิดข้อคำถามว่าเงื่อนไขใดที่จะให้ชุมชนทำสาปสามารถทำความเข้าใจ เรียนรู้และตั้งรับภายใต้กรอบของทุนทางวัฒนธรรม ซึ่ง ปาร์คเกอร์ (Parker, 2019) กล่าวว่ากระบวนการมองอนาคตของชุมชนจำเป็นต้องวิเคราะห์ฐานในอดีตและปัจจุบันร่วมด้วย ซึ่งผู้วิจัยมีการนำเครื่องมือ กิจกรรมในการออกแบบกับชุมชนภายใต้โครงการเพื่อลดการเปลี่ยนแปลงอีกทั้งการวางกรอบของการดำเนินการต่อยอดของชุมชนทำสาปที่ก่อนจะมีโครงการวิจัยนั้นไม่ได้สังเกตเห็นถึงการจัดการฐานทรัพยากรและวิเคราะห์แนวทางของชุมชนในการต่อยอด ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงคือการทำอะไรให้การผลานงานระหว่าง คน ชุมชน และองค์กรสามารถรับรู้สถานะของตนเองและการฉายภาพอนาคตของตนเองอีกทั้งเป็นการมองผ่านกลไกของการพัฒนาเมืองภายใต้การออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งโครงการวิจัยนี้มุ่งหวังให้ศักยภาพชุมชนผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมเป็นกรอบสู่การยกระดับการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ต่อยอดองค์กรของชุมชนทำสาปเพื่อพัฒนาทั้งในระดับนโยบาย สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

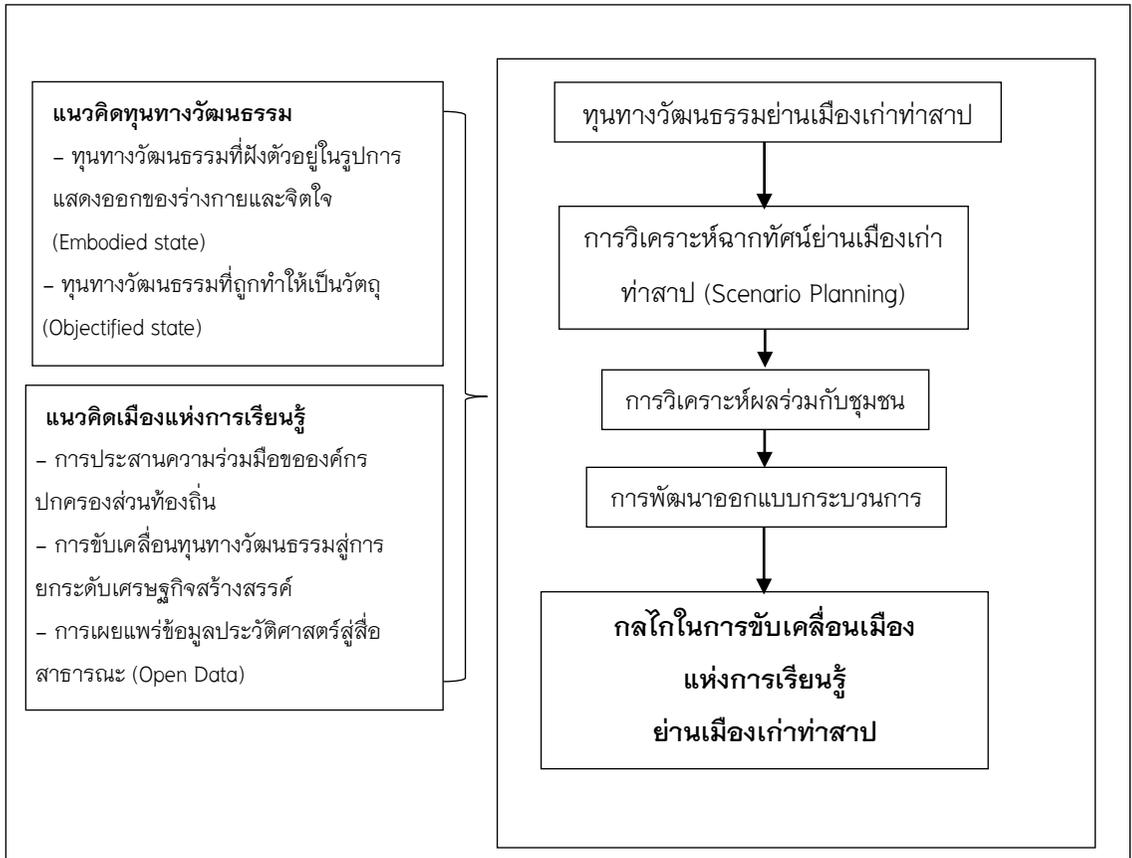
1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่าทำสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เพื่อวิเคราะห์ฉากทัศน์ Scenario Planning ย่านเมืองเก่าทำสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
3. เพื่อศึกษากลไกการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ ย่านเมืองเก่าทำสาป อำเภอเมือง

จังหวัดยะลา

กรอบแนวคิดการวิจัย

กลไกการพัฒนาเมืองภายใต้การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ของย่านเมืองเก่าทำสาปใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการ

วิจัย 3 แนวคิด 1) ทฤษฎีวิวัฒนาการของ บอร์ดิเยอ (Bourdieu, 1984) 2) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ Scenario Planning ซึ่งได้นำกรอบของ โรบินสัน (Robinson, 1988) และ 3) แนวคิดเมืองแห่งการเรียนรู้ซึ่งนำหลักการของ ออสบอร์น และคณะ (Osborne et al., 2013) ได้กรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานศึกษานี้ ใช้รูปแบบการวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลภาคสนามที่ย่านเมืองเก่าท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พื้นที่พหุวัฒนธรรมที่แฝงด้วยเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชน และจุดแข็งในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์ในการผลักดันทุนทางวัฒนธรรมเป็นความสัมพันธ์ที่สามารถนำมาวิเคราะห์ กิจจัดการ วางแผนกลไกในการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ในอนาคตได้ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ** สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย กลุ่มภายใน (Insiders) ประธานชุมชน รองประธานชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มเยาวชนทางการท่องเที่ยว ในเขตตำบลท่าสาป อำเภอเมือง

จังหวัดยะลา จำนวน 22 คน และกลุ่มภายนอก (Outsiders) ตัวแทนเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และตัวแทนเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน จำนวน 15 คน จำนวนทั้งสิ้น 37 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In depth Interview) แบบสำรวจ (Survey Guideline) รวมทั้งกระบวนการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) พัฒนาจากโครงสร้างจากวัตถุประสงค์ในการศึกษา และการศึกษาปรากฏการณ์ภาคสนาม อีกทั้งแผนปฏิบัติการกับชุมชน (Social Lab) ทั้งประเด็น สุสานทรัพยากร สภาพพื้นที่ ศักยภาพชุมชน เครือข่ายในการขับเคลื่อน อีกทั้งการจำลองการออกแบบทิศทางอนาคตของชุมชนร่วมด้วย

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับ การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In depth Interview) และกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการวิจัยและพัฒนาใช้รูปแบบกิจกรรมร่วมกับชุมชน ใช้ชื่อว่า “ทำสาป การสร้างต้นบนทุนทางวัฒนธรรม” เพื่อประสานความร่วมมือในการประชุมเชิงปฏิบัติการถึงการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญเพื่อเป็นกลไกในการยกระดับเมืองแห่งการเรียนรู้ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับ การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และการจัดเวทีประชุมกลุ่มมาถอดข้อค้นพบ พร้อมกับพิจารณาตามกรอบของวัตถุประสงค์อีกทั้งการพิจารณาเรื่องแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นกรอบการวิเคราะห์เชิงทฤษฎี (Theoretical) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ จัดกลุ่มของข้อมูล สำหรับ การตรวจสอบข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data triangulation) ประกอบด้วย เวลา สถานที่ และบุคคลเป็นการตรวจสอบแหล่งเวลา คือการตรวจสอบในเรื่องเวลา เป็นการตรวจสอบการสัมภาษณ์ให้ข้อมูลเดียวกันแต่ต่างแค่ช่วงเวลาเพื่อทำการยืนยันข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลแบบสถานที่ เป็นการยืนยันข้อมูลในบริบทที่แตกต่างกัน และการตรวจสอบบุคคลผ่านประเด็นสัมภาษณ์เดียวกันกับผู้ให้ข้อมูลต่างพื้นที่เพื่อทำการยืนยันคำตอบที่อ้อมตัวร่วมด้วย

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้ใช้การเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ที่หลีกเลี่ยงเนื้อหาที่สื่อถึงความขัดแย้งและละเอียดอ่อน มีการคำนึงถึงถึงจรรยาบรรณนักวิจัย จึงมีการพิทักษ์สิทธิกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยการแสดงใบตรวจสอบจริยธรรมที่ผ่านการรับรองการวิจัยในมนุษย์ โดยได้รับใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ระดับวิทยาลัย จากวิทยาลัยพยาบาลราชชนนี นครศรีธรรมราช เอกสารรับรองเลขที่ E-03/2566 อีกทั้งมีการชี้แจงวัตถุประสงค์วิธีการดำเนินการวิจัย และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถตั้งข้อสงสัยขอสอบถามตลอดการสัมภาษณ์และจัดเวทีอีกทั้งมีการปกปิดแหล่งข้อมูลอย่างเคร่งครัด ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายให้กับบุคคลและองค์กรร่วมด้วย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมกรณีศึกษาย่านเมืองเก่าท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ท่าสาป: การสร้างต้นแบบทุนทางวัฒนธรรมข้อมูลภูมิทัศน์เชิงวัฒนธรรมจากผลผลิตข้อมูลการดำเนินงานภาคสนามผ่านการนำทุนทางวัฒนธรรม ในเรื่องของประเพณี ความเชื่อ ศาสนา การประกอบอาชีพ อาหารท้องถิ่น อาคารโบราณ เป็นต้น มาถ่ายทอดผ่านกระบวนการเรื่องเล่า (Story Telling) ของชุมชน ซึ่งเป็นการตั้งคำถามในเรื่องของกระบวนการจากประสบการณ์เรียนจากประสบการณ์ (Learning by Doing) กระบวนการเรียนรู้จากการตั้งคำถาม (Problem-Learning Process) โดยคำนึงฐานชุมชนเป็นศูนย์กลาง (People-Centered Development) ซึ่งจะนำกรอบการจำแนกทุนทางวัฒนธรรมของ บอร์ดิเยอ (Bourdieu, 1986) แบ่งออกเป็น 3 มิติ ดังนี้

1.1 ทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในรูปการแสดงออกของร่างกายและจิตใจ (Embodied state) ความหลากหลายของการสั่งสมต้นของท่าสาปบนพื้นที่ของความหลากหลายพหุวัฒนธรรมซึ่งถูกแฝงไว้ในวิถีชีวิต ภาษาท้องถิ่น ทักษะของการยกระดับทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนนับเป็นทุนที่ส่งต่อยอดสั่งสมในตัวตนของแต่ละบุคคลผ่าน วัตถุ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ชุมชนที่ยังคงดำรงอยู่ ปัจจุบันย่านเมืองเก่าท่าสาปมีการสร้างสมประสบการณ์ของชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น และยกระดับฐานเยาวชนและการพัฒนาการบูรณาการเชิงพื้นที่ซึ่งเหล่านี้ชุมชนถูกสะท้อนผ่านความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ค่านิยม ความเชื่อที่ในชุมชนนับถือทั้งศาสนาอิสลาม ศาสนาพุทธ และความหลากหลายของเชื้อสายทั้งจีน มุสลิม ไทย เป็นต้น ซึ่งพบว่าทุนทางวัฒนธรรมที่แฝงในตัวบุคคลในชุมชนย้ายเก่าท่าสาปถูกแฝงในลักษณะของผู้นำ ปราชญ์ธรรมชาติ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเยาวชนในการขับเคลื่อนหลัก เป็นต้น ซึ่งการถ่ายทอดดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม แฝงด้วยรากฐานจากทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

1.2 ทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นวัตถุ (Objectified state) การเลือกรับวัฒนธรรมจากพื้นที่บริบทของชุมชนท่าสาปที่ยึดโยงกับการเลือกรับวัฒนธรรม เนื่องจากสภาพสังคมมีจุดเด่นคือทรัพยากรที่อยู่ริมน้ำลักษณะที่ตั้งของความเป็นกึ่งเมือง (Semi-Urban, Semi-Rural Society) ถูกแฝงในวิถีชีวิตจากความสัมพันธ์โดยมีเงื่อนไขที่หลากหลายทั้งด้านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ในเรื่องของการศึกษา การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ การทำความเข้าใจในเรื่องสภาพเศรษฐกิจและสังคมของวิถีชีวิตชุมชน รากฐานจากชุมชนจากอดีตและในเรื่องของการยกระดับวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า (Commodification of culture) คือการเอาจุดเด่นของชุมชนมายกระดับเป็นการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเรื่องสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์เชื่อมร้อยวิถีชุมชนริมน้ำ ซึ่งถูกแฝงไว้ในสถานที่ อาทิ ชุมชนเมืองเก่า ตลาดต้องชมท่าแพท่าสาป ลานวัฒนธรรมและสินค้า OTOP ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านว้ายังกูและศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท่าสาป (บ้านประวัติศาสตร์) นับว่าทุนทางวัฒนธรรมทางวัตถุถูกแฝงไว้ในคุณค่าของการดำเนินชีวิตผ่านผังเมือง อาคาร บ้านเก่าโบราณ เป็นต้น ซึ่งคนในชุมชนยกมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้

1.3 ทูตทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (Institutionalized state) การเลือกทูตทางวัฒนธรรมหรือการนำวิถีชีวิตที่ผูกพันมาจัดทำเป็นรูปธรรมซึ่งการจัดกระบวนการประชุมเวทีเสวนาในการค้นหาศักยภาพของตนเองของชุมชนท่าสาป พบว่าชุมชนมีกลุ่มในการเสริมสร้างพัฒนาเมืองแบ่งออกเป็น 3 ช่วงวัย คือวัยผู้สูงอายุ วัยกลางคน และกลุ่มเยาวชน ที่ทั้ง 3 ส่วนสามารถขับเคลื่อนองค์กรชุมชนในรูปแบบการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนการมีกลุ่มในเรื่องของสถาบันเพื่อนำมาเป็นต้นทุนในการประกอบอาชีพ อาทิ กลุ่มกะลาท่าสาป กลุ่มนมแพะบ้านปายอ กลุ่มผ้ามัดย้อม กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า กลุ่มทำขนมชื่อกลุ่ม Limuna chef และกลุ่มการท่องเที่ยวโดยฐานเยาวชนกลุ่ม Camping ภายใต้ชื่อ “ลูโป๊ะ ดีแยะ” (Lubo Diyae) การนำความรู้ของชุมชน ทักษะจากอดีตผสมกับเทคโนโลยี กระแสของการท่องเที่ยวในปัจจุบันผสมผสานกับความสามารถของชุมชนเรื่องของธรรมชาติ วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ เป็นสิ่งที่ถูกสั่งสมบนทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดได้เป็นอย่างดี

การนำทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ซึ่งพื้นที่มีการยกระดับการพัฒนาโดยคำนึงถึงกลุ่มทุกช่วงวัยในการขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน เนื่องจากคำนึงถึงการใช้ฐานทรัพยากรในอนาคต มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และการมองภาพอนาคตทิศทางของชุมชนในส่วนของพัฒนาสังคมนั้นต้องมาถึงระบบค่านิยม ความเชื่อ จารีต ประเพณี ระบบเครือญาติ ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนย่านเมืองเก่าท่าสาป นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐที่ถูกปฏิบัติต่อกันมาผ่านการผสมผสานกลมกลืน ความเชื่อมั่นทางสังคมและมีกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม ผ่านการกระตุ้นจากกิจกรรมและการรื้อฟื้นเป็นการสร้างตนเพื่อให้ชุมชนไม่สูญเสียวิกฤติอัตลักษณ์ (Crisis Identity) ของตนเองที่มีการเชื่อมต่อกับความสัมพันธ์กับสังคม (Social Aspect) โดยที่สังคมได้กำหนดบทบาท หน้าที่ที่กำหนดคุณค่าติดตามนำไปสานต่อ

2. ผลการวิเคราะห์ฉากทัศน์ Scenario Planning กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าท่าสาป อำเภอเมืองจังหวัดยะลา การตั้งรับและการจัดการเมืองผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนได้มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกรวมทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของย่านเมืองเก่าท่าสาปมีการจัดกลุ่มในการพัฒนาภายใต้กรอบมุมมองในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมมาสรุปออกมาเป็น 5 ประเด็นคือ 1) ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ของชุมชน 2) ประเด็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ของชุมชน 3) ประเด็นเรื่องกลุ่มเครือข่ายทางการจัดการท่องเที่ยว 4) ประเด็นเรื่องโปรแกรมและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวและ 5) ประเด็นเรื่องการต่อยอดกิจกรรมของกลุ่มในทิศทางข้อมูลทางวัฒนธรรมในอนาคต ซึ่งผู้วิจัยจักนำเสนอการศักยภาพของชุมชนผ่านการวิเคราะห์ฉากทัศน์ Scenario Planning ดังนี้

2.1 การกำหนดขอบเขตของการวิเคราะห์ การเตรียมชุมชน (Preparation) การระดมสมองผ่านกิจกรรมการสังสมตนทางวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการระดมสมอง เป็นผลการยืนยันจุดแข็งทางศักยภาพของชุมชนที่กำหนดกรอบสะท้อนจุดแข็งของชุมชนในเรื่องของความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นของชุมชนในการอยู่ร่วมกันตั้งแต่อดีตผ่านจุดเชื่อมของเวลา มีความหลากหลายทางศาสนาของความเป็นพหุวัฒนธรรมเกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอีกทั้งการสืบสารอนุรักษ์ประเพณี วิถีชุมชนผ่านผู้นำในการขับเคลื่อนทั้งภาครัฐ ประชาชนชาวบ้านและศาสนา นำมาสู่แหล่งประวัติศาสตร์ชุมชนวิถีชีวิตที่มีการใช้

ประโยชน์จากฐานทรัพยากรที่สำคัญ ล้วนเป็นปัจจัยนำ (Input) ต่อการขับเคลื่อนชุมชนที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างดี ในการวางแผนชุมชนไปสู่การยกระดับการวิเคราะห์และนโยบาย

2.2 การพิจารณาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและการคัดเลือกปัจจัยนำเข้า (Driving Forces) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีมิติที่สำคัญกับชุมชนคือเรื่องทุนทางสังคมนโยบาย (Policy) ที่เกี่ยวเนื่องกับผู้นำในการพัฒนา โดยนำทุนทางวัฒนธรรมมาขับเคลื่อนซึ่งนับว่ายาวนานเมื่อก่อนทำสาปมีจุดเด่นในเรื่องทิศทางของภาวะผู้นำรวมถึงนโยบาย ซึ่งมีความสามารถในการยกระดับใน 2 ระดับ 1) Contextual Environmental คือสภาพกว้างในการบริหารงานเรื่องนโยบายและนำเข้าปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี เข้ามามีส่วนร่วม อีกทั้งการร่างกฎหมาย กฎระเบียบเป็นบทบัญญัติร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นการต่อยอดเครือข่ายการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกพร้อมด้วยในกาประสานงาน อีกทั้งการบรรลุเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จคือในเรื่องการบริหารงบประมาณในการบริหารที่ต้องครอบคลุม อีกทั้งประเด็นที่ 2) Transactional Environment เป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรในการขับเคลื่อนในมุมมองของปัจจัยทางอ้อมกับพื้นที่ ได้แก่เรื่อง เทคโนโลยี หน่วยงาน การท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนากลุ่มการท่องเที่ยวภายนอก เป็นต้น ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของเทคโนโลยี การจัดการฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้เป็นรูปแบบที่จับต้องได้ การส่งเสริมทางการตลาดและการท่องเที่ยว การจัดตั้งกลุ่มบนฐานเยาวชนที่เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลฐานทางวัฒนธรรม อีกทั้งประเด็นในเรื่องของการจัดตั้งศูนย์บริการทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งส่งผลต่อระบบการจัดการองค์กรทั้งสิ้น

2.3 การคัดเลือกปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดและต่อยอด (Development) ซึ่งสำคัญที่สุดคือการคำนึงถึงการรับข้อมูลและการคำนึงระยะยาวในเรื่องของผลกระทบชุมชน (Impact) เป็นในเรื่องข้อจำกัดในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของการสร้างเครือข่าย การพัฒนากลุ่มการมีภาคีเครือข่ายที่ถ่วงถ่วง การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การมีตลาดชุมชนในการจัดวางและขายสินค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นแผนดำเนินงานในการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชุมชน และจัดการทำศูนย์กลางแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชุมชนร่วมด้วย ตลาดชุมชนเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญในการต่อยอดคือการทำกิจกรรมเพื่อขยายกิจกรรมทางการท่องเที่ยวผ่านการ Workshop ระหว่างกลุ่มทางการท่องเที่ยวและชุมชนร่วมกันประสานงานโดยจัดทำตลาดให้ตอบโจทย์กับทุกช่วงวัยทั้งผู้สูงอายุวัยกลางคน และเยาวชน (3GEN) ที่เข้ามาเรียนรู้อัตลักษณ์ของชุมชนเก่าท่าสาป ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการจัดเก็บทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเองและถ่ายทอดขยายต่อสู่แหล่งภายนอกพร้อมด้วย

2.4 การวางแผนในการตั้งรับที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Selection & Refinement) ในส่วนของประวัติศาสตร์ชุมชนที่เป็นจุดเด่นที่สำคัญในการอนุรักษ์อาคาร โบราณทางประวัติศาสตร์มีการวางแผนกรอบการพัฒนาในอนาคต โดยการอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องราวในอดีตวิถีชีวิตการผูกพัน และใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างรู้คุณค่า ภาพอนาคตย่านเมืองเก่าท่าสาป เป็นมุมมองที่ต้องได้รับการจัดการทั้งหมดที่โครงการวิจัยชิ้นนี้ต้องการนำเสนอและผลักดันออกมาเป็นประเด็น ดังนี้ 1) การพัฒนาการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว 2) การให้คุณค่าและ

ความหมายของฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม 3) การสร้างโปรแกรมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้หลากหลาย และ 4) การยกระดับเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านทุนทางวัฒนธรรมโดยกระบวนการทั้งหมดใช้กิจกรรมเป็นฐานโดยผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.5 การตั้งรับกับแนวทางที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Strategic Choice) เป็นการสำรวจภาพอนาคตของท่าสาปซึ่งนับเป็นชุมชนที่มีความสามารถยกระดับพัฒนา เมืองผ่านการส่งเสริมการเรียนรู้โดยแนวคิดของผู้นำ ลักษณะของความเป็นเมือง ความเปิดรับของผู้คน กิจกรรมตลาดวัฒนธรรมชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน การจัดการฐานทรัพยากรผ่านทุนทางวัฒนธรรม การต่อยอดฐานเยาวชน เป็นต้น ซึ่งการวางแผนแนวทางในอนาคตช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำกลยุทธ์สำคัญของการจัดการเมืองผ่านการวิเคราะห์บริบทชุมชน ซึ่งเป้าประสงค์ของการยกระดับเมืองแห่งการเรียนรู้ (Learning City) คือการทำกิจกรรมเมืองให้มีพื้นที่สาธารณะ การขับเคลื่อนกระบวนการทางวัฒนธรรมของชุมชนผ่านการแสดงออกร่วมกันของประชาชนทุกช่วงวัยเพื่อให้ได้มีการยกระดับทิศทางการรองรับอนาคต สิ่งสำคัญคือการพิจารณาองค์กรที่ต้องมองหาโอกาสทางกลยุทธ์ (Strategic Opportunities) เป็นความท้าทายทางกลยุทธ์ (Strategic Challenges) ในการจัดการข้อมูลฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเน้นร่วมกันในการขยายขับเคลื่อนเมืองคือการบริหารจัดการดูแล รักษาและจัดการข้อมูล ในรูปแบบในงานพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้หรือนิตรรศการ เป็นต้น ซึ่งสรุปผังการวิเคราะห์จากทัศน์ของเมืองได้ ดังภาพที่ 2

Thasap: Scenario Planning



ภาพที่ 2 สรุปมโนทัศน์ Thasap: Scenario Planning ในการวิเคราะห์จากทัศน์ของเมือง

3. ผลการศึกษาทศวรรษการเรียนรู้เมืองแห่งการเรียนรู้: แนวทางการออกแบบทางสังคม กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งการจัดการเมืองแห่งการเรียนรู้ของท่าสาปในเรื่องการจัดการทุนทางวัฒนธรรมนำกรอบแนวคิดของ ยูเนสโก (The UNESCO Global Network of Learning Cities – GNLC) ผสมกับชุมชนท่าสาปมีลักษณะความเป็นเมืองแบบ Historical City การเรียนรู้เมือง (Learning About The City) ซึ่งการมองกรอบจากทุนทางวัฒนธรรมและการวิเคราะห์ทิศทางในอนาคตจะนำมาสู่การออกแบบชุมชน เพื่อตั้งรับกับการปรับตัวเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และส่งเสริมในด้านการพัฒนาทางด้านการเรียนรู้ร่วมด้วย กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการยกระดับเมืองโดยการทำความเข้าใจบริบทที่ครอบคลุมถึงออกบนพื้นฐานความร่วมมือผ่านกระบวนการเรียนรู้ท้องถิ่น (Local Collaboration) อย่างมีส่วนร่วมกลุ่มเครือข่ายโดยอาศัยชุมชน เป็นผู้ถือองค์ความรู้ในกลไกการขับเคลื่อนเมือง ผ่านการยกระดับหนุนเสริมโดยดำเนินการพิจารณาผ่านเกณฑ์ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ (Knowledge Skills Experience: KSE) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นดังนี้

3.1 การประสานความร่วมมือระหว่างมหภาค (Macro) และระดับจุลภาค (Micro) การศึกษาในลักษณะภูมิภาคในเรื่องการศึกษาท้องถิ่น (Local Study) ในเรื่องของ Knowledge (K) มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ของท้องถิ่นในหน่วยเล็กหรือในส่วนของความจำเพาะของพื้นที่ (Area Specificity) ซึ่งชุมชนท่าสาปในปัจจุบันมีการทบทวนผลกระทบของชุมชนในข้อดี และข้อเสียเพื่อที่จะมีการนำเสนอทางเลือกเสริมให้กับชุมชน ซึ่งต้องมีการประสานร่วมกันไปกับหน่วยงานภายนอกพร้อมด้วยซึ่งต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งกลไกกระบวนการเรียนรู้ท้องถิ่นบนกลุ่มเครือข่ายซึ่งชุมชนนับเป็นผู้ถือองค์ความรู้ภายในพื้นที่ (Local Content) ในการผลักดันการจัดการเมืองซึ่งต้องมีการแบ่งหมวดหมู่ให้ชัดเจนทั้ง การท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ การเมือง การปกครอง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษาและผลักดันองค์ความรู้ภายในของการจัดการเมืองผ่านองค์ความรู้ของตนเอง ดำเนินถึงการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบผ่านการจัดการทุนทางวัฒนธรรมของตนเองผ่านการเรียนรู้ร่วมโดยใช้เทคนิควิธีการแบบ Inclusive Learning จากนั้นจึงจำเป็นต้องยกระดับท่าสาป เมืองสู่ภาคประชาสังคม (Civil Society) ในการนำเครื่องมือและองค์ความรู้มายกระดับพื้นที่ ขยายต่อยอดชุดความรู้ของตนเองไปยังหน่วยงานภายนอก และบทบาทของท้องถิ่นต้องช่วยทำหน้าที่ผลักดันเป็นแผนนโยบายร่วมด้วยในการทำงานประสานร่วมกัน

3.2 การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมสู่การยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการพัฒนาทักษะการส่งเสริมในเรื่องอาชีพหลักและรองผ่าน Skill (S) ทักษะการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการทำยุทธศาสตร์ และแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนเน้นการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพ มีความพร้อมทั้งองค์ความรู้และเทคโนโลยี ในการวางระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมตลอดชุมชนท่าสาปแบบเหมาะสมเป็นห่วงโซ่อุปทานที่เป็นจุดเด่นของท่าสาปคือในเรื่องของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการจัดการโดยกลุ่มทุกช่วงวัยที่หลากหลาย ก็มีต้นขั้วทางความคิดและการออกแบบโปรแกรม จำหน่ายกิจกรรมให้ทันสมัยเชื่อมโยงกับบุคคลภายในและภายนอกทั้งในด้านการระบุทรัพยากรที่มีคุณค่าร่วมกัน (Shared Value Resource) ที่เป็นจุดเด่นที่ในประเด็นเรื่องอาหารท้องถิ่น

ชุมชนริมน้ำ สวนผลไม้ กิจกรรมศิลปะชุมชน เป็นต้น การยกระดับทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นการขยายความสามารถของสินค้าและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การจัดทำเป็นชุดองค์ความรู้ชุมชน และต้องมีการส่งออกไปยังแหล่งตลาดที่หลากหลายพร้อมกับทั้งมีตลาดในการวางระบบติดตามและประเมินผลทั้งการวางกรอบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวของเศรษฐกิจชุมชนและจังหวัด

3.3 การเผยแพร่ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ชุมชนผ่านสื่อผ่านการทำ Action Plan การจัดทำแผนความรู้ (Knowledge Map) ที่เน้นผลลัพธ์ในการจัดการเรื่องการจัดการความรู้ชุมชนที่อาศัยประสบการณ์และทุนจากอดีต Experience (E) บนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรมบนพื้นฐานการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของพลเมือง ให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติบนพื้นฐานบริบทที่หลากหลายบนพื้นฐานการปรับตัวอย่างรวดเร็วซึ่งแผนการดำเนินของชุมชนท่าสาปเป็นการจัดทำฐานข้อมูลในการไปใช้ประโยชน์ (Open Data) คือการส่งเสริมการเรียนรู้และการทำความเข้าใจตลอดชีวิต (Life Long Learning) ซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญคือเมืองแห่งการเรียนรู้ที่ต้องมีการจัดสรรทรัพยากรได้ทุกภาคส่วนและมีแผนดำเนินการที่ชัดเจนตั้งแต่การส่งเสริมเป็นระดับตั้งแต่หน่วยย่อยระดับท้องถิ่นสถานศึกษา ชุมชน ภาคเอกชน เพื่อทำการประสานงานในการขับเคลื่อนการเผยแพร่ข้อมูลทางประวัติศาสตร์นำเสนอออกเป็นรูปแบบที่สร้างสรรค์ทั้งการสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมกัน และนำไปต่อยอดได้อีกทั้งการกระจายในระบบสารสนเทศ อาทิ Booklet, Digital File, E-book, Cartoon, Animation เป็นต้น เป็นการจัดเก็บข้อมูลในการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงกับทุกช่วงวัย ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานของเด็กเยาวชน วัยกลางคน วัยผู้สูงอายุ ในการมีความรู้ในเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นชุมชนร่วมด้วย ซึ่งการขยายโอกาสในการใช้เทคโนโลยีร่วมกับการจัดการข้อมูลทางประวัติศาสตร์จะนำมาสู่การทำความเข้าใจและส่งเสริมความสามารถของแต่ละบุคคล ท้องถิ่น อำเภอ และจังหวัดในการร่วมมือกันของการจัดการเมืองผ่านประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมเป็น “เมืองวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้” การมีพื้นที่ (Space) เส้นทางการถนนความรู้ของชุมชนผ่านพื้นที่ทางสังคม การบูรณาการจากชุมชนเป็นฐานราก นับได้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ชุมชนผ่านสื่อ เป็นการทำ Action Plan จากการระดมสมองของชุมชนที่เห็นจุดแข็ง จุดอ่อน หากทิศทางในอนาคต วางเป้าหมายผ่านกระบวนการคิดแบบ Plan for safe and Diversified care of older people ในการออกแบบนโยบายรองรับการสร้างคุณค่าของการส่งเสริมทางวัฒนธรรมเมืองเก่าท่าสาปต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

งานศึกษาการวิเคราะห์ฉากทัศน์โดยใช้กรอบ Scenario Planning นำมาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ย่านเมืองเก่าท่าสาป อำเภอเมืองจังหวัดยะลา ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นในการอภิปรายออกเป็นสามประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นแรก เรื่องของทุนทางวัฒนธรรม พบว่ามีกรอบของการพัฒนาทั้งในเรื่องของการแสดงออกทางร่างกายและจิตใจผ่านการใช้ภาษาท้องถิ่นเป็นหลักถูกถ่ายทอดสิ่งที่แฝงในตัวบุคคลเป็น

กฎแจสำคัญสู่ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม ส่งผ่านความความเชื่อ ค่านิยม พิธีกรรมสู่ทุนทางวัฒนธรรมในเรื่องของวัตถุถูกแฝงโยงกับมิติของพื้นที่ตั้งที่สังคมกึ่งเมือง-กึ่งชนบทแสดงออกถึงความสัมพันธ์ของผู้คนที่โยงกับระบบเศรษฐกิจ และโครงสร้างของชุมชน รากฐานทางพลวัตของชุมชนศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาชุมชนของวัฒนธรรมท่าสาป ซึ่งมีการใช้ต้นทุนและศักยภาพของตนเองซึ่งตรงกับเหตุและผลผ่านระบบคิดซึ่ง บอร์ดิเยอ (Bourdieu, 1986) ที่มีการชี้ถึงความสำคัญถึงการจัดการทุนในแง่ของการจัดสรรผลิตของแรงงานในการถือครอง และกระจายสู่ประสิทธิภาพมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการจัดสรร มีระบบตัวแทนกับทรัพยากรเป็นตัวกลาง อีกทั้งเป็นสื่อในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนด้วยแสดงออกถึงวิถีทางสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อการลงทุน ทิศนะต่อผู้วิจัยจึงมองว่าเรื่องของทุนในส่วนของการร่างกายและจิตใจต้องอาศัยจิตวิญญาณจากชุมชนร่วมด้วย ต่อยอดถึงทุนของวัตถุย่อมจำเป็นต้องมีมิติของวัตถุจำเป็นที่ต้องมีในเรื่องของต้นทุนจากอดีตผ่านการรวมกลุ่มของผู้ที่มีทัศนะร่วมกัน จะนำไปสู่การจัดการทุนทางวัฒนธรรมส่วนสุดท้ายเรื่อง การนำวัฒนธรรมมายกระดับชุมชนผ่านการรวมกลุ่มในการต่อยอดเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง และต้องทุนมนุษย์ต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาคนทั้งสามช่วงทั้งวัยผู้สูงอายุ วัยกลางคนและเยาวชน ผ่านเรื่องขององค์กรชุมชน วิสาหกิจชุมชนเป็นอีกหนึ่งของการมองแบบองค์รวมในเรื่องของทุนย่อยทางวัฒนธรรมตรงกับทัศนะของ ธอร์นตัน (Thornton, 1995) ที่มีมุมมองว่าการมองทุนทางวัฒนธรรมเพียงมิติเดียวคงกระทำไม่ได้ไม่ครอบคลุม จึงต้องมองแบบต่อยอดซึ่งตรงกับกรณีศึกษาที่เอาฐานทุนทางวัฒนธรรมมาขับเคลื่อน

2. การวิเคราะห์จากทัศนคติของชุมชนย่านเมืองเก่าท่าสาปเป็นการตั้งรับและจัดการผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการกลุ่ม การวิเคราะห์ผ่าน Thasap: Scenario Planning กำหนดกรอบเตรียมชุมชนและการคำนึงสภาพแวดล้อมโดยรอบเป็นสำคัญซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมองภาพเมืองเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตซึ่ง อจิรภา ประดิษฐ์ และคณะ (Pradit et al., 2023). ได้ชี้ให้เห็นถึงการทำงานของภาคส่วนในการต่อยอดที่มองในเรื่องของหุ้นส่วน (Partnership) ร่วมด้วยเป็นหลักการที่การทำงานวิจัยต้องมองเป็นฐาน (Research Base) และต้องส่งเสริมสถานะของผู้เรียนร่วมด้วยเป็นเงื่อนไขสำคัญในการพัฒนาระบบซึ่งกรณีศึกษาในงานวิจัยมีเงื่อนไขหลักสำคัญในมิติเรื่อง Contextual Environmental การบริหารขับเคลื่อนโดยใช้แผนนโยบายในเรื่องของการจัดการเมืองโดยเฉพาะในส่วนของการจัดการท่องเที่ยว และมิติของ Transactional Environmental การคำนึงถึงแผนอนาคตของชุมชนในการเติบโตของชุมชนอีกทั้งการทำกิจกรรมท่าสาปการสร้างต้นทำให้ชุมชนวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญและการต่อยอดแผนกิจกรรมของตนเอง วางแผนของอนาคตในการมีโครงการเข้ามาเพื่อรับมือ และทิศทางอนาคตผ่านกระบวนการ Self Reflection พัฒนาเป็นเครือข่ายที่ดีในการให้คุณค่าและความหมายซึ่งกิจกรรมที่โครงการวิจัยได้จัดทำขึ้นเสมือนเป็นการกระตุ้นความร่วมมือของชุมชน ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (Kaewthep, 2017) ได้ให้ความสำคัญว่าแผนความร่วมมือในการจัดการรอบคือกระบวนการตั้งศักยภาพชุมชนคือกิจกรรม (Activity) การประสานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลผลลัพธ์เป็นโครงการ (Project) แยกย่อยเป็นประเภทซึ่งเป็นกรอบสำคัญที่เสมือนกรณีศึกษาท่าสาปเป้าประสงค์คือการตั้งรับบนแนวทางของ Strategic Choice ผ่านการยกระดับกิจกรรมในการต่อยอดให้กลุ่มคนอื่นเข้ามาเรียนรู้

ปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่สาธารณะและมีการจัดวางในเรื่องของเงินทุน จำนวนสมาชิก และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นด้วยในอนาคตได้อย่างมีภูมิคุ้มกันที่ดี

3. การยกระดับย่านเมืองเก่าท่าสาปพัฒนาเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านกลไกทางสังคมเป็นเมือง Historical City ผ่านกระบวนการเรียนรู้ท้องถิ่น (Local Collaboration) ซึ่งการยกระดับพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญที่ขับเคลื่อนและต้องคำนึงถึงในส่วนของมุมมองเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่เข้าด้วยกัน ซึ่งชุมชนท่าสาปมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งหน่วยเล็กและหน่วยขยายไปเพื่อต่อยอดกิจกรรม ซึ่งตามทัศนะของ เลเฟบวร์ (Lefebvre, 1991) ที่มองความสัมพันธ์กับผลผลิตทางกายภาพที่ผูกกับพื้นที่สาธารณะ และกระบวนการในการที่ต้องนำฐานองค์ความรู้ชุมชนที่ประสานการผลิตทั้งคน ภาพตัวแทน (Representation) และการผลิตสร้างความทรงจำหากมองพิจารณาครบแล้วนั้นพื้นที่ทางกายภาพที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งในเรื่องวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นล้วนเกี่ยวเนื่องยกระดับการประสานพลังของท่าสาป ผ่านการนำมาถอดบทเรียนกลุ่มคนทุกระดับซึ่งต้องมีการเรียนรู้แบบ Inclusive Learning เป็นจุดเน้นสำคัญที่ต้องอาศัย Local Context ของชุมชนซึ่งตรงกับมุมมองของ บริล (Brill, 1989) ที่กล่าวว่าชุมชนต้องมีประสบการณ์จากอดีตเพื่อรองรับกับความต้องการผลประโยชน์ต่อสาธารณชน ซึ่งพื้นที่มีจุดเด่นในเรื่องของความเชื่อเรื่อง ศาสนาและความหลากหลายทั้งศาสนาอิสลาม ศาสนาพุทธ ประเพณี พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ที่อยู่ร่วมกันภายใต้ความพหุวัฒนธรรม ถูกแฝงที่เป็นต้นทุนในการจัดการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ได้ผ่านการสั่งสมของบรรพบุรุษของชุมชนถูกสะท้อนความเป็นตัวตนของท่าสาป ซึ่งมองว่าเป็นเรื่องระบบการสร้างความสัมพันธ์ที่สั่งสมหรือถูกขนานนามตามแนวคิด Habitus (Bernstein, 1974) เป็นระบบที่สะสมทุนของตนเองนำมาจัดการอีกทั้งทัศนะเวลาของสังคมที่ต้องคำนึงย้ำเตือนดังที่ ฐานิดา บุญวรรณ (Boonwanno, 2020) นำมาเป็นการรอบในเรื่องของการผลักดันเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ของชุมชนได้ซึ่งต้องคำนึงถึงในลักษณะของนามธรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะนามทางสังคมร่วมด้วย การขับเคลื่อนย่านเมืองเก่าท่าสาปผ่านทุนทางวัฒนธรรมสู่การยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมแลกเปลี่ยน Share Value และทำแผนการเผยแพร่ข้อมูลเป็น Action Plan การเผยแพร่แผนที่ความรู้เป็น Knowledge Map วางแผนออกแบบอย่างสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรปรับพื้นที่ทางกายภาพให้เหมาะสม กำหนดจุดหมายทางการท่องเที่ยว (Land Mark) ให้ชัดเจนเพื่อรองรับต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้กำหนดขึ้น ในการรองรับของนักท่องเที่ยวแต่ละจุดวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งการจัดระบบคมนาคม การจัดการขยะ และความปลอดภัยในชุมชนร่วมด้วย

2. ควรจัดทำข้อมูลเมืองที่เป็นสาธารณะ (Open Data) ในการนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องของทุนทางวัฒนธรรมจัดเก็บเป็นหมวดหมู่ของประเภททุนทางวัฒนธรรมทั้งจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ในพื้นที่ และเผยแพร่ข้อมูลกับสาธารณะเพื่อให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของย่านเมืองเก่าท่าสาป

3. ครอบครัวยุคใหม่มีความร่วมมือระดับท้องถิ่นและภาคประชาสังคมผ่านกระบวนการสำรวจพื้นที่ร่วมกัน (Site Exploration) กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนใน 4 ภาคส่วนทั้ง นักวิจัย ประชาชน ชุมชน หน่วยงาน เป็นต้น ส่งผลในการต่อยอดกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นแผนนโยบายการยกระดับทางการท่องเที่ยวต่อไป เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ครอบครัวยุคใหม่ที่มีความร่วมมือของชุมชนโดยใช้ความทรงจำ (Collective Memory) เป็นฐานในลักษณะการจัดนิทรรศการ งานเทศกาลชุมชนผ่านเรื่องเล่าและรื้อฟื้นนำมาสู่การกิจกรรมให้ต่อเนื่อง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนในเรื่องของการท่องเที่ยวและกลุ่มอื่นได้รู้จักทำสปามากยิ่งขึ้น

2. ครอบครัวยุคใหม่ที่ตอบโจทย์คนทุกช่วงวัย (3 Generation) ต้นทุนของวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่ แหบพื้นที่สามารถยกระดับในการสร้างเรื่องราว (Story) การรวบรวมสินค้า การบริการของชุมชนต้องตอบโจทย์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง วัยกลางคน วัยผู้สูงอายุ และเยาวชน ให้ได้เรียนรู้ทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง ทาซาป: การสร้างต้นและการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้โครงการทุนพัฒนาอาจารย์รุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2566 สัญญาเลขที่ N42A660975 และได้รับใบรับรองจริยธรรมการทำวิจัยจากหน่วยงานการวิจัยในมนุษย์ระดับวิทยาลัย จากวิทยาลัยพยาบาลราชชนนี นครศรีธรรมราช เอกสารรับรองเลขที่ E-03/2566 อีกทั้งผู้วิจัยขอกล่าวขอบพระคุณนักวิจัยที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ รศ.ดร.เกษตรชัย และทีม รวมทั้งต้นสังกัดของผู้วิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ไว้ ณ โอกาสนี้

References

- Bernstein, B. (1974). *class, codes and control*, Volume I, Theoretical Studies towards a Sociology of Language, Routledge, PP. 58–63.
- Boonwanno, T. (2020). *social time and temporalities*. Illuminations Editions. Bangkok.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1986). “*The Forms of Capital*.” In Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, edited by John G. Richardson, 241–258. New York: Greenwood.
- Brill, M. (1989). *Transformation, Nostalgia, and Illusion in Public Life and Public Place*. In Altman, I. and Zube, E. pp. 7–29. Public Places and Spaces, New York and London: Plenum Press.

- Kaewthep, K. (2017). *Community cultural work tools and ritual study media*. 2nd printing, Bangkok. Sirindhorn Anthropology Center (Public Organization).
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford: Blackwell.
- Office of the National Economic and Social Development Council Office of the Prime Minister (2023). *National Economic and Social Development Plan No. 13 (2023–2027)*. National Legislative Assembly. 2023. Royal Gazette. Retrieved on 10 October 2023 from https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_Final.pdf.
- Osborne, M., et al. (2013). Learning cities: Developing inclusive, prosperous and sustainable urban communities. *International Review of Education*, 59(4), 409–423.
- Parker, J. (2019). *Learning cities: experiences, reflection and opportunities*. France: World Committee for Lifelong Learning.
- Paterson, M. (2006). *Consumption and Everyday Life*. London: Routledge.
- Pradit, A., et al. (2023). Civil society: community learning resources to create a learning city mechanism. *J-D Journal: Environmental Design Academic Journal*, 10(1), 26–47.
- Robinson, J.B., (1988). Loaded Questions: New Approaches to Utility Forecasting , *Energy Policy*, 16(1), 58–68.
- Sevaguru, N., & Safa, M. (2009). Scenario planning approach to strategic management of small travel business in Malaysia. *International Journal of Business and Management Science*, 2(1), 61–77.
- Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity/Wesleyan University Press.
- United Nations. (2017). *The Global Goals for Sustainable Development*. Available <http://www.un.or.th>. 9 Feb 2019.

อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าที่มีผลต่อ ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย*

THE INFLUENCE OF INFLUENCERS AND BRAND AWARENESS ON INTENTION TO PURCHASE COSMETIC PRODUCTS THROUGH ONLINE PLATFORMS IN THAILAND*

อัจฉุรา เมฆสุวรรณ**

(วันที่รับบทความ: 27 กุมภาพันธ์ 2567; วันที่แก้ไขบทความ: 22 เมษายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 23 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย โดยเป็นการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ตามอินฟลูเอนเซอร์ จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise

ผลการศึกษาพบว่า อินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้ถูกต้องร้อยละ 83.80 แสดงให้เห็นว่าบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ยุคของสังคมออนไลน์มีความสำคัญและต้องนำมาใช้ในสถานการณ์อย่างเหมาะสมควบคู่กับการสร้างการรับรู้ของแบรนด์สินค้า

คำสำคัญ: อินฟลูเอนเซอร์, การรับรู้ตราสินค้า, ความตั้งใจซื้อ, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

*บทความวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรการจัดการบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, E-mail: atchara@g.lpru.ac.th

THE INFLUENCE OF INFLUENCERS AND BRAND AWARENESS ON INTENTION TO PURCHASE COSMETIC PRODUCTS THROUGH ONLINE PLATFORMS IN THAILAND*

ATCHARA MEKSUWAN**

(Received: February 27, 2024; Revised: April 22, 2024; Accepted: April 23, 2024)

ABSTRACT

This study aimed to examine the influence of influencers and brand awareness on the intention to purchase cosmetics products through online platforms in Thailand. Data was collected through online questionnaires from a sample group of 385 people who purchased cosmetic products through online platforms following influencers. Statistics used in data analysis included mean, standard deviation, and multiple regression analysis using the Stepwise method.

Research findings reveal that influencers and brand awareness affected the intention to purchase cosmetics through online platforms in Thailand at a statistical significance of 0.05, which could accurately predict the intention to purchase through online platforms in Thailand with an accuracy of 83.80 percent. The result shows that the role of influencers in the age of online society is important and must be used appropriately in the situation along with creating awareness of the product brand.

Keywords: Influencers, Brand Awareness, Purchase Intention, Cosmetic Products

**Research Article, Lampang Rajabhat University

** Assistant Professor Dr., Bachelor of Management Program in Management, Lampang Rajabhat University, E-mail: atchara@g.lpru.ac.th

บทนำ

การค้าขายออนไลน์ในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างมหาศาลล้วนมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการได้มองเห็นโอกาสและพร้อมปรับตัวขยายช่องทางการค้าขายออนไลน์ทุกรูปแบบ แม้กระทั่งช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การค้าขายออนไลน์ได้รับความนิยมแบบก้าวกระโดดและมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ต่อเนื่องมาจนถึงปี พ.ศ. 2565 ผลสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยคาดการณ์ว่าการค้าออนไลน์ขยายตัวเฉลี่ยมากถึงร้อยละ 20 ต่อปี จนถึงปี พ.ศ. 2568 อาจมีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเพิ่มขึ้นจาก 3 แสนล้านบาท เป็น 7.5 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของตลาดออนไลน์ สอดรับกับสถิติของผู้ประกอบการออนไลน์ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนมากถึง 105,031 ร้านค้าออนไลน์ (Prachachat Online, 2024) สำหรับการนำอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงในสังคมมาเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ของตนเองที่ได้พบเจอ และนำมาแบ่งปันข้อมูลเพิ่มขึ้น จนมีผู้ที่ติดตามอินฟลูเอนเซอร์ได้รับรู้และนำข้อมูลเป็นแนวทางการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการ เปรียบเสมือนเป็นการได้รับรู้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ก่อนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Saima, 2020) ทั้งนี้ ทำให้ผู้ติดตามเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตาม หรือเมื่อมีข้อสงสัยอินฟลูเอนเซอร์สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนยังสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ติดตาม ทำให้เห็นว่าอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงหากมีความเชี่ยวชาญ ความน่าเชื่อถือยิ่งทำให้มีผู้ติดตามจำนวนมาก จึงไม่น่าแปลกใจที่อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงมีความสำคัญอย่างมากต่อการตลาดในปัจจุบัน ทำให้การค้าออนไลน์ผู้ประกอบการนิยมใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการโฆษณามากยิ่งขึ้น (Wasutida, Bordin and Pathom, 2020)

จึงเห็นได้ว่า อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงเป็นผู้มีความรู้และทักษะในการเล่าเรื่อง นำเสนอข้อมูลได้อย่างชัดเจน น่าเชื่อถือ และมีความชำนาญเฉพาะในเรื่องนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Preeya, Nuan-anong and Piyapong, 2023) จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจออนไลน์โดยใช้กลยุทธ์ของการนำอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย สำหรับธุรกิจสามารถกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้แบรนด์กับผู้บริโภคมากขึ้นได้ ในวงกว้าง การใช้อินฟลูเอนเซอร์ในการตลาดและโฆษณาจึงมีความสำคัญมากในวงการออนไลน์ เนื่องจากอินฟลูเอนเซอร์มีความสามารถในการสร้างความสนใจและความเชื่อมั่นจากผู้ติดตาม และสามารถสร้างผลกระทบต่อความคิดเห็นในการซื้อของผู้ติดตามได้ (Noppachamai and Rawin, 2022)

จากข้อมูลสถิติผู้บริโภคออนไลน์มากกว่าร้อยละ 70 เชื่อคำแนะนำจากอินฟลูเอนเซอร์ที่ชื่นชอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้จริงและเกิดผลลัพธ์อันดีขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะรับรู้และตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ตาม ด้วยเหตุนี้แบรนด์สินค้าจึงนิยมใช้อินฟลูเอนเซอร์ในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อกระตุ้นการรับรู้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ ร่วมกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Digital Marketing Institute, 2021) สำหรับธุรกิจความงามและเครื่องสำอางในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันมากขึ้นแม้ว่าช่วงโรคระบาด COVID-19 ทำให้ตลาดลดลง

หรือมีการลือคดวาม และกาไร่หน้ากาทำใ้คนลดการแต่งหน้าลง แต่ในปี พ.ศ. 2564 มูลค่าตลาดสูงถึง 1.447 แสนล้านบาท

เมื่อปี พ.ศ. 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มดีขึ้น มีผู้คนออกมาใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น และเข้าสู่สถานการณ์ปกติ เหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการได้มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป หลายธุรกิจปรับเปลี่ยนการขายของเป็นขายผ่านช่องทางออนไลน์เต็มรูปแบบโดยไม่มีหน้าร้านมากขึ้น เหตุนี้ทำให้บริษัทผลิตเครื่องสำอางที่มีการฟื้นตัวหลังจากเผชิญกับสถานการณ์โรคระบาด ต้องมาเผชิญกับการแข่งขันในตลาดธุรกิจความงามและเครื่องสำอางที่กลับมาฟื้นตัวและตื่นตัวอีกครั้ง ทำให้หลากหลายแบรนด์เกิดการปรับกลยุทธ์สำหรับการเพิ่มยอดขายด้วยการใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่มีกระแสหรือโด่งดังในช่วงเวลานั้นมาร่วมงานนำเสนอผลิตภัณฑ์ เมื่อลูกค้ามีความชื่นชอบในตัวของอินฟลูเอนเซอร์อยู่เดิมยิ่งทำให้ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สูงขึ้น เห็นได้ว่าอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลอย่างมากในการทำใ้ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตาม (Thansettakij, 2022)

อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่า อินฟลูเอนเซอร์ในสื่อสังคมออนไลน์มีผลอย่างยิ่งต่อทัศนคติเชิงบวกของลูกค้าจนเกิดความตั้งใจซื้อ ซึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับคำแนะนำจากอินฟลูเอนเซอร์เมื่อผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์มากขึ้นยิ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ เชื่อถือและเ็นมน้าวใจให้ตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ตาม (Muticara and Arif, 2023) ทำให้เห็นว่าการเติบโตของการค้าผ่านช่องทางออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและการสร้างโอกาสให้เกิดขึ้นของผู้ประกอบการของแบรนด์สินค้าที่จะสร้างยอดขายให้มีผลกำไร ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งหาอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

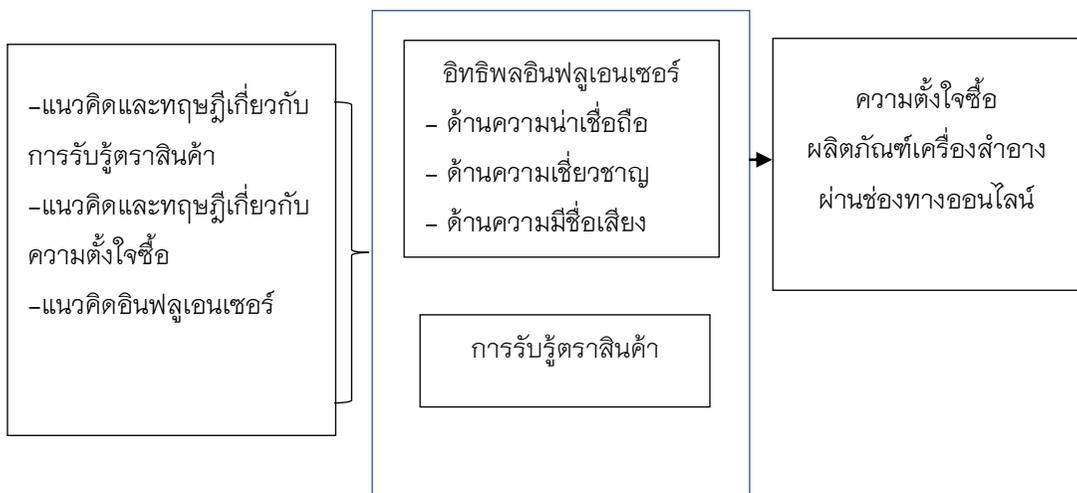
เพื่อศึกษาอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. อินฟลูเอนเซอร์ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย
2. การรับรู้ตราสินค้าส่งผลต่อการตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ โดยองค์ประกอบของอินฟลูเอนเซอร์มีจำแนกแตกต่างกันไป ซึ่งผู้วิจัยมุ่งเน้นฐานคิดของธุรกิจการค้าออนไลน์ที่มีการนำอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงมาใช้กระตุ้นยอดขาย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ (Dusadee and Jantana, 2021; Preeya, Nuan-anong and Piyapong, 2023; Pranay and Kumkum, 2023) ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (2) ความเชี่ยวชาญ (3) ความมีชื่อเสียง โดยเป็นผู้มีทักษะในเรื่องผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ความสามารถในการโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกคล้อยตาม สำหรับแนวคิดการรับรู้ตราสินค้าได้นำแนวคิดของ อาเคอร์ (Aker, 1991) ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ตราสินค้าที่บ่งบอกถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ทำให้เกิดการจดจำตราสินค้า การระลึกตราสินค้า และตราสินค้าเป็นหนึ่งในใจเสมอโดยผ่านการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ และแนวคิดความตั้งใจซื้อ (Saima and Khan, 2020; Suchanya and Pattamaporn, 2023) โดยสามารถแสดงภาพกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย สำหรับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์การกำหนดกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทยตามอินฟลูเอนเซอร์ที่รีวิวเครื่องสำอาง และเป็นผู้ติดตามอินฟลูเอนเซอร์ที่รีวิวเครื่องสำอาง มานานมากกว่า 12 เดือน และมียอดซื้อตามอย่างน้อย 1 ครั้ง

ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนประชากร ของ โคชราน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตรฐานแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (Wade, 2006) แบบโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของอินฟลูเอนเซอร์ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญ และความมีชื่อเสียง มีคำถามจำนวน 9 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของการรับรู้ตราสินค้า มีคำถามจำนวน 5 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของความตั้งใจซื้อ มีคำถามจำนวน 3 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งพบข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC ระหว่าง 0.50 – 1.00 ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกัน จำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นไปตามเกณฑ์ของ นันนาลี (Nunnally, 1978, pp. 245–246) มีค่ามากกว่าและเท่ากับ 0.70

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form กับกลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และเพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดไว้ จึงแจกแบบสอบถามออนไลน์กระจายแบบสอบถาม ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้วิจัย ร่วมกับการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ตลอดจนการติดตามไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาตามระยะเวลาที่กำหนดและได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 385 ชุด และได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาก็สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาความถี่ และค่าร้อยละ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย (Wade, 2006) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 –5.00 มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 –4.20 มีความคิดเห็นระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 –3.40 มีความคิดเห็นระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 –2.60 มีความคิดเห็นระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 มีความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

4.3 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้สถิติอนุमानวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ทดสอบการมีอิทธิพลของตัวแปรต้นและตัวแปรตามในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ในระดับค่า 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทยสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของอินฟลูเอนเซอร์ การรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย ผลสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์

อินฟลูเอนเซอร์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญของอินฟลูเอนเซอร์
1. ความน่าเชื่อถือ	4.76	0.99	มากที่สุด
2. ความเชี่ยวชาญ	4.81	0.98	มากที่สุด
3. ความมีชื่อเสียง	4.73	0.99	มากที่สุด
รวม	4.76	0.99	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรอินฟลูเอนเซอร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.81 รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 และความมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 4.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับการรับรู้ตราสินค้า

การรับรู้ตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. รู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์	4.78	0.97	มากที่สุด
2. เห็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์	4.76	0.97	มากที่สุด
3. จดจำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากช่องทางออนไลน์	4.66	0.98	มากที่สุด
4. เห็นโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบ่อยครั้ง	4.58	0.99	มากที่สุด
5. รับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากช่องทางออนไลน์ที่ท่านสนใจ	4.60	0.99	มากที่สุด
รวม	4.68	0.98	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรรับรู้ตราสินค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.78 รองลงมา คือ เห็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.76 0.97 จดจำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.66 เห็นโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 4.58 และรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากช่องทางออนไลน์ที่ท่านสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ

ความตั้งใจซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับความตั้งใจซื้อ
1. เมื่อต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะเข้าชมอินฟลูเอนเซอร์เพื่อดูการแนะนำ	4.79	0.92	มากที่สุด
2. แม้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางราคาสูงจะซื้อตามอินฟลูเอนเซอร์เสมอ	4.76	0.92	มากที่สุด
3. ตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามอินฟลูเอนเซอร์ทุกครั้ง	4.81	0.94	มากที่สุด
รวม	4.79	0.93	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรความตั้งใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านจะตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามอินฟลูเอนเซอร์ทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.81 รองลงมา คือ เมื่อต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะเข้าชมอินฟลูเอนเซอร์ที่ท่านตามเพื่อดูการแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 4.79 และถึงแม้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางราคาสูงท่านจะซื้อตามอินฟลูเอนเซอร์เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 : ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอินฟลูเอนเซอร์ การรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจซื้อ

	INF	BRA	PUI	VIF
อินฟลูเอนเซอร์ (INF)	1.00	0.872**	0.837**	2.520
การรับรู้ตราสินค้า (BRA)		1.000	0.793**	2.181
ความตั้งใจซื้อ (PUI)			1.000	2.167

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างอินฟลูเอนเซอร์ การรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจซื้อ โดยภาพรวมพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.793 – 0.872 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ Multicollinearity Test พบว่าค่า VIF ของตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 2.167 – 2.520 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันไม่มากจนทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ระหว่างความสัมพันธ์ภายในของตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 5 : แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของอินฟลูเอนเซอร์ การรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจซื้อ

ตัวแปร	b	Std. Error	β	t	Sig.
(Constant)	0.062			3.559*	0.000*
อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ (INF)	0.045	0.295	0.297	6.135*	0.000*
การรับรู้ตราสินค้า (BRA)	0.040	0.723	0.228	5.262*	0.000*

AdjR² = 0.837, F = 657.213, R² = 0.838, R = 0.915, P-Value * <.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ของอินฟลูเอนเซอร์ การรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจซื้อ เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า อินฟลูเอนเซอร์มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับรู้ตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.915 และซึ่งสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้ถูกต้องร้อยละ 83.80 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากค่าจริง (b) ของอินฟลูเอนเซอร์ และการรับรู้ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า อินฟลูเอนเซอร์มีผลต่อ

ความตั้งใจซื้อมากที่สุด เท่ากับ 0.045 และการรับรู้ตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจซื้อ เท่ากับ 0.040 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากค่าจริงได้ดังนี้

สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$y' = 0.062 + 0.045INF + 0.040BRA$$

สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$z' = 0.297INF + 0.228BRA$$

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า ยอมรับสมมติฐานในการวิจัยที่ว่า อินฟลูเอนเซอร์ และการรับรู้ตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

1. จากผลการศึกษาอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ส่งผลการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า อินฟลูเอนเซอร์มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของ ดุษฎีดี แซ่แต้ และจันทนา แสนสุข (Dusadee and Jantana, 2021) กล่าวว่า อินฟลูเอนเซอร์เสมือนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีความเชี่ยวชาญ ความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี สามารถให้ความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความชื่นชอบตนเองได้เป็นอย่างดีผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นที่รู้จัก สำหรับอินฟลูเอนเซอร์ด้านความสวยความงามเป็นผู้ที่คอยแลกเปลี่ยนข้อมูลจากประสบการณ์ของตนเองที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาบอกต่อเรื่องราวในวงกว้างทำให้ผู้ที่ติดตามได้รับรู้ จนมีความต้องการซื้อสินค้านั้น ๆ ตามอินฟลูเอนเซอร์ที่ติดตาม และสอดคล้องกับแนวคิดของ จู และคณะ (Zhu et al., 2020) ที่กล่าวว่า การเชื่อมโยงสัมพันธ์อันดีระหว่างอินฟลูเอนเซอร์และผู้ติดตามจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของแบรนด์นั้น ซึ่งเป็นหนึ่งประการสำคัญที่แบรนด์ผลิตภัณฑ์อินฟลูเอนเซอร์มาร่วมนำเสนอผลิตภัณฑ์และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ผ่านสังคมออนไลน์ให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ เซเปเดส โดมิงเกซ และคณะ (Cespedes Dominguez et al., 2021) ได้กล่าวถึงผู้บริโภคมักจะไว้วางใจในตัวอินฟลูเอนเซอร์ที่ติดตามและหากอินฟลูเอนเซอร์มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคนิยมที่จะจ่ายด้วยเช่นกัน ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะ อินฟลูเอนเซอร์ที่ติดตามเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือจึงเป็นที่สนใจและได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ และมีผู้ติดตามจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความรู้สึกอยากซื้อผลิตภัณฑ์ตามอินฟลูเอนเซอร์

2. จากผลการศึกษาการรับรู้ตราสินค้าส่งผลต่อการตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า การรับรู้ตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของ อาเคอร์

(Aker, 1991) ที่กล่าวว่า ความสำคัญของการรับรู้ตราสินค้าและเกิดเป็นการจดจำของผู้บริโภคต้องเริ่มจากการรับรู้ตราสินค้าในมุมมองที่ดีจะช่วยให้เกิดความคุ้นเคยและความเชื่อมั่นในสินค้านั้น ๆ และเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในอนาคต และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลูกมานและจามฮารี (Lukman and Jamhari, 2022) พบว่า การทำให้ผู้บริโภคได้ตระหนักรู้ถึงตราสินค้าที่มีอยู่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจในตราสินค้าจนเกิดความตั้งใจซื้อสินค้าในทุกๆ ครั้ง ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะ การรับรู้ในตราสินค้าเป็นก้าวแรกที่ผู้บริโภคต้องเข้าใจ ดังนั้น การสร้างการรับรู้ด้วยภาพจำที่ดีแก่ผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและระลึกถึงตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุก ๆ ครั้งที่มีการใช้งานหรือต้องการทำการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งการสร้างการรับรู้ด้วยภาพจำที่มีคุณภาพสามารถช่วยเสริมสร้างความรู้สึกของผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสให้สินค้านั้น ๆ ได้รับความนิยมและการยอมรับจากลูกค้าในอนาคตด้วย

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า อินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อันเดรียนี และคณะ (Andreani et al., 2021) พบว่า อินฟลูเอนเซอร์ในสังคมออนไลน์มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ตราสินค้าจนทำให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้า ซึ่งหากผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงตราสินค้ามากขึ้น การนำอินฟลูเอนเซอร์มาช่วยแนะนำสินค้ายิ่งทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการควรกระตุ้นการรับรู้ตราสินค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้าเพื่อกระตุ้นการบอกปากต่อปากไปยังผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ นพชไม ฉวี และรวินท์ วงศ์อุไร (Noppachamai and Rawin, 2022) ได้พิสูจน์ว่าความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ต้องมาจากความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม รวมถึงการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่องผู้ที่ติดตาม และกลายเป็นสิ่งที่ถูกกระตุ้นให้เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในที่สุด ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะ อินฟลูเอนเซอร์ที่ติดตามเป็นบุคคลที่ได้รับการความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนมาก หรืออาจเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่ผู้ติดตามกำลังสนใจ ทำให้ผู้ติดตามรับรู้ได้ถึงตราสินค้าอยู่เสมอมจนเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่อินฟลูเอนเซอร์ได้นำเสนอ หรืออินฟลูเอนเซอร์เปรียบเสมือนตัวแทนของตราสินค้าอันเนื่องมาจากมีการนำเสนอสินค้าของตราสินค้าอยู่บ่อยครั้ง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ธุรกิจที่ต้องการเพิ่มยอดขายหรือให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นควรมีการนำอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความเชี่ยวชาญ ความรู้หรือแม้กระทั่งประสบการณ์ของเครื่องสำอางมากพอ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ผู้ติดตามได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

2. การรับรู้ตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้มากพอจนกลายเป็นที่รู้จักในสื่อ

ออนไลน์ หากธุรกิจมีการนำเสนอตราสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้อย่างต่อเนื่อง จะยิ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์สนใจและติดตาม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่องความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางค์ผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันเครื่องสำอางค์มีความหลากหลายทั้งที่เป็นของเคาเตอร์แบรนด์ และแบรนด์ที่ผู้ประกอบการพัฒนาขึ้นมาเพื่อจำหน่ายเอง ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้สินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ

2. ควรมีการศึกษาอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และการรับรู้ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ทั้งนี้ผลข้อมูลที่ได้จะสามารถนำมาเป็นแนวทางการประกอบกิจการของธุรกิจในแต่ละประเภทว่าควรที่จะนำอินฟลูเอนเซอร์มาใช้นำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือต้องสร้างการรับรู้ตราสินค้าก่อนที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

References

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Andreani, F., Gunawan, L., & Haryono, S. (2021). Social Media Influencer, Brand Awareness, and Purchase Decision Among Generation Z in Surabaya. *Journal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 18–26. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.18-26>.
- Cespedes-Dominguez, C., Fernandez Robin, C., & McCoy, S. (2021). The effects of celebrity characteristics on purchase intentions: A focus on consumer concern of environmental issues. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13084083>.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- DigitalMarketingInstitute. (2021). “20 surprising influencer marketing statistics.” Available on <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/20-influencer-marketing-statistics-that-will-surprise-you> (accessed 2022).
- Dusadee, S. , & Jantana, S. (2021). Marketing Communication through Online Influencers Affecting Intention to Purchase Cosmetics beneath Technology Acceptance of Gen Y Consumers. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 8(1), 45–63.
- Lukman, N. P. M., & Jamhari, D. H. D. (2022). Influencer Marketing Affect Consumer Purchase Decisions on Cimory Product. *AGRO EKONOMI*, 33(2), 80–90.
- Mutiara, R. A. , & Arif, H. (2023). The Influence of Social Media Influencers on Consumers' Buying Attitudes and Intentions. *BIREV: Business and Investment Review*, 1(3), 147–167.
- Noppachamai, C. , & Rawin, V. (2022). Factors Impacting Trust, Satisfaction, and Purchase Intention Via Social Live Stream Commerce with Thai Influencers. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 19(2), 30–41.



- Prachachat Online. (2024). *The online fashion product sales statistics have soared with over 25,000 units sold, generating revenue of 7.5 billion.* Available on <https://www.prachachat.net/economy/news-1482249>
- Pranay, S. , & Kumkum, B. (2023). The Effects of Atmospherics and Influencers on Purchase Intention in Social Commerce. *Journal of Database Management*, 34(1), 1–23.
- Preeya, T. , Nuan-anong, P. , & Piyapong, P. (2023). The Influence of Famous Influencers on Perfume Purchasing Decisions of Working–Age Consumers. *Interdisciplinary Social Sciences and Communication Journal*, 6(3), 1–14.
- Thansettakij. (2022). *Why is Influencer Marketing a powerful tool for cosmetic brands?* Available on <https://www.thansettakij.com/business/marketing/544482>
- Saima & Khan, A. M. (2020). Effect of Social Media Influencer Marketing on Consumers’ Purchase Intention and the Mediating Role of Credibility. *Journal of Promotion Management*, 27, 503–523.
- Suchanya, S. , & Pattamaporn, P. (2023). Influence of Virtual Celebrity Marketing on Consumers Intention to use AIS and TRUE Mobile Phone Network Services in Bangkok Area. *Social Science Journal of Prachachuen Research Network*, 5(2), 1–14.
- Wade, V. M. (2006). *Likert–type scale response anchors.* Clemson International Institute for Tourism & Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management. Clemson University.
- Wasutida, N. , Bordin, P. , & Pathom, S. (2020). The Influence of Marketing Communication by Social Media Influencer on Purchasing Decision toward Cosmetic Products for Working Consumers. *RMUTI JOURNAL Humanities and Social Sciences*, 7(1), 82–98.
- Zhu, L., Li, H., Wang, F.K., He, W., & Tian, Z. (2020). How online reviews affect purchase intention: A new model based on the stimulus–organism–response (S–O–R) framework. *Aslib Journal of Information Management*, 72(4), 463–488.

การส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการ*

THE RESILIENCE QUOTIENT EMPOWERMENT FOR DISABLED STUDENTS*

อัมเรศ เนตาสิตี**

อนุชา ภูมิสิทธิพร***

สุวัชร ช่างพินิจ****

ศิริวิมล ใจงาม*****

(วันที่รับบทความ: 23 กุมภาพันธ์ 2567; วันแก้ไขบทความ: 23 เมษายน 2567; วันตอบรับบทความ: 24 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

พลังสุขภาพจิตหรือที่เรียกว่า อาร์คิว (RQ: Resilience Quotient) เป็นความสามารถในการปรับตัวและฟื้นตัวเมื่อต้องเผชิญกับความยากลำบากหรือภาวะวิกฤตในชีวิต สามารถผ่านพ้นและเรียนรู้จากเหตุการณ์นั้นๆ ได้ด้วยพลังใจที่เข้มแข็ง และดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข ผู้ที่มีพลังสุขภาพจิตยังสามารถใช้วิกฤตเป็นโอกาส สามารถยกระดับความคิดจิตใจและการดำเนินชีวิตไปในทางที่ดีขึ้นหลังจากเหตุการณ์วิกฤตผ่านพ้นไป กรมสุขภาพจิตได้เสนอแนวทางในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิต คือ แนวคิดปรับ 4 เติม 3 ได้แก่ ปรับอารมณ์ ปรับความคิด ปรับการกระทำ ปรับเป้าหมาย และ เติมศรัทธา เติมมิตร เติมใจกว้าง นอกจากนี้แนวคิดดังกล่าว การส่งเสริมพลังสุขภาพจิตยังทำได้อีกหลายแนวทาง เช่น การวิจัยพัฒนาด้านการส่งเสริมพลังสุขภาพจิต การจัดกิจกรรมส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการ การส่งเสริมพลังสุขภาพจิตโดยการสนับสนุนจากครอบครัว จากครู และจากชุมชน เป็นต้น จุดมุ่งหมายของบทความนี้เพื่อนำเสนอความหมายและองค์ประกอบของพลังสุขภาพจิต แนวทางการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ เพื่อให้เขาสามารถผ่านพ้นอุปสรรค ปรับตัว และฟื้นตัวได้หากเผชิญกับปัญหา มีมุมมองทางบวก เกิดภูมิคุ้มกันด้านจิตใจ และดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้ผู้สอน ผู้เกี่ยวข้องและสถาบันอุดมศึกษา ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการต่อไป

คำสำคัญ: พลังสุขภาพจิต, การส่งเสริม, นักศึกษาพิการ

* บทความวิชาการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

** รองศาสตราจารย์, สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, Email: a.netasit@yahoo.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การศึกษาพิเศษ) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิจิตรสงคราม, Email: anuchaphoom@gmail.com

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การศึกษาพิเศษ) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิจิตรสงคราม, Email: edu@psru.ac.th

***** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การศึกษาพิเศษ) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิจิตรสงคราม, Email: siriwimol1561@hotmail.com

THE RESILIENCE QUOTIENT EMPOWERMENT FOR DISABLED STUDENTS*

AMMARET NETASIT**

ANUCHA PHOOMMISITTIPORN***

SUWAPAT CHANGPINIT****

SIRIWIMOL JAI-NGAM*****

(Received: February 23, 2024; Revised: April 23, 2024; Accepted: April 24, 2024)

ABSTRACT

The Resilience Quotient (RQ) is the ability to adjustment and recover when a person faces difficulties or life crisis. It leads the person to pass the event and gain knowledge with a strong mind and live happily. When the crisis passes, people who have the RQ can use their crisis as a good opportunity, elevate their minds, and continue their better lives. The Department of Mental Health provides a 4 adjustment 3 addition approaches to empower good mental health; the adjustment in mood, thought, action, and goal; and the addition in trust, friends, and tolerance. The Department of Mental Health also provides other ways to empower good mental health; research on Resilience Quotient empowerment, an activity to empower disabled students' RQ, and mental health empowerment support in families, teachers, and communities. This article aims to promote the understanding of the RQ meaning and its elements, provide how to empower disabled students' RQ to pass their crisis, adjust and recover when they face their difficulty, gain a positive viewpoint, gain immunity, and live happily. Moreover, instructors, involved persons, and higher education institutions can apply this article for the disabled students' empowerment

Keywords: Resilience Quotient, Empowerment, Disabled Students

* Academic Articles, Faculty of Education, Lampang Rajabhat University

** Associate Professor, Department of Education Psychology and Guidance, Faculty of Education, Lampang Rajabhat University, Thailand.
Email: a.netasit@yahoo.com

*** Assistant Professor, Doctor of Philosophy Program in Special Education, Pibulsongkram Rajabhat University, Email:
anuchaphoom@gmail.com

**** Assistant Professor, Doctor of Philosophy Program in Special Education, Pibulsongkram Rajabhat University, Email: edu@psru.ac.th

***** Assistant Professor, Doctor of Philosophy Program in Special Education, Pibulsongkram Rajabhat University, Email:
siriwimol1561@hotmail.com

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542 และพระราชบัญญัติการจัดการศึกษาสำหรับคนพิการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 ได้ให้ความสำคัญกับสิทธิและเสรีภาพกับบุคคลพิการ โดยรัฐจะต้องจัดการศึกษาสำหรับบุคคลซึ่งมีข้อจำกัดทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ สังคม การสื่อสาร และการเรียนรู้หรือมีร่างกายพิการ หรือทุพพลภาพ หรือบุคคลซึ่งไม่สามารถพึ่งตนเองได้ หรือไม่มีผู้ดูแล หรือด้อยโอกาส ต้องจัดให้บุคคลดังกล่าวมีสิทธิ และโอกาสได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นพิเศษ โดยจัดการศึกษาให้ตั้งแต่แรกเกิดหรือพบความพิการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และให้บุคคลดังกล่าวมีสิทธิได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ บริการ และความช่วยเหลืออื่นใดทางการศึกษา ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง (Ministry of Education of Thailand, 2003; Ministry of Education of Thailand, 2013) นอกจากนี้ระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมการจัดการศึกษาสำหรับคนพิการ ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา สำหรับคนพิการ พ.ศ. 2552 ได้กำหนดว่าให้สถาบันอุดมศึกษาในทุกสังกัดมีหน้าที่รับคนพิการเข้าศึกษาในจำนวนที่เหมาะสม และให้สถาบันอุดมศึกษามีหน้าที่จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ บริการและความช่วยเหลืออื่นใดทางการศึกษา สำหรับคนพิการ จัดทำหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล ให้สอดคล้องกับความต้องการจำเป็นพิเศษของนักศึกษาพิการแต่ละบุคคล รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยให้นักศึกษาพิการเข้าถึง และใช้ประโยชน์ได้ตามความเหมาะสม แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาสำหรับผู้พิการ (Ministry of Education of Thailand, 2009)

นักศึกษาพิการที่เข้ามาศึกษาในสถาบันอุดมศึกษามีปัจจัยพื้นฐานแตกต่างกัน ทั้งด้านประเภทของความพิการ สาเหตุ ระยะเวลาที่พิการ การเห็นคุณค่าในตัวเอง รวมถึงความพร้อมของครอบครัวในการสนับสนุนช่วยเหลือการปรับตัวที่แตกต่างกัน ทำให้ความสามารถในการพึ่งตนเองด้านการศึกษาของนักศึกษาพิการแตกต่างกัน จึงต้องการการดูแลช่วยเหลือในระหว่างการศึกษาแตกต่างกันออกไป (Daengsuwan, K., 2012) เมื่อผู้พิการได้รับความพิการแล้ว ไม่ว่าจะจากสาเหตุใดก็ตาม การดำรงชีวิตของพวกเขาจะถูกจำกัดด้วยภาวะจิตใจ สภาพความพิการ สิ่งแวดล้อมทางสังคม และเจตคติ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การดำรงชีวิตในสังคมไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างปกติสุขเหมือนเดิม มีสภาพจิตใจที่ย่ำแย่ ไม่ยอมรับสภาพความพิการ เกิดความท้อแท้ ความเชื่อมั่นที่จะดำรงชีวิตต่อไปนั้นได้ ลึกลงไปพร้อมกับสภาพความพิการที่ได้รับมา (Thailand Council for Independent Living, 2012) ดังนั้นความเข้าใจภูมิหลังและความแตกต่างดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาพิการสามารถวางแผนดูแลช่วยเหลือได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะราย ทั้งในด้านการเรียนและการใช้ชีวิตในสถาบันอุดมศึกษา

จากการสำรวจสุขภาพจิตกับความพิการของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office Thailand, 2023) พบว่า ผู้พิการอายุ 15 ปีขึ้นไป มีสุขภาพจิตต่ำกว่าผู้ไม่พิการอย่างเห็นได้ชัด (ร้อยละ 21.6) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความลำบากหรือปัญหาสุขภาพ ความลำบากในการดูแลตนเอง หรือ

ลักษณะความบกพร่องที่เกิดขึ้นกับผู้พิการ ได้ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของผู้พิการในทางที่ลดลง นอกจากนั้นเมื่อเปรียบเทียบสุขภาพจิตของผู้พิการจำแนกตามเขตการปกครองและภาค พบว่า ผู้พิการที่อยู่ในเขตเทศบาลมีสุขภาพจิตดีกว่าผู้พิการที่อยู่นอกเขตเทศบาล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้พิการที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีโอกาสได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อุปกรณ์หรืออวัยวะเทียม หรือเครื่องช่วยคนพิการ รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆ ได้มากกว่าผู้พิการที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล นอกจากนั้นผู้พิการโดยทั่วไปจะมีสภาพชีวิตและจิตใจที่อ่อนแอต่อแท้ หลายคนมีความรู้สึกที่ตัวเองไม่มีคุณค่า ต้องเป็นภาระให้กับครอบครัวและสังคมจนไม่อยากจะใช้ชีวิตอยู่ต่อไป ทั้งนี้ ในการศึกษาเรื่องราวชีวิตของผู้พิการ ผลการศึกษา พบว่า ผู้พิการมีความรู้สึกแค้นภายในจิตใจ คิดว่าความพิการเป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิต และไม่สบายใจที่ครอบครัวต้องมาคอยดูแล ไม่กล้าเปิดเผยตัวต่อคนวงกว้างในสาธารณะที่ไม่รู้จักมาก่อน และบางคนมองตัวเองในด้านลบ (Layrayapong, P., 2018)

ปัญหาความพิการไม่ได้เป็นปัญหาเฉพาะบุคคลหรือเป็นปัญหาเกี่ยวกับอวัยวะบางส่วนของร่างกายมีความบกพร่องจนไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ ปัญหาความพิการยังส่งผลกระทบต่อคนพิการทั้งด้านอารมณ์และจิตใจ เกิดความวิตกกังวล ซึมเศร้า ขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง ไม่ยอมรับความพิการ มีผลต่อการบำบัดรักษา และการฟื้นฟูสมรรถภาพ รวมทั้งส่งผลกระทบต่อทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ระบบการศึกษา การประกอบอาชีพ และสามารถสร้างรายได้เลี้ยงดูตัวเองและครอบครัวได้ นอกจากนั้นยังส่งผลกระทบต่อครอบครัว สมาชิกในครอบครัว สัมพันธภาพระหว่างบุคคล ในครอบครัว และกิจกรรมต่างๆ ภายในครอบครัว ครอบครัวแตกแยก ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแย่ลงเพราะมีรายได้น้อยลงหรือไม่มีรายได้ ที่สำคัญยังส่งผลกระทบต่อสังคมและประเทศ รัฐต้องสูญเสียงบประมาณในการดูแลคนพิการ รวมทั้งสูญเสียทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศอีกด้วย

ดังนั้นในบทความนี้ผู้เขียนจึงเสนอแนวคิดในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการ เพื่อให้ผู้สอน ผู้เกี่ยวข้อง และสถาบันอุดมศึกษา สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการต่อไป

ความหมายของพลังสุขภาพจิต

พลังสุขภาพจิต (Resilience Quotient: RQ) มาจากคำในภาษาลาติน “resilire” หมายถึง กระโดดกลับ (to leap back) และมีความหมายตามคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คือ ความยืดหยุ่นทางใจ (Psychological resilience) ความสามารถในการกระเด็นกลับ/กลับคืนสู่สภาพปกติ (ability to spring back) หรือความสามารถในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วจากภาวะยากลำบาก (the capacity to recover quickly from difficulties) นอกจากนั้นสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association, 2024) ให้ความหมายว่า เป็นความสามารถในการฟื้นตัว การปรับตัวให้เข้ากับประสบการณ์ชีวิตที่ยากลำบากหรือท้าทายได้สำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความยืดหยุ่นทางจิตใจ อารมณ์ พฤติกรรม และการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการภายนอกและภายใน ซึ่งการวิจัยด้านจิตวิทยาแสดงให้เห็นว่าทักษะที่เกี่ยวข้องกับความ

ยืดหยุ่นสามารถปลุกฝังและฝึกฝนได้ สำหรับในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาอย่างเป็นทางการ แต่มีการใช้คำแปลของ Resilience ที่หลากหลาย เช่น การฟื้นฟูพลัง (Faculty of Psychology, Chulalongkorn University, 2023) ภูมิคุ้มกันทางใจ (Thoongkaew, P., 2020) ความยืดหยุ่นทางจิตใจ (Phantong, K., 2020) เป็นต้น ถึงแม้ว่าการให้คำจำกัดความยังไม่ตรงกันกลุ่มนักวิจัยและนักวิชาการ แต่ก็มีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกันคือ การปรับตัวในทางบวก การมีผลลัพธ์ในทางบวก มีความสามารถในการเผชิญหรือจัดการกับปัญหา ทั้งนี้ สำหรับประเทศไทยมีหน่วยงานที่กล่าวถึงและส่งเสริมพลังสุขภาพจิตมาอย่างต่อเนื่อง คือ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งได้กล่าวถึงโดยใช้คำว่า พลังสุขภาพจิตหรือที่เรียกว่า อาร์คิว (RQ: Resilience Quotient) คือความสามารถทางอารมณ์และจิตใจในการปรับตัว และฟื้นตัวกลับสู่สภาวะปกติ ภายหลังจากที่พบกับเหตุการณ์วิกฤตหรือสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความยากลำบากในชีวิต อันเป็นคุณสมบัติหนึ่งซึ่งช่วยให้บุคคลผ่านพ้นปัญหา อุปสรรค และดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข ยิ่งไปกว่านั้นผู้ที่มีพลังสุขภาพจิตจำนวนมากยังสามารถใช้วิกฤตเป็นโอกาส สามารถยกระดับความคิดจิตใจและการดำเนินชีวิตไปในทางที่ดีขึ้นหลังจากเหตุการณ์วิกฤตนั้นผ่านพ้นไป

องค์ประกอบของพลังสุขภาพจิต

พลังสุขภาพจิตสำหรับคนแต่ละเชื้อชาตินั้น อาจจะมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป เพราะมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพเศรษฐกิจ สังคม โครงสร้างของครอบครัว วัฒนธรรม รวมทั้งศาสนา และความเชื่อ

ในต่างประเทศ ฮัสซานีและคณะ (Hassani et al., 2017) ได้กล่าวว่า พลังสุขภาพจิตเป็นบริบทในการพัฒนาตนเองที่มีโครงสร้างประกอบด้วยชุดของปัจจัยภายนอกและปัจจัยส่วนบุคคล และกร็อทเบิร์ก (Grotberg, H., 1995) ได้กล่าวถึง 3 องค์ประกอบที่เป็นแนวทางในการพัฒนาพลังสุขภาพจิตไว้ดังนี้

1. ด้านความทนทานทางอารมณ์ หมายถึง การมีอารมณ์ที่มั่นคง ไม่อ่อนไหวง่าย ไม่เครียดง่าย มีวิธีจัดการกับอารมณ์ให้สงบลงได้
2. ด้านกำลังใจ หมายถึง การมีจิตใจที่มุ่งมั่นสู่เป้าหมาย ไม่ท้อถอย มีที่พึ่ง
3. ด้านการจัดการกับปัญหา หมายถึง การมีมุมมองทางบวกต่อปัญหา ไม่หนีปัญหา มีแนวทางแก้ไขปัญหา

สำหรับคนไทยข้อสรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบพลังสุขภาพจิตเกิดจากการวิเคราะห์รวบรวมองค์ความรู้จากงานศึกษาวิจัยเรื่องพลังสุขภาพจิต ทั้งในและต่างประเทศ กรมสุขภาพจิต (Department of Mental Health, 2011) สรุปว่า พลังสุขภาพจิตที่จะช่วยให้คนไทยวัยผู้ใหญ่สามารถต่อสู้เอาชนะปัญหาวิกฤตต่างๆ ได้ได้นั้น แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. พลังฮึด หมายถึง การทนต่อแรงกดดัน มีวิธีการดูแลจิตใจให้ทนอยู่ได้ สามารถจัดการกับอารมณ์ ความทุกข์ของตัวเองได้ในสถานการณ์ที่กดดัน

2. พลังฮึด หมายถึง การมีกำลังใจ มีแรงใจ ที่จะดำเนินชีวิตต่อไปภายใต้สถานการณ์กดดัน กำลังใจนี้อาจมาจากการสร้างกำลังใจด้วยตนเองหรือคนรอบข้างก็ได้

3. พลังสู้ หมายถึง การต่อสู้เอาชนะอุปสรรค มีความมั่นใจพร้อมที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากสถานการณ์วิกฤต ความมั่นใจนี้เกิดจากการตระหนักในความสามารถหรือทักษะของตนเองว่าสามารถทำได้ แก้ปัญหาได้ รวมถึงมีวิธีการแสวงหาความรู้และเข้าถึงความช่วยเหลือหรือปรึกษา

ฮึด ฮึด สู้ จึงเป็น 3 คำง่ายๆ ที่ใช้อธิบายองค์ประกอบของพลังสุขภาพจิต พลังสำคัญที่จะช่วยให้คนไทยสามารถต่อสู้เอาชนะปัญหาวิกฤตต่างๆ ไปได้ด้วยดี

ลักษณะทั่วไปของคนที่มีพลังสุขภาพจิตดี

โดยทั่วไปคนที่มีพลังสุขภาพจิตดี มักเป็นคนไม่ตีโพยตีพายเมื่อมีปัญหา เป็นคนที่สามารถสงบจิตใจ จัดการอารมณ์ที่ฟุ้งพล่าน ระวังความว้าวุ่น จัดการแก้ปัญหาด้วยความรอบคอบ ไม่คิดร้ายไปกว่าความเป็นจริง แต่ก็ไม่ใช่คนที่เพิกเฉย เย็นชา ไม่รู้ร้อนรู้หนาว ไม่ใช่คนที่เข้มแข็งจนไม่แสดงออกถึงความเสียใจ จนไม่ยอมรับความช่วยเหลือจากผู้อื่น ตรงกันข้าม คนที่มีพลังสุขภาพจิตดีจะเป็นคนที่สามารถเข้าหาและขอรับคำแนะนำการช่วยเหลือจากผู้อื่นได้ในเวลาที่เหมาะสม โดยศักยภาพทางสุขภาพจิต จะแสดงออกได้โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ (Department of Mental Health, Ministry of Public Health, 2020) คือ

ระดับพื้นฐาน คือ เมื่อเผชิญวิกฤตยังสามารถดำรงความสงบสมดุลทางอารมณ์ สุขภาพ และคุณภาพชีวิตไว้ได้

ระดับที่สอง คือ เมื่อพบปัญหาสามารถลุกขึ้นมาจัดการปัญหา แสดงออกถึงการเป็นคนที่มีมุ่งแก้ปัญหามากกว่าติดอยู่ในกับดักของอารมณ์และความรู้สึก

ระดับที่สาม แม้ในยามที่มีความทุกข์ แต่ก็ยังมีความรู้สึกที่ตนมีคุณค่า มีความมั่นใจ และมีมุมมองต่อตนเองในเชิงบวก

ระดับที่สี่ มีทักษะการจัดการทางอารมณ์ที่จะฟื้นตัวได้เร็ว หายจากความเศร้าเสียใจได้เร็ว

ระดับที่ห้า เป็นระดับสูงสุด ความสามารถหรือพรสวรรค์ที่จะเปลี่ยนโชคร้ายให้กลายเป็นดีหรือเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสได้อย่างน่าทึ่ง

ประโยชน์ของพลังสุขภาพจิต

พลังสุขภาพจิตช่วยปกป้องตัวเราและครอบครัวของเรา จากปัญหาทางสุขภาพจิต เช่น เครียด ซึมเศร้า วิตกกังวล การเจ็บป่วยทางจิต หรือ สูญเสียภาวะสุขภาพจิตที่ดีไปหลังเผชิญเหตุการณ์ที่มากกระทบ รวมทั้งยังช่วยป้องกันปัญหาสุขภาพกายอื่นๆ ที่เกิดจากความเครียด เช่น โรคแผลในกระเพาะอาหาร โรคหัวใจ เบาหวาน และความดันโลหิตสูง เป็นต้น

ในแง่ประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในภาพรวม พลังสุขภาพจิตยังเป็นพลังแห่งชีวิตที่ช่วยให้คนเราเอาชนะอุปสรรคและชะตากรรมในชีวิตได้ จนอาจนำไปสู่การประสบความสำเร็จในชีวิต เพราะเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้นหลังจากที่ความทุกข์ในใจบีบคั้น จนในที่สุดได้ค้นพบศักยภาพที่แท้จริงภายในของ

ตนเอง นอกจากนั้นประโยชน์ของการส่งเสริมพลังสุขภาพจิต จะช่วยบุคคลได้รับรู้ในสิ่งที่ตนมี สิ่งที่ตนเป็น และสิ่งที่ตนทำได้ ซึ่งจะช่วยให้มีพัฒนาการที่ดีทางความคิด มีพฤติกรรมที่เหมาะสม รวมทั้งสามารถเผชิญต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเครียด หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เข้ามากระทบได้ดี การที่บุคคลมีความผันแปรของความยืดหยุ่นทางจิตใจที่ดีจะช่วยให้บุคคลมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี (Davydov, D., & Stewart, R., & Ritchie, K., & Chaudieu, I., 2010) ดังที่ กรอทเบิร์ก (Grotberg, H., 1995) มีแนวคิดและความเชื่อเกี่ยวกับประโยชน์ของความยืดหยุ่นทางจิตใจ ดังนี้

1. บุคคลจะมีความสามารถ มีความรู้ลึกซึ้งมั่นคงทางใจ เกิดความตระหนักในคุณค่าและความสามารถของตนเองในการควบคุมจัดการกับสิ่งต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้
2. บุคคลจะรู้สึกมีความสำคัญ มีคุณค่า เป็นที่ยอมรับ ถือว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว กลุ่มหรือสังคมที่อยู่รอบๆ ตนเอง
3. บุคคลจะรู้สึกมีพลังอำนาจ มีความสามารถในการแก้ไขสิ่งต่างๆ ที่อาจจะเข้ามาส่งผลกระทบต่อชีวิตของตนเองได้

แนวทางในการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาศึกษา

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (Department of Mental health, 2011) ได้แนะนำแนวทางการปรับ 4 เติม 3 สูตรสร้างพลังสุขภาพจิต รับมือวิกฤต ไว้สำหรับทุกคน ทุกวัย และทุกครอบครัว โดยมีหลักง่ายๆ คือ เทคนิค 4 ปรับ 3 เติม เพิ่ม RQ ดังนี้

ปรับ 4 ประกอบด้วย

1. ปรับอารมณ์ เมื่อเกิดปัญหา/อุปสรรคที่เป็นเรื่องใหญ่ในชีวิต คนเรามักจะตกใจ และมีความรู้สึกต่างๆ ที่รุนแรงจนควบคุมตัวเองไม่ได้ สิ่งแรกจึงต้องพยายามตั้งสติ อยู่ในที่เงียบๆ หรือหาคนปลอบใจ หลังจากนั้นหาทางออกในการระบายความกดดันอย่างเหมาะสม เช่น การออกกำลังกายเพื่อระบายความโกรธ หันเหตความสนใจไปเรื่องอื่นเพื่อปรับอารมณ์ เมื่อใดที่รู้สึกท้อ ขอให้บอกกับตัวเองว่าเราต้องสู้ ยังมีคนที่ทุกข์กว่าเราตั้งเยอะ คิดถึงความสำเร็จของเราและของครอบครัว หากอดทนต่อสู้กับปัญหาได้
2. ปรับความคิด การที่จิตใจสงบลงทำให้คนเราคิดเรื่องที่เป็นเหตุเป็นผลได้มากขึ้น การปรับความคิดทำได้หลายวิธี เช่น เปรียบกับคนที่แย่กว่าเรา ลองมองส่วนดีที่เหลืออยู่ หรือมองว่าเป็นธรรมดา หรือมันก็สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกครอบครัว การปรับความคิดจะทำให้เรายอมรับว่ามีปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้น และมีกำลังใจที่จะต่อสู้ต่อไป เพราะการที่เรายอมรับความจริง ปัญหาทุกอย่างจะถูกแก้ไขอย่างตรงจุด
3. ปรับการกระทำ เมื่ออารมณ์ ความคิดกลับมาเป็นปกติ และมีกำลังใจที่จะต่อสู้แล้ว ก็ต้องลงมือทำในสิ่งที่คิดไว้เพื่อแก้ปัญหา/อุปสรรค เช่น เปลี่ยนจากคนที่นอนกินเล่นอยู่กับบ้าน มามุ่งมั่นหางาน สร้างรายได้ให้กับครอบครัว หรือ เปลี่ยนจากคนที่เก็บปัญหา เป็นคนเปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาส

ด้วยการเจริญสติ และวางแผนชีวิตให้มีเส้นที่ชัดเจน ว่าวันนี้จะทำอะไร ได้อะไร และตอบกับตัวเองให้ได้ ว่า แล้วทำไปทำไม เพื่อให้ชีวิตมีธง และดำเนินต่อไปข้างหน้าต่อไปได้

4. ปรับเป้าหมาย ปัญหาที่หนักหนา อาจจะทำให้เราทำตามความต้องการไม่ได้ จำเป็นต้องยืดหยุ่น ปรับเป้าหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ เช่น อยากซื้อรถสัก 1 คัน แต่ตัวเองยังตกงาน หรือครอบครัวยังเป็นหนี้ อยู่ จึงต้องออกหางานเพื่อทำงาน และหาเงินมาใช้หนี้ จนเจ็ครอบครัว ส่วนเป้าหมายเรื่องรถ คงต้องเลื่อนออกไปก่อน เป็นต้น ดังนั้นการจะตัดสินใจทำอะไรก็ควรไตร่ตรอง และถามตัวเองด้วยว่า การตัดสินใจนี้จะเกิดผลดีหรือผลเสียต่อตัวเอง และคนที่อยู่รอบข้างหรือไม่ อย่างไร

3 เติม ประกอบด้วย

1. เติมศรัทธา ความเชื่อ ความศรัทธา ทำให้คนเรามีจิตใจที่เข้มแข็ง และมีความหวัง เช่น เชื่อว่าชีวิตมีทั้งช่วงขึ้นและลง วันนี้มีปัญหามากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเงินในครอบครัว หรืออื่นๆ หากเชื่อว่าเราต้องผ่านมันไปได้ และพยายามอดทน แก่ไข วันข้างหน้าก็ต้องดีขึ้น บางศาสนาสอนให้มนุษย์คิดเสมอว่า "ความลำบาก" เป็นเครื่องทดสอบความเข้มแข็ง ฉะนั้นเราต้องยอมรับ และอยู่ต่อไปให้ได้ นอกจากนี้อาจใช้ความศรัทธาทางศาสนามาใช้ก็ได้ผลดี จะทำให้ใจเย็น และมีสติขึ้น

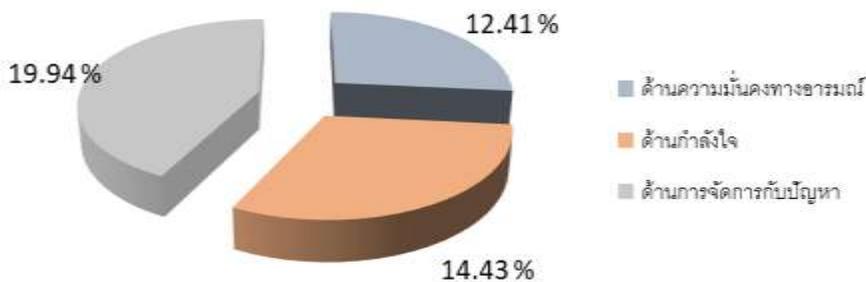
2. เติมมิตร การผูกมิตร หรือให้ความช่วยเหลือคนอื่นเท่าที่ทำได้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะเมื่อเราเผชิญกับปัญหาบางอย่างที่เกินจะรับมือได้ มิตรที่ดีจะช่วยให้คำปรึกษาหรือฟังฟังได้ ซึ่งบางคนอาจจะคิดเกรงใจ ไม่อยากรบกวน และแก้ปัญหาอยู่คนเดียว แต่ถ้าเป็นเรื่องของความอยู่รอดก็จำเป็นที่จะต้องเอ่ยปากขอความช่วยเหลือ ที่สำคัญ คนในครอบครัวถือเป็นมิตรที่ดี และเข้าใจเรามากที่สุด มีอะไรก็ขอให้คุยกันในครอบครัว

3. เติมใจกว้าง เมื่อมีปัญหา คนเรามักใช้วิธีการแก้ไขปัญหาแบบเดิมๆ ซึ่งอาจจะไม่ใช่ทางออกที่เหมาะสม ลองศึกษาวิธีที่แตกต่างออกไป หรือเข้าใจความรู้สึก ความคิดของคนอื่นที่แตกต่างจากเรา อาจทำให้มองปัญหาได้รอบด้านขึ้น ได้ข้อมูลมากขึ้น มีจิตใจกว้างขึ้น และเห็นทางออกของปัญหาได้มากขึ้นตามไปด้วย

ทั้งนี้ แนวทาง ปรับ 4 เติม 3 เป็นแนวทางที่ใช้ส่งเสริมพลังสุขภาพจิตได้สำหรับทุกช่วงวัย สำหรับการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ ซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย และวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนานักศึกษาพิการด้วย จากผลการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม และประสบการณ์ของผู้เขียน ขอเสนอแนวทางการในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการ ดังนี้

1. การจัดกิจกรรมส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการ ผู้เขียนได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดกิจกรรมส่งเสริมพลังสุขภาพจิต สำหรับนักศึกษาพิการ โดยการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมพลังสุขภาพจิต (Resilience Quotient: RQ) สำหรับนักศึกษาพิการที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อายุ 18-22 ปี ศูนย์บริการสนับสนุนนักศึกษาพิการเรียนรวม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกการ 3 ประเภทได้ทำกิจกรรมร่วมกัน จำนวน 27 คน แยกเป็น มีความบกพร่องทางการมองเห็น จำนวน 10 คน มีความบกพร่องทางการได้ยิน จำนวน 8 คน และ มีความบกพร่องทางด้านร่างกายหรือสุขภาพ จำนวน 9 คน โดยนำชุดกิจกรรมสำหรับส่งเสริมพลังสุขภาพจิต ชื่อชุดกิจกรรม “เติมพลัง สร้างภูมิคุ้มกัน” ที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรมได้แก่ 1) กิจกรรมเรื่อง “ปั้นแล้วเปลี่ยน” มุ่งเน้นให้นักศึกษาสามารถรู้เท่าทันอารมณ์ของตนเอง ยอมรับอารมณ์ของตนเอง เพื่อนำไปสู่การควบคุมอารมณ์ของตนเอง ปรับอารมณ์ ปรับความคิด และปรับการกระทำต่อไป 2) กิจกรรมเรื่อง “เปิดกล่องเปิดใจ” มุ่งเน้นให้นักศึกษาเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อตนเอง และเติมศรัทธาให้ตนเองมีจิตใจที่เข้มแข็งขึ้น 3) กิจกรรมเรื่อง “ต้นไม้แห่งอนาคต” มุ่งเน้นให้นักศึกษามีวิธีกำหนดเป้าหมาย ที่นำไปสู่การประสบความสำเร็จในอนาคตได้ และ 4) กิจกรรมเรื่อง “บอกต่อवादภาพ” มุ่งเน้นให้นักศึกษาผูกมิตรซึ่งกันและกัน และให้ความช่วยเหลือคนอื่นเท่าที่ทำได้ โดยนำกิจกรรมดังกล่าวไปดำเนินการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาฝึกการ และประเมินผล การจัดกิจกรรมพบว่า นักศึกษาฝึกการมีพลังสุขภาพจิตเพิ่มขึ้นหลังจากการทำกิจกรรมในภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.71 โดยแยกเป็นด้านความมั่นคงทางอารมณ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.41 ด้านกำลังใจ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.43 ด้านการจัดการกับปัญหา เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.94 (Netasit, A., 2013) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ผลการประเมินพลังสุขภาพจิตของนักศึกษาฝึกการในภาพรวม

สำหรับการทำกิจกรรมตามกระบวนการของชุดกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น ได้มีการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาระหว่างการทำกิจกรรม ในภาพรวมพบว่านักศึกษาให้ความร่วมมือ มีความสนใจในการทำกิจกรรมเป็นอย่างมาก เกิดความสนุกสนานในระหว่างการทำกิจกรรม และสังเกตได้ชัดเจนว่า พฤติกรรมการแสดงออกของนักศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม ซึ่งพบว่าพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการทำกิจกรรมส่งเสริมพลังสุขภาพจิต มีรายละเอียดแยกตามกิจกรรม ดังนี้

1.1 กิจกรรมปั้นแล้วเปลี่ยน จากการทำกิจกรรมทำให้นักศึกษาได้วิเคราะห์และรู้เท่าทันอารมณ์ของตนเอง สามารถบอกวิธีการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์

และมีความคิดสร้างสรรค์สูงมากอีกด้วย ดังคำพูดของนักศึกษาคนหนึ่งที่ว่า “ฉันต้องทำอารมณ์ของตัวเองให้สดชื่นเหมือนดอกกุหลาบเสมอๆ” เป็นต้น

1.2 กิจกรรมเปิดกล่องเปิดใจ พบว่า การทำกิจกรรมช่วยให้นักศึกษาได้มีโอกาสนำเสนอแนวคิดเชิงบวก (Positive Thinking) และวิธีการแก้ปัญหาให้เพื่อนๆ ฟัง ซึ่งจะเป็นผลให้นักศึกษาคณะอื่นๆ ได้รับรู้แนวคิดเชิงบวกและวิธีการแก้ปัญหา นอกจากนั้นนักศึกษายังจะมีทัศนคติที่ดีทั้งต่อตนเองและต่อคนรอบข้างอีกด้วย ดังคำพูดของนักศึกษาคณะหนึ่งที่ว่า “ครั้งแรกที่เดินทางมาเรียนคนเดียวอาจจะหลงบ้างเป็นเรื่องธรรมดา แต่พอมารู้ได้ครั้งหนึ่งแล้ว ครั้งต่อไปก็จะเดินทางมาเรียนเองได้อย่างสบาย”

1.3 กิจกรรมต้นไม้แห่งอนาคต ผลจากการทำกิจกรรมเห็นได้ชัดเจนว่า ทำให้นักศึกษามีวิธีกำหนดเป้าหมายของตนเอง เพื่อที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จในอนาคตได้ นอกจากนั้นยังทำให้นักศึกษาเกิดแนวคิดเชิงบวก ส่งเสริมการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และมีมนุษยสัมพันธ์เพื่อการอยู่ร่วมกัน มีนักศึกษาคณะหนึ่งได้ตั้งเป้าหมายของตนเองว่า “ในอนาคตฉันอยากเป็นโอเปอเรเตอร์ (Operator) ที่ต้องนั่งทำงานอยู่หน้าคอมพิวเตอร์ ฉันจะหุนตี แต่งตัวสวยๆ ใส่ชุดสีฟ้า ใส่รองเท้าส้นสูง และทำผมสีทอง”

1.4 กิจกรรมบอกต่อवादภาพ พบว่า การทำกิจกรรมทำให้นักศึกษาเกิดการเกิดความพยายามในการสื่อสารกับคนที่มีความพิการแตกต่างกัน ได้ฝึกทักษะการรับสาร ได้ฝึกให้พวกเขาเป็นคนที่ช่างสังเกตมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้พวกเขา มีความสามัคคีกัน ฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่น และที่สำคัญกิจกรรมที่มีความสนุกสนาน และเพลิดเพลินมาก

2. บทบาทของครอบครัว ในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ สำหรับครอบครัวที่ให้ความเอาใจใส่ มีบรรยากาศในบ้านที่ทำให้เด็กรู้ว่าตัวเองมีความสำคัญ เป็นที่รัก และเป็นที่ยกย่องเกี่ยวกับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่เหมาะสม จะช่วยให้เด็กเป็นคนที่มีความหมาย ใช้ชีวิตอย่างมีความหมาย แม้ในบางกรณีพ่อแม่หย่าร้างกัน หรือเด็กที่เป็นกำพร้า แต่ถ้าเด็กมีความใกล้ชิดผูกพันกับผู้ใหญ่คนใดคนหนึ่ง เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย น้า หรือแม้กระทั่งคนที่ไม่ใช่ญาติ เช่น ครูประจำชั้น หลวงตาที่วัด หรือนักสังคมสงเคราะห์ที่มาช่วยเหลือเขา คนเหล่านี้ผู้ซึ่งให้ความรักความอบอุ่นกับเด็ก จะเป็นที่ยึดเหนี่ยวทำให้เด็กคิดว่าเขาจะทำดีเพื่อใคร เขาจะสู้เพื่อใคร และในยามที่เจอปัญหาหนักๆ ในชีวิต เขาจะรู้ว่าเขายังมีคนๆ นี้ที่คอยเฝ้าดู ห่วงใย และอยากเห็นเขามีความสุข ความรู้สึกเช่นนี้จะมีผลสำคัญอย่างยิ่งยวดเพราะเป็นส่วนสำคัญของพลังสุขภาพจิตด้านการมีความหวังและกำลังใจ

3. บทบาทของอาจารย์ ในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ สำหรับเด็กที่มีพลังสุขภาพจิต สามารถสังเกตได้จากความประพฤติและความคิดของเขา คือ มีความประพฤติที่ดีและมีความคิดที่บ่งบอกความคาดหวังในอนาคต ครูสามารถเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตให้กับเด็กได้ โดยการจัดการเรียนการสอนที่ทำให้เด็กมีโอกาสได้แสดงออกถึงบุคลิกภาพ ความสามารถ และความคิดของเขา การจัดกิจกรรมให้เด็กมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของกิจกรรมกลุ่มต่างๆ จะทำให้เด็กมีความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วม ลดความรู้สึกแปลกแยก ซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่ทำให้เด็กเติบโตขึ้นอย่างเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4. บทบาทของชุมชน ในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ หากชุมชนมีการจัดบริการ และเอื้ออำนวยให้เด็กเข้าถึงบริการทางสังคม เช่น การสอนหนังสือ การฝึกอาชีพ การอบรมจริยธรรม กิจกรรมกีฬา หรือศิลปะ ร่วมกับการที่สังคมหรือชุมชนมีการบอกกล่าวตักเตือนกับเด็กว่า ค่านิยม หรือความคาดหวังของสังคมต่อความประพฤติที่ดีของเด็กว่ามีอะไรบ้าง ตลอดจนการทำให้เด็กมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนอย่างมีความหมาย มีคุณค่า และมีความรู้สึก หรือจิตวิญญาณแห่งการเป็นพลเมืองที่ดีตั้งแต่ยังอยู่ในวัยเยาว์ล้วนส่งเสริม RQ ในเด็กได้เป็นอย่างดี

สรุป

พลังสุขภาพจิตมีความสำคัญอย่างมากสำหรับนักศึกษาพิการ เพราะจะทำให้เขาเหล่านั้นสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และมีความสุขมากยิ่งขึ้น ส่งผลดีทั้งกับตนเองและสังคมโดยรวม ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันของผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาพิการเหล่านั้น บทบาทนี้ นำเสนอเพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบและลักษณะของคนที่มีความสุขภาพจิตที่ดี ประโยชน์และแนวทางในการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ ซึ่งพลังสุขภาพจิตเป็นความสามารถในการก้าวผ่านความทุกข์ยาก และเป็นกระบวนการที่สามารถพัฒนาตนเองได้ในทุกช่วงวัย

นักศึกษาพิการที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายและวัยผู้ใหญ่ตอนต้น มักมีปัญหาสุขภาพ มีความลำบากในการดูแลตนเอง ความบกพร่องที่เกิดขึ้นได้ส่งผลต่อสภาพจิตใจนักศึกษาพิการในทางที่ลดลง ดังนั้นพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการจึงเป็นทั้งปัจจัยป้องกันและเป็นพลังในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและลักษณะนิสัยของนักศึกษาพิการให้เกิดการฟื้นตัว เมื่อเผชิญกับภาวะวิกฤตต่างๆ ในชีวิต โดยการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการควรเน้นที่ปัจจัยที่ทำให้เกิดพลังสุขภาพจิต ใช้จุดแข็งภายในที่เป็นความสามารถของตนเองร่วมกับการสนับสนุนทางสังคมในการพัฒนาตนเอง โดยการมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างนักศึกษาพิการกับครอบครัว อาจารย์ เพื่อน และชุมชน

จากการศึกษาวิจัยของผู้เขียนและการทบทวนวรรณกรรม พบแนวทางในการส่งเสริมพลังสุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ 4 ประการ ดังนี้ 1) เสริมสร้างให้นักศึกษาพิการสามารถรู้เท่าทันอารมณ์ของตนเอง ยอมรับอารมณ์ของตนเอง เพื่อนำไปสู่การควบคุมอารมณ์ของตนเอง ปรับอารมณ์ ปรับความคิด และปรับการกระทำต่อไป 2) เสริมสร้างให้นักศึกษาพิการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อตนเอง และเติมศรัทธาให้ตนเองมีจิตใจที่เข้มแข็งขึ้น 3) เสริมสร้างให้นักศึกษาพิการมีวิธีกำหนดเป้าหมายที่นำไปสู่การประสบความสำเร็จในอนาคตได้ และ 4) เสริมสร้างให้นักศึกษาพิการผูกมิตรซึ่งกันและกัน และให้ความช่วยเหลือคนอื่นเท่าที่ทำได้

อย่างไรก็ตามสถาบันอุดมศึกษาควรเพิ่มบทบาทในการดูแลด้านจิตใจแก่นักศึกษาพิการ นอกเหนือจากการดูแลตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและแนวนโยบายที่เกี่ยวข้อง เช่น ควรปรับกิจกรรมพัฒนานักศึกษาพิการให้เอื้อต่อการเปลี่ยนบทบาทของนักศึกษาพิการ จากผู้พึ่งพาหรือผู้สังเกตการณ์ เป็นผู้ทำกิจกรรมร่วมกับนักศึกษาปกติ รวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมที่เน้นให้นักศึกษาพิการและนักศึกษาปกติได้ปรับตัวและเรียนรู้เพื่ออยู่ร่วมกัน เปิดกว้างให้นักศึกษาพิการที่เป็นศิษย์เก่า ตัวแทนผู้ปกครอง

นักศึกษาพิการ หรือผู้พิการในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมการพัฒนา
ด้านใจแก่นักศึกษาพิการ ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษาหรือผู้เกี่ยวข้อง สามารถเลือกใช้แนวทางการส่งเสริม
พลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาพิการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ไปพัฒนาเป็นโปรแกรมเสริมสร้างพลัง
สุขภาพจิตให้กับนักศึกษาพิการ โดยอาจจะดำเนินการในรูปแบบการให้ความรู้ กิจกรรมกลุ่มทางสังคม
ร่วมกับเพื่อนนักศึกษา การอภิปราย และการฝึกทักษะต่างๆ เป็นต้น ซึ่งการวัดผลลัพธ์ หลังจากการ
ส่งเสริมพลังสุขภาพจิตสามารถทำได้ง่าย ๆ โดยใช้แบบประเมิน RQ ของกรมสุขภาพจิต พ.ศ. 2563
ที่เป็นผลมาจากการพัฒนาเครื่องมือผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนา มีจุดมุ่งหมายให้คนไทยโดยเฉพาะ
ผู้ใหญ่ได้นำไปใช้ในการค้นหาจุดอ่อน จุดแข็ง และพัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะรับมือกับเหตุการณ์วิกฤต
หรือความลำบากที่อาจเกิดขึ้นในชีวิต ซึ่งแบบประเมินจัดทำขึ้นเพื่อให้เหมาะกับบริบททางสังคม
วัฒนธรรมและลักษณะของคนไทยโดยการวิเคราะห์จากวรรณกรรมทั้งในและนอกประเทศ การศึกษา
เชิงคุณภาพและการพิจารณาจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพจิตและจิตเวช

กล่าวโดยสรุป พลังสุขภาพจิตไม่ใช่ความเข้มแข็งในจิตใจที่เกิดจากปัจจัยภายในของตัวบุคคล
เพียงอย่างเดียว แต่มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกด้วย เช่น พ่อแม่ พี่น้อง
ครู และเพื่อน พลังสุขภาพจิตเป็นสิ่งที่สามารถสร้างและพัฒนาให้เกิดขึ้นได้อยู่เสมอ ทั้งการเข้าไป
ช่วยเหลือโดยตรงที่ตัวบุคคลนั้นๆ และการจัดสิ่งแวดล้อมต่างๆ ให้เกื้อหนุนต่อการพัฒนาพลังสุขภาพจิต
และทำให้กลายเป็นศักยภาพติดตัวเขาไปตลอดชีวิต

References

- American Psychological Association. (2024). *Resilience*. Available on <https://www.apa.org/topics/resilience> (retrieved 9 April 2024).
- Arunruang, P. (2002). *Effects of Group Counseling on Resilience and Coping Strategies of Early Adolescents*. [Master of Arts]. Chulalongkorn University.
- Choochom, O. (2011). *Antecedents and Consequences of Youths' Psychological Immunity*. Bangkok: Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University.
- Daengsuwan, K. (2012). *Assistances for Disabled Students in Higher Education Institution: A Case Study of One of Rajabhat Universities in Southern Thailand*. Bangkok: Health Systems Research Institute.
- Davydov, D. M., Stewart, R., Ritchie, K., & Chaudieu, I. (2010). Resilience and mental health. *Clin Psychol Rev*, 30(5), 479–495.
- Department of Mental Health, Ministry of Public Health. (2011). *Tolerate Resolve Fight in Adolescence*. Available on <http://www.dmh.go.th> (retrieved 14 November 2011).

- Department of Mental Health, Ministry of Public Health. (2020). *Change Bad to Good*. Nonthaburi: Beyond Publishing.
- Faculty of Psychology, Chulalongkorn University. (2023). *Resilience*. Available on <https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/resilience> (retrieved 9 April 2024).
- Grotberg, H. E. (1995). *A guide to promoting resilience in children: Strengthening the human spirit*. Netherlands: Bernard van Leer Foundation.
- Hassani, P., Izadi-Avanji, F. S., Rakhshan, M., & Majd, H. A. (2017). A phenomenological study on resilience of the elderly suffering from chronic disease: a qualitative study. *Psychology Research and Behavior Management, 10*, 59–67.
- Kerdcharoen, N., Kolkijkovin, V. and Thaworn, J. (2021). Resilience, Mental Health Impact and COVID-19 Related Mental Health Determinants among Medical Students during COVID-19 Epidemic. *Vajira Medical Journal: Journal of Urban Medicine, 65*, 102–116.
- Kietchaiyakorn, T. (2011). *Relationship Between Adversity and Resilience Quotient and Stress of a secondary School Students*. [Master of Science]. Chiang Mai University.
- Layrayapong, P. (2018). *The Whisper of Disabled*. Burapha University.
- Lynn, C., & Lane, D. (2010). *Tracing the pink ribbon: Development of a family resilience measure*. Doctoral dissertation. Human Development, Graduate Study, Virginia Polytechnic Institute and State University. Available on <http://www.studentsuccess.unc.edu/files/2015/08/The-Road-to-Resiliency.pdf> (retrieved 2 January 2023)
- Ministry of Education of Thailand. (2003). *National Education Act B.E. 2542 and Amendments (No.2) B.E. 2545*. Bangkok: Express Transport Organization.
- _____. (2009). *Regulations of the Committee for the Promotion of Education for Persons with Disabilities Concerning the Provision of Higher Education for Persons with Disabilities, 2009*. Available on <http://law.m-society.go.th/law2016/law/view/445>. (retrieved 2 January 2023)
- _____. (2013). *Education Provision for Persons with Disabilities Act B.E. 2551 and (No.2) B.E. 2556*. Available on <https://rb.gy/zpib3c>. (retrieved 9 April 2024)
- National Statistical Office. (2023). *The 2022 Disability Survey*. Bangkok: n.p.
- Netasit, A. (2013). The Development of Resilience Quotient (RQ) Support Activities Set for Disabled Students. *Proceedings of The Asian Conference Psychology & the Behavioral Sciences, 543–553*.
- Netasit, A. (2020). The development of resilience activity set for elderly people by using family and community as a basis. *Journal of Mental Health of Thailand, 28(4)*, 327–336.

- Nintachan, P. (2011). Resilience and Stress Among Nursing Students at Ramathibodi School of Nursing. *The Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*, 25(1), 1–13.
- Panthu, K. (2000). *Factors Effecting the Self-reliance of People with Disabilities*. Bangkok: Thammasat University.
- Phantong, K. (2020). *Enhancing Resilience and Coping Strategies for Cyberbullying in Adolescence Using Mindfulness-Based cognitive Therapy Through Group Counseling*. Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University.
- Phayathai Independent Living Center for Persons with Disabilities. (2012). *Background*. Available on <http://www.give2all.com>. (retrieved 30 December 2022)
- Sansuk, T. (2008). *Resilience Experiences of Elderly in Tsunami Disaster*. [Master of Nursing]. Chulalongkorn University.
- Siriratrekha, T. (2006). *Art Therapy Program Rajanukul Institute*. Bangkok: Ladprao Teachers' Council Printing House Bibliography.
- Talma, S. G. (2001). Resilience and social work practice: Three case studies. *Families in Society*, 82(5), 441–450.
- Tantipiwatanaskul, P. (2007). *Enhancing Resilience of Bullying High School Students by Cognitive Behavior Counseling Group*. Nonthaburi: Department of Mental Health.
- Thoongkaew, P. (2020). *The Study and Development of Model a Strengthen Resilience and Rehabilitation Integrated of Teachers and Educational Personnel on New Normal*. Bangkok: Ministry of Education.
- Udomratn, P. (2009). *Schizophrenia*. Songkhla: Chanmoung Printing.
- Wachiradilok, P. (2014). *Resilience quotient of nursing students at SuanDusit Rajabhat University*. Bangkok: SuanDusit Rajabhat University.
- Wongsaparn, O. (2559). *Buddhist Methods for Building Immunity to Face Crises*. Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University.

**วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ**
**JOURNAL OF GRADUATE STUDIES IN NORTHERN
RAJABHAT UNIVERSITIES**

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2567

Vol. 14 No. 1 January - April 2024

Print ISSN 2229-2683

Electronic ISSN 2408-1418



**มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
69 หมู่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง
จังหวัดกำแพงเพชร 62000
โทรศัพท์ 055-706555 ต่อ 1770
อีเมล: graduates@kpru.ac.th**