



วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND MANAGEMENT INNOVATION,
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY RATTANAKOSIN

วารสารปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2568

Volume 13 Number 3 September – December 2025



ISSN XXXX-XXXX (ONLINE)

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Journal of Administrative and Management Innovation,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2568

Vol. 13 No. 3 September - December 2025

เจ้าของ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บรรณาธิการ

ดร.วิทยา เจียรพันธุ์
(ศูนย์วิจัยอาชีวศึกษาศาสตร์มองจังหวดนนทบุรี (ศว.นน.))

ที่ปรึกษา

ศ.ดร.วรเดช จันทรศร
รศ.ดร.อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ
รศ.ดร.เพ็ญศรี ฉิรินง
ผศ.ดร.กอบกุล จันทรโคติก
ผศ.ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง
ดร.วิทยา เจียรพันธุ์
ดร.รพี ม่วงนนท์
ดร.อานวย บุญรัตน์ไมตรี
ดร.วัชรินทร์ วรินทร์กะ

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.นิยม รัฐอมฤต (ม.ธรรมศาสตร์)
รศ.ดร.จุมพล หนีพานิช (ม.รังสิต)
รศ.ดร.ชมภูษ หนุ่่นาค (มสธ.)
รศ.ดร.ดำรงศักดิ์ จันโททัย (ม.รามคำแหง)
รศ.ดร.ดวงตา สราญรมย์ (ม.ราชพฤกษ์)
รศ.ดร.ศิริรัตน์ ชุณหคล้าย (ม.มหิดล)
รศ.ดร.เพ็ญศรี ฉิรินง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ผศ.ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารมย์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
ผศ.ดร.สมคิด ดวงจักร (มรภ.บ้านจอมบึง)
ผศ.ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ดร.รักเกียรติ หงส์ทอง (มรภ.เพชรบุรี)
ดร.สุภาพร เฟ่งพิศ (มทร.รัตนโกสินทร์)

ข้อมูลติดต่อ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
96 หมู่ 3 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ตำบลศาลายา
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170
โทรศัพท์ 02-441-6067

ข้อความและบทความในวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลรัตนโกสินทร์ เป็นแนวคิดของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Journal of Administrative and Management Innovation,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2568

Vol. 13 No. 3 September - December 2025

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลับกรอบบทความ

ศาสตราจารย์ ดร.ศรีสมบัติ โชคประจักษ์ชัด

รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี รามันญ์

รองศาสตราจารย์ ดร.นิติพล ภูตะโชติ

รองศาสตราจารย์ ดร.ลักขม งามมีศรี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณา คุณดิลกณัฐสา

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล พงษ์หว่า

รองศาสตราจารย์ ดร.ชมนุช หุ่นนาค

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ ศิริพิพัฒนกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิพัฒน์ รักพรหมงคล

รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ สุรังคพิพรรธน์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ วิจิตรพัชรภรณ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวดี ภูมิโชติ

รองศาสตราจารย์ ดร.อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ จุลสุรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริสรา ธานีรณานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญวี ประทุมสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ตันเปาว์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพล แจ่มสวัสดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราดวง สมณศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิรุช พัฒนาประภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาพร บุญเรือง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอ กลีบสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณัฐ เปลาวเพื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิศร จักระโทก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญธิดา ชุนงาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย ตั้งวรรณวิทย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พาสน์ ทิมทรัพย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ จินตน์พงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร พงษ์ภูมิกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักเกียรติ หงษ์ทอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเชาวน มีหนองหว่า

ดร.วิทยา เจียรพันธุ์

ดร.ชัชชาติภักษ์ เดชจิรมณี

ดร.รมยพร กิติเวียง

ดร.จุฑารัตน์ จันจินดา

ดร.พลรัฐ วงษ์พิริยชัย

ดร.ทศพล อัครพงษ์ไพบุลย์

ดร.บุษราคัม ศรีจันทร์

ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

ดร.ศุภาวดี สังฆมาศ

ดร.ศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ

ดร.เจริญพงษ์ ศุภธีระธาดา

ดร.อาทิตย์ พัฒนาพงศ์อำไพ

ดร.กัณต์ศศิชา เนาว์เย็นผล

ดร.จุมภฏ สนิทธารังกู

ดร.จิรภรณ์ ชนัญชนะ

ดร.นัยนพัส อินจวงจิรกิตต์

ดร.หฤทัย สมศักดิ์

ดร.พรชัย ชันทะวงศ์

ดร.นรินทร์ สมทอง

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Journal of Administrative and Management Innovation,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2568

Vol. 13 No. 3 September - December 2025

วัตถุประสงค์เพื่อ

1. เป็นสื่อ รวบรวม เผยแพร่บทความทางวิชาการ หรือบทความวิจัย ด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เกี่ยวกับการบริหาร และการจัดการ
2. เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลงานของงานวิจัยสู่ระดับมาตรฐานสากล
3. เป็นสื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และแนวคิดระหว่างนักวิจัยทั้งในและต่างประเทศ
4. เป็นแหล่งค้นคว้าการเรียนรู้วิชาการ และเสริมสร้างให้เกิดงานวิจัยใหม่ๆ ด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

กำหนดการเผยแพร่

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการฯ ได้เริ่มจัดทำขึ้นวันที่ 1 กันยายน 2554 ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กันยายน-ธันวาคม 2554) ISSN 2229-1598 (Print) รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ วันที่ 24 มกราคม 2562 ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2562) E-ISSN 2697-4460 (Online) และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2568 ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2568) มีการเผยแพร่ระบบออนไลน์เพียงช่องทางเดียว โดยมีหมายเลข ISSN 3057-1758 (Online) โดยมีกำหนดการเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ ประกอบด้วย

- ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน)
- ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม)
- ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม)

- ❖ บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
- ❖ มีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประจำกองบรรณาธิการมากกว่าร้อยละ 50
- ❖ บทความจากนักวิชาการและนักวิจัยภายนอกลงตีพิมพ์ทุกฉบับมากกว่าร้อยละ 50
- ❖ กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์การคัดลอก แต่ควรระบุแหล่งอ้างอิงจากวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการบริการและการจัดการ ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2568) ฉบับนี้ได้รับรวบรวมบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณภาพในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศึกษาศาสตร์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการและแนวโน้มของงานวิจัยที่มีความหลากหลายและทันสมัย บทความทุกเรื่องในฉบับนี้ผ่านกระบวนการพิจารณากลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างเข้มข้น เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานทางวิชาการ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ในการนำไปประยุกต์ใช้หรือต่อยอดเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ต่อไป กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้เขียนบทความ ผู้ทรงคุณวุฒิ และทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการจัดทำวารสารฉบับนี้ให้ประสบความสำเร็จด้วยดี

ทั้งนี้วารสารนวัตกรรมการบริการและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2568) ได้รับเกียรติจากนักวิชาการและนักวิจัยส่งบทความทางวิชาการและบทความวิจัยมาลงตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ เรื่อง อิทธิพลของโซเชียลมีเดียที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย โดย สิริภพ วงศ์ภักดิ์ เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนและความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย โดย กันตภณ หลอดโสภา, สุภาภรณ์ พลเที่ยง, สุภาพร ทองสร้อย, นุสรา บุญมาตุ่น เรื่อง อิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการชำระภาษีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดอุบลราชธานี โดย วาสนา ศรีมะเรื่อง, จุฬารัตน ปัตถาภูมิพัชร, อภิชาติ เนียงภา, จิราพร บุญธรรมมา เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดย ชูใจ สุภาภัทรพิศาล, นดา เตชะบุญมาส, กิตติพร พูลสวัสดิ์, เมษาวดี สุขกรี เรื่อง ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้: กรณีศึกษาจังหวัดอำนาจเจริญ โดย ลัดดาพร ช้อนทอง, นवलจันทร์ แนบชิด เรื่อง ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา : กรณีศึกษา อำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครราชสีมา โดย กนกภักดิ์ บุญสิทธิ์ เรื่อง การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ กรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ตำบลคลองนกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดย อิศรี ไพเราะ, ธนิต พฤทธรา, กัลยรัตน์ เสี่ยงพะพันธุ์ เรื่อง นวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดย พรเทพ เกิดมนต์, ศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ, วิฑิตมา ให้อย่าง เรื่อง กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูในระดัการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดย นุชนภา เหล่าเจริญ, พงษ์สุวรรณ ศรีสุวรรณ, ภูมิภควัฒ์ ภูมิพงศ์คชกร เรื่อง กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา โดย สุนันทา จันทร์ชุกกลิ่น, จำรัส แจ่มจันทร์, ภูมิภควัฒ์ ภูมิพงศ์คชกร เรื่อง นวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก โดย สาวิตรี ใจแจ้ง, กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, ชัยฤทธิ์ ทองรอด เรื่อง นวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน โดย ดวงธิดา ทารพันธ์, สุพัตรา ยอดสุรางค์, ชัยฤทธิ์ ทองรอด เรื่อง Improving the logistics for shipping second-hand mobile phones from China to Thailand โดย Zhanpeng Gao, Bavornwit Rojsuwan เรื่อง ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดย ภูวิศา ฉวาง, บวรวิทย์ ไรจน์สุวรรณ เรื่อง อิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามต่อความไม่ผูกพันในงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเซ็นทรัลไชน่ามอลล์ประเทศจีน โดย หวาง ยูวэй, สำเร็จ ไกยวงศ์ เรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปริคณิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดย วิภาภรณ์ แก้วเมืองกลาง, สรียญา ศรีมา, จราวรรณ ทวีรัชกุลไพศาล, ปริญ สุวรรณประภา,

ปานวาด ปรียานนท์, พรทิพย์ เสมฉาย, กาญจนา ประสงค์ เรื่อง ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขต
บางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดย สาลินี อ่อนหมื่นไวย เรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่
วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดย สุริยันต์ บุญเจิง,
ยุทธนาท บุญยะชัย เรื่อง องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 โดย พชรพล คำสมาน,
ปลวัชร รุจิรกาล, ละมุล รอดขวัญ เรื่อง การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต
ผู้สูงอายุโดย อับดุลเลาะ เอกอัคราภิบาล, วิทยาธร ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ

บทความทุกเรื่องในฉบับนี้ คงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านที่อยู่ในแวดวงด้านสหวิทยาการตามสมควร



ดร.วิทยา เจียรพันธุ์

บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สารบัญ

	หน้า
อิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย <i>สิริภาพ วงศ์ภักดิ์</i>	1-22
ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนและความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย <i>กันตภณ หลอดโสภา, สุภาภรณ์ พลเที่ยง, สุภาพร ทองสร้อย, นุสรรา บุญมาตุ่น</i>	23-32
อิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการชำระภาษี องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดอุบลราชธานี <i>วาสนา ศรีมะเรือง, จุไรวรรณ ปัตถาภูมิพัชร, อภิชาติ เนียงภา, จิราพร บุญธรรมมา</i>	33-43
รูปแบบการดำเนินชีวิตและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ ของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร <i>ฐาใจ สุภาภักดิ์พิศาล, นตา เตชะบุญมาส, กิตติพร พูลสวัสดิ์, เมษาวดี สุขกรี</i>	44-54
ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้: กรณีศึกษาจังหวัดอำนาจเจริญ <i>ลัดดาพร ชื่อนทอง, นวลจันทร์ แนบชิด</i>	55-69
ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา : กรณีศึกษาอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช <i>กนกภักดิ์ บุญสิทธิ์</i>	70-82
การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ กรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม <i>อิสริ ไพเราะ, ธนิต พฤกษรา, กัลยรัตน์ เล็งหะพันธุ์</i>	83-96
นวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล <i>พรเทพ เกิดมนต์, ศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ, ฐิติมา ไหล่ยาวอง</i>	97-112
กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน <i>นุชนภา เหล่าเจริญ, พงษ์สุวรรณ ศรีสุวรรณ, ภูมิภาควัฒน์ ภูมิพงศ์คชศร</i>	113-129
กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา <i>สุนันทา จันทร์ชุกกลิน, จำรัส แจ่มจันทร์, ภูมิภาควัฒน์ ภูมิพงศ์คชศร</i>	130-144

	หน้า
นวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ภาคตะวันตก <i>สาวิตรี ใจแจ้ง, กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, ชัยฤทธิ์ ทองรอด</i>	145-160
นวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน <i>ดวงธิดา ทารพันธ์, สุปัตรา ยอดสุรางค์, ชัยฤทธิ์ ทองรอด</i>	161-175
Improving the logistics for shipping second-hand mobile phones from China to Thailand <i>Zhanpeng Gao, Bavornwit Rojsuwan</i>	176-192
ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต <i>ภูวิศา ฉวาง, บวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ</i>	193-206
อิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามต่อความไม่ผูกพันในงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเซ็นทรัลไชน่าออร์มอล ประเทศจีน <i>หวาง ยูเว่ย์, ลำเจิง ไกยวงค์</i>	207-222
การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปริคlinikและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล <i>วิภาภรณ์ แก้วเมืองกลาง, สรัญญา ศรีมา, จราวรรณ ทวีรัชกุลไพศาล, ปริญ สุวรรณประภา, ปานวาด ปรียานนท์, พรทิพย์ เสมฉาย, กาญจนา ประสงค์</i>	223-235
ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร <i>สาลินี อ่อนหมื่นไวย</i>	236-247
ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี <i>สุริยันต์ บุญเจิง, ยุทธนาท บุญยะชัย</i>	248-260
องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 <i>พรพล คำสมาน, ปลิวซ์ รุจิรกาล, ละมุล รอดขวัญ</i>	261-278
การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ <i>อับดุลเลาะ เอกอัคราภิบาล, วิยาธร ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ</i>	279-288

	หน้า
การส่งบทความ	i
ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ	i
หลักเกณฑ์การประเมินบทความเพื่อตอบรับการตีพิมพ์	i
จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร	i
รูปแบบการจัดบทความ	iii

**อิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร
ของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย**

**The Influence of Cold Chain Affecting Efficiency of Food Loss of
Thai Fresh Fruit Exporters Entrepreneurs**

สิรภพ วงศ์ภักดิ์

Siraphob Wonglaphat

อาจารย์ประจำภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Lecturer, Department of Service Industry, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

E-mail: siraphob@ru.ac.th

Received: Apr. 25,2025; Revised: Jul. 9,2025; Accepted: Jul. 22,2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยโซ่ความเย็นและปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณกับผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย คัดเลือกแบบเจาะจงและสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 348 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกผลไม้ไทย คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบ สอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยมีระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยโซ่ความเย็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และ (2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า ตัวแปรทำนายด้านโซ่ความเย็น ได้แก่ ระบบทำความเย็น คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ การแปรรูปและจัดจำหน่าย การติดตามและการตรวจสอบกลับเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับการจัดการการสูญเสียอาหารที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าอัตราความแปรปรวนเพื่อของตัวแปรทำนายพบว่า ไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผลการวิเคราะห์ สัมประสิทธิ์การถดถอยพบว่า ปัจจัยโซ่ความเย็นมีอิทธิพลต่อปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: โซ่ความเย็น การสูญเสียอาหาร ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย

Abstract

This research aimed to 1) study the level of Thai fruit exporters' opinions on cold chain factors and food loss management factors and 2) study the effects of the cold chain on Thai fruit exporters' food loss management. The research methodology used in this study was a mixed-method approach. The data collection used for the quantitative approach was carried out with Thai fruit exporters entrepreneurs was 348 people, purposively selected and stratified random, whose data were collected using questionnaires. The data for the qualitative approach by purposive sample of 15 people in Thai fruit export business stakeholders were gathered through in-depth interviews. The research instrument in the study was an opinion questionnaire, which was checked and approved for its quality. The reliability of the questionnaire using Cronbach's alpha. Data was analyzed using descriptive statistics and entering multiple regression analysis. The research results revealed that (1) Thai fruit exporters had a high level of opinions on cold chain factors, with a mean value of 4.20, and food loss management factors had the highest level of opinions, with a mean value of 4.23. (2) The results of the multiple regression analysis indicated of Cold Chain that predictive variables were refrigeration systems, temperature-controlled warehouses, and temperature-controlled transportation. Processing and distribution, as well as tracking and tracing, were related variables and had a linear relationship with food loss management at a significance level of 0.05. The data analysis using the VIF inflation rate of predictive variables showed no multicollinearity in this research. For the results of regression coefficient analysis, cold chain factors had a statistically significant effect on the food loss management factors of Thai fruit exporters at a statistical significance level of 0.05

Keywords: Cold chain, Food loss, Thai fresh fruit exporters entrepreneurs

บทนำ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) (United Nations (UN), 2015; Carlsen & Bruggemann, 2022) คือการพัฒนาที่ยั่งยืนและให้เกิดความสมดุล มีด้วยกัน 3 เสาหลัก (Three Pillars of Sustainability) ประกอบด้วย สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม SDGs พัฒนต่อยอดมาจาก MDGs (Millennium Development Goals) หรือเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (ออปติไวส์, 2568) ซึ่งเป็นวาระการพัฒนาโลก ในช่วงปี 2001-2015 ความแตกต่างสำคัญคือ SDGs มีกระบวนการกำหนดเป้าหมายที่เปิดกว้างและมีส่วนร่วมมากกว่า โดยรวบรวมความคิดเห็นจากผู้คนกว่า 8.5 ล้านคนทั่วโลก นอกจากนี้ SDGs ยังเป็นเป้าหมายที่ทุกประเทศต้องร่วมกันบรรลุ ไม่ใช่เพียงประเทศกำลังพัฒนาเท่านั้น โดยเป้าหมายของ SDGs คือ การจัดความจนให้หมดไป พร้อมกับการมีสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีควบคู่ไปพร้อมกัน ซึ่งมีทั้งหมด 17 เป้าหมาย โดยในข้อที่ 12 คือ การสร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ซึ่งมีเป้าประสงค์ที่ครอบคลุมถึงการจัดการและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และเป้าหมายย่อย 12.3 (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2559) ที่ระบุว่าทำให้การอุดหนุนเชื้อเพลิงฟอสซิลที่ไร้ประสิทธิภาพและนำไปสู่การบริโภคที่สิ้นเปลืองมีความเหมาะสมผล โดยการจัดการปิดเบื่อนทางการตลาด ให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศ รวมถึงการปรับโครงสร้างภาษีและเลิกการอุดหนุนที่เป็นภัยเหล่านั้น เพื่อสะท้อนให้เห็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อาทิ การลดขยะเศษอาหาร (Food Waste) ของโลกลงครึ่งหนึ่งในระดับค้าปลีกและผู้บริโภค รวมถึงลดการสูญเสียอาหาร ทั้งจากกระบวนการผลิต การขนส่ง และหลังการเก็บเกี่ยว

จากรายงาน Food Waste Index Report 2021 (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2564) กล่าวว่า ปริมาณขยะอาหารส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจอย่างมาก ทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจประมาณ 940 พันล้านดอลลาร์ต่อปี และตามรายงานยังชี้ให้เห็นว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก 8-10% เกี่ยวข้องกับอาหารที่ผลิตแล้วแต่ไม่ได้ถูกบริโภค ในขณะที่รายงานดัชนีขยะอาหาร ปี 2567 (Food Waste Index Report 2024) (United Nations Environment Programme, 2024) ระบุว่า โลกมีการทิ้งขยะอาหารจำนวน 1.16 พันล้านตัน ที่ถูกทิ้งที่ระดับค้าปลีก บริการอาหาร และครัวเรือน นอกจากนี้ยังมีการสูญเสียอาหาร 13% ของอาหารทั่วโลกในโซ่อุปทาน ตามการประมาณการขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ตั้งแต่หลังการเก็บเกี่ยวจนถึงก่อนที่จะถึงระดับค้าปลีกยังพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วทั่วโลกมีปริมาณขยะอาหารคิดเป็น 74 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งขยะอาหารที่ถูกทิ้งไปอย่างสูญเปล่า สร้างก๊าซเรือนกระจกถึง 8% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก และปัจจุบันทั่วโลกกว่า 830 ล้านคน กำลังเผชิญกับความอดอยากและขาดสารอาหาร หากลดปริมาณอาหารเน่าเสียหรือเหลือทิ้งทั่วโลกลงได้ 25% จะสามารถเลี้ยงดูผู้คนได้อีก 870 ล้านคน ขณะที่ประเทศไทยได้มีการรายงานดัชนีขยะอาหาร ปี พ.ศ. 2564 พบว่า มีปริมาณขยะอาหาร 79 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งใกล้เคียงกับข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ (2565) ที่ระบุว่าในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยมีปริมาณ ขยะอาหาร 5.58 ล้านตัน หรือ 80 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และในปี พ.ศ. 2567 ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้หิวโหยอยู่ในอันดับที่ 52 จาก 127 ประเทศ มีดัชนีความหิวโหยอยู่ที่ 10.1 คะแนน ของประชากรทั้งประเทศ (Global Hunger Index, 2024) ทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร หลังจากมีผลสำรวจ พบทั่วโลกมีปริมาณขยะอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และขยะอาหารเหล่านี้ถูกทิ้งไปอย่างสูญเปล่า ทั้งที่อาหารบางอย่าง บางประเภทสามารถนำมาบริโภคต่อได้ และยังช่วยลดการปล่อยปล่อยก๊าซเรือนกระจก ช่วยแก้ปัญหาความอดอยาก และขาดสารอาหาร ทำให้หลายประเทศได้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อโลกและผู้คน จึงได้ผลักดันและออกกฎหมายให้มีการนำอาหารที่เดิมจะต้องทิ้งเป็นขยะอาหารมาใช้ให้เกิดประโยชน์

ปัญหาความสูญเสียที่เกิดขึ้นดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบทางกายภาพของอาหารและความสูญเสียเชิงมูลค่าของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดปัญหาอื่นตามมา เช่น ปัญหาการกำจัดของเสีย ความสูญเปล่าจากการผลิต จากการใช้ทรัพยากรน้ำ ดิน แรงงาน และอื่น ๆ เพื่อทำการเพาะปลูก แต่กลับไม่ได้ใช้ประโยชน์จากผลผลิตได้อย่างเต็มที่ ทางออกของปัญหาคือจะต้องปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการรักษาคุณภาพและความปลอดภัย ประเทศที่พัฒนาแล้วความสูญเสียระหว่างกระบวนการจะน้อยกว่า 3% จากปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรทั้งหมด ซึ่งเหตุผลหลักที่ทำให้ความสูญเสียเกิดได้น้อยคือ การจัดการปัญหาโดยการจัดเก็บรักษาสินค้าให้อยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสมตลอดกระบวนการ (หาญ เอ็นจิเนียร์ โซลูชันส์, 2563) ซึ่งกระบวนการดังกล่าวคือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้อาหารคงสภาพความสด มีคุณภาพ ความปลอดภัยและลดการสูญเสียจากแหล่งผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค ที่ผ่านมามีการค้าสินค้าเกษตรของไทย เผชิญกับปัญหาและความท้าทายเป็นอย่างมาก ทั้งด้านการขนส่ง อาทิ ปัญหาสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่ายอย่างผักผลไม้ มีการขนส่งที่ไม่เหมาะสมทั้งในเรื่องของอุณหภูมิและระยะเวลา ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า และด้านการจัดเก็บสินค้า จากการจัดเก็บสินค้าในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม อาทิ สินค้า เสียหาย เน่าเสีย หรือมีสินค้าค้างค้ำในคลังสินค้า ไม่สามารถจำหน่ายเพื่อนำไปบริโภค ในขณะที่ Parfitt et al. (2010) ได้ระบุว่าการสูญเสียอาหารคือการลดลงของมวลอาหารในส่วนที่สามารถบริโภคได้ และเกี่ยวข้องกับการบริโภค ซึ่งจะพิจารณาในทุกขั้นตอนตลอดทั้งโซ่อุปทาน โดยที่การสูญเสียอาหาร (Food Losses) จะพิจารณาในขั้นตอนการผลิต การจัดการหลังเก็บเกี่ยว และในขั้นตอนของการแปรรูปในโซ่อุปทาน ดังนั้น

จึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยในการดำเนินการลดการสูญเสียอาหาร เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรของไทยให้มีมาตรฐาน รักษาคุณภาพ อันจะก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

ผลไม้เป็นสินค้าเกษตรส่งออกอันดับ 1 ของประเทศไทย โดยมีปัจจัยหนุนจากความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นจากความนิยมของผู้บริโภคชาวต่างชาติในผลไม้ไทย ทั้งในด้านคุณภาพมาตรฐาน ความหลากหลายของสายพันธุ์ และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันการส่งออกผลไม้สดของไทยพึ่งพาจีนเป็นตลาดหลัก ซึ่งไทยกำลังเผชิญการแข่งขันจากคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นในตลาดจีน ดังนั้นประเทศไทยจะต้องปรับกระบวนการเพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่งในตลาดจีน รวมถึงเร่งเจาะตลาดส่งออกใหม่ที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะตลาดที่มีการนำเข้าผลไม้จากโลกในสัดส่วนสูงแต่ไทยยังมีส่วนแบ่งในตลาดนั้นไม่มาก เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาทลาดจีน และลดผลกระทบจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2568) ในขณะที่หอการค้าและสภาหอการค้าไทย (2568) ระบุว่า สถานการณ์การส่งออกสินค้าผลไม้ ปี 2567 ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สดและแปรรูป รวมปริมาณ 4,013 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 305,881 ล้านบาท หรือ 8,631 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญในปี 2567 ได้แก่ จีน 70.24% สหรัฐอเมริกา 9.53% เกาหลีใต้ 1.66% มาเลเซีย 1.35% และเวียดนาม 1.34% สำหรับเป้าหมายการส่งออกในปี 2568 คือ ผลไม้สดและแปรรูป ปริมาณ 4.13 ล้านตัน (เพิ่มขึ้น 3%) มูลค่า 308,000 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 2%) และผลไม้สด ปริมาณ 2.0 ล้านตัน (เพิ่มขึ้น 2%) ส่งผลให้ความต้องการการขนส่งสินค้าประเภทสินค้าเกษตรและอาหารดังกล่าวมีแนวโน้มเติบโตขึ้นตามไปด้วยที่ผ่านมา การค้าสินค้าเกษตรของไทย เผชิญกับปัญหาในการเชื่อมโยงและความสอดคล้องระหว่างผู้ประกอบการในทุกขั้นตอนของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเกษตร ทั้งการขนส่ง และการจัดการคลังสินค้า สาเหตุสำคัญจากการจัดเก็บสินค้าในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม จากปัญหาและและความท้าทายดังกล่าวจึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรไทยจะต้องพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับการค้าสินค้าให้มีมาตรฐาน รักษาคุณภาพ และลดความสูญเสียอันจะก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยและเอกสารทางวิชาการ ทำการค้นคว้าในฐานข้อมูลวิจัยหลักที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับนานาชาติที่ครอบคลุมด้านโซ่ความเย็น และการจัดการการสูญเสียอาหาร จากการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมเกษตรยังขาดการเชื่อมโยงในโซ่อุปทาน (คาริกา แสนพวง และสุตาพรณ อาจกล้า, 2565; สุริยนต์ สูงคำ และลัดดา ปินตา, 2565) ส่งผลให้สินค้าเสียหายได้ง่ายในระหว่างการขนส่ง เนื่องจากเกษตรกรหรือผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินการที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังขาดข้อมูลที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ควบคุมยาก และส่งผลต่อการควบคุมคุณภาพของผลผลิต ในขณะที่ความร่วมมือในโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรของไทยยังขาดข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับปริมาณผลผลิต ความต้องการของตลาด และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้การวางแผนและการจัดการโซ่อุปทานเป็นไปอย่างยากลำบาก นอกจากนี้ การขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้เกิดความสูญเสียและคุณภาพของผลไม้ลดลง ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา สะท้อนว่าการดำเนินงานด้านโซ่ความเย็น (Cold Chain) เป็นส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนการเติบโตของการค้าในภาคส่วนต่าง ๆ และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสินค้าเกษตรของไทย ซึ่งหากมีการนำมาใช้ในธุรกิจ รวมทั้งมีความร่วมมือกันของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ในประเทศไทยแล้ว จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรในหลายด้านและช่วยให้ธุรกิจเกษตรและอาหารมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (วิมลภา พัฒนา และวีระศักดิ์ ตูลยาพร, 2562; สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2563) การจัดการระบบโซ่ความเย็นในการส่งออกผลไม้ จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นในอุตสาหกรรมส่งออก เพราะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการรักษาคุณภาพของสินค้าไว้จนถึงมือผู้บริโภค อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและประเทศในแง่ของรายได้และการรักษาคุณภาพของสินค้า

จากแนวคิดและสภาพปัจจุบันข้างต้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย ตามมุมมองของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้

และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่มีผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหาร นำผลที่ได้ไปสร้างรูปแบบการจัดการสูญเสียอาหารสำหรับผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยโซ่ความเย็นและปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับโซ่ความเย็น

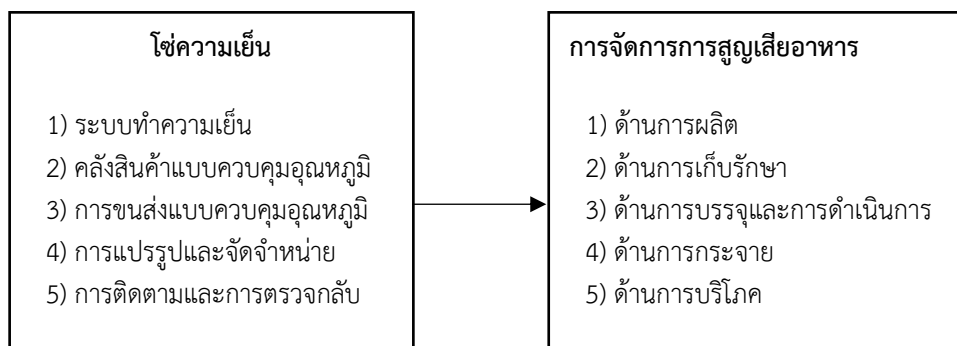
โซ่ความเย็น (Cold Chain) เป็นกระบวนการที่มีการควบคุมอุณหภูมิในระหว่างการขนส่งและจัดเก็บสินค้า เพื่อรักษาคุณภาพและความปลอดภัย ตั้งแต่ออกจากแหล่งผลิตจนกระทั่งถึงมือผู้จำหน่ายหรือผู้บริโภค เพื่อคงคุณภาพของสินค้าไว้ให้ยาวนานที่สุด โซ่ความเย็นมักจะถูกกล่าวถึงในอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิหรือความเย็นอยู่เสมอ โดยพิจารณาที่กระบวนการ ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้า ลดความเสียหาย และนำไปสู่ตลาดโลก โซ่ความเย็นเป็นระบบที่สำคัญที่ช่วยให้สามารถขนส่งและเก็บรักษาสินค้าในสภาพแวดล้อมที่ควบคุมอุณหภูมิ (Prajogo & Olhager, 2012) เก็บรักษาในสภาพที่เหมาะสมตลอดวงจรชีวิตของมันเพื่อป้องกันการเน่าเสียและการเสื่อมสภาพ (The Courier & Logistics Management Institute, 2025) หากระบบโซ่ความเย็นขาดช่วงไปในกระบวนการใดกระบวนการหนึ่ง จะส่งผลกระทบต่อผลิตผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก ไม่เพียงแต่ผลกระทบต่อทางกายภาพของอาหารและความสูญเสียเชิงมูลค่าของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา เช่น ปัญหาการกำจัดของเสีย ความสูญเสียจากการผลิตอาการเจ็บป่วยจากเชื้อโรค รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในการรักษาคุณภาพและความปลอดภัย จัดเก็บรักษาผลผลิตให้อยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสมตลอดกระบวนการ (Cold Chain Logistics) ซึ่งกระบวนการดังกล่าว คือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้อาหารคงสภาพความสด มีคุณภาพ ความปลอดภัยและลดการสูญเสียจากแหล่งผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบของโซ่ความเย็น ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (Rodrigue & Notteboom, 2015; Bai et al., 2023; Lorenc, 2023) ได้แก่ (1) ระบบทำความเย็น (Cooling systems) เป็นการทำให้สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสมในการเก็บรักษาและการขนส่ง หรือการทำความเย็น (2) คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold storage) เป็นพื้นที่จัดเก็บสินค้าที่มีการควบคุมอุณหภูมิภายในให้มีความเหมาะสมในการรักษาคุณภาพตามประเภทของสินค้าและไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อุณหภูมิไปตามสภาพภายนอก (3) การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold transport) เป็นการใช้นานพาหนะสำหรับเคลื่อนย้ายสินค้าในรูปแบบการขนส่งด้วยการรักษาอุณหภูมิและความชื้นให้คงที่ ตลอดจนรักษาความสมบูรณ์ของสินค้า (4) การแปรรูปและการจัดจำหน่าย (Cold processing & Distribution) เป็นการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการบรรจุภัณฑ์และการแปรรูปสินค้า ตลอดจนการรับรองด้านสุขอนามัย การรวมและแยกส่วนประกอบเพื่อกระจายสินค้า (5) การติดตามและการตรวจสอบกลับ (Tracking & Traceability) เป็นระบบติดตามสินค้าเพื่อให้ผู้ผลิตทราบสถานะของสินค้าและการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตั้งแต่แหล่งผลิตจนถึงการส่งถึงผู้บริโภค ทำให้สามารถติดตามผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอนของโซ่อุปทานและช่วยให้สามารถตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการสูญเสียอาหาร

การสูญเสียอาหารนับเป็นประเด็นที่ทุกประเทศล้วนให้ความสำคัญ เนื่องจากการสูญเสียอาหารมีผลกระทบต่อความมั่นคงด้านอาหารของคนในประเทศ รวมทั้งคุณภาพอาหาร และความปลอดภัย สาเหตุของการสูญเสียอาหารแตกต่างกันตามแต่ละบริบทของประเทศนั้น ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและสถานการณ์ท้องถิ่นของประเทศ เช่น การผลิตพืชทางเลือก โครงสร้างพื้นฐาน กำลังการผลิต การตลาดและช่องทางการจำหน่าย จากการศึกษาวิจัยพบว่าปริมาณของเสียที่เหลือจากอาหารและภาคการเกษตรมีปริมาณที่สูงในขณะที่ยังทั่วโลกประสบปัญหาความขาดแคลนอาหารในหลายพื้นที่ จากข้อมูลขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2011) ให้นิยามว่า อาหาร (Food) คือ วัตถุที่มีไว้สำหรับให้มนุษย์บริโภค ซึ่งอยู่ในรูปของวัตถุดิบ กึ่งแปรรูป หรือที่ผ่านการแปรรูป หรือวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิต เติร์ยม หรือมีไว้สำหรับเป็นอาหาร แต่ไม่รวมเพื่อสำหรับเป็นเครื่องสำอาง บุหรี่ และยา นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้คำจำกัดความของการสูญเสียอาหาร (Food Losses) และขยะเศษอาหาร (Food Waste) ไว้แตกต่างกัน โดย Parfitt et al. (2010) ได้ระบุใน Global Food Losses and Food Waste (2011) ว่าการสูญเสียอาหารคือการลดลงของมวลอาหารในส่วนที่สามารถบริโภคได้และเกี่ยวข้องกับการบริโภคของคนเท่านั้น ซึ่งจะพิจารณาในทุกขั้นตอนตลอดทั้งโซ่อุปทาน โดยที่การสูญเสียอาหาร (Food Losses) จะพิจารณาในขั้นตอนการผลิต การจัดการหลังเก็บเกี่ยว และในขั้นตอนของการแปรรูปในโซ่อุปทาน ส่วนการสูญเสียอาหารที่เกิดขึ้นในระหว่างขั้นตอนสุดท้ายของโซ่อุปทาน (การค้าปลีกและการบริโภคขั้นสุดท้าย) จะเรียกว่าขยะเศษอาหาร (Food Waste) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับผู้ค้าปลีกและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น การสูญเสียอาหาร หรือ ขยะเศษอาหาร เป็นการพิจารณาการสูญเสียผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลมาจากการบริโภคของมนุษย์โดยตรงเท่านั้น ไม่รวมถึงการให้เป็นอาหารสัตว์ การป้อนเป็นพลังงานเชื้อเพลิง และส่วนที่ไม่สามารถรับประทานได้ นอกจากนี้ FAO (2014) ยังมีการให้คำจำกัดความของการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ว่าการลดลงในปริมาณหรือคุณภาพของอาหาร ซึ่งขยะเศษอาหาร (Food Waste) เป็นส่วนหนึ่งของการสูญเสียอาหารที่มาจากทั้ง หรือที่ไม่ได้มีไว้เป็นอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการสำหรับการบริโภคของมนุษย์ตลอดทั้งโซ่อุปทานอาหาร (Food Supply Chain) ดังนั้นการจัดการการสูญเสียอาหารเป็นแนวทางที่สำคัญในการลดปริมาณของเสียในโซ่อุปทานและเพิ่มความยั่งยืน โดย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (FAO, 2013) ได้แก่ (1) การผลิต (Agricultural Production) (Onwude et al., 2020) คือการจัดการการเพาะปลูกและการเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ผลผลิตสูงสุดและลดการสูญเสีย (2) การเก็บรักษา (Storage) (Al-Dalaeen et al., 2021) เป็นกระบวนการเก็บรักษาอาหารในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น อุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม เพื่อลดการเน่าเสีย (3) การบรรจุและการดำเนินการในห้องเย็น (Cold Room Operations & Packaging) (Sahota et al., 2024) หมายถึงกระบวนการการผลิตและแปรรูปอาหารให้มีประสิทธิภาพ เช่น การบรรจุสินค้า หรือกระบวนการแปรรูปอาหาร, (4) การกระจาย (Distribution) (Jedermann et al., 2014) คือกระบวนการจัดส่งสินค้าไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยมีการควบคุมอุณหภูมิและการวางแผนการจัดส่งที่เหมาะสมกับสินค้าแต่ละชนิด และ (5) การบริโภค (Consumption) (Wunderlich & Martinez, 2018) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการพิจารณาการสูญเสียอาหารที่เป็นผลมาจากการบริโภคของมนุษย์โดยตรง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้นำแนวคิดโซ่ความเย็น มาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย ดังต่อไปนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

โซ่ความเย็นมีบทบาทสำคัญโดยเฉพาะสินค้าทางการเกษตร เช่น สินค้าผักสดและผลไม้ โซ่ความเย็นทำให้เกิดการกระจายสินค้า โดยยังคงคุณภาพสินค้าใกล้เคียงกับคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยว ลดการสูญเสียอาหารและรักษาความมั่นคงทางอาหาร จึงนำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย โดยที่ตัวแปรโซ่ความเย็น ประกอบด้วย ระบบทำความเย็น คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ การแปรรูปและจัดจำหน่าย และการติดตามและการตรวจกลับ ขณะที่ตัวแปรการจัดการการสูญเสียอาหาร ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการเก็บรักษา ด้านการบรรจุและการดำเนินการ ด้านการกระจาย และด้านการบริโภค เพื่อนำผลที่ได้ไปสร้างรูปแบบการจัดการสูญเสียอาหารสำหรับส่งออกผลไม้ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H₁): โซ่ความเย็นส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้า ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย สำหรับระเบียบวิธีวิจัยนี้ เป็นการวิจัยในลักษณะวิธีผสมผสาน (Mixed Methods) โดยการวิจัยแบบเรียงลำดับ เริ่มจากวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นหลัก แล้วใช้วิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อสนับสนุนและยืนยันผลการวิจัยให้มีความชัดเจน อาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย จำนวน 3,658 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 348 คน แสดงวิธีการคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{X^2 N p (1-p)}{e^2 (N-1) + X^2 p (1-p)}$$

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N = ขนาดของประชากร
e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้
X = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($X^2 = 3.841$)
p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการ โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 3,658 คน ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ

$$n = \frac{3.841 \times 3,658 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (3,658-1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$= 347.69 \approx 348 \text{ คน}$$

จากนั้นแบ่งสัดส่วนตามจำนวนประชากรการวิจัยตามตามภูมิภาคของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรการวิจัย (วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย, 2565) กำหนดให้ n_i คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละชั้น n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย และ N คือ ขนาดประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน = $(n_i \cdot n)/N$

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

ขนาดธุรกิจ	จำนวนประชากร (ราย)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ภาคเหนือ	488	47
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	178	17
ภาคกลาง	1,522	145
ภาคตะวันออก	653	62
ภาคตะวันตก	371	35
ภาคใต้	446	42
รวม	3,658	348

การกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพตามแนวคิดของ Nastasi and Schensul (2005) กำหนดสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนระหว่าง 5-30 คน และกำหนดให้มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 1-3 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่มควรมีผู้ให้ข้อมูลจำนวนประมาณ 5-10 คน งานวิจัยนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกผลไม้ไทย การวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยกำหนดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ภาครัฐ, ภาคเอกชน และผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยที่ได้จากการเลือกการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนกลุ่มละ 5 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพเท่ากับ 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และมีพื้นฐานจากการศึกษาทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านโภชนาการและการจัดการการสูญเสียอาหารประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเครื่องมือเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklists) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นด้านโภชนาการ ทั้งหมด 5 ตัวแปร โดยจัดเรียงเนื้อหา ข้อคำถาม ตามลำดับขององค์ประกอบที่นำมาศึกษา แบบสอบถามปลายปิด โดยใช้มาตรวัดทัศนคติของ Likert แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านการจัดการการสูญเสียอาหาร ทั้งหมด 5 ตัวแปร แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้มาตรวัดทัศนคติของ Likert แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยพิจารณาความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความชัดเจนของการใช้ภาษา และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.60 (IOC > 0.60) (Anderson & Gerbing, 1988) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขคำถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ และตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อเป็นตัวแทนของสิ่งที่ต้องการวัดหรือไม่ ความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุมและให้คำแนะนำ สิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อถามนั้นกับประเด็นหลักของเนื้อหา นำแบบสอบถามทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลองใช้เครื่องมือ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติเหมือนกับตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 ราย จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า แบบสอบถามมีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.807 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดี (Bougie & Sekaran, 2019) หมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ

(1) ข้อมูลเชิงปริมาณ ทำการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย จำนวน 348 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยอาศัยเครื่องมือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรง และความเชื่อมั่นแล้ว ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการธุรกิจ รวมถึงโทรศัพท์ติดต่อขออีเมล เพื่อส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังอีเมลของผู้ตอบแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล (2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interviews) ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล

ข้อมูลทฤษฎี

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาดำรง สื่อออนไลน์ บทความทางวิชาการ วารสาร ข้อมูลทางสถิติ เอกสารงานวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ไข่มุมความยั่งยืน และการจัดการการสูญเสียอาหาร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยในปัจจุบันไข่มุมความยั่งยืน และปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of variation: C.V.) โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นด้านไข่มุมความยั่งยืน และด้านการจัดการการสูญเสียอาหาร ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2) การศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรต่าง ๆ ในปัจจุบันไข่มุมความยั่งยืนและปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย จะใช้ (1) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient : r) จะมีค่าตั้งแต่ - 1 ถึง 1 ถ้ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากกว่า 0 แสดงถึงความสัมพันธ์ทางบวก แต่หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยกว่า 0 จะแสดงถึงความสัมพันธ์ทางลบ (ชลิตา ตรีกุลสุนทร, 2558) กำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร 0.81 - 1.00 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง 0.61 - 0.80 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง 0.41 - 0.60 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง 0.20 - 0.41 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ 0 - 0.20 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก (Bartz, 1999 อ้างถึงใน สุภมาส อังคุโชติ, 2556) (2) การวิเคราะห์อัตราความแปรปรวนเพื่อเพื่อตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุของตัวแปรทำนาย โดยจะใช้ค่า Variance inflation factor (VIF) หรือค่า Tolerance โดยค่า Variance inflation factor (VIF) ไม่ควรเกิน 10 และค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ซึ่งถ้าค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่า Tolerance เข้าใกล้ 0 แสดงว่าเกิดปัญหา Collinearity จึงควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 (สันทัต พรประเสริฐมานิตา, 2558)

3) การหาค่าขนาดอิทธิพลของตัวแปรทำนาย และการสร้างสมการพยากรณ์ เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจุบันไข่มุมความยั่งยืนและปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

งานวิจัยนี้จะใช้ตัวแปรทำนายคือปัจจุบันไข่มุมความยั่งยืน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ระบบทำความเย็น คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ การแปรรูปและจัดจำหน่าย และการติดตาม และการตรวจสอบกลับ มีตัวแปรตามคือ ปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการเก็บรักษา ด้านการบรรจุและการดำเนินการในห้องเย็น ด้านการกระจาย และด้านการบริโภค

ผลการวิจัย

ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผลการตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) ผลจากการคำนวณหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จำนวน 348 คน พบว่า มีค่าระหว่าง 0.881- 0.892 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดี(Hair et al., 2014) หมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปวิเคราะห์จริงได้

ผลการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล โดยการพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) พบว่าข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรด้านโซ่ความเย็น มีค่าความเบ้ระหว่าง (-0.103) ถึง (-0.558) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าข้อมูลของข้อคำถามทุกข้อ มีลักษณะเบ้ซ้าย ส่วนค่าความโด่ง มีค่าอยู่ระหว่าง (-0.731) ถึง (0.113) เมื่อพิจารณาความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ทั้งนี้เนื่องจากพบว่าทุกข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 (Kline, 2005) จึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 อายุ 21-30 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารรองครุกร จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 47.10 ตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 ตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาประกอบธุรกิจส่งออกผลไม้ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 5 - 10 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 1 - 5 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20 และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยโซ่ความเย็นและปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยโซ่ความเย็น

ปัจจัยโซ่ความเย็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1) ระบบทำความเย็น (CLS)	4.37	0.496	ระดับมากที่สุด
2) คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTR)	4.18	0.641	ระดับมาก
3) การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTP)	4.27	0.613	ระดับมากที่สุด
4) การแปรรูปและจัดจำหน่าย (CPD)	4.04	0.571	ระดับมาก
5) การติดตามและการตรวจสอบกลับ (TAT)	4.19	0.568	ระดับมาก
ปัจจัยโซ่ความเย็น (CCM) โดยรวม	4.20	0.593	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยโซ่ความเย็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, S.D. = 0.593) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ด้านระบบทำความเย็น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, S.D. = 0.496) รองลงมาคือด้านการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, S.D. = 0.613) ด้านการติดตามและการตรวจสอบกลับ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19, S.D. = 0.568)

ด้านคลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18, S.D. = 0.641) และด้านการแปรรูปและจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, S.D. = 0.571) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร

ปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1) การผลิต (PDT)	4.31	0.572	ระดับมากที่สุด
2) การเก็บรักษา (STR)	4.28	0.592	ระดับมากที่สุด
3) การบรรจุและการดำเนินการในห้องเย็น (COP)	4.06	0.576	ระดับมาก
4) การกระจาย (DTB)	4.21	0.553	ระดับมากที่สุด
5) การบริโภค (DST)	4.36	0.563	ระดับมากที่สุด
ปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร (FLM) โดยรวม	4.23	0.603	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร โดยรวมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23, S.D. = 0.603) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริโภค (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36, S.D. = 0.563) รองลงมาคือ ด้านการผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, S.D. = 0.572) ด้านการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28, S.D. = 0.592) ด้านการกระจาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21, S.D. = 0.553) และด้านการบรรจุและการดำเนินการในห้องเย็น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06, S.D. = 0.576) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย

จากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรทำนายทั้ง 5 กับปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารโดยรวม จำนวน 5 คู่ และการหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เมทริกซ์สหสัมพันธ์

ปัจจัย	CLS	CTR	CTP	CPD	TAT	FLM
ระบบทำความเย็น (CLS)	1.00*	0.287*	0.277*	0.299*	0.289*	0.409*
คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTR)		1.00*	0.217*	0.285*	0.554*	0.694*
การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTP)			1.00*	0.267*	0.258*	0.395*
การแปรรูปและจัดจำหน่าย (CPD)				1.00*	0.445*	0.665*
การติดตามและการตรวจสอบกลับ (TAT)					1.00*	0.762*
การจัดการการสูญเสียอาหาร (FLM)						1.00*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรทำนายและตัวแปรตาม พบว่า ค่า Sig. < 0.05 ทุกคู่ ชี้ให้เห็นว่าตัวแปรทำนายทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายและตัวแปรตาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการสูญเสียอาหารกับการติดตามและการตรวจสอบกลับ คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ การแปรรูปและจัดจำหน่าย ระบบทำความเย็น การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิมีค่าเท่ากับ 0.762, 0.694, 0.665, 0.409 และ 0.395 ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เกิน 0.900 (Hair et al., 2014) สะท้อนว่าตัวแปรในแต่ละคู่มีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับปานกลาง และมีอยู่จริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ ค่า p-value น้อยกว่า 0.05 โดยเงื่อนไขในการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ จะต้องตรวจสอบ Multi Collinearity พบว่า 1) การวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อนยินยอม (Tolerance) พบว่า มีค่าระหว่าง 0.494 – 0.869 และ 2) การวิเคราะห์ค่าอัตราความแปรปรวนเพื่อ (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ตัวแปรมีค่า VIF ระหว่าง 1.151 - 1.682 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทุกตัวในโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ทุกตัวแปร แสดงว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบภาวะความร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

ตัวแปรพยากรณ์	Tolerance	VIF
ระบบทำความเย็น (CLS)	0.833	1.201
คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTR)	0.672	1.488
การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTP)	0.869	1.151
การแปรรูปและจัดจำหน่าย (CPD)	0.755	1.324
การติดตามและการตรวจสอบกลับ (TAT)	0.594	1.682

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรพยากรณ์มีความสัมพันธ์กันน้อย เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอย ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรทำนายทั้ง 5 ที่มีต่อผลการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis) ได้ผลการวิเคราะห์ถดถอย ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณโดยวิธี Enter

Model	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.674	0.102		6.588	0.000*
ระบบทำความเย็น (CLS)	0.056	0.020	0.069	2.778	0.006*
คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTR)	0.218	0.017	0.348	12.649	0.000*
การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (CTP)	0.074	0.016	0.113	4.656	0.000*

การแปรรูปและจัดจำหน่าย (CPD)	0.250	0.018	0.355	13.693	0.000*
การติดตามและการตรวจสอบกลับ (TAT)	.257	.021	.362	12.377	0.000*

$R^2 = 0.826$, Adjusted $R^2 = 0.824$, $F = 325.172$, Sig. = 0.000

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของใช้ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร ตามกรอบแนวคิดการวิจัย พบว่า ปัจจัยใช้ความเย็นทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรการจัดการการสูญเสียอาหาร ได้เท่ากับร้อยละ 82.40 (Adj $R^2 = 0.824$) ซึ่งมีอำนาจพยากรณ์ในระดับสูง และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 325.172$, $p = 0.000$) จึงยอมรับสมมติฐาน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแสดงถึงอิทธิพลทำนายของปัจจัยใช้ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร พบว่า ปัจจัยใช้ความเย็นที่สามารถอธิบายความแปรปรวนในประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารมากที่สุด และมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแปรการติดตามและการตรวจสอบกลับ มีค่าเท่ากับ 0.257 ($t = 12.377$, $p = 0.000$) อิทธิพลของตัวแปรการแปรรูปและจัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 0.250 ($t = 13.693$, $p = 0.000$) อิทธิพลของตัวแปรคลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ มีค่าเท่ากับ 0.218 ($t = 12.649$, $p = 0.000$) อิทธิพลของตัวแปร การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ มีค่าเท่ากับ 0.074 ($t = 4.656$, $p = 0.000$) อิทธิพลของตัวแปรระบบทำความเย็น มีค่าเท่ากับ 0.056 ($t = 2.778$, $p = 0.006$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 6 สามารถเขียนสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y = 0.674 + 0.056 (CLS) + 0.218 (CTR) + 0.074 (CTP) + 0.250 (CPD) + 0.257 (TAT)$$

การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ไทย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ภาครัฐ, ภาคเอกชน และผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวทางเพื่อบูรณาการการใช้ใช้ความเย็นกับการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย ได้แก่

- 1) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องมีการควบคุมอุณหภูมิ ตั้งแต่กระบวนการรับ เพื่อลดการสูญเสียที่อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงหลังการเก็บเกี่ยว รวมทั้งช่วยยืดอายุการเก็บรักษาและลดการปนเปื้อน
- 2) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องมีระบบการจัดเก็บด้วยคลังสินค้าควบคุมอุณหภูมิหรือห้องเย็น ทั้งการจัดเก็บเพื่อรอการแปรรูปหรือรอบรรจุในบรรจุภัณฑ์ การจัดเก็บเพื่อรอการกระจายสินค้า
- 3) ในขั้นตอนการบรรจุหรือการแปรรูปสินค้า ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องดำเนินการภายใต้การควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสมตามชนิดของผลไม้ และจะต้องได้รับการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่ออายุการเก็บรักษาของผลไม้
- 4) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องมีการเตรียมการจัดวางและจัดเก็บที่เหมาะสมกับชนิดของผลไม้ ตลอดจนตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอกที่อาจมีผลต่อสถานที่จัดเก็บและสถานที่ขายปลีก
- 5) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในกระบวนการ เพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูลและการติดตามสถานะของการจัดส่ง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
- 6) ภาครัฐจะต้องให้ความรู้ สร้างความตระหนัก รวมทั้งกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสูญเสียอาหารและส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการลดการสูญเสียอาหาร

ผู้วิจัยทำการสรุปผลวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพของอิทธิพลใช้ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพของอิทธิพล
โซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร

สมมติฐานการวิจัย	ผลการวิเคราะห์	
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
อิทธิพลโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การจัดการการสูญเสียอาหาร	สนับสนุนสมมติฐาน	สอดคล้องกับประเด็น

สรุปและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยโซ่ความเย็นและปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย พบว่า ปัจจัยโซ่ความเย็น ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยตัวแปร ระบบทำความเย็นมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ การติดตามและการตรวจสอบกลับ คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ และการแปรรูปและจัดจำหน่าย ตามลำดับ ขณะที่ปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหารผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยตัวแปรด้านการบริโภคมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการเก็บรักษา ด้านการกระจาย และด้านการบรรจุและการดำเนินการในห้องเย็น ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยโซ่ความเย็น 5 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทำนายทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับการจัดการการสูญเสียอาหาร โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดคือ การจัดการการสูญเสียอาหารกับการติดตามและการตรวจสอบกลับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าอัตราความแปรปรวนเพื่อ VIF ของตัวแปรทำนายทั้งหมดพบว่า ไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยพบว่า ขนาดอิทธิพลของการติดตามและการตรวจสอบกลับมีค่าสูงสุด และมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยโซ่ความเย็นสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในปัจจัยการจัดการการสูญเสียอาหาร ซึ่งมีอำนาจในการทำนายเท่ากับ ร้อยละ 82.40

การศึกษาการวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์อิทธิพลของโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย พบว่าสามารถวัดได้จากปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ระบบทำความเย็น คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ การแปรรูปและจัดจำหน่าย การติดตามและการตรวจสอบกลับมากไปกว่านั้นยังมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อการจัดการโซ่ความเย็นที่ดีจะช่วยเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญคุณิศร์ อินทรตระกูล และณัฐรา เพ็ญสุภา (2563) พบว่า การสูญเสียอาหารและการเกิดขยะอาหารมีสาเหตุจากลักษณะของวัตถุดิบ เทคโนโลยีที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว เทคโนโลยีที่ใช้ในการแปรรูปและขนส่งอาหาร หากมีการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานจะสามารถลดการสูญเสียอาหารที่เกิดขึ้นได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ndraha et al. (2020) พบว่า การสูญเสียอาหารเกิดจากหลายปัจจัย เช่น ประสิทธิภาพของอุปกรณ์ ระบบการจัดการความปลอดภัยในอาหาร การตรวจสอบอุณหภูมิ และการรายงานผล ซึ่งสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานได้โดยใช้การจัดการโซ่ความเย็น มากไปกว่านั้น Mustafa et al. (2024) ยังพบว่า การจัดการโซ่ความเย็นส่งผลต่อความมั่นคงด้านอาหาร และเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยโซ่ความเย็นแต่ละปัจจัยส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยการติดตามและการตรวจสอบกลับเป็นปัจจัยโซ่ความเย็นที่ส่งผลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารมากที่สุด ปัจจัยลำดับต่อมาได้แก่ การแปรรูปและจัดจำหน่าย คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ และระบบทำความเย็น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารอย่างมีนัยสำคัญ ตามลำดับ

การติดตามและการตรวจสอบกลับมีความสำคัญมากกับการจัดการการสูญเสียอาหาร เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการและลดการสูญเสียสินค้าเกษตรภายในโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบการบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าในทุกขั้นตอน กระบวนการเหล่านี้ช่วยให้สามารถติดตามเส้นทางของสินค้าได้ตั้งแต่แหล่งผลิต จนถึงมือผู้บริโภค รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในกรณีที่เกิดปัญหา เช่น การเกิดการปนเปื้อน การเสื่อมคุณภาพ หรือการผิดพลาดในการขนส่ง ในกระบวนการติดตามสินค้าใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศช่วยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งและสภาพของสินค้าในแต่ละช่วงของโซ่อุปทาน เช่น ตำแหน่งของสินค้าเวลาขนส่ง อุณหภูมิ ระยะเวลาการจับเก็บ และสถานะของสินค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการดำเนินงานและปรับปรุงกระบวนการให้เหมาะสม รวมทั้งสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น การหยุดชะงักของการขนส่ง หรืออุณหภูมิที่ผิดปกติ ในขณะที่กระบวนการตรวจสอบย้อนกลับนั้น ทำให้สามารถระบุแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบ กระบวนการแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ การจับเก็บ หรือการขนส่ง การสามารถย้อนรอยข้อมูลได้อย่างละเอียด เป็นเครื่องมือที่ช่วยรับประกันความเชื่อถือได้ของข้อมูล รวมทั้งช่วยในการจัดการความเสียหายหรือการสูญเสียอาหารในกรณีที่เกิดปัญหา เนื่องจากสามารถระบุจุดที่เกิดข้อผิดพลาดได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ จนถึงสามารถแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกิดขึ้นอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gallo et al. (2021) ทำการศึกษากระบวนการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อควบคุมความปลอดภัยและความยั่งยืนในการกระจายอาหาร พบว่า การตรวจสอบย้อนกลับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดระบบการตรวจสอบสถานะ จุดที่เกิดข้อบกพร่องในกระบวนการตลอดโซ่อุปทาน นับตั้งแต่การผลิตจนถึงผู้บริโภค และสามารถระบุจุดบกพร่องได้อย่างถูกต้อง นอกจากช่วยลดปัญหาระหว่างกระบวนการกระจายสินค้าแล้ว ยังส่งผลต่อผู้บริโภคได้ อาหารที่ปลอดภัย รวมทั้งการมีระบบตรวจสอบย้อนกลับช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สร้างหลักประกันว่าอาหารจะมีความปลอดภัยและมีคุณภาพตรงตามที่ต้องการ

การแปรรูปและจัดจำหน่ายมีความสำคัญกับการจัดการการสูญเสียอาหาร เนื่องจากเป็นกระบวนการสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการลดการสูญเสียสินค้าเกษตรในโซ่อุปทาน มีเป้าหมายหลักคือการรักษาคุณภาพของอาหารให้นานที่สุดและลดของเสียให้ต่ำที่สุด การแปรรูปอาหารเป็นกระบวนการเสริมสร้างมูลค่าและเพิ่มอายุการเก็บรักษาให้กับสินค้าเกษตร ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงของการเน่าเสีย ทั้งยังช่วยยืดอายุการใช้งานและทำให้สินค้าเกษตรสามารถเก็บไว้ได้นานขึ้นในระยะเวลาที่นานขึ้น ส่งผลให้ลดโอกาสที่อาหารจะต้องถูกทิ้ง ส่วนการจัดจำหน่ายมีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากเป็นกระบวนการสุดท้ายในการส่งมอบถึงผู้บริโภค กระบวนการนี้จะต้องมีการวางแผนและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม การวางแผนการส่งมอบสินค้าตามความต้องการและฤดูกาล ช่วยลดอัตราการเสียของสินค้าเกษตรในกระบวนการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lorenc (2023) ทำการศึกษาความผิดปกติในกระบวนการโลจิสติกส์ในโซ่ความเย็นและการป้องกันการสูญเสียอาหาร พบว่า บรรจุภัณฑ์ในกระบวนการโลจิสติกส์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับสินค้าที่เน่าเสียง่าย ซึ่งต้องการการเก็บรักษาด้วยอุณหภูมิที่แม่นยำ นอกจากนี้ยังมีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการโลจิสติกส์ ลดความสูญเสียและคุณภาพของสินค้า

คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิมีอิทธิพลต่อการจัดการการสูญเสียอาหาร การใช้คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเก็บรักษา เช่น การรักษาอุณหภูมิ การควบคุมความชื้น

และการป้องกันการเข้าออกของอากาศที่อาจมีเชื้อโรคหรือสิ่งสกปรก นอกจากนั้นยังสามารถช่วยลดความสูญเสียได้ โดยเฉพาะสินค้าเกษตร ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิอย่างมาก การรักษาอุณหภูมิที่เหมาะสมและความสมดุลในกระบวนการคลังสินค้า จะช่วยลดโอกาสที่สินค้าจะเน่าเสียก่อนถึงมือผู้บริโภค ทั้งยังช่วยให้สามารถวางแผนและจัดการลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ในกิจกรรมคลังสินค้าได้ รวมทั้งเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar et al. (2020) พบว่า คลังสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากอาหารส่วนใหญ่มาจากคลังสินค้าในรูปแบบนี้ ในทางปฏิบัติ การบริหารจัดการสินค้าที่ผิดพลาดส่งผลให้คลังสินค้าเป็นศูนย์กลางของปัญหาการสูญเสียอาหาร การจัดการอุณหภูมิที่เหมาะสมของอาหารเน่าเสียง่ายเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในโซ่เย็นในการเฝ้าระวังช่วงอุณหภูมิที่เหมาะสม นอกจากนี้อุณหภูมิในการจัดเก็บเป็นองค์ประกอบสำคัญของโซ่ความเย็น และสินค้าในแต่ละประเภทต้องการอุณหภูมิในการเก็บรักษาที่เหมาะสมและแตกต่างกัน ซึ่งหากไม่ได้รับการดูแลอย่างถูกต้อง อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและอาจนำไปสู่การเรียกคืนสินค้า ความเข้าใจในอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับสินค้าแต่ละประเภท เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ

การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการสูญเสียอาหาร เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรืออาหารแปรรูปต้องการการดูแลรักษาอุณหภูมิเพื่อคงคุณภาพและความสดใหม่ ช่วยลดความเสี่ยงของการเน่าเสียและการเสื่อมคุณภาพในระหว่างการขนส่ง โดยใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่สามารถรักษาอุณหภูมิให้อยู่ในช่วงที่เหมาะสมตลอดเส้นทางการขนส่ง ซึ่งการควบคุมอุณหภูมิเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศหรือปัญหาทางเทคนิคที่อาจทำให้เกิดความผิดพลาด นอกจากนี้ยังช่วยลดของเสียและการสูญเสียในระดับสูงสุด อีกทั้งยังสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการขนส่ง ในภาพรวมการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิเป็น กระบวนการในการรักษาคุณภาพของสินค้าเกษตรระหว่างการเคลื่อนย้ายจากแหล่งผลิตไปจนถึงผู้บริโภคให้ถึงผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fomakoye (2025) ศึกษาการใช้เทคโนโลยีเกิดใหม่เพื่อลดการสูญเสียอาหาร การร่วมมือในโซ่เย็นและประสิทธิภาพในการขนส่งในอุตสาหกรรมอาหาร ยืนยันถึงประสิทธิภาพของเทคโนโลยีในการลดของเสียในกระบวนการต่าง ๆ ของโซ่อุปทาน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าบทบาทของเทคโนโลยีในการลดของเสียและยกระดับประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การติดตามอุณหภูมิ, การวางแผนเส้นทางการขนส่ง, และการวิเคราะห์เส้นทางการขนส่ง ทำให้ประสิทธิภาพของการขนส่งดีขึ้น

ระบบทำความเย็นมีความสำคัญกับการจัดการการสูญเสียอาหาร เนื่องจากระบบทำความเย็นทำหน้าที่รักษาอุณหภูมิของสินค้าเกษตรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการชะลอการเสื่อมคุณภาพของสินค้า เช่น การเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ เอนไซม์ หรือปฏิกิริยาเคมีที่สามารถทำให้อาหารเน่าเสียได้เร็วขึ้น หากระบบทำความเย็นทำงานได้ดีจะช่วยรักษาสินค้าเกษตรไว้ได้นานขึ้น เพิ่มอายุการเก็บรักษา ลดความเสียหาย และป้องกันการสูญเสียอาหารในระหว่างการส่งมอบจากแหล่งเพาะปลูก คลังสินค้า การขนส่ง ถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ระบบทำความเย็นยังช่วยลดความเสี่ยงของการแพร่กระจายของเชื้อโรค และรักษาความปลอดภัยของสินค้าเกษตรในระดับสูงสุด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญทั้งด้านสุขอนามัยและสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Estevez-Sanchez et al. (2023) ศึกษาการทำความเย็นในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า กระบวนการทำความเย็นในอุตสาหกรรมอาหารจำเป็นต้องออกแบบโซ่เย็นให้มีประสิทธิภาพ เพื่อขจัดความสูญเสียอาหาร ซึ่งเป็นสาเหตุของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปัญหาสุขภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้ ความต้องการอาหารที่เพิ่มขึ้นทั่วโลกยังสร้างความท้าทายเพิ่มเติมในการพัฒนากระบวนการทำความเย็นที่ยั่งยืน เนื่องจากจำเป็นต้องใช้เครื่องทำความเย็นและสารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์เน่าเสียง่ายให้อยู่ในช่วงที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การจัดการโซ่ความเย็นที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยควรมีการกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

1) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องมีการจัดการการควบคุมอุณหภูมิเป็นการลดการสูญเสียอาหารตลอดโซ่อุปทาน ซึ่งจะส่งผลต่อการลดอาหารที่ถูกทิ้งหรือขยะอาหารที่ท้ายกระบวนการหรือปลายทาง โดยระบบโซ่ความเย็นและกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่ประกอบด้วย การเก็บเกี่ยว การขนส่ง การบรรจุ การเก็บรักษา การกระจายสินค้า รวมถึงการใช้อุปกรณ์ในการขนถ่ายวัสดุ ซึ่งการควบคุมความเย็นจะสามารถยืดอายุของผลผลิตให้สามารถคงสภาพได้ โดยอุณหภูมิที่เหมาะสมจะแตกต่างกันตามชนิดของผลไม้

2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในการบริหารจัดการโซ่ความเย็น จำเป็นต้องมีระบบติดตามและการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการสูญเสีย จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการควบคุมอุณหภูมิให้คงที่ตลอดทั้งโซ่อุปทาน ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลไม้

3) ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทยจะต้องวางแผนความต้องการ วิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของตลาดผลไม้ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสินค้าขาดตลาดหรือไม่มีตลาดรองรับ โดยใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูล เช่น การใช้ฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงความต้องการของตลาดสินค้าด้านผลไม้ ที่รวบรวมเกษตรกร ผู้ซื้อ รวมทั้งผู้ให้บริการการขนส่ง อยู่ในระบบเดียวกัน เพื่อให้เกษตรกรสามารถวางแผนการเพาะปลูกได้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งมีการบันทึกข้อมูล พร้อมสร้างความเชื่อมั่นด้วยการตรวจสอบย้อนกลับ

4) ภาครัฐจะต้องให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร รวมทั้งผลกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทาน ทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ

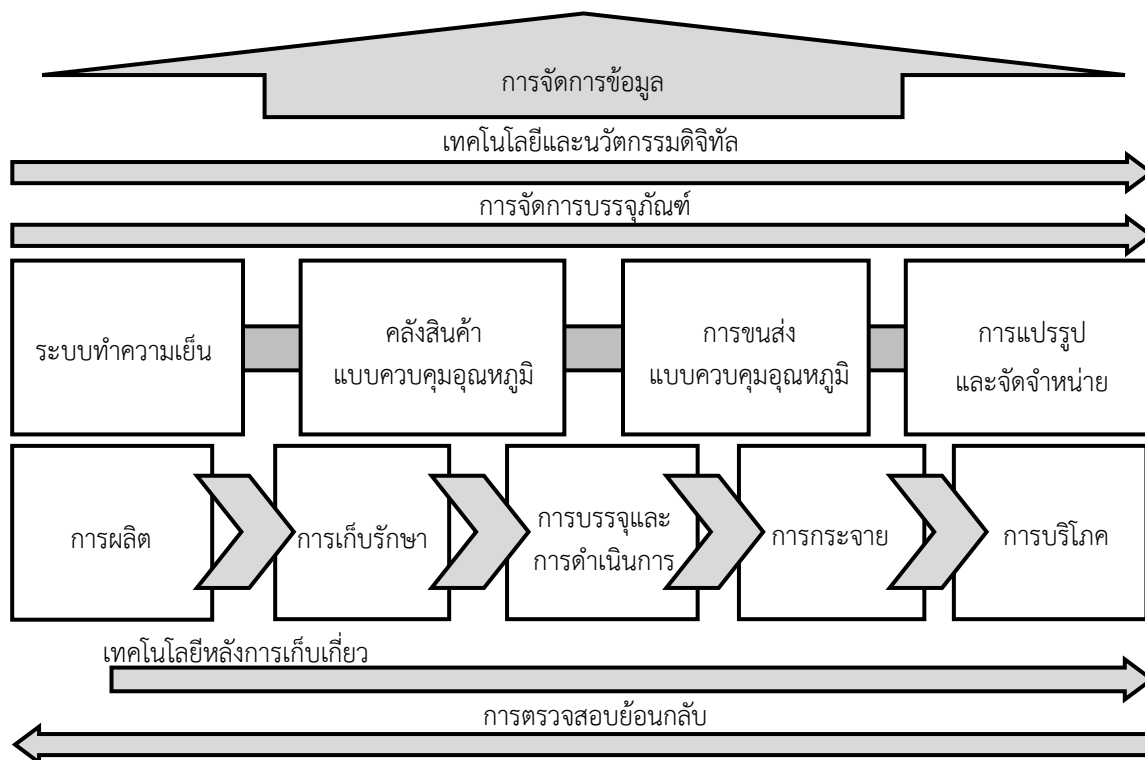
5) ภาครัฐจะต้องกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสูญเสียอาหารโดยเฉพาะ ให้ครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การขนถ่าย การจัดเก็บ และการกระจาย รวมทั้งใช้มาตรการทางภาษีอากร เพื่อจูงใจให้ภาคเอกชนและประชาชนมีส่วนร่วม อันเป็นการลดการสูญเสียอาหารทุกส่วนของโซ่อุปทาน เพื่อให้ปัญหาการสูญเสียอาหารได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและความมั่นคงทางอาหารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป สามารถนำตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อการจัดการการสูญเสียอาหาร อาทิ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล และด้านการวางแผนความต้องการ ที่สำคัญคือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการจัดการการสูญเสียอาหาร สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมดิจิทัล การวางแผนการผลิต การจัดการข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยโซ่ความเย็นทั้ง 5 ตัวแปรสามารถพยากรณ์การจัดการการสูญเสียอาหาร ได้ร้อยละ 82.40 แสดงว่ายังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการสูญเสียอาหาร ได้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาวิจัยทำให้ ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ในเรื่องการจัดการโซ่ความเย็นในธุรกิจส่งออกผลไม้ลดการสูญเสียอาหาร โดยเน้นที่ระบบการจัดการโซ่ความเย็น ผ่านกระบวนการโลจิสติกส์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล การจัดการบรรจุภัณฑ์ และการจัดการความต้องการ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหาร



รูปที่ 2 รูปแบบการจัดการโซ่ความเย็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการสูญเสียอาหารของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย (ผู้วิจัย, 2568)

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2565). รายงานประจำปี 2564 กองจัดการกากของเสียและสารอันตราย. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). ข้อมูลประเภทธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://bit.ly/3YbVwu6>.
- ขวัญคุณิศร์ อินทรตระกูล และณัฐฐา เพ็ญสุภา. (2563). การสูญเสียอาหารและขยะอาหารในประเทศไทยและแนวทางการแก้ปัญหา. วารสารเกษตรนเรศวร, 17(2), 1-15.
- ชลิตา ตระกูลสุนทร. (2558). สถิติเพื่อการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://bit.ly/4jqSACp>.
- ดารีกา แสนพวง และสุตาพรณ อากกล้า. (2565). ศึกษาปัญหาและการพัฒนาความเชื่อมโยงระบบการตลาดระบบโลจิสติกส์แบบเบ็ดเสร็จ 4.0 กลุ่มธุรกิจภาคอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 12(1), 45-60.

- วัลลภา พัฒนา และวีระศักดิ์ ตูลยาพร. (2562). ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ在必บาทคนกลางของประเทศจีน
ต่อระบบตลาดผักและผลไม้ของไทยในมาเลเซียและสิงคโปร์ ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.
วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 39(2), 79-97.
- วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2565). *การเขียนวิธีดำเนินการวิจัย*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2567. จาก <https://bit.ly/44JVQ7g>.
- ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2559). *Goal 12: Responsible Consumption and Production*. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568. จาก <https://www.sdgmove.com/2016/10/07/goal-12-responsible-consumption-and-production/>.
- (2564). *Food Waste Index Report 2021*. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568. จาก <https://bit.ly/4cOfjpJ>.
- สันตติ พรประเสริฐมานิต. (2558). *สถิติสำหรับจิตวิทยา 1*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568. จาก https://sunthud.com/media/Teaching/IntroStat/Fall15/Ch13_MoreRegression.pdf.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2568). *พาณิชย์เผยผลไม้ไทยขึ้นแท่นสินค้าเกษตรส่งออกสูงสุด*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2568. จาก <https://bit.ly/42XkErg>.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). *การศึกษายภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อทุเรียนไทย*. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สุภมาส อังคุโชติ. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน*. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- สุริยนต์ สูงคำ และลัดดา ปินตา. (2565). *การจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของบริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด*. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา*, 10(2), 1-18.
- หาญ เอ็นจิเนียริง โซลูชันส์. (2563). *การจัดการห่วงโซ่ความเย็น: กฎแห่งความสำเร็จในธุรกิจอาหาร เกษตรกรรม และขนส่ง*. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2568. จาก <https://www.harn.co.th/articles/cold-chain-management/>.
- หอการค้าและสภาหอการค้าไทย. (2568). *พาณิชย์ ประกาศมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี 2568*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2568. จาก <https://bit.ly/4iyRFyG>.
- ออปติไวส์. (2568). *SDGs 17 ข้อ มีอะไรบ้าง? เจาะลึกเป้าหมายเพื่อโลกที่ยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568. จาก <https://bit.ly/4jOXt8j>.
- AL-Dalaeen, Q. R., Sivarajah, U., & Irani, Z. (2021). Determining sustainability key performance indicators for food loss reduction. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(3), 733-745.
- Anderson, J. & Gerbing, D. (1988). *Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach*. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
- Bai, L., Liu, M., & Sun, Y. (2023). Overview of food preservation and traceability technology in the smart cold chain system. *Foods*, 12(15), 1-23.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Carlsen, L., & Bruggemann, R. (2022). The 17 United Nations' sustainable development goals: A status by 2020. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 29(3), 219-229.

- Estevez-Sanchez, K. H., Ochoa-Velasco, C. E., Ruiz-Espinosa, H., & Ruiz-Lopez, I. I. (2023). *Cooling*. In Smart Food Industry: The Blockchain for Sustainable Engineering (pp. 132-148). CRC Press.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2011). *Global food losses and food waste - extent, causes and prevention*. Rome: UN FAO.
- _____. (2013). *Food wastage footprint, impacts on natural resource*. Rome: UN FAO.
- _____. (2014). *SAVE FOOD: Global Initiative on Food Loss and Waste Reduction: Definitional framework of food loss*. Rome: UN FAO.
- Foumakoye, A. K. H. (2025). *Leveraging Emerging Technologies to Minimize Food Waste: A Study of Cold Chain Integrity and Transportation Efficiency in the Western Canadian Organic Food Sector* (Doctoral dissertation, Wilmington University (Delaware)).
- Gallo, A., Accorsi, R., Goh, A., Hsiao, H., & Manzini, R. (2021). A traceability-support system to control safety and sustainability indicators in food distribution. *Food Control*, 124, 107866.
- Global Hunger Index. (2024). *GLOBAL HUNGER INDEX 2024: THAILAND*. Retrieved 25 January 2025, from: <https://www.globalhungerindex.org/thailand.html>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Essex, England: Pearson Publishing.
- Jedermann, R., Nicometo, M., Uysal, I., & Lang, W. (2014). Reducing food losses by intelligent food logistics. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 372(2017), 1-20.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). The Guilford Press.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Kumar, N. S. V., Balasubramaniam, S., Tharagesh, S. T. R., Kumar, P., & Janavi, B. (2020). An autonomous food wastage control warehouse: distributed ledger and machine learning based approach. In *2020 11th International Conference on Computing, Communication and Networking Technologies (ICCCNT)* (pp. 1-6). IEEE.
- Lorenc, A. (2023). How to find disruptions in logistics processes in the cold chain and avoid waste of products? *Applied Sciences*, 14(1), 1-25.
- Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177-195.
- Ndraha, N., Vlajic, J., Chang, C. C., & Hsiao, H. I. (2020). Challenges with food waste management in the food cold chains. *Food industry wastes*, 2020(1), 467-483.

- Mustafa, M. F. M. S., Namasivayam, N., & Demirovic, A. (2024). Food Cold Chain Logistics and Management: A Review of Current Development and Emerging Trends. *Journal of Agriculture and Food Research*, 18(1), 1-14.
- Onwude, D. I., Chen, G., Eke-Emezie, N., Kabutey, A., Khaled, A. Y., & Sturm, B. (2020). Recent advances in reducing food losses in the supply chain of fresh agricultural produce. *Processes*, 8(11), 1-31.
- Parfitt, J., Barthel, M., & Macnaughton, S. (2010). Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050. *Philosophical transactions of the royal society B: biological sciences*, 365(1554), 3065-3081.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International journal of production economics*, 135(1), 514-522.
- Rodrigue, J. P., & Notteboom, T. (2015). Looking inside the box: evidence from the containerization of commodities and the cold chain. *Maritime Policy & Management*, 42(3), 207-227.
- Sahota, S., Kumar, S., & Lombardi, L. (2024). Biohythane, biogas, and biohydrogen production from food waste: recent advancements, technical bottlenecks, and prospects. *Energies*, 17(3), 1-28.
- The Courier & Logistics Management Institute. (2025). *The Importance of Cold Chain Logistics: Ensuring Safe Transport of Perishable Goods*. Retrieved 25 March 2025, from: <https://bit.ly/40aEYU9>.
- United Nations. (2015). *Do you know all 17 SDGs?* Retrieved 15 November 2024, from: <https://sdgs.un.org/goals>.
- United Nations Environment Programme. (2024). *Food Waste Index Report*. Retrieved 25 January 2025. from: <https://www.unep.org/resources/publication/food-waste-index-report-2024>.
- Wunderlich, S. M., & Martinez, N. M. (2018). Conserving natural resources through food loss reduction: Production and consumption stages of the food supply chain. *International Soil and Water Conservation Research*, 6(4), 331-339.

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนและความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

The Relationship between Service Quality of Fast-Food Restaurant
and Consumers' Satisfaction in North Eastern of Thailand

กัณฑ์ภณ หลอดโสภ¹ สุภาภรณ์ พลเที่ยง² สุภาพร ทองสร้อย³ และนุสรา บุญมาตุ่น⁴

Kantapon Lordsopa¹, Supaporn Ponthiang², Supaporn Thongsai³

And Nutsara Boonmatun⁴

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

¹Lecturer of the Business Administration, The Eastern University of Management and Technology

²Lecturer of the Business Administration, The Eastern University of Management and Technology

³Lecturer of the Business Administration, The Eastern University of Management and Technology

⁴Lecturer of the Business Administration, The Eastern University of Management and Technology

E-mail: Supapornth2366@gmail.com

Received: Feb. 23,2025; Revised: Jun. 14,2025; Accepted: Jun. 17,2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์วิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนและความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้วิจัยรวบรวมความเห็นจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน และนำกลับมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนกับความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่า $r = 0.60$ กับมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ค่า $r^2 = 0.36$ ส่งผลให้มีปัจจัยอื่นแทรกได้ร้อยละ 64 นอกจากนี้พบว่า องค์ประกอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่า $r = 0.53$ กับ 0.50 และด้วยเหตุนี้ ทำให้มีแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านอาหารจานด่วนจำนวน 3 แนวทาง ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คุณภาพอาหาร และคุณภาพบริการของพนักงาน

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ ร้านอาหารจานด่วน ความพึงพอใจของผู้บริโภค

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality of fast-food restaurant on consumers' satisfaction in North Eastern of Thailand. The researcher collected 323 respondents of the sample and analyzes the data by coefficient correlation analysis. The results of the study found that service quality of fast-food restaurant related significantly, positively and moderately to consumers' satisfaction, at $r = 0.60$, $R^2 = 0.36$ (Sig. .01). Moreover, the components of service quality of fast-food restaurant in terms of physical environment quality, food quality and service quality also related significantly and moderately consumers' satisfaction, at $r = 0.53$ and 0.50 (Sig. .01), respectively. These three components of service quality of fast-food restaurant could enhance the best service quality of

fast-food restaurant in terms of the development of physical environment quality, food quality and staffs service quality.

Keywords: Service quality, Fast food restaurant, Consumers' satisfaction

บทนำ

อาหารจานด่วน (Fast food) เป็นคำจำกัดความของอาหารที่สามารถเตรียมและปรุงได้อย่างรวดเร็วมาก เนื่องจากการอาหารที่ผ่านกระบวนการปรุงแปรรูปอาหารแล้วแช่แข็ง เพียงแค่ให้ความร้อนนำมา ทอด นึ่ง ในระยะเวลาที่สั้น ขณะที่อาหารมือโต ๆ ก็ตามที่ใช้เวลาในการเตรียมและปรุงสั้่นก็อาจจัดว่าเป็นอาหารจานด่วน มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากมากนัก โดยมีวัฒนธรรมจากอเมริกาที่มีผู้ประกอบการจากบริษัทต่าง ๆ เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี และเบอร์เกอร์คิงที่มีการขายอาหารจานด่วนมากที่สุด อาหารจานด่วนสามารถรับประทานได้ในร้านหรือทานเอง ที่ไหนก็ได้มีราคาต่ำ และมีความนิยมสูงเพราะสะดวกสบาย แต่ปริมาณสารอาหารที่ได้รับส่วนใหญ่เป็น คาร์โบไฮเดรต และไขมัน เนื่องจากอาหารที่ทำส่วนใหญ่ทำมาจากแป้งและเนื้อรวมไปถึงน้ำมันมีวิตามินแร่ธาตุที่สามารถนำไปใช้ ในชีวิตประจำวันได้ต่ำเพราะมีส่วนประกอบของพืชที่น้อยมีหลายสาขาและมีเกือบทั่วโลก (ศตวรรษ จำเพียร และณัฐพล อัสสะรัตน์, 2562)

ขณะที่ Liu & Tse (2018) ได้กล่าวว่า ลูกค้าในปัจจุบันมีความเห็นเกี่ยวกับทางเลือกภัตตาคารเชิงร้านอาหาร (Restaurant Choices) เนื่องจากรูปแบบของการบริการอาหาร (Cuisines) ที่หลากหลายที่นำไปสู่การแข่งขันที่สูงขึ้น เพราะหาแนวทางในการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้จัดการร้านอาหาร ถึงต้องเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพราะความพึงพอใจเป็นกุญแจสำคัญ อันดับแรกในความสำเร็จของตลาดการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพอาหาร เป็นหัวข้อในความสนใจของนักวิจัยในการศึกษาเพื่อทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ทั้งนี้ อาหารและคุณภาพอาหารเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ของร้านอาหารในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารในรูปแบบบุฟเฟต์ มีการขยายตัวมากขึ้นเนื่องจากผู้คนที่จำนวนไม่จำกัดในด้านอาหาร หรือเรียกร้านอาหารประเภทนี้ว่า คุณรับประทานได้ทุกอย่าง ซึ่งนักวิชาการหลายคนได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการ เพราะคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับผลกำไร (Profitability) การเจริญเติบโต และความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) (Singh & Prasher 2019)

จึงอาจสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่พึงพอใจจะยังคงใช้บริการของร้านอาหารต่อไป และร้านอาหารสามารถรักษาสวนแบ่งการตลาดและผลกำไรที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการเดิมที่พึงพอใจจะนำชื่อเสียงที่ดีมาสู่ร้านอาหาร การประชาสัมพันธ์และคำแนะนำ ดึงดูดลูกค้าใหม่จากคู่แข่ง และสร้างส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไรที่สูงขึ้น ทำให้การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจาก ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของคุณภาพการบริการอาหาร และทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมกลับมาใช้บริการอีก ทั้งนี้ ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าสำคัญต่อการกลับมาซื้ออีกครั้ง และสร้างการประชาสัมพันธ์โดยการพูดปากต่อปาก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนและความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

วัตถุประสงค์วิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนและความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดคุณภาพบริการ

แนวคิดคุณภาพบริการเกิดขึ้นโดย Parasuraman et al (1988) ได้สรุปความหมายของคุณภาพบริการ (Service Quality) ว่าเป็นความแตกต่างของความคาดหวังของลูกค้า (Customer's Expectation) และการได้รับสินค้าหรือบริการ และ Zeithaml & Bitner (2003) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ความคาดหวังเป็นความเชื่อที่มีต่อกระบวนการบริการที่ก่อตัวเป็นมาตรฐานของการบริการนั้น ซึ่งลูกค้าจะประเมินการบริการที่ได้รับจริง

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการหลายคนได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการ เพราะคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับผลกำไร (Profitability) การเจริญเติบโต และความได้เปรียบในการแข่งขัน (Singh & Prasher 2019) ทั้งนี้ Liu & Tse, (2018) ได้กล่าวว่า ลูกค้าในปัจจุบันมีความเห็นเกี่ยวกับทางเลือกภัตตาคาร ร้านอาหาร เนื่องจากมีรูปแบบของการบริการอาหารที่หลากหลายที่นำไปสู่การแข่งขันที่สูงขึ้นเพราะหาแนวทางในการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น ผู้จัดการร้านอาหารจึงต้องเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพราะความพึงพอใจเป็นกุญแจสำคัญอันดับแรกในความสำเร็จของตลาดการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพอาหาร (Food Quality) เป็นหัวข้อในความสนใจของนักวิจัยในการศึกษาเพื่อทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Luong & Hussey, 2022) ทั้งนี้ อาหารและคุณภาพอาหารเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารในรูปแบบบุฟเฟต์ มีการขยายตัวมากขึ้นเนื่องจากผู้คนจำนวนมากไม่จำกัดในด้านอาหาร

แนวคิดคุณภาพบริการร้านอาหาร

ในการศึกษาวิจัยนี้ ได้ลำดับตัวชี้วัดคุณภาพบริการร้านอาหารหรือภัตตาคาร ดังนี้

1) Stevens et al (1995) ได้พัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพบริการในธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร จาก “SERVQUAL” (Parasuraman et al 1985) มาเป็น “DINESERV” เพื่อประเมินความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ได้แก่ การจับต้องได้ (Tangible) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความรับผิดชอบ (Responsiveness) การรับรอง (Assurance) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

2) Dulen (1999) และ Susskind & Chan (2000) ได้แสดงองค์ประกอบที่เป็นตัวชี้วัดร้านอาหารหรือภัตตาคาร ประกอบด้วย 1) คุณภาพอาหาร (Food Quality) ได้แก่ การนำเสนอ (Presentation) ความเห็นเกี่ยวกับสุขภาพ (Healthy Opinion) รสชาติ (Taste) ความสดใหม่และอุณหภูมิ (Freshness and Temperature) 2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) 3) การบริการ (Service)

3) Chow et al (2007) ได้ใช้ตัวชี้วัดคุณภาพบริการของภัตตาคาร (Restaurant Service Quality) ประกอบด้วย คุณภาพอาหาร (Food Quality) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) การบริการของพนักงาน (Employee Service)

4) Wu & Liang (2009) ได้แสดงองค์ประกอบของการบริการเฉพาะหน้า (Service Encounter) ของภัตตาคารว่าประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อม (Environment) ได้แก่ การออกแบบร้าน, เครื่องเสียง และแสงสว่าง 2) พนักงาน (Staff) เช่น ทักษะความเป็นมืออาชีพ, ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) ลูกค้า (Customer) เช่น การปฏิสัมพันธ์ของลูกค้า (Interactive)

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ Chow et al (2007) ที่ใช้ตัวชี้วัดคุณภาพบริการของภัตตาคาร (Restaurant Service Quality) ประกอบด้วย

- 1) คุณภาพอาหาร (Food Quality)
- 2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)
- 3) การบริการของพนักงาน (Employee Service)

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นจากผลงานของ Cardozo (1965) ที่ได้เสนอแนะว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า และเป็นเหตุให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีกผ่านกระบวนการพูดปากต่อปากในที่สาธารณะ การที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเป็นเพราะได้รับอรรถิพลจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับสินค้าตามความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งใจไว้ และลูกค้าจะพึงพอใจทั้งหมดจะต้องประกอบด้วย การได้รับบริการตามเวลา (Timely Service) ได้รับตราผลิตภัณฑ์หนึ่งเดียว (Brand Unique) ได้รับราคาพิเศษ (Price Immunity) และได้รับการช่วยเหลือจากพนักงาน Cardozo (1965) จึงได้สรุปไว้ว่า เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการตามที่คาดหวัง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความพึงพอใจทั้งหมด และแสดงให้เห็นความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และการได้รับคุณภาพของบริการ

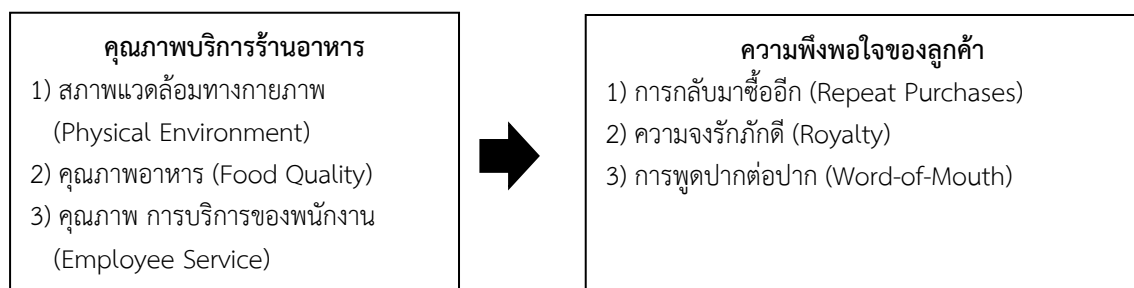
ทั้งนี้ Usas et al (2024) ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึงระดับของความคาดหวังของผู้บริโภค ตามที่ได้รับจากสินค้าและบริการที่นำเสนอโดยผู้ให้บริการ

อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 พฤติกรรมของผู้บริหารโรคได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากความกังวลและต้องการอยู่ที่บ้าน การบริการอาหารเร่งด่วน (Fast-Food) และแบบบุฟเฟต์ (Buffet) จึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการให้บริการ (Prasetyo et al., 2021) การวิเคราะห์คุณภาพการบริการโดยใช้รูปแบบของ SERVQUAL ราคาและคุณภาพอาหารที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งปัจจัยด้านสถานภาพ สถานที่ และบริบททางวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องที่ต้องศึกษา

งานวิจัยนี้จึงได้ใช้ตัวชี้วัดของ Cardozo (1965) ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย

- 1) การกลับมาซื้ออีก (Repeat Purchases) หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า และเป็นเหตุให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก
- 2) ความจงรักภักดี (Royalty) เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจเป็นเพราะได้รับอรรถิพลจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับสินค้าตามความคาดหวัง ที่ลูกค้าตั้งใจไว้ และลูกค้าจะพึงพอใจทั้งหมด และเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าหรือบริการ (Cardozo, R.N. 1965)
- 3) การพูดปากต่อปาก (Word-of-Mouth) เป็นการผ่านกระบวนการพูดปากต่อปากในที่สาธารณะ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร (Population) หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจากร้านอาหารจานด่วนประเภทร้านอาหารตามสั่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงระยะ 6 เดือนที่ผ่านมาคือ ระหว่างเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2567 และสมัครในการให้ข้อมูลแก่งานวิจัยนี้ แต่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างสัดส่วน 0.30 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 323 คน

วิธีสุ่มตัวอย่าง (Random sampling) ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบวิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Selection) โดยจับสลากรายชื่อจากผู้สมัครใจในการให้ข้อมูลจากผู้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารจานด่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลต่อจากนั้นได้ขอความร่วมมือจากผู้ที่ยังสละได้ ให้แนะนำหรือบอกต่อเพื่อนสนิท หรือญาติสนิทที่เคยใช้บริการร้านอาหารจานด่วนที่สมัครใจในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยจนกว่าได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

วิธีการคัดเลือกเข้าเป็นกลุ่มตัวอย่าง

- 1) กลุ่มตัวอย่างรวมถึงผู้ที่ถูกบอกต่อ แสดงความประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษรในการสมัครใจให้ข้อมูล
- 2) มีคุณสมบัติเคยใช้บริการของร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหารตามสั่ง หรือร้านอาหารที่มีสภาพคล้ายกับร้านอาหารจานด่วนโดยทั่วไปในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา และยังมีแนวโน้มใช้บริการของร้านอาหารจานด่วนต่อไป
- 3) สามารถรับฟังชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์วิจัยและไม่สงสัยหรือติดใจใดใดกับงานวิจัยนี้

วิธีการคัดออก

วิธีการคัดกลุ่มตัวอย่างออก คือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถเข้าร่วมรับฟังการชี้แจงวัตถุประสงค์วิจัย หรือไม่ส่งแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัยตามที่ได้ตกลงกันไว้ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สมัครใจในการให้ข้อมูลงานวิจัยนี้

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราวัดหลายระดับกับแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลจำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการร้านอาหาร (Food Restaurant Service Quality) จำนวน 19 ข้อ โดยแบ่งเป็น

- ก) คุณภาพสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ (Quality of Physical Environment)
- ข) คุณภาพอาหาร (Food Quality)
- ค) คุณภาพบริการ (Service Quality)

เป็นแบบมาตราวัด 5 ระดับตามตัวเลข 1 ถึง 5 ที่มีความหมายกำกับตัวเลขแต่ละตัวว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยมาก และเห็นด้วยมากที่สุด

ตอนที่ 3 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และเป็นแบบมาตราวัด 7 ระดับตามตัวเลข 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 ซึ่งมีความหมายกำกับว่า 1 หมายถึง ไม่พึงพอใจมากที่สุด, 2 หมายถึง ไม่พึงพอใจ, 3 หมายถึง ไม่พึงพอใจเล็กน้อย, 4 หมายถึง พึงพอใจเล็กน้อย, 5 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง, 6 หมายถึง พึงพอใจมาก, 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

2) ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนนี้ออกเป็น 2 ขั้นตอนย่อยประกอบด้วย

2.1) ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษา โดยผู้วิจัยนำเอาร่างแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมาได้จากขั้นตอนที่ 1.2 ไปขอให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาได้ตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2.2) ขั้นตอนการนำไปทดลองใช้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำไปทดสอบความตรงและความเชื่อมั่น ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์สำหรับการทดสอบต่อไปนี้

เกณฑ์ทดสอบความตรง โดยผู้วิจัยวัดค่าความตรงตามค่า KMO ตั้งแต่ 0.80 ค่า Extraction ตั้งแต่ 0.50 กับค่า Variance มากกว่าร้อยละ 0.50 ขึ้นไปเป็นเกณฑ์ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

เกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยกำหนดค่าทดสอบตามค่า Alpha มากกว่า 0.80 กับทดสอบความเที่ยงตรงรายข้อตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไปเป็นทดสอบความเชื่อมั่น (ประสพชัย พสุนนท์, 2557) และมีผลทดสอบคุณภาพแบบสอบถามต่อไปนี้

แบบสอบถามนี้มีความตรงตามค่า KMO ที่ 0.90 และค่า Extraction แสดงน้ำหนักตัววัดระหว่าง 0.60-0.92 กับมีค่าแปรปรวนสะสมของทุกองค์ประกอบที่ร้อยละ 85.17 รวมถึงมีความเชื่อมั่นตามค่า Alpha ที่ 0.96 กับความเที่ยงตรงรายข้อระหว่าง 0.53-0.81 แปลผลได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความตรงและความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ที่ได้กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และกำหนดเกณฑ์การแปลขนาดกับความสัมพันธ์ต่อไปนี้

ค่า r มีค่า ± 0.00 ถึง ± 0.29 หมายถึงมีความสัมพันธ์น้อยมาก หรือไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ค่า r มีค่า ± 0.30 ถึง ± 0.49 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันน้อย

ค่า r มีค่า ± 0.50 ถึง ± 0.69 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ค่า r มีค่า ± 0.70 ถึง ± 0.89 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันมาก

ค่า r ตั้งแต่ ± 0.90 ขึ้นไป หมายถึง มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด

2) การศึกษาอิทธิพลพยากรณ์ ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise วิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบที่สำคัญและจำเป็นของคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค แล้วนำเอาค่า r^2 แสดงอำนาจการทำนายผลต่อตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

1) จากผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson ผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนกับความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่า $r = 0.60$ กับมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ค่า $r^2 = 0.36$ ส่งผลให้มีปัจจัยอื่นแทรกได้ร้อยละ 64 และด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยอื่นที่ซ่อนเร้นให้ชัดเจนสำหรับนำไปบริหารจัดการร้านตนเองได้อย่างมีคุณภาพตามตารางแสดงประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์และผลกระทบของตัวแปรหลัก

ตัวแปร	ความพึงพอใจของผู้บริโภค	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ r^2	ผลกระทบของปัจจัยอื่น
คุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วน	0.60**	0.36	64%
คุณภาพสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ	0.53**	0.28	72%
คุณภาพอาหาร	0.50**	0.25	75%
คุณภาพบริการ	0.49**	0.24	76%

**P value .01 Linearity Sig. 000, Deviation from linear Sig. 001

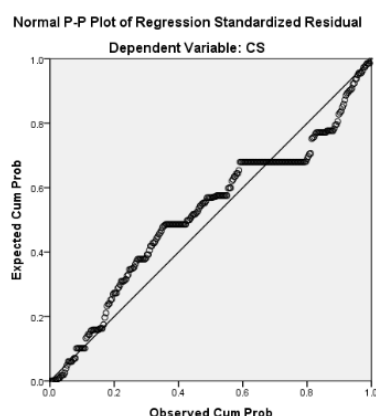
จากตารางผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่า $r = 0.53$ กับ 0.50 รวมถึงมีผลกระทบจากปัจจัยอื่นน้อยกว่าองค์ประกอบคุณภาพบริการซึ่งมีผลกระทบถึงร้อยละ 76 และหมายถึงอาหารมีกลิ่นหอมน่ารับประทาน $r = 0.50$ ร้านอาหารมีการตกแต่งภายในที่น่าสนใจ 0.52 กับบริเวณทั้งหมดภายในร้านอาหารมีความสะอาด $r = 0.50$

2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 มีผลทดสอบ $t = 5.00$ (Sig. .000)

กับมีคะแนนมาตรฐานที่ 0.31 รวมถึงองค์ประกอบคุณภาพอาหารมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 มีผลทดสอบ $t = 4.04$ (Sig .000) กับมีคะแนนมาตรฐานที่ 0.25 และองค์ประกอบคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีผลทดสอบ $t = 2.25$ (Sig .025) กับมีคะแนนมาตรฐานที่ 0.15 ตามตารางแสดงประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 2 อิทธิพลการทำนายขององค์ประกอบคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วน

Independent	Beta	t-test	Sig.	Collinearity statistics
ค่าคงที่	-	8.52	0.000	Tolerance 0.52-0.60
คุณภาพสิ่งแวดล้อมกายภาพ EN	0.31	5.00***	0.000	VIF 1.064-1.92
คุณภาพอาหาร FO	0.025	4.04***	0.000	Collinearity 0.00-0.67
คุณภาพบริการ SE	0.15	2.25*	0.025	Durbin-Watson 1.68



$R^2 = 0.36$ Std error = 0.57 $F = 5.07$ Sig .025

รูปที่ 1 อิทธิพลการทำนายขององค์ประกอบคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วน

จากตารางผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบทั้งสามด้านของคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนมีผลกระทบต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีผลทดสอบ $F = 5.07$ (Sig. 025) กับมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในการอธิบายตัวแปรผลที่ค่า $r^2 = 0.36$ มีความคลาดเคลื่อนสะสมที่ 0.57 กับมีความเป็นอิสระของตัวแปรเหตุตามค่า Durbin-Watson ที่ 1.68 และเมื่อนำเอาคะแนนมาตรฐานมาพัฒนาเป็นแบบจำลองแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการให้ส่งผลต่อการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะได้สมการดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจของผู้บริโภค เท่ากับ $0.31EN + 0.25FO + 0.15SE$

สรุปและอภิปรายผล

1) คุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนกับความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากร้านอาหารมีการตกแต่งภายในที่น่าสนใจ พนักงานในร้านแต่งตัวสะอาด สุภาพเรียบร้อย และมีการจัดวางโต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอและมีแสงสว่าง ซึ่งยืนยันโดยผลวิจัยของ Almohaimmed, (2017) ว่า คุณภาพอาหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้งก็ตาม การให้บริการ (Service Performance) ต้องเป็นไปตามลูกค้าคาดหวัง (Customer Expectations) อาหารมีความเหนียวนุ่ม (Crispness) ชุ่มฉ่ำ (Juiciness) และมีกลิ่นหอม (Aroma) และการศึกษาวิจัยของ (Luong & Hussey 2022) เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพอาหารของร้านอาหารแบบบุฟเฟต์

ในประเทศเวียดนามพบว่า องค์ประกอบอาหารในด้านรสชาติ การนำเสนออาหาร เมนูที่หลากหลาย อุณหภูมิอาหาร และการเสิร์ฟอาหารสุขภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจลูกค้า โดยเฉพาะอุณหภูมิอาหาร มีความสัมพันธ์ถึงความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด นอกจากนี้อุณหภูมิอาหารสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจ

2) องค์ประกอบทั้งสามด้านของคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วน ได้แก่ คุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คุณภาพอาหาร และคุณภาพบริการ มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Ong et al (2022) เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer) ในรายการอาหารแบบเร่งด่วน (Fast-Food Restaurants) ระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 พบว่าคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า ตัวอย่างเช่น การปรากฏกายภาพ (Physical Appearance) การเอาใจใส่ของพนักงาน (Staff's Courteousness) การตั้งใจช่วยเหลือของพนักงาน

ดังนั้น คุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีปัจจัยมากมาย เช่น อาหาร (Food) ราคา (Price) และบรรยากาศ (Atmosphere) ที่อยู่ในใจของผู้บริโภค (Consumers Mind) การได้รับคุณภาพอาหาร (Perceived Food Quality) จึงมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

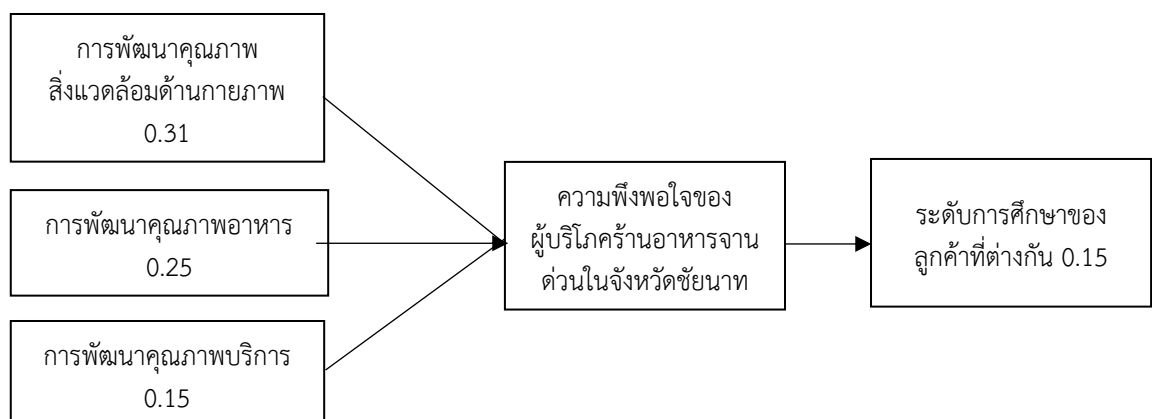
1.1) องค์ประกอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับความพึงพอใจของผู้บริโภค เจ้าของร้านอาหารจานด่วนต้องปรับปรุงเพิ่มเติมเรื่องของความสะดวกภายในร้านหรือเวลาในการเปิดให้บริการให้อยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม

1.2) คุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับความพึงพอใจของผู้บริโภคเจ้าของร้านอาหารจานด่วนต้องปรับปรุงเพิ่มเติมเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร การนำเสนอเมนูอาหารที่หลากหลายและความสดใหม่ของอาหาร

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

แนะนำให้ทำวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความอร่อยของอาหาร ราคาและความต้องการของผู้บริโภค หรือความสัมพันธ์ระหว่างการเจริญเติบโต ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไรของร้านอาหารจานด่วน

องค์ความรู้ที่พัฒนาได้



รูปที่ 2 การพัฒนาคุณภาพบริการร้านอาหารจานด่วนในจังหวัดเชียงใหม่

จากภาพประกอบผลวิจัยพบว่า การพัฒนาคุณภาพบริการของร้านอาหารจานด่วนจำเป็นต้องพัฒนาผ่านคุณภาพสิ่งแวดล้อมกายภาพเป็นลำดับแรก ถัดมาเป็นการพัฒนาคุณภาพอาหารและคุณภาพบริการ โดยที่ทั้งสามแนวทางมีข้อพ้องนำไปปฏิบัติที่ต่างกันหากแต่จำเป็นต้องนำไปทดลองใช้ ศึกษารายละเอียด และคัดเอาแต่เฉพาะที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่นอกจากมีการศึกษาที่ต่างกันแล้ว ผู้ประกอบควรให้ความสนใจเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบร่วมกับคุณภาพบริการจากร้าน

เอกสารอ้างอิง

- ประสพชัย พสุนนท์. (2557). ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ, *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 27(1), 144-163.
- วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยสมัยใหม่*, พิมพ์ครั้งที่ 1; อุบลราชธานี, ยงสวัสดิ์ อินเตอร์กรุ๊ปจำกัด.
- ศตวรรษ จำเพียร และณัฐพล อัสสะรัตน์. (2562). อิทธิพลของคุณประโยชน์ของ Facebook แฟนเพจต่อความเชื่อมั่นและความยึดมั่นในแบรนด์; กรณีศึกษา Facebook เพจร้านอาหาร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 41(161), 133-164.
- Cardozo, R.N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 3, 244-249. <http://dx.doi.org/10.2307/3150182>
- Chow, L.H., Lau, V.P., Lo, T.Y., Sha, Z. & Yun, H. (2007). Service quality in restaurant operations in China: decision and experiential-oriented perspectives. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 698-710.
- Dulen, J. (1999). *Quality*. Restaurants and Institutions, 109(3), 38-52.
- Liu, P. & Tse, E.C.Y. (2018). Exploring factors on customers' restaurant choice: an restaurant Attributes. *British Food Journal*, 120(10), 2289-2303. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2017-0561>
- Luong, T.K.A. & Hussey, J. (2022). Customer Satisfaction with Food Quality in Buffet Restaurants in Vietnam. *Events and Tourism Review*, 5(1), 1-15.
- Ong, A.K.S., Prasetyo, Y.T., Marinas, K.A., Perez, J.P. A., Persada, S.F., Nadlifatin, R., Chuenyindee, T., & Buaphiban, T. (2022). Factors affecting customer satisfaction in fast food restaurant “Jollibee” during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(22), 15477. <https://doi.org/10.3390/su142215477>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring. pp. 12-40.
- Prasetyo, Y.T. Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M.N., Persada, S.F., Miraja, B.A.A., & Redi, A.A.N.P. (2021). Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Online Food Delivery Service during COVID-19 Pandemic in A Developing Country: An Extended Theory of Planned Behavior. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*. 2021, 7,76. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010076>
- Singh, A., & Prasher, A. (2019). *Measuring healthcare service quality from patients' perspective: using Fuzzy AHP application*. Total Quality Management and Business Excellence. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1302794>
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). DINESERV: Measuring Service Quality in Quick Service, Casual/Theme, and Fine Dining Restaurants. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3, 34-44. https://doi.org/10.1300/J150v03n02_04

- Susskind, A.M. & Chan, E.K. (2000). How restaurant features affect check averages: a study of the Toronto restaurant market. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(6), 56-63.
- Usas, A., Jasinskas, E., Štreimikiene, D. (2024). Impact of Website Quality and User Satisfaction on Consumer Loyalty in Lithuanian C2C E-Commerce Platforms. *Management & Marketing*. Vol. 19, No. 4, pp. 710-724. DOI: 10.2478/mmcks-2024-0032.
- Wu, C.H.J., & Liang, R.D. (2009). Effect of Experiential Value on Customer Satisfaction with Service Encounters in Luxury-Hotel Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 586-593. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.03.008>
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Service Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. McGraw-Hill.

อิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการชำระภาษี
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดอุบลราชธานี

The Influence of Service Quality on Customers' Satisfaction in Tax
Payment of Local Government, Ubon Ratchathani Province

วาสนา ศรีมะเรือง¹ จุไรวรรณ ปัตถาภูมิพัชร² อภิชาติ เนียงภา³ และจิราพร บุญธรรมมา⁴

Wassana Srimarueang¹, Juraiwan Pattapumipat², Apichat Neangpa³
and Jirapoern Boonthamma⁴

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

¹Lecturer of the Bachelor of Accountancy, Faculty of Accountancy, The Eastern University of Management and Technology

²Lecturer of the Bachelor of Accountancy, Faculty of Accountancy, The Eastern University of Management and Technology

³Lecturer of the Bachelor of Accountancy, Faculty of Accountancy, The Eastern University of Management and Technology

⁴Lecturer of the Bachelor of Accountancy, Faculty of Accountancy, The Eastern University of Management and Technology

E-mail: Musthana2018@gmail.com

Received: Feb. 23,2025; Revised: Jun. 14,2025; Accepted: Jun. 17,2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์วิจัยเพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการชำระภาษี โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาชำระภาษีกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดอุบลราชธานี เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 394 คน วิเคราะห์สถิติประกอบด้วย สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการมีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 4.34$ และ SD 0.39 และความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากทั้งในภาพรวมและค่าเฉลี่ย โดย $\bar{X} = 4.39$ และ SD 0.64 นอกจากนี้ผลวิจัยยังพบว่า คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขนาดมากที่ค่า $R = 0.70$ และมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $R^2 .49$ ส่งผลให้มีปัจจัยอื่นกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ร้อยละ 51 และอาจหมายถึงความต่างกันด้านอายุ การศึกษา และรายได้ของผู้มาติดต่อชำระภาษีขององค์กร อันเป็นเหตุให้มีอย่างน้อย 3 แนวทางสำหรับนำไปพัฒนาคุณภาพบริการจัดเก็บภาษีให้ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการจากองค์กรแห่งนี้

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การชำระภาษี

Abstract

The purpose of this study is to investigate the level of customers' perception on service quality influencing to customers' satisfaction in tax payment. The researcher collected 394 respondents of the people who have experienced on tax payment of local government, Ubon Ratchathani province. The instrument used was a sample questionnaire. The data was analyzed by mean, standard deviation and coefficient correlation analysis. The results of the study revealed that the mean of service quality are high level for all components at 4.34 (SD. 39) the mean of customers' satisfaction also are high level for all components at 4.39 (SD 0.64). In addition, the research results

also found that service quality related significantly and highly to customers' satisfaction at $R = 0.70$, coefficient correlation $R^2 = 0.49$, external factor 51%. Moreover, the results concluded that the mean difference of personal factors such as age and education effected significantly on service quality and customers' satisfaction.

Keywords: Service quality, Customers' satisfaction

บทนำ

คุณภาพบริการ (Service Quality) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นหัวข้อสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ของการบริการสาธารณะ และมีการใช้ SERVQUAL ของ Parasuraman et al (1995) มาใช้เป็นตัวชี้วัดคุณภาพบริการสาธารณะ และแหล่งที่มาของคุณภาพในการให้บริการสาธารณะจะแตกต่างจากการบริการของภาคเอกชนเนื่องจากการบริการสาธารณะประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสีย หลายฝ่าย เช่น ลูกจ้าง ชุมชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร ทั้งนี้กระบวนการนโยบาย และการออกแบบบริการ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียและความสามารถในการบริการเพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ ซึ่ง Parasuraman et al., (1988) ได้แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าจะใช้บริการเปรียบเทียบรอบความคาดหวังกับการได้รับบริการ ว่าทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่ ถ้าเป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ ถ้าไม่เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจและหากเขาได้อธิบายเกี่ยวกับช่องว่างระหว่างคุณภาพบริการ ในด้านของผู้ให้บริการ ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพบริการในด้านการรับรู้ของลูกค้า ขณะที่คุณภาพบริการ เป็นแนวคิดที่ยังเป็นนามธรรมและยากที่จะเข้าใจของผู้จัดการในธุรกิจบริการ เหตุเป็นเพราะการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการและการรับรู้ของลูกค้าไม่เหมือนกัน (Parasuraman et al, 1988) นักวิชาการหลายคนจึงได้ศึกษาและแสดงรูปแบบ (Model) ของคุณภาพบริการไว้ในหลายรูปแบบ เช่น SERVQUAL Model, Nor Model, Multiple Model และ Module ที่มีลักษณะตัวชี้วัดการบริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ A'aqoulah et al., (2022) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า คุณภาพบริการเป็นกุญแจสำคัญของผลงานที่เป็นจุดสำคัญของการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ รวมถึงการประเมินคุณภาพเพื่อการปรับปรุงข้ออุปสรรคในการบริการ

วิฑูรย์ ขาวดี และคณะ (2563) ได้อธิบายเกี่ยวกับความสำเร็จของการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกประเภท อยู่ที่ยังการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งนอกจากจะมีความต้องการที่แตกต่างกันไปแล้ว ยังมีบริบทของแต่ละพื้นที่ไม่เท่ากัน นับตั้งแต่บริบทเชิงวัฒนธรรม การดำรงชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพไปจนถึงโครงสร้างและค่านิยมหลักของชุมชนที่ต่างกันแล้วส่งผลให้เกิดความต่างกันของการบริหารจัดการในแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่มักตอบสนองไม่ตรงกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละชุมชนและด้วยเหตุของการปรับตัวไม่ทันของการบริหารจัดการองค์กรท้องถิ่น ได้ส่งผลต่อเนื่องไปยังคุณภาพการให้บริการสาธารณะทุกประเภท ตั้งแต่การให้บริการสาธารณะสุข การดูแลสุขภาพอนามัยของประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนจนถึงการจัดสรรการศึกษาที่ดีให้กับเด็กและเยาวชน ซึ่งยังคงเป็นปัญหาที่ยังไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ได้ดีเท่าที่ควร และด้วยเหตุนี้ ประเด็นที่ได้อธิบายมานี้เป็นปัญหาที่แท้จริงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือการเข้าไปไม่ถึง ซึ่งความต้องการของประชาชนหากแต่เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ของนายทุน นักการเมือง และผู้มีอำนาจประจำท้องถิ่น

ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการจัดเก็บภาษีขององค์กรควรมีทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาขอใช้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม

วัตถุประสงค์วิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการในการชำระภาษี
ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้นของคุณภาพบริการ

Parasuraman et al (1988) ได้บรรยายเกี่ยวกับคุณภาพบริการว่าเป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวัง
ของลูกค้าและการรับรู้ของลูกค้า การรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้า หมายถึง ทศนคติโดยทั่วไปของลูกค้าที่มีต่อสินค้า
หรือบริการ แต่ความพึงพอใจของลูกค้ามีพื้นฐานอยู่กับการปฏิสัมพันธ์ หรือขณะเปลี่ยนผ่านระหว่างลูกค้ากับสินค้า
หรือบริการ ฉะนั้น ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจทั้งหมดที่มีต่อคุณภาพบริการจึงขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ของลูกค้า
กับการให้บริการขององค์กร

Alves et al (2019) ได้กำหนดแนวคิดของคุณภาพบริการ หมายถึง ความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง
ของลูกค้าที่เกี่ยวกับการได้รับบริการและการรับรู้การบริการ คุณภาพบริการจึงเป็นความประทับใจทั้งหมดที่มี
ต่อการบริการ

นอกจากนี้ Sumada & Shuarsini (2023) ได้อธิบายคุณภาพบริการสาธารณะหมายถึงลักษณะงาน
ของการบริหารของรัฐบาล ที่ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่รัฐในการบริการสาธารณะตามความต้องการสาธารณะ
และของประชาชน จึงได้แบ่งคุณภาพบริการสาธารณะออกดังนี้

1. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หรือการจับต้องได้ (Tangible) หมายถึงเครื่องมืออุปกรณ์
ในการจำหน่ายความสะดวกสบายเพื่อการสนับสนุนบริการ เช่น ความหลากหลายของเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงาน
ความสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกต่อชุมชน
2. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ได้แก่ ความสามารถในการบริการตามสั่งอย่างรวดเร็ว กฎระเบียบต้องเป็น
ที่พึงพอใจเช่น การบริการตามเวลา ความเร็ว ในการนำส่งบริการสาธารณะ
3. ความรับผิดชอบ (Responsibility) เป็นความเต็มใจ และปรารถนา ของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่
ในการช่วยเหลือชุมชน
4. การประกัน (Guarantee) หรือรับรอง (Assurance) หมายถึงทัศนคติของเจ้าหน้าที่ในการรับรอง
หรือความสม่ำเสมอในการบริการประชาชนเป็นความสามารถ ความรู้ ความเป็นเพื่อน และความอ่อนโยน
5. ความตั้งใจ (Attention) หรือความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) เป็นความจริงใจ (Sincere) ของบุคคล
ที่มีความรู้สึกในการดูแลโดยเจ้าหน้าที่ที่มีการสื่อสารที่ดี (Good Communication) ความสัมพันธ์ (Relation)
ความเข้าใจ (Understanding) ต่อความต้องการของชุมชน

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยนี้ใช้ตัวชี้วัดคุณภาพบริการของเจ้าหน้าที่รัฐ ประกอบด้วย 1) สมรรถนะ คุณสมบัติ
ความเป็นมืออาชีพ 2) ความรู้สึกรับผิดชอบต่อความร่วมมือในการทำงาน 3) คุณภาพจริยธรรมและรูปแบบการทำงาน
และ 4) ความรู้สึกขององค์กรและระเบียบวินัย 5) ผลการปฏิบัติงานก้าวหน้าตามภารกิจ (Tuan et al., 2023)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Oliver (1999) ได้อธิบายคำว่า “ความพึงพอใจ” (satisfaction) ในเชิงจิตวิทยา หมายถึงผลการแสดงออก
ทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แสดงความแตกต่าง ระหว่างความคาดหวังได้รับสินค้าหรือบริการและหลังได้รับสินค้า
หรือบริการ (after consumption) ว่าพอใจหรือไม่พอใจ

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคล
ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยมหรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้
ก็ต่อเมื่อสิ่งที่บุคคลได้รับนั้นเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ตรงจุดประสงค์ ความต้องการ
ความคาดหวัง หรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ หากมองมุมมองของการบริการ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้น

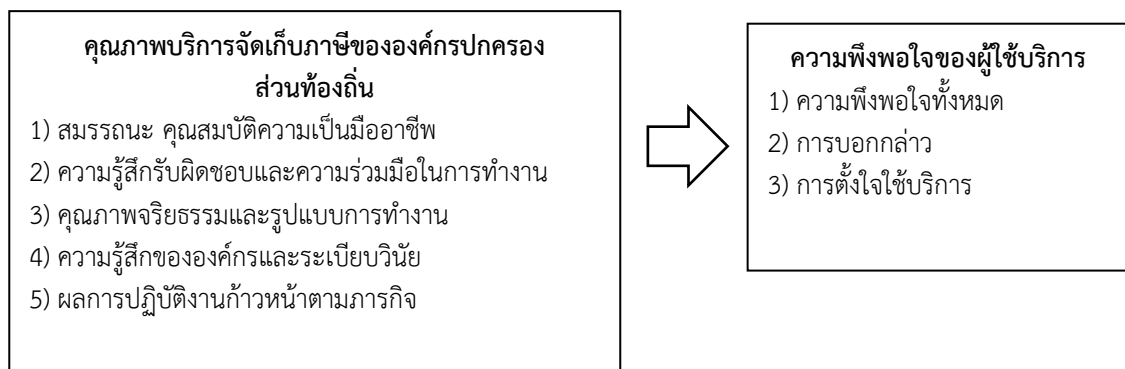
ต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็วตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ รวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งบริการมีความสะดวก สถานที่ให้บริการมีความสะอาด รู้สึกถึงความปลอดภัย จนผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ได้รับในการบริการนั้นทำให้เกิดความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ต้องเสียไป

กรกฎ พัวตระกูล (2563) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดี มีความชอบ มีความพอใจ มีความเต็มใจ มีความสบายใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมีโอกาที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้วได้

Yuhelmi (2021) ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าคือการประเมินความสอดคล้องของลูกค้าระหว่างระดับการบริการที่คาดหวังและระดับความพึงพอใจของลูกค้าคือสถานะความรู้ความเข้าใจทางจิตวิทยาของลูกค้าหลังจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและความเป็นจริง ดังนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าคือการประเมินผลิตภัณฑ์หรือบริการหลังการซื้อหรือใช้บริการโดยผู้บริโภคตามความคาดหวังก่อนซื้อหรือใช้บริการ ทั้งนี้ Younus & Anjuz (2023) อธิบายว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารและแบ่งปันประสบการณ์จากสื่อ พฤติกรรมดังกล่าวนำไปสู่การพูดปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth: e-WOM)

สำหรับบทความนี้ได้ใช้ตัวชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าได้แก่ 1) ความพึงพอใจทั้งหมด (Overall Satisfaction) 2) การบอกกล่าว (Word of Mouth) และ 3) การตั้งใจใช้บริการ (Intention of Reputation) (Oliver, 2010)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร (Population) หมายถึงประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่มีประวัติในการเข้าไปใช้บริการการชำระภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ.2567 แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 กับสัดส่วนที่ศึกษาเท่ากับ 0.50 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 384 คน และเก็บได้เพิ่มอีก 10 คนรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากการเก็บข้อมูลไม่ครบตามจำนวนที่จะใช้วิเคราะห์ (กัญญสิริ จันทรเจริญ, 2554)

วิธีสุ่มตัวอย่าง (Random sampling) งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง 2 วิธี ได้แก่ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยเริ่มจากติดต่อกับเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีเพื่อขอรายชื่อผู้เคยชำระภาษีมาใช้ในการติดต่อและประชาสัมพันธ์โครงการวิจัย กับรับสมัครเป็นผู้ให้ข้อมูล 2) การสุ่มแบบหิมะ (Snow ball) โดยขอความร่วมมือให้กลุ่มตัวอย่างบอกต่อเพื่อนสนิท หรือญาติใกล้ชิดในการเป็นผู้ให้ข้อมูลไปจนกว่าจะได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยข้อมูลในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตรวัด 5 ระดับตามตัวเลข 1, 2, 3, 4 และ 5 ที่มีความหมายกำกับว่า 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด, 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย, 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง, 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก และ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality) จำนวน 22 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) จำนวน 3 ข้อ

5) ขั้นตอนการนำไปทดลองใช้เพื่อทดสอบความตรงและความเชื่อมั่น โดยผู้วิจัยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนอกเขตพื้นที่ตำบลอื่น และนำกลับมาทดสอบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้นต่อไปนี้

เกณฑ์ทดสอบความตรง ผู้วิจัยวัดตามค่า KMO ตั้งแต่ 0.80 ค่า Extraction ตั้งแต่ 0.50 และค่า Variance มากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไปเป็นเกณฑ์ตัดสิน (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

เกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยวัดตามค่า Alpha มากกว่า 0.80 และความเที่ยงตรงรายข้อตามค่า Corrected item ตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไปเป็นเกณฑ์ประเมิน (ประสพชัย พสุนนท์, 2557)

และมีผลทดสอบคุณภาพแบบสอบถามต่อไปนี้

แบบสอบถามนี้มีความตรงตามค่า KMO ที่ 0.90 และ 0.77 กับมีค่า Extraction ระหว่าง 0.53 - 0.78 กับระหว่าง 0.80 - 0.89 ส่วนค่า Variance ร้อยละ 67.95 กับร้อยละ 86.25 แปลผลได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความตรงตามเกณฑ์กำหนด และมีความตรงขนาดปานกลางถึงค่อนข้างมาก

และแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นที่ค่า Alpha 0.93 กับ 0.92 มีความเที่ยงตรงรายข้อระหว่าง 0.39 - 0.75 กับระหว่าง 0.78 - 0.87 เป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อถือตามเกณฑ์กำหนดเช่นเดียวกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับกำหนดเกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 แปลผลได้ว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 แปลผลได้ว่า เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 แปลผลได้ว่า เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 แปลผลได้ว่า เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51 ขึ้นไป แปลผลได้ว่า เห็นด้วยมากที่สุด

กับใช้สถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson และกำหนดเกณฑ์แปลขนาดและทิศทางความสัมพันธ์ต่อไปนี้

ถ้าค่า r เท่ากับ 0.00 แปลผลได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ส่วนค่า r ระหว่าง 0.01-0.40 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันน้อย

ค่า r ระหว่าง 0.41-0.60 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ค่า r ตั้งแต่ 0.61 ขึ้นไปแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันมาก

ทั้งนี้ใช้เครื่องหมายลบและบวกเป็นตัวบ่งชี้ทิศทางความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ตัวแปร (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2564)

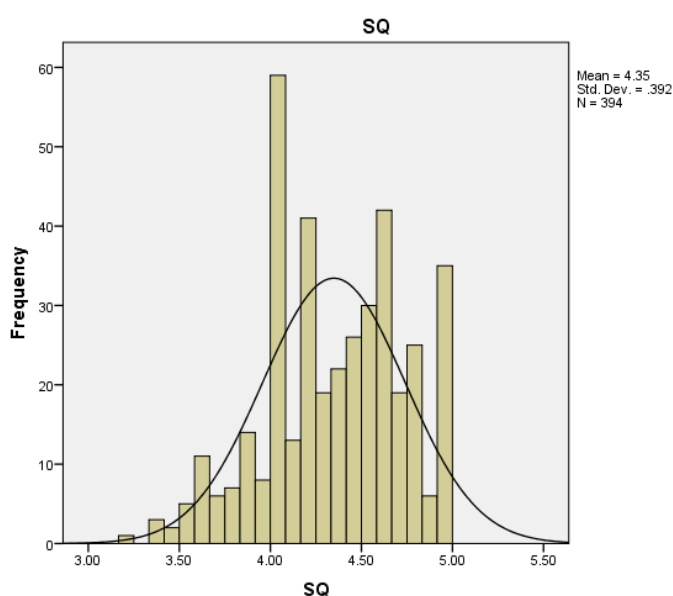
ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการมีคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุดภาพรวมและองค์ประกอบโดยมีคะแนนเฉลี่ยตัวแปรหลักที่ $\bar{x} = 4.34$ (SD. 0.39) และมีคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยในแต่ละด้านประกอบด้วย ความรู้สึกขององค์กรและระเบียบวินัย $\bar{x} = 4.39$ (SD. 0.54) ถัดมาเป็นองค์ประกอบด้านสมรรถนะ คุณสมบัตินิสัยมีอาชีพ 4.37 (SD. 0.46) ด้านคุณภาพจริยธรรมและรูปแบบการทำงาน $\bar{x} = 4.34$ (SD. 0.49) ด้านความรู้สึกรับผิดชอบและความร่วมมือในการทำงาน $\bar{x} = 4.33$ (SD. 0.44)

และด้านผลการปฏิบัติงานก้าวหน้าตามภารกิจมีคะแนนเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้ายที่ $\bar{x} = 4.32$ (SD. 0.49) ตามตารางแสดงประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ระดับค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการและองค์ประกอบ

Variables	$\bar{x}$	SD	Interpret
สมรรถนะ คุณสมบัติความเป็นมืออาชีพ	4.37	0.46	มาก
ความรู้สึกรับผิดชอบและความร่วมมือในการทำงาน	4.33	0.44	มาก
คุณภาพจริยธรรมและรูปแบบการทำงาน	4.34	0.49	มาก
ความรู้สึกรับผิดชอบองค์กรและระเบียบวินัย	4.39	0.54	มาก
ผลการปฏิบัติงานก้าวหน้าตามภารกิจ	4.32	0.49	มาก
คุณภาพบริการ	4.34	0.39	มาก



Skewness .20/.12, kurtosis .55/.24 Mean<median<mode

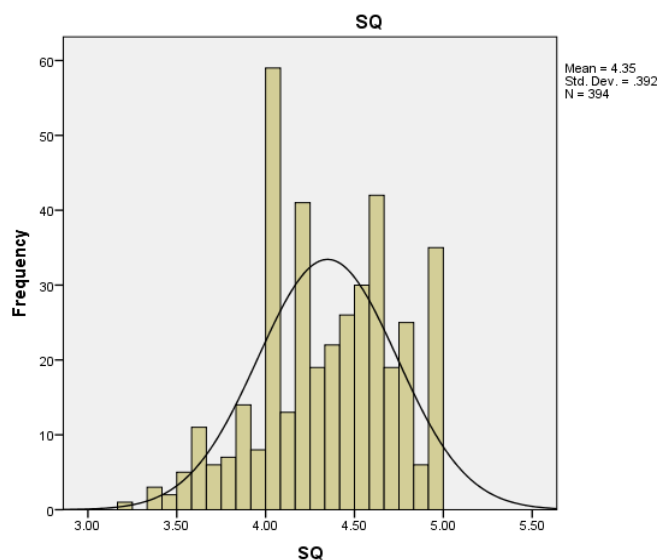
รูปที่ 2 ระดับค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการและองค์ประกอบ

นอกจากนี้แล้ว ผลวิจัยยังพบว่า ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากทั้งในภาพรวมและค่าเฉลี่ยตัววัดโดยมีคะแนนเฉลี่ยตัวแปรหลักที่ $\bar{x} = 4.39$ (SD. 0.64) กับตัววัดที่ 1 ข้าพเจ้าพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ การชำระภาษีทั้งหมด มีคะแนนเฉลี่ยมากเป็นลำดับหนึ่งที่ $\bar{x} = 4.47$ ถัดมาเป็นตัววัดที่ 2 ข้าพเจ้าจะบอกต่อเพื่อนญาติ และครอบครัวให้ใช้บริการการชำระภาษี $\bar{x} = 4.37$ (SD. 0.70) กับตัววัดที่ 3 ข้าพเจ้าจะใช้บริการการชำระภาษีในอนาคตต่อไป $\bar{x} = 4.35$ (SD. 0.73) ตามตารางแสดงประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าและตัววัด

Variables	$\bar{x}$	SD	Interpret
ข้าพเจ้าพึงพอใจในรูปแบบของการบริการการชำระภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.47	0.65	มาก

Variables	$\bar{x}$	SD	Interpret
ข้าพเจ้าจะบอกต่อเพื่อน ญาติ และครอบครัวให้ใช้บริการการชำระภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.37	0.70	มาก
ข้าพเจ้าจะใช้บริการการชำระภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอนาคตต่อไป	4.35	0.73	มาก
ความพึงพอใจของลูกค้า	4.39	0.64	มาก



Skewness -0.79/0.12, kurtosis -0.43/0.24 Mean<median<mode

รูปที่ 3 ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าและตัววัด

ผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ขนาดมากที่ค่า $r = 0.70$ และมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $R^2 = 0.49$ ส่งผลให้มีปัจจัยอื่นกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ร้อยละ 51 และอาจหมายถึงความต่างกันด้านอายุ การศึกษาและจำนวนรายได้ของผู้มาติดต่อชำระภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามตารางที่ 3 ดังแสดงประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์และผลกระทบของตัวแปรหลัก

ตัวแปร	ความพึงพอใจ ของลูกค้า	สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ r^2	ผลกระทบ ของปัจจัยอื่น
คุณภาพบริการ	0.70**	0.49	51%
สมรรถนะ คุณสมบัตความเป็นมืออาชีพ	0.56**	0.31	69%
ความรู้สึกรับผิดชอบและความร่วมมือในการทำงาน	0.56**	0.31	69%
คุณภาพจริยธรรมและรูปแบบการทำงาน	0.49**	0.24	76%
ความรู้สึกรับผิดชอบและระเบียบวินัย	0.58**	0.34	66%
ผลการปฏิบัติงานก้าวหน้าตามภารกิจ	0.60**	0.36	64%

**P value 0.01 Linearity Sig. 000, Deviation from linear Sig. 000

จากตารางผลวิจัยพบว่า คุณภาพบริการมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีขนาดความสัมพันธ์ปานกลางที่ค่า $r = 0.70$ และมีความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้านต่อความพึงพอใจของลูกค้าจัดเรียงตามลำดับค่า r จากมากไปหาน้อยประกอบด้วย 1) ผลการปฏิบัติงานก้าวหน้าตามภารกิจ $r = 0.60$ 2) ความรู้สึกขององค์กรและระเบียบวินัย $r = 0.58$ 3) สมรรถนะคุณสมบัติความเป็นมืออาชีพ $r = 0.56$ และ 4) ความรู้สึกรับผิดชอบและความร่วมมือในการทำงาน $r = 0.56$ 5) คุณภาพจริยธรรมและรูปแบบการทำงาน $r = 0.49$ ส่งผลให้มีผลกระทบของปัจจัยอื่นมากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลวิจัยที่สรุปได้มีประเด็นควรให้ความสนใจคือการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดของเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน บุคลากรอื่นและผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งในปัจจุบันยังคงพบว่ามีปัญหาการทุจริตในหน้าที่ของทั้งจากผู้บริหารองค์กรกับเจ้าหน้าที่อยู่เป็นประจำ และอาจเป็นข้อเรียกร้องสำคัญของผู้คนในพื้นที่ต้องการให้มีการปฏิบัติงานตามข้อบังคับของกฎหมายโดยปราศจากการดเว้น หรืออาจกล่าวว่ามีกฎหมายเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงาน ซึ่ง Yuhelmi (2021) ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าคือการประเมินความสอดคล้องของลูกค้าระหว่างระดับการบริการที่คาดหวังและระดับความพึงพอใจของลูกค้าคือสถานะความรู้ความเข้าใจทางจิตวิทยาของลูกค้าหลังจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและความเป็นจริง ดังนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าคือการประเมินผลิตภัณฑ์หรือบริการหลังการซื้อหรือใช้บริการโดยผู้บริโภคตามความคาดหวังก่อนซื้อหรือใช้บริการ ทั้งนี้ Yunus & Anjuz (2023) อธิบายว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารและแบ่งปันประสบการณ์จากสื่อ พฤติกรรมดังกล่าวนำไปสู่การพูดปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth: e-WOM) นอกจากนั้นแล้ว Oliver (2010) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความรู้สึกที่เป็นการเติมเต็ม (Agreeable Fulfillment) เพราะสินค้าหรือบริการเป็นไปตามเป้าหมาย ความต้องการ (Needs) มาตรฐานการซื้อมาก่อน (Pre-Purchase Standard) หรือความคาดหวัง (Expectation) อย่างไรก็ตาม Parasuraman et al., (1991) ได้อธิบายว่าคุณภาพบริการและความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavior Intention) โดยเฉพาะการพูดปากต่อปาก (WOM) เนื่องจากว่าลูกค้าได้รับคุณภาพบริการขั้นสูง ลูกค้าจะแนะนำบริการให้แก่ผู้อื่น จึงเป็นตัวชี้วัดความตั้งใจใช้อย่างยั่งยืน (Sustainably Use Intention) ของลูกค้า

จากผลวิจัยที่สรุปได้มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอธิบายเพิ่มเติมได้อีกเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาทั้งในด้านคุณภาพจริยธรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นลำดับสุดท้าย โดยเฉพาะที่สัมพันธ์กับความเป็นมิตร สุภาพอ่อนน้อมและให้ความเคารพต่อประชาชนเช่นเดียวกันกับตนเอง ซึ่งรุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยมหรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสิ่งที่บุคคลได้รับนั้นเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้ตรงจุดประสงค์ ความต้องการ ความคาดหวัง หรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ หากมองมุมมองของการบริการ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็วตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ รวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งบริการมีความสะดวก สถานที่ให้บริการมีความสะอาด รู้สึกถึงความปลอดภัย จนผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ได้รับในการบริการนั้นทำให้เกิดความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ต้องเสียไป อย่างไรก็ตาม ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อถือ ไว้วางใจ การตอบสนอง ความพร้อมของระบบ ความมั่นคงปลอดภัย ความเกี่ยวข้อง ความเข้าใจได้ และความเพียงพอ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ดังนั้น ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีสมรรถนะในการให้บริการของผู้ให้บริการรวมถึงความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์กับการบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยแนะนำให้ฝ่ายบริหารกับเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการพัฒนาคุณภาพบริการให้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าตามแนวทางที่เป็นไปได้ต่อไปนี้

1.1) แนวทางการพัฒนาผลการปฏิบัติงานก้าวหน้าตามภารกิจ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่รับรองความก้าวหน้าในการทำงาน เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่เสร็จตามเวลา คุณภาพงานของเจ้าหน้าที่แต่ละคนมีความสมบูรณ์ และเจ้าหน้าที่ไม่คุกคามหรือสร้างปัญหาให้แก่ประชาชน ซึ่งอาจหมายถึงการจัดทำข้อกำหนดในการปฏิบัติงานและมาตรฐานการทำงานในแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจนกับมีผลปฏิบัติงานที่สอดคล้อง

1.2) แนวทางการพัฒนาความรู้สึทงองค์กรและระเบียบวินัย ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมาย เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบเมื่อทำงาน เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามระเบียบวินัยในเวลาทำงาน เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่และภารกิจตามที่ได้รับมอบหมาย สรุปคือเจ้าหน้าที่ใช้กฎหมายเป็นหลักในการปฏิบัติงาน และแสดงความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานของตนได้อย่างชัดเจน

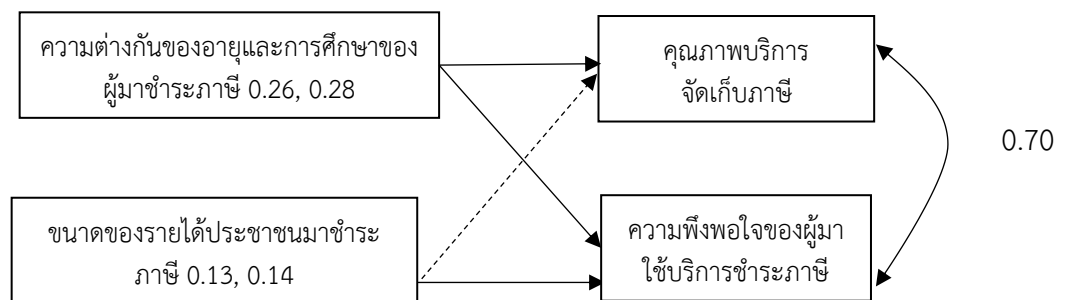
1.3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพจริยธรรมและรูปแบบการทำงาน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่มีรูปแบบบทบาทตามวัฒนธรรม เจ้าหน้าที่มีความเป็นเพื่อนกับทุกคนในชุมชน เจ้าหน้าที่มีรูปแบบการทำงานที่ระมัดระวังและแข็งแกร่งกับเจ้าหน้าที่มีการสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมในการทำงาน อันหมายถึงการสร้างเชื่อมั่นในการทำงาน และสามารถออกได้อย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน ทั้งความเป็นมิตร สุภาพอ่อนน้อมและให้ความเคารพต่อประชาชนเช่นเดียวกันกับตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

แนะนำให้ทำวิจัยเกี่ยวกับ มาตรฐานการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กับสภาวะจำยอมของลูกค้ากับมาตรฐานการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีและความพึงพอใจของคนต่างรุ่น

องค์ความรู้ที่พัฒนาได้

จากสรุปผลวิจัยทั้งหมด ผู้วิจัยนำมาพัฒนาองค์ความรู้ได้ตามภาพประกอบต่อไปนี้



รูปที่ 4 การพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาชำระภาษี

จากภาพประกอบผลวิจัยพบว่า การยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาขอชำระภาษีจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้จริงนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ 1) ความแตกต่างของผู้มาติดต่อขอชำระภาษี 2) การให้ความสำคัญกับผลการปฏิบัติงาน 3) การปฏิบัติงานตามหลักกฎหมาย และ 4) ความเป็นมิตรกับราษฎร ทั้งนี้ทุกการปฏิบัติจำเป็นต้องนำไปดำเนินการให้ได้ผลควบคู่ไปพร้อมกันแล้วนำไปกำหนดเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานใหม่ที่มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยเฉพาะที่เน้นการปกป้องประโยชน์ของผู้อื่น กับการแสดงความเคารพต่อประชาชนเช่นเดียวกันกับอารยประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กรกฎ พัทธระกุล. (2563). อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบางขุนเทียนชายทะเล. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กัญญสิริ จันทรเจริญ. (2554). บทที่ 5 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง, สืบค้น วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก http://www.ict.up.ac.th/surinthesis/ResearchMethodology_2554/เอกสารเพิ่มเติม/การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.PDF
- ประสพชัย พสนนธ์. (2557). ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ, *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 27(1), 144-163.
- ภานุพงศ์ ลือฤทธิ์. (2560). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิฑูรย์ ขาวดี, กนกวรรณ แสนเมือง, และโสรัถน์ มงคลมะไฟ. (2563). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลยี่สาร อำเภอดำรงวิทยารัษฎานุบำรุง จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์ เครือข่ายวิจัยประชาชื่น*, 2(1), 14-27.
- วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยสมัยใหม่*, พิมพ์ครั้งที่ 1; อุบลราชธานี, ยงสวัสดิ์ อินเตอร์ กรุ๊ปจำกัด.
- A'Aqoulah, A., Kuyini, A.B., & Albalas, S. (2022). *Exploring the gap between patients' expectations and perceptions of healthcare service quality*. Patient Prefer Adherence 2022; 1
- Alves T. A., Jabbour, A., C.J., Latan, H., Caldeira de Oliveira, J.H., de Souza Freitas, W.R. and Borges Teixeira, T. (2019). The importance of quality management for the effectiveness of environmental management: evidence from companies located in Brazil. *Total Quality Management and Business Excellence*, Vol. 30, pp. 1338-1349.
- Oliver, R.L. (1999). Whence Customer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, pp. 33-44. Form <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Oliver, R.L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 1440,
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1991). Refinement and Reassessment of SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67, pp. 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1995). Alternative scales for measuring Service. *Retailing*, 70(3), pp. 201-230.
- Sumada, M. & Shuarsini, P. (2023). Analysis of Public Service Quality in The Regional Financial and Revenue Management Agency in Buleleng Regency. *International Journal of Social Science and Human Research*. 6(2), 702-706.
- Tuan, P.V., Chan, L.A. Huy, D.T.N., & Anh, N.O. (2023). Discussion on Analysis of Effects of Short-Form Video Advertising on the Purchase Intention of Gen Z in Vietnam - And Future Research Directions. *Asian Journal of Applied Science and Technology*, 07(01), pp. 01-08. DOI:10.38177/ajast.2023.7101

- Younus, M., & Anjum, S. (2023). Effects of electronic word of mouth on the purchase intention of millennials (Gen Y) of Pakistan: Mediating role of brand image and perceived quality. *Business Review*, 18(1), pp. 71-90. Retrieved from <https://doi.org/10.54784/1990-6587.1526>
- Yuhelmi, Y. (2021). The difference of customer satisfaction and loyalty on the use of point of sale. *International Journal of Applied Management Science*, 13(4). pp. 292-301. ISSN 1755-8921.

รูปแบบการดำเนินชีวิตและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ
ของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
Lifestyle and Social Media Marketing Influencing Art Toy Collectibles
Purchasing Intention of Consumers in Bangkok Area
ซูใจ สุภภัทรพิศาล¹ นตา เตชะบุญมาส² กิตติพร พูลสวัสดิ์³ และเมษาวดี สุขกรี⁴

Chujai Suphaphattharaphisan¹, Nata Techabunmas,
Kittiporn Poolsawat³ and Mesawadi Sukkri⁴

¹อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

²อาจารย์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และธุรกิจพาณิชย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

³อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

⁴อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

¹Lecturer, Marketing Department, Faculty of Business Administration, Thonburi University,

²Lecturer, Logistics and Maritime Business, Faculty of Business Administration, Thonburi University

³Lecturer, Marketing Department, Faculty of Business Administration, Thonburi University

⁴Lecturer, Digital Business Computer Department, Faculty of Business Administration, Thonburi University

E-mail: Chujai_mk@thonburi-u.ac.th¹, Nata@thonburi-u.ac.th²,

kittiporn_mk@thonburi-u.ac.th³, Mesawadi_dbc@thonburi-u.ac.th⁴

Received: Jul. 20,2025; Revised: Aug. 26,2025; Accepted: Sep. 2,2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อ และ 2) เพื่อศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอยของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และมีความสัมพันธ์อัลฟาครอนบัก 0.983 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มทัศนกระแส ด้านกลุ่มนำเทรนด์ และ ด้านกลุ่มรับตาม ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอยของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.814-0.954 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.873 และมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R²) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับ ร้อยละ 76.30 และ 2) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านกระแสนิยม ด้านความต้องการเฉพาะ และด้านความบันเทิง ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอยของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.850-0.950 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.890 และมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R²) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับร้อยละ 79.10

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความตั้งใจซื้อ

Abstract

This research aims to study 1) Lifestyle factors influencing purchasing intention; and 2) Social media marketing factors influencing purchasing intention of art toys among consumers

in Bangkok area. The sample consisted of 385 Bangkok consumers, purchasing art toys, selected through accidental sampling with the Cronbach's alpha of 0.983. Data was collected using a questionnaire, and statistical analysis methods including multiple regression analysis. The findings of this study showed that 1) Lifestyle in terms of leader, follower and adopters significantly influenced purchasing intention for art toys among Bangkok consumers, with correlation coefficients ranging from 0.814 to 0.954, a multiple correlation coefficient (R) of 0.873, and a predictive coefficient (R^2) with a cumulative predictive power of 76.30%; 2) Social media marketing regarding trendiness, customization and entertainment influenced purchasing intention of art toys among Bangkok consumers at the 0.05 level, with coefficients between 0.850 to 0.950, a multiple correlation between coefficient (R) of 0.890, and a predictive coefficient (R^2) indicating a total predictive power of 79.10%

Keywords: Lifestyle, Social media marketing, Purchase intention

บทนำ

การขยายตัวของอุตสาหกรรมของเล่นไม่ได้อยู่คู่กับเด็กเท่านั้น ของเล่นในปัจจุบันมีผู้บริโภคกลุ่ม Kiddult ที่เกิดจากการรวมกันระหว่าง Kid (เด็ก) Adult (ผู้ใหญ่) ที่หันมาสนใจของเล่นสะสม (Art Toy) เป็นของสะสมของเล่นอาร์ตทอยเป็นการผสมผสานระหว่างของเล่นกับงานศิลปะร่วมสมัยจากศิลปินหรือนักออกแบบที่ไม่มีข้อจำกัดที่พัฒนาให้ของเล่นมีจุดเด่น เน้นการสร้างสรรค์ผสมผสานสอดแทรกอัตลักษณ์ และการสร้างตัวละครแบบไม่มีเนื้อเรื่องด้วยรูปลักษณ์ที่แปลกใหม่ ผลิตจำนวนจำกัด จึงส่งผลต่อการแข่งขันเพื่อการครอบครองของเล่นสะสม และสร้างคามนิยมให้กับผู้บริโภคในกลุ่มผู้ใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ ของเล่นสะสม (Art Toy) จะกระตุ้นความต้องการ และสามารถสร้างมูลค่าตลาดแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการซื้อ ด้านการขาย ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก โดยตลาดอาร์ตทอยที่มีขนาดใหญ่ที่สุดอยู่ในทวีปเอเชีย อเมริกาเหนือ และยุโรป ตามลำดับ จากความต้องการของเล่นของตลาด ประเทศไทยจึงมีข้อได้เปรียบในด้านความสมบูรณ์ และคุณภาพของวัตถุดิบที่นิยมนำมาใช้ในการผลิตของเล่น (ไทยพีบีเอส (Thai PBS), 2567) อีกทั้งธุรกิจของเล่นอาร์ตทอยในประเทศไทยไม่เพียงเป็นเพียงของเล่นของสะสม แต่ยังเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ในการตกแต่งภายในที่อยู่อาศัย ซึ่งถือเป็นงานศิลปะที่บ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ทันกระแส นำเทรนด์ และรับตามความนิยมแบบเฉพาะกลุ่มที่ต้องการจะซื้อเพื่อสะสมให้ครบแบบจนขยายเป็นวงกว้างอีกทั้งผลงานการออกแบบมาจากศิลปิน (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, ออนไลน์, 2568)

ความนิยมของเล่นสะสม (Art toy) จึงส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณความต้องการอย่างก้าวกระโดดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางสังคมหรือบุคคลที่มีผู้ติดตามจำนวนมากทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคมกับผู้บริโภคด้วยการสร้างประสบการณ์การสะสมของเล่น ผ่านการเล่าเรื่อง ผ่านการแสดงความรู้สึกส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการมีประสบการณ์การมีส่วนร่วมในการติดตามข้อมูลของเล่นสะสมและคล้อยตามกระแสความนิยม โดยจะมีการแบ่งกลุ่มของรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ 4 รูปแบบ ผู้นำเทรนด์ ทันกระแส รับตาม และนอกสายตา (ธนดล ลิ้มเจริญชาติ, 2564, หน้า 2-9) จากการกระตุ้นของข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการแพร่กระจายข้อมูลอย่างรวดเร็วจึงส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในการยอมรับตาม และการเผยแพร่ข้อมูลส่งผลให้ผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสม (Art toy) นอกจากนี้ผู้บริโภค

ของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกในด้านความบันเทิงจากกระแสความนิยมที่จะสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะให้กับผู้บริโภค โดยการมีส่วนร่วมของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะแบ่งผู้บริโภคที่มีส่วนรวมออกเป็นระดับของการตอบโต้ ผู้บริโภคจะเริ่มต้นจากการชมเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่มากขึ้นด้วยการแสดงความคิดเห็นที่มากขึ้น และพัฒนาสู่การมีส่วนร่วมสูงสุดในการสร้างเนื้อหา การแบ่งปันเนื้อหา การเผยแพร่สื่อที่เกี่ยวข้องกับความสนใจ การมีส่วนร่วมที่เข้มข้นของผู้บริโภคจะส่งผลต่อพฤติกรรม การมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจซื้อ (ศุภณัฐ อนุวงศ์ภักดีชาติ, 2567, หน้า 3) และจากการศึกษาของ Becatien et al. (2018, pp. 1-17) กล่าวว่า การสะสมของผู้บริโภค จะสะท้อนถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากข้อมูลทางการตลาด สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นตัวกลางของการเข้าถึงความต้องการเฉพาะของบุคคลต่อการสะสมของที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนและประสิทธิภาพทางการตลาดผ่านความคิดเห็น ความร่วมมือการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับจากข้อมูล จึงตระหนักได้ถึงความกว้างของตลาดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถแสดงออกความเป็นตัวตนที่มากขึ้น นอกจากนี้อิทธิพลจากความคิดของสื่อสังคมออนไลน์และการมีส่วนร่วมของชุมชนออนไลน์จะส่งผลต่อกิจกรรมของเล่นเป็นอย่างมาก โดยผู้มีอิทธิพลและเนื้อหาที่เผยแพร่พบว่าเป็นส่วนหนึ่งของพลวัตทางสื่อสังคมออนไลน์ในการเชื่อมโยงการยอมรับของนักสะสมของเล่นต่อความตั้งใจซื้อ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของกระแสความต้องการทางการตลาด ในการกระตุ้นให้การสะสมของเล่นมีความตื่นตัวด้วยวิธีการ (Thanadol Tulayaphanich, 2024, p. 24)

จากประเด็นดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในโดยผลการกำหนดแนวทางให้ผู้ประกอบการของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีรูปแบบการดำเนินชีวิต การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความตั้งใจซื้อ

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ธรรมเนียม ค่านิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของการอุปโภคบริโภค ซึ่งบุคคลมักจะมีพฤติกรรมที่คล้ายกัน และมีลักษณะการรวมตัวกันเป็นกลุ่มในด้านกิจกรรมที่ตนมีความสนใจ รวมทั้งยังมีการแสดงความคิดเห็นผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิตสู่ความตั้งใจซื้อ ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาจากอดีตถึงปัจจุบัน โดยผู้บริโภคจะถ่ายทอดออกเป็นบุคลิกภาพและค่านิยม เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ที่อยู่ภายในตัวตนผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งรูปแบบที่แสดงออกของพฤติกรรมจะสามารถจำแนกความแตกต่างของลักษณะกิจกรรมและความสนใจที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ผ่านการเล่าเรื่องราวและการสะสมประสบการณ์ที่เกิดขึ้น (ธนดล ลิ้มเจริญชาติ, 2564, หน้า 7-9) นอกจากนี้รูปแบบความตั้งใจซื้อสินค้าจะมาจากกลุ่มของที่ตนเป็นกลุ่มสมาชิก โดยจะสามารถแบ่งกลุ่มของรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ 4 รูปแบบ

1. กลุ่ม ผู้นำเทรนด์ (Leaders) คือ กลุ่มหัวกะทิ (Elite) ของสังคม มีความรู้และความคิดที่เหนือกว่ากลุ่มอื่นในทุกด้าน

2. กลุ่ม ทันกระแส (Followers) คือ กลุ่มที่มีลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่พยายามถีบตัวเองตามกลุ่มผู้นำเทรนด์และ เน้นไปที่การให้ความสำคัญกับเรื่องสังคมและเพื่อนมากที่สุดเพราะตนเองต้องการแสดงให้กลุ่มอื่น ๆ เห็นว่าเป็นคนทันกระแสในสายตาของกลุ่มอื่น ๆ

3. กลุ่ม รับตาม (Adopters) คือ กลุ่มนี้มักจะเป็นผู้ตามและเป็นสมาชิกของกลุ่มสมาคมที่ดีโดยเป็นกลุ่มที่รับตามเอาสินค้ามาเพื่อความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินให้กับตัวเอง หรือมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้สินค้าในการดำเนินตามภารกิจในโลกเสมือน

4. กลุ่ม นอกสายตา (Outsiders) คือ กลุ่มที่ มักทำตัวและกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นที่แปลกแยกกับคนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นวิธีการที่ธุรกิจจะใช้ในการตอบโต้กับตลาดเป้าหมายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการเชื่อมโยงต่อกับอุปกรณ์ส่วนบุคคลด้วยการสื่อสารในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ด้วยการสร้างเนื้อหาที่กระจาย หรือนำสื่อไปถึงผู้บริโภค เพื่อสร้างกิจกรรมและการส่งเสริมตลาดให้ผู้บริโภค โดยการใช้กระบวนการสร้างการสื่อสาร นำเสนอข้อมูลคุณค่าสินค้าที่ก่อให้เกิดการบอกต่อสินค้า ความรักดีและเพิ่มความตั้งใจซื้อสินค้าของธุรกิจ (นันท์พัทธ์ โนนศรีเมือง และสดชื่น อุตอามาตย์, 2565, หน้า 39-40) นอกจากนี้ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถพัฒนาเป็นเครื่องมือที่สร้างภาพลักษณ์ จากกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความบันเทิง ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านกระแสนิยม และด้านการสนองความต้องการเฉพาะ (ศุภณัฐ อนุวงศ์ภักดีชาติ, 2567, หน้า 4 - 6) โดยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการติดต่อสื่อสารและสร้างกิจกรรมทางการตลาด ผ่านการรับรู้ด้วยกระบวนการของความบันเทิง ในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว เนื้อหารูปภาพ ภาษา เสียง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายเนื้อหาที่สร้างการพัฒนาของการปฏิสัมพันธ์ผ่านช่องทางและชุมชนออนไลน์ในการเข้าถึงของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ จะสร้างการรับรู้สิ่งที่ดีที่ดึงดูดใจที่น่าสนใจที่ผู้บริโภคจะสืบค้นตามความต้องการและสอดคล้องความสนใจ (อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, 2567, หน้า 79)

ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความมุ่งมั่นที่จะใช้สินค้าเป็นตัวเลือกอันดับแรก อีกทั้งความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงถึงการเลือกซื้อสินค้าที่มาจากช่วงเวลา ประสบการณ์ และทัศนคติที่แสดงออกมาจากการกระตุ้นด้วยเนื้อหาของการสื่อสารที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้น (นันท์พัทธ์ โนนศรีเมือง และสดชื่น อุตอามาตย์, 2565, หน้า 39 - 40) รวมทั้งการศึกษาความตั้งใจซื้อของ ชูใจ สุภาพรพิศาล และสมาลี รมณัญ (2563, หน้า 335) ความตั้งใจซื้อ เปรียบเสมือนแนวทางการคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีเจตนาจะกระทำพฤติกรรมด้วยความตั้งใจโดยจะมีองค์ประกอบจากกรับข้อมูลด้านการสื่อสารที่นักการตลาดแสดงความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการแสดงออกถึงความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า

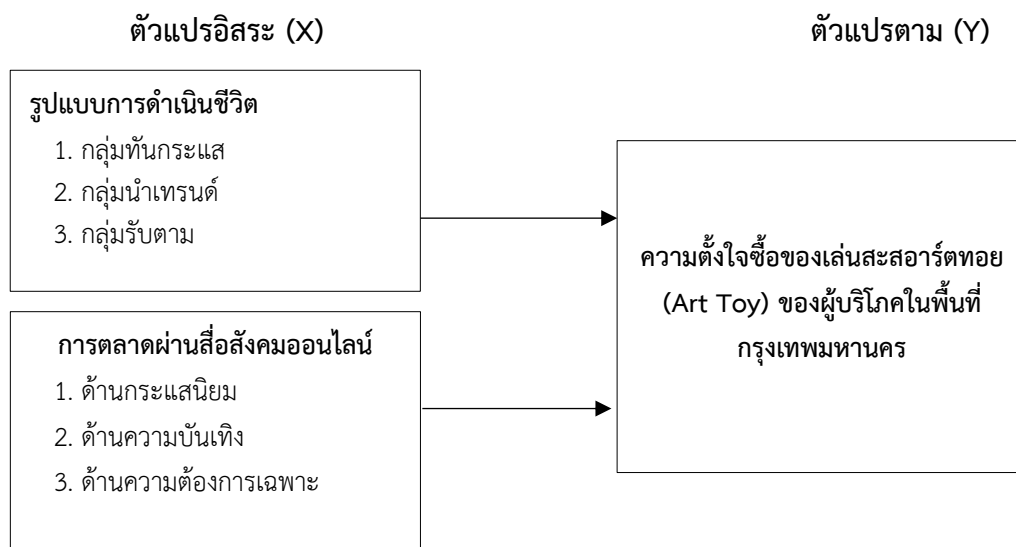
สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

สมมติฐานที่ 2 (H2) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ททอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร และการวิจัยนี้ได้พัฒนารอบ และสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครจะมีการยอมรับข้อมูลจากจากบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่เป็นกระแสสังคมจากการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้การสื่อสารผ่านรูปแบบความบันเทิงที่สามารถกระตุ้นความต้องการได้เฉพาะบุคคล นอกจากนี้การศึกษาค้นนี้ยังสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของเล่นสะสม (Art toy) ของในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้มีการพัฒนาเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้อย่างที่ชัดเจน โดยใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) จำนวน 385 ตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้จากการคำนวณสูตร Cochran (1977, p.205) ที่เป็นแนวทางหนึ่งในการกำหนดตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณที่เป็นการประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความผิดพลาดเคลื่อนได้ร้อยละ ± 5 และการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ได้พิจารณาลักษณะข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่ได้มุ่งศึกษาไว้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ที่ใช้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามผ่าน Google form โดยทำการเก็บข้อมูลเมื่อพิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม ซึ่งแบ่ง 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต มีข้อคำถามจำนวน 11 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีข้อคำถามจำนวน 13 ข้อ

และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 - 4 นั้น มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของ Likert Scale (Likert, 1932) ที่มีเกณฑ์การให้คะแนน คือ “คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด” “คะแนน 4 หมายถึง มาก” “คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง” “คะแนน 2 หมายถึง น้อย” “คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด”

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเป็นรายข้อ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ในช่วง 0.00 - 1.00 โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และเมื่อได้ทำการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่อยู่ในเกณฑ์มาสร้างเป็นแบบสอบถาม ฉบับสมบูรณ์ไปทดลองกับผู้บริโภคมที่มีลักษณะเหมือนกับประชากรที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด เมื่อทำการเก็บข้อมูล แล้วจึงนำมาวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (1970) ของแต่ละตัวควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลการวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้ทำการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้ค่าตามเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.983

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือน เมษายน-พฤษภาคม พ.ศ.2568 เพื่อให้ได้แบบสอบถามจำนวน 385 ฉบับ และเมื่อได้แบบสอบถามมาจึงตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนดำเนินการเข้ารหัส และวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ด้วยค่าร้อยละ (Percentage) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับของรูปแบบการใช้ชีวิต การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความตั้งใจซื้อ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยได้มีการกำหนดเกณฑ์ตามแนวคิดของ Best (1981) ที่ว่า “ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด” “ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มาก” “ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง” “ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง น้อย” และ “ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด” และ 3)การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และผลการวิเคราะห์จะนำไปใช้ในการพยากรณ์ค่าของตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง ร้อยละ 58.40 มีอายุ 15 - 24 ปี ร้อยละ 42.90 มีระดับศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 56.10 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 36.40 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 39.70 นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิจัยความคิดเห็นของรูปแบบการดำเนินชีวิต การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ผลการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นของรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.040 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกรายการ คือ ด้านกลุ่มทักษะแสด ด้านกลุ่มนำเทรนด์ และด้านกลุ่มรับตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40, 3.37 และ 3.34 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.049, 1.158 และ 1.116 ตามลำดับ โดยด้านกลุ่มทักษะแสดผู้บริโภคจะคอยติดตาม

ข้อมูลการสะสมของเล่น (Art toy) ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านกลุ่มนำเทรนด์ผู้บริโภคต้องการสะสมของเล่น (Art Toy) เพื่อแสดงออกถึงความแปลกใหม่ และด้านกลุ่มรับตามผู้บริโภคจะให้ความสนใจของเล่นจากสื่อต่าง ๆ 2) ผลการวิจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.980 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ทุกรายการ คือ ด้านกระแสนิยม ด้านความต้องการเฉพาะ และด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60, 3.57 และ 3.50 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.972, 1.052 และ 1.111 ตามลำดับ โดยด้านกลุ่มกระแสนิยม ผู้บริโภคให้ของเล่นสะสม (Art Toy) เป็นสิ่งที่บุคคลนิยม ด้านความต้องการเฉพาะผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการสะสมของเล่น (Art Toy) และด้านความบันเทิงผู้บริโภคมีความรู้สึกสนุกสนานในการสะสมของเล่น (Art Toy) และ 3) ผลการวิจัยความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นของความตั้งใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.073

2. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แสดงว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ประกอบด้วย ด้านกลุ่มทันกระแส ด้านกลุ่มนำเทรนด์ และด้านกลุ่มรับตามของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.814 - 0.954 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองแล้ว พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.465	0.092		5.051	0.000*		
ด้านกลุ่มทันกระแส	0.281	0.044	0.303	6.372	0.000*	0.275	3.630
ด้านกลุ่มนำเทรนด์	0.263	0.054	0.259	4.549	0.000*	0.192	5.207
ด้านกลุ่มรับตาม	0.355	0.046	0.369	7.635	0.000*	0.267	3.750

หมายเหตุ-R = 0.873, $R^2 = 0.763$, Adjusted $R^2 = 0.761$, F = 408.496, Sig. = 0.000

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 1 การพิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า R เท่ากับ 0.873 แสดงว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ร้อยละ 76.30 ส่วนค่า F เท่ากับ 408.4906 ที่แสดงว่า การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจซื้อมากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 408.4906 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig ได้เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างน้อย 1 ด้านมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.192 - 0.275 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 3.630 - 5.207 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ประกอบด้วย

ด้านกลุ่มทันกระแส ด้านกลุ่มนำเทรนด์ และด้านกลุ่มรับตาม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจซื้อได้ดีที่สุด คือ ด้านกลุ่มรับตาม ($\beta = 0.369$) ด้านกลุ่มทันกระแส ($\beta = 0.303$) และด้านกลุ่มนำเทรนด์ ($\beta = 0.259$)

3. ผลการวิเคราะห์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แสดงว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ประกอบด้วย ด้านกระแสนิยม ด้านความต้องการเฉพาะ และด้านความบันเทิง ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.850-0.950 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.141	0.099		1.482	0.154 [*]		
ด้านกระแสนิยม	0.407	0.047	0.424	8.641	0.000 [*]	0.228	4.386
ด้านความต้องการเฉพาะ	0.155	0.046	0.140	3.370	0.001 [*]	0.316	3.168
ด้านความบันเทิง	0.385	0.047	0.377	8.130	0.000 [*]	0.254	3.935

หมายเหตุ: $R = 0.890$, $R^2 = 0.791$, Adjusted $R^2 = 0.790$, $F = 481.569$, Sig. = 0.000

^{*}มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 การพิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า R เท่ากับ 0.890 แสดงว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ร้อยละ 79.10 ส่วนค่า F เท่ากับ 481.569 ที่แสดงว่า การถดถอยพหุคูณมีส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจซื้อมากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 481.569 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig ได้เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ปัจจัยตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อย 1 ด้านมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.228 - 0.316 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 3.168 - 4.386 ซึ่งมิต้าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ประกอบด้วย ด้านกระแสนิยม ด้านความต้องการเฉพาะ และด้านความบันเทิง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจซื้อได้ดีที่สุด คือ ด้านกระแสนิยม ($\beta = 0.424$) ด้านความบันเทิง ($\beta = 0.377$) และด้านความต้องการเฉพาะ ($\beta = 0.140$)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถอภิปรายการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกลุ่มทันกระแส ด้านกลุ่มนำเทรนด์ และด้านกลุ่มรับตาม ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยเนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคจะยอมรับตามสื่อที่เป็นกระแสสังคม จากบุคคลที่มีชื่อเสียง และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมักจะติดตามข่าวสารในการรับข้อมูลผ่านการบอกต่อให้กับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Rogers, E. M. (2003) ที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงของเครื่องมือการสื่อสารและเทคโนโลยีส่งผลต่อสังคมพลวัตของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะยอมรับข้อมูลพร้อมนำไปประยุกต์ปรับใช้ให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในรูปแบบของการดำเนินชีวิต Dilek Bozkurt (2025) ได้ศึกษามุมมองที่เป็นเอกลักษณ์นวัตกรรมของโรเจอร์สผ่านภาพยนตร์พบว่า การเจริญเติบโตที่รวดเร็วของการกระจายนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในสังคมจะสามารถเน้นย้ำถึงการเข้าใจการใช้เครื่องมือสื่อสารและเทคโนโลยีได้ดียิ่งขึ้นอีกทั้งยังสะท้อนถึงการยอมรับของสังคมที่มีส่วนร่วมต่อจิตใจอารมณ์และความรู้สึกจากการกระตุ้นของข้อมูลที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วส่งผลต่อผู้บริโภคกลุ่มนำเทรนด์ที่จะเป็นผู้บริโภคกลุ่มแรกที่ต้องการทราบข้อมูลของสินค้าเป็นอันดับแรกและมีการติดตามข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ส่วนผู้บริโภคกลุ่มทันกระแสจะติดตามข้อมูลสินค้าตามสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการให้ข้อมูลแล้วจึงค่อยตามและส่วนกลุ่มรับตามจะรับรู้สินค้าเมื่อสินค้าแพร่กระจายวงจำกัด เช่นกัน (ธนดล ลิ้มเจริญชาติ, 2564, หน้า 58) และประสบการณ์ของกลุ่มผู้ติดตามจะได้รับอิทธิพลมาจากข้อมูลกลุ่มผู้นำเทรนด์ที่สร้างเครือข่ายส่งต่อไปยังบุคคลอื่น ผู้ติดตามใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตในความมุ่งมั่นติดตาม ยอมรับตาม และการเผยแพร่ข้อมูลจากผู้นำ พฤติกรรมของกลุ่มนำเทรนด์ กลุ่มทันกระแส และกลุ่มรับตามส่งผลให้ผู้ติดตามจากสื่อออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานของแจ็กกี้ อินทามอน (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการรับชมคลิปสอยล์หนึ่งของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในการเลือกชมคลิปจะมาจากกิจกรรมที่ตนเองให้ความสนใจ เช่น ชอบ รวมทั้งการเลือกการรับชม ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากสื่อที่เน้นความสัมพันธ์ของสังคม โดยนำรูปแบบที่ได้รับมาปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของตนอีกทั้งขณะที่รับข้อมูลในการชมคลิปจะสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวันของผู้บริโภค

ตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านกระแสนิยม ด้านความต้องการเฉพาะ และด้านความบันเทิง ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยเนื่องจากของเล่นสะสมอาร์ตทอย (Art Toy) เป็นของเล่นสะสมที่ได้รับแรงกระตุ้นจากข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ในความทันสมัย อีกทั้งยังได้รับสร้างความสนใจจนเป็นกระแสนิยม ในด้านความสนุกสนานผู้ซื้อจะได้ลุ้นของเล่นสะสม ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ของการมีส่วนร่วมที่มีลักษณะพิเศษกว่าของเล่นสะสมชนิดอื่น จึงสอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภณัฐ อนุวงศ์ภักดีชาติ (2567, หน้า 73) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสม ที่สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมอย่างมากกับความสัมพันธ์ในเนื้อหาของตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการสะสมของเล่นจะขับเคลื่อนด้วยโอกาสการมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมซึ่งจะส่งผลต่อการซื้อซ้ำ โดยผู้บริโภคจะมุ่งเน้นด้านกระแสสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อในการซื้อซ้ำ อีกทั้งความบันเทิงทางอารมณ์จะส่งผลต่อความสนใจที่ผู้บริโภคจะมีความต้องการเฉพาะ ซึ่งคุณสมบัติ

เหล่านี้จะมีการเชื่อมโยงทางการรับรู้ทางพฤติกรรมสู่อิทธิพลของความตั้งใจซื้อที่จะสามารถผูกผันและดึงดูดความรู้สึกของผู้บริโภค (Cruz, Ong & Tomas, 2025, pp.19-20) และการสะสมของเล่นของผู้บริโภคจึงสะท้อนถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงความเป็นตัวตนและผ่านรูปแบบความสนุกสนานจากกระแสนิยมของบุคคลที่ส่งผ่านการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ โดยเนื้อหาของเล่นสะสมจะมีการขยายการเผยแพร่เป็นส่วนหนึ่งของพลวัตทางการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์ต่ออารมณ์การกระตุ้นให้นักสะสมของเล่นมากขึ้น (Thanadol Tulayaphanich, 2024, p.34) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ อาทิตยกุลวิน (2567), ได้ทำการศึกษาเรื่องการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวเงินในการท่องเที่ยวเมืองปักกิ่ง ประเทศจีน พบว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่จะสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงกับผู้บริโภคด้วยการติดต่อสื่อสารและสร้างกิจกรรมทางการตลาด ผ่านความบันเทิง โดยสร้างการรับรู้จากกระแสที่ได้รับความนิยมดึงดูดใจให้ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลตามความต้องการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อความตัดสินใจซื้อของเล่นสะสม (Art toy) พบว่า ด้านกลุ่มทันกระแส ด้านกลุ่มนำเทรนด์ และด้านกลุ่มรับตาม มีความสำคัญในระดับปานกลางทุกรายการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจของเล่นสะสม (Art toy) ควรมุ่งเน้นในด้านการให้ข้อมูลของเล่นผ่านช่องทางออนไลน์ที่สามารถสื่อสารให้เกิดความเพลิดเพลินหรือการแสดงออกของประสบการณ์ถึงความแปลกใหม่เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถพัฒนาจากของเล่นให้กลายเป็นของสะสม

2) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของเล่นสะสม (Art toy) พบว่า กระแสนิยมด้านความต้องการเฉพาะ และด้านความบันเทิง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกรายการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจของเล่นควรมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมที่มีความหลากหลายตามกระแสนิยมที่ตรงตามความต้องการเฉพาะด้วยการออกแบบของเล่นให้มีความเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการรับรู้ถึงความต้องการที่ได้เฉพาะเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้บริโภคสามารถแสดงความเป็นตัวตนหรือถ่ายทอดได้อย่างชัดเจน

3) ความตั้งใจซื้อของเล่นสะสม (Art toy) ของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อเพื่อความบันเทิง อีกทั้งยังนิยมเป็นของสะสม ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการสื่อสารกับผู้บริโภค ด้วยรูปแบบการถ่ายทอดประสบการณ์ในการสะสมของเล่น (Art toy) ด้วยความบันเทิงมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับการสะสมด้วยแบบใหม่และสร้างความสัมพันธ์แลกเปลี่ยนประสบการณ์การสะสมของเล่น (Art toy)

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาโดยใช้ตัวแปรอื่นที่เน้นในเรื่องพฤติกรรมสะสมของเล่น Art Toys หรือของเล่นสะสมชนิดอื่นๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการออกแบบของเล่นให้เหมาะสมต่อความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งควรวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้ครอบคลุมเพื่อเกิดประสิทธิภาพ

2) การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือขยายขอบเขตในการศึกษาที่กว้างขึ้นเพื่อครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างโดยตรง เพื่อให้ได้ความคิดเห็นข้อมูลเชิงลึกถึงของผู้บริโภคที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- แจ๊คกี้ อินทมนอน. (2566). *ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตการยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชูใจ สุภาภักดิ์พิศาล และสุมาลี รมานันท์. (2563). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของปทัสถานทางจิตใจและอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อ ความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 13(1), 329-344.
- ไทยพีบีเอส (Thai PBS). (2567). ตลาด Art Toyไทยรุ่ง “กรมพัฒนา” ชี้ กลุ่ม Kidult แห่ซื้อเก๋ๆทำไม. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/341421>.
- ธนดล ลิ้มเจริญชาติ.(2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโมเดลประกอบ*. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต): มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นันท์พัทธ์ โนนศรีเมือง และสดชื่น อุตอามาตย์. (2568). ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย (Generation Y). *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(3), 36-49.
- ศุภณัฐ อนุวงศ์ภักดีชาติ. (2567). *ทัศนคติของผู้บริโภค การมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดีย และความตั้งใจในการซื้อของกลุ่มคนรุ่นเจนเนอเรชันซีในตลาดของเล่นศิลปะแบบกล่องลุ่ม*. (สารนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการสื่อเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์) : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2567). *สนค. เจาะกระแสฮือฮา ของเล่นอาร์ตทอยที่มาแรง หนุนพัฒนาอุตสาหกรรมของเล่นไทย*. จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/341421>.
- อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน. (2567). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนในการท่องเที่ยวเมืองปักกิ่ง ประเทศจีน. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 6(2), 75-86.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd Edition), John Wiley & Sons, New York.
- Cruz, E. L. L., Ong, A. K. S., & Tomas, D. Q. (2025). Analyzing the causal effects of product uncertainty and product appeal on repurchase intention in blind box toys. *Cogent Business & Management*, 12(1), 250-613.
- Dilek Bozkurt, A. (2025). A Unique perspective on Rogers’ diffusion of innovations theory through the lens of the “Her” movie. *Journal of International Public Relations and Advertising Studies (HIRE)*, 8(1), 189-223.
- Likert, R. (1932). *A technique for measurement of attitudes*. *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- Thanadol Tulayaphanich. (2024). *Analyzing the Determinants of Repurchase Intentions Among Thai Art Toy Collectors. Thematic Paper*. Mahidol University.
- Yao, B., Shanoyan, A., Peterson, H. H., Boyer, C., & Baker, L. (2019). The use of new-media marketing in the green industry: Analysis of social media use and impact on sales. *Agribusiness*, 35(2), 281-297.

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้: กรณีศึกษาจังหวัดอำนาจเจริญ The Elderly Satisfaction Towards Public Services Provision: A Case of Amnatcharoen

ลัดดาพร ช้อนทอง¹ และนวลจันทร์ แนนชิด²

Latdaphon Chantthong¹ and Nuanjan Nabchid²

^{1,2} อาจารย์ประจำ, วิทยาลัยเทคโนโลยีเอกราชวิทยาสรร

^{1,2} Lecturer of Ekawan Yasothon Technology College

E-mail: Latdaphon08061@gmail.com¹, Jinne2505@gmail.com²

Received: Feb. 15, 2025; Revised: Sep. 18, 2025; Accepted: Oct. 2, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ และ 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยในจังหวัดอำนาจเจริญ โดยทำการสุ่มตัวอย่าง การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 378 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ด้านความต่อเนื่อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ด้านความเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านการเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ตามลำดับ การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึง และด้านความโปร่งใส มีระดับ ความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความเท่าเทียมกัน และด้านความต่อเนื่อง มีระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้สูงอายุที่มี การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ บริการสาธารณะ ความพึงพอใจ

Abstract

The research has the following objectives 1) to study the satisfaction levels of the elderly living in Amnatcharoen concerning public services provided by the state and 2) to compare their relative satisfaction levels of public services provision according to socioeconomic characteristics. The survey study sample, a total of 378, came from the elderly living in Amnatcharoen. It is a quantitative study using questionnaire. The statistical analysis involved the percentage, the arithmetic means, the standard deviation, the t-test and the F-test. This study revealed that the elderly overall satisfaction towards public services provision was at high level, of which the continuity of public services was at high level, averaging 4.18m followed by equitable services, the average score was 4.04, transparency, the average was 3.92, and the approachable services, the average was 3.90, respectively. A comparative study of satisfaction levels among different socioeconomic characteristics, different gender, approachable and transparency aspects were not statistical different in opinion toward public services provision. But their opinion toward equitable and continuity aspects on public services

provision were statistically significant at 0.05 level. The elderly with different levels of education and monthly income showed no different satisfaction towards public services.

Keywords: The elderly, Public services, satisfaction

บทนำ

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-Aged Society) ซึ่งมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564, หน้า 15) สถานการณ์ดังกล่าวมีใช้เพียงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างประชากรเท่านั้น แต่ยังเป็นความท้าทายเชิงระบบด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ที่ต้องปรับตัวอย่างเป็นระบบทั้งในด้านสวัสดิการ สุขภาพ ความมั่นคงทางรายได้ และคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในระยะยาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาระหน้าที่ของรัฐบาลในการวางระบบบริการสาธารณะที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุอย่างครอบคลุม มีคุณภาพ และทั่วถึง

ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อการรับบริการสาธารณะของรัฐได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัย ซึ่งเร่งให้รัฐต้องพัฒนาระบบบริการทั้งด้านสุขภาพและสวัสดิการในรูปแบบที่ครอบคลุมและเข้าถึงได้มากขึ้น กรอบแนวคิด Healthy Ageing ขององค์การอนามัยโลก (WHO, 2020, p.12) เน้นย้ำว่าการยกระดับความสามารถเชิงหน้าที่ของผู้สูงอายุควบคู่กับการจัดการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังและบริบทชีวิตประจำวัน เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในบริการสาธารณะ นอกจากนี้ การเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล (E-Government) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเข้าถึงบริการของผู้สูงอายุ ขณะเดียวกัน นโยบายด้านเมืองเป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ (Age-Friendly Cities/Communities) และการดูแลผู้สูงอายุแบบบูรณาการที่ชุมชน (Community-Based Care) ยังได้รับการเสนอให้เป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับความพึงพอใจ เนื่องจากช่วยเพิ่มการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน การเดินทางสาธารณะ และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสม (Wang & Xu, 2023, p. 45)

ดังนั้น นโยบายในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจของผู้สูงอายุในการรับบริการสาธารณะของรัฐมิได้ขึ้นอยู่กับการจัดบริการเพียงอย่างเดียว แต่สัมพันธ์กับคุณภาพ ความเท่าเทียม การเข้าถึง และการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม แม้รัฐบาลจะจัดบริการสาธารณะในหลายด้าน เช่น การรักษาพยาบาล การให้เบี้ยยังชีพ การส่งเสริมการเรียนรู้และฝึกอาชีพ ตลอดจนการจัดสวัสดิการพื้นฐานด้านที่อยู่อาศัย แต่ในทางปฏิบัติยังพบว่าผู้สูงอายุจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม หรือได้รับบริการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะบุคคล ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต การศึกษานี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดไว้ในจังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งเป็นจังหวัดขนาดเล็กและมีความหลากหลายทางบริบทพื้นที่ ทั้งเขตเมืองและชนบท ซึ่งมักสะท้อนให้เห็นปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการ ตลอดจนความโปร่งใสในการบริหารจัดการสวัสดิการของรัฐ นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อให้เข้าใจถึง “ความแตกต่างเชิงประสบการณ์” และสามารถเสนอแนะแนวทางพัฒนาระบบบริการสาธารณะที่ตอบโจทย์ผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Objective of the Research)

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการบริการสาธารณะ (Public Service Principles)

หลักการบริการสาธารณะเป็นกรอบแนวคิดที่กำหนดทิศทางการทำงานของรัฐในการจัดบริการแก่ประชาชน โดยมุ่งสร้างสมดุลระหว่าง ประสิทธิภาพ (Efficiency), ประสิทธิผล (Effectiveness), ความเป็นธรรม (Equity) ควบคู่กับความโปร่งใสและความรับผิดชอบ (Transparency & Accountability) งานวิจัยของ OECD (2020, p. 4) และ UN-DESA (2022, p. 3; 2024, p. 5) ชี้ให้เห็นว่า บริการสาธารณะที่มีคุณภาพควรยึดหลักสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ความเท่าเทียม ความต่อเนื่อง การเข้าถึงได้ และความโปร่งใส เพื่อให้บริการรัฐตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ยุคดิจิทัลและเสริมสร้างความไว้วางใจของประชาชน

1. ความเท่าเทียมกัน (Equity)

ความเท่าเทียมถือเป็นหัวใจของบริการสาธารณะยุคใหม่ รัฐต้องคำนึงถึงความแตกต่างและความเปราะบางของประชาชน เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือผู้ที่อาศัยในพื้นที่ห่างไกล แนวคิด Inclusion by Design (UN-DESA, 2022, p.3; Estevez & Janowski, 2025, p.7) เสนอว่า ความเท่าเทียมไม่ควรจำกัดเพียงการให้สิทธิเท่ากันในทางกฎหมาย แต่ควรปรับบริการให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่ม การจัดสรรทรัพยากรแบบมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมที่มีความหมายและเพิ่มความโปร่งใสในการบริหารงานภาครัฐ

2. ความต่อเนื่อง (Continuity)

บริการสาธารณะต้องดำเนินต่อเนื่องเพื่อไม่ให้ประชาชนได้รับผลกระทบ OECD (2020, p. 4) เน้นว่ารัฐควรสร้างระบบบริหารที่มีความยืดหยุ่นและสามารถทำงานได้แม้ในภาวะวิกฤต ที่สะท้อนถึงความสำคัญของการรักษาบริการด้านสาธารณสุขและการศึกษาให้ดำเนินต่อไปอย่างมั่นคง van de Walle et al. (2025, p. 350) ยังชี้ว่า ความต่อเนื่องสัมพันธ์โดยตรงกับความเชื่อมั่นของประชาชนต่อรัฐบาล ซึ่งทำให้รัฐจำเป็นต้องมีมาตรการฉุกเฉิน ระบบบริการหลายช่องทางและการรักษาคุณภาพบริการระยะยาว

3. การเข้าถึงได้ (Accessibility)

การเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียมถือเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน OECD (2022, p. 6) เสนอว่า บริการที่ดีปราศจากอุปสรรค ด้านภูมิศาสตร์ ภาษา ความพิการ หรือทักษะดิจิทัล UN-DESA (2024, p. 5) จึงเน้นการให้บริการทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อป้องกันการกีดกัน ตัวอย่างเช่น ศูนย์บริการภาครัฐในท้องถิ่นที่เชื่อมต่อกับระบบดิจิทัลส่วนกลาง หรือการออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เป็นไปตามมาตรฐาน Accessibility สำหรับผู้พิการ

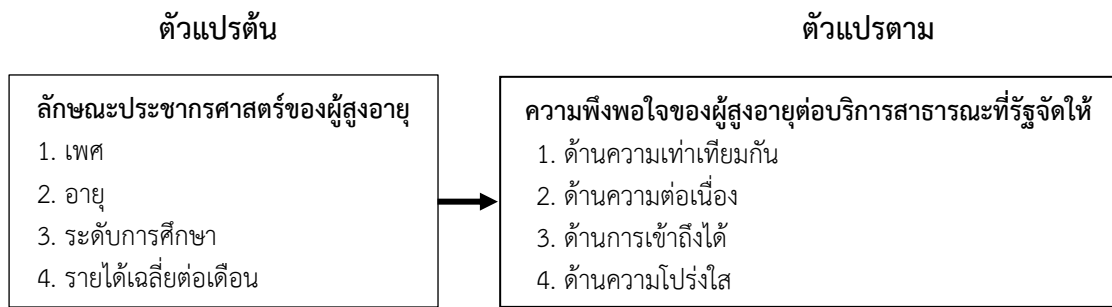
4. ความโปร่งใส (Transparency)

ความโปร่งใสเป็นกลไกที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือของรัฐ (OGP, 2021, p. 12) ชี้ว่า การบริการสาธารณะในยุคดิจิทัลต้องเปิดเผยข้อมูล กระบวนการ และผลลัพธ์ให้ประชาชนตรวจสอบได้ หากระบบดิจิทัล เช่น ระบบคัดกรองสิทธิประโยชน์ ขาดความโปร่งใส อาจก่อให้เกิดอคติและความไม่เป็นธรรม หลักความโปร่งใสจึงครอบคลุมการเปิดเผยงบประมาณ รายงานผล การเข้าถึงข้อมูลสาธารณะ และกลไกกำกับดูแลเทคโนโลยี เพื่อสร้างความไว้วางใจอย่างยั่งยืน

สรุปหลักการบริการสาธารณะ 4 ด้าน ได้แก่ ความเท่าเทียม ความต่อเนื่อง การเข้าถึงได้ และความโปร่งใส เป็นรากฐานที่รัฐควรพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพบริการ ครอบคลุมทุกกลุ่มประชาชน และสร้างความไว้วางใจในระยะยาว โดยเชื่อมโยงกับหลักประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความเป็นธรรม ตอบโจทย์การบริหารภาครัฐในสังคมดิจิทัล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ กรณีศึกษาจังหวัดอำนาจเจริญ มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ กรณีศึกษาจังหวัดอำนาจเจริญ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่ใช้บริการสาธารณะของรัฐ ในจังหวัดอำนาจเจริญ ประชากรทั้งหมด 374,137 คน แบ่งออกเป็น 7 อำเภอ 56 ตำบล 653 หมู่บ้าน มีผู้สูงอายุ จำนวน 65,189 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุอำนาจเจริญ, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ใช้บริการสาธารณะของรัฐในจังหวัดอำนาจเจริญ ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกประชากรตามเขตอำเภอในจังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุอย่างเป็นระบบและสะท้อนถึงบริบทของพื้นที่แต่ละอำเภออย่างเหมาะสม จำนวน 378 คน ซึ่งได้จากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5%

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{65,189}{1 + 65,189(0.05)^2}$$

$n \approx 398$ คน

เนื่องจากในการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน 398 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 378 ชุด ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ประกอบด้วย ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความต่อเนื่อง ด้านการเข้าถึง ด้านความโปร่งใส มีเกณฑ์การการให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจการรับบริการสาธารณะ แปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยจะมีเกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977)

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ทำหนังสือราชการหรือบันทึกข้อความออกจากบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกราช เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่กำหนดไว้

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยแจกแบบสอบถามโดยตรงให้กับกลุ่มตัวอย่าง

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

4. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบและประเมินข้อคำถาม ทั้งด้านความถูกต้องทางสำนวนและความตรงต่อเนื้อหาที่ต้องการวัดหรือไม่ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยได้ค่าความเที่ยง (IOC) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ พบว่า ตัวแปรความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ เท่ากับ 0.91 แสดงว่า ข้อความคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยมีความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยการนำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไปทดลองใช้ จำนวน 30 ชุดและนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับจะต้องไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 95 โดยค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ ร้อยละ 95 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation SD) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เพื่อทดสอบสมมุติฐานการวิจัย เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่าง t - test F - test (One - way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี Scheffe

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความเท่าเทียมกัน	4.04	0.519	มาก
2. ด้านความต่อเนื่อง	4.18	0.478	มาก
3. ด้านการเข้าถึงได้	3.90	0.573	มาก
4. ด้านความโปร่งใส	3.92	0.556	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	0.454	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.454) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านความต่อเนื่องมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (S.D. = 0.478) รองลงมา คือ ด้านความเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.519) ด้านความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.556) ด้านการเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (S.D. = 0.573) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ รายด้าน

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความเท่าเทียมกัน			
1. การศึกษาที่ดี	4.07	0.635	มาก
2. สุขภาพอนามัยที่ดี	4.12	0.767	มาก
3. การมีที่อยู่อาศัยที่ดี	3.93	0.704	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04	0.519	มาก
ด้านความต่อเนื่อง			
1. การให้บริการอย่างทันต่อเวลา	4.39	0.634	มากที่สุด
2. การให้บริการอย่างเพียงพอ	4.02	0.649	มาก
3. การให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.13	0.706	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	0.478	มาก
ด้านการเข้าถึงได้			
1. การมีรายได้	3.82	0.675	มาก
2. การมีความมั่นคงทางรายได้	4.01	0.687	มาก
3. การบริการให้การช่วยเหลือและให้คำปรึกษา	3.86	0.761	มาก

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	0.573	มาก
ด้านความโปร่งใส			
1. การบริการสังคมทั่วไป	3.80	0.621	มาก
2. กระบวนการยุติธรรม	4.07	0.718	มาก
3. นันทนาการ	3.89	0.634	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.556	มาก

จากตารางที่ 2 ด้านความเท่าเทียมกัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.519) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ สุขภาพอนามัยที่ดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.767) รองลงมา คือ การศึกษาที่ดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.635) การมีที่อยู่อาศัยที่ดีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.704) ตามลำดับ

ด้านความต่อเนื่อง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (S.D. = 0.478) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ การให้บริการอย่างทันต่อเวลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (S.D. = 0.634) รองลงมา การให้บริการอย่างก้าวหน้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D. = 0.706) การให้บริการอย่างเพียงพอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.649) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (S.D. = 0.573) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ การมีความมั่นคงทางรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.687) รองลงมา การบริการให้การช่วยเหลือและให้คำปรึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.761) การมีรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (S.D. = 0.675) ตามลำดับ

ด้านความโปร่งใส พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.556) กระบวนการยุติธรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.718) รองลงมา นันทนาการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.634) การบริการสังคมทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (S.D. = 0.621) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้
ที่มีเพศแตกต่างกัน

บริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้	เพศ				t	Sig.
	ชาย N = 176		หญิง N = 202			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านความเท่าเทียมกัน	4.17	0.461	3.92	0.538	4.874	0.079
2. ด้านความต่อเนื่อง	4.27	0.452	4.09	0.484	3.840	0.335
3. ด้านการเข้าถึงได้	4.02	0.512	3.78	0.601	4.097	0.001*
4. ด้านความโปร่งใส	4.02	0.457	3.82	0.615	3.573	0.000*
ภาพรวม	4.12	0.375	3.90	0.492	4.822	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้สูงอายุ มีเพศแตกต่างกัน ภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความเท่าเทียมกัน และด้านความต่อเนื่อง ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความโปร่งใส ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้
ที่มีอายุแตกต่างกัน

บริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านความเท่าเทียมกัน	ระหว่างกลุ่ม	6.901	2	3.450	13.656	0.000*
	ภายในกลุ่ม	94.752	375	0.253		
	รวม	101.653	377			
2. ด้านความต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	6.409	2	3.205	15.057	0.000*
	ภายในกลุ่ม	79.811	375	0.213		
	รวม	86.220	377			
3. ด้านการเข้าถึงได้	ระหว่างกลุ่ม	8.969	2	4.485	14.632	0.000*
	ภายในกลุ่ม	114.938	375	0.307		
	รวม	123.907	377			
4. ด้านความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	3.234	2	1.617	5.352	0.005
	ภายในกลุ่ม	113.274	375	0.302		
	รวม	116.508	377			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.982	2	2.991	15.604	0.000*
	ภายในกลุ่ม	71.886	375	0.192		
	รวม	77.868	377			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้สูงอายุมีอายุแตกต่างกัน ภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความโปร่งใส ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความต่อเนื่อง ด้านการเข้าถึงได้ ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี Scheffe ดังปรากฏตามตาราง 5

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ที่มีอายุแตกต่างกัน

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้		$\bar{x}$	อายุ		
			1	2	3
ด้านความเท่าเทียมกัน	1. 60 – 69 ปี	3.89	-	0.293	0.000*
	2. 70 - 79 ปี	3.99	-	-	0.001*
	3. 80 ปีขึ้นไป	4.22	-	-	-
ด้านความต่อเนื่อง	1. 60 – 69 ปี	4.02	-	0.114	0.000*
	2. 70 - 79 ปี	4.14	-	-	0.001*
	3. 80 ปีขึ้นไป	4.35	-	-	-
ด้านการเข้าถึงได้	1. 60 – 69 ปี	3.69	-	0.027	0.000*
	2. 70 - 79 ปี	3.88	-	-	0.011
	3. 80 ปีขึ้นไป	4.09	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านความเท่าเทียมและด้านความต่อเนื่อง ผู้สูงอายุ 60 - 69 ปี และอายุ 70 - 79 ปี แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างจากผู้สูงอายุ 80 ปีขึ้นไป ด้านการเข้าถึงได้ ผู้สูงอายุ 70 - 79 ปี แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างจากผู้สูงอายุ 80 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านความเท่าเทียมกัน	ระหว่างกลุ่ม	2.084	3	0.695	2.609	0.051
	ภายในกลุ่ม	99.570	374	0.266		
	รวม	101.653	377			
2. ด้านความต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.918	3	0.306	1.342	0.260
	ภายในกลุ่ม	85.302	374	0.228		
	รวม	86.220	377			
3. ด้านการเข้าถึงได้	ระหว่างกลุ่ม	2.535	3	0.845	2.603	0.052
	ภายในกลุ่ม	121.373	374	0.325		
	รวม	123.907	377			

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	1.496	3	0.499	1.621	0.184
	ภายในกลุ่ม	115.012	374	0.308		
	รวม	116.508	377			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.318	3	0.439	2.147	0.094
	ภายในกลุ่ม	76.550	374	0.205		
	รวม	77.868	377			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ ที่ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความต่อเนื่อง ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความโปร่งใส ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

บริการสาธารณะที่รัฐจัดให้	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านความเท่าเทียมกัน	ระหว่างกลุ่ม	0.246	3	0.082	0.303	0.823
	ภายในกลุ่ม	101.407	374	0.271		
	รวม	101.653	377			
2. ด้านความต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.989	3	0.330	1.447	0.229
	ภายในกลุ่ม	85.231	374	0.228		
	รวม	86.220	377			
3. ด้านการเข้าถึงได้	ระหว่างกลุ่ม	1.020	3	0.340	1.035	0.377
	ภายในกลุ่ม	122.887	374	0.329		
	รวม	123.907	377			
4. ด้านความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	0.557	3	0.186	0.599	0.616
	ภายในกลุ่ม	115.951	374	0.310		
	รวม	116.508	377			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.447	3	0.149	0.719	0.541
	ภายในกลุ่ม	77.421	374	0.207		
	รวม	77.868	377			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้สูงอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความต่อเนื่อง

ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความโปร่งใส ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จังหวัดอำนาจเจริญ

การศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความต่อเนื่อง ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความโปร่งใส สอดคล้องกับหลักการที่ OECD (2020) รายงานไว้ว่า การเสริมสร้างบริการสาธารณะที่มีความเท่าเทียมกัน ต่อเนื่อง เข้าถึงง่าย และโปร่งใส เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารราชการสมัยใหม่และการสร้างความไว้วางใจของประชาชนต่อรัฐ

ด้านความเท่าเทียมกัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ สุขภาพอนามัยที่ดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การศึกษาที่ดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การมีที่อยู่อาศัยที่ดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เพราะทำให้ผู้สูงอายุได้รับการสุขภาพครบวงจร ฟรี หรือมีค่าใช้จ่ายต่ำ กล่าวคือ มีระบบศูนย์บริการผู้สูงอายุและบริการถึงบ้าน เช่น คลินิกสุขภาพชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaisomboon, Jomnonkwao, and Ratanavaraha (2020) กล่าวว่า ผู้สูงอายุในประเทศไทยมีความพึงพอใจต่อการสุขภาพอนามัยที่ดี โดยเฉพาะในด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการเข้าถึงบริการสุขภาพที่ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ทฤษฎี Welfare State Theory (Esping-Andersen, 2021) ที่อธิบายว่า การจัดบริการสาธารณะพื้นฐานถูกออกแบบให้ครอบคลุมทุกชนชั้น เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ด้านความต่อเนื่อง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจ จากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ การให้บริการอย่างทันต่อเวลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา การให้บริการอย่างก้าวหน้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การให้บริการอย่างเพียงพอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้สูงอายุได้รับการบริการตามนัด เช่น รับเบี้ยยังชีพ ครบตามกำหนดเวลา ไม่ล่าช้า ทำให้เกิดความมั่นใจในระบบ หน่วยงานรัฐนำเทคโนโลยีมาช่วย เช่น การติดตามสุขภาพออนไลน์ หรือการมีกลุ่มไลน์ ในหมู่บ้านของตนเอง เพื่อทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaisomboon, Jomnonkwao, and Ratanavaraha (2020) กล่าวว่า ผู้สูงอายุในประเทศไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการอย่างก้าวหน้า เช่น การนำเทคโนโลยีมาช่วยในบริการขนส่งสาธารณะที่ทันสมัย สะดวกต่อการเดินทางและปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี New Public Management (Maythikul, 2025) กล่าวว่า แนวคิด New Public Management เน้นการมีระบบบริการที่ ประสิทธิภาพสูง โปร่งใส และยึดลูกค้า บริการที่ “ทันสมัย” ช่วยลดขั้นตอน ลดการเลือกปฏิบัติ ในการแจกสวัสดิการ

ด้านการเข้าถึงได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ ดังนี้ การมีความมั่นคงทางรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา การบริการให้การช่วยเหลือและให้คำปรึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การมีรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ รัฐมีหน้าที่จัดบริการขั้นพื้นฐาน เช่น การคุ้มครองรายได้ การให้คำปรึกษา การให้เงินช่วยเหลือ เช่น เงินช่วยเหลืออาชีพเกษตรกร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ วงษ์มเหศักดิ์ และ สมานันท์ รัตนศิริวิไล (2567) พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ ในหลายด้าน ได้แก่ การสนับสนุนให้เกษตรกรมีความมั่นคงทางรายได้ การให้คำปรึกษา แนะนำด้านการแก้ปัญหาหนี้สินและการพัฒนาอาชีพ การจัดสรรเงินกองทุนเพื่อช่วยเหลือและพัฒนาเกษตรกร กล่าวได้ว่า รัฐและหน่วยงานของรัฐมีบทบาทสำคัญในการจัดบริการขั้นพื้นฐาน เช่น การคุ้มครองรายได้ การให้คำปรึกษา และการให้เงินช่วยเหลือ ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประชาชน และสอดคล้องกับแนวคิด Citizen-Centered Governance (OECD, 2020) เน้นการ

มีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดและประเมินผลการบริการสาธารณะ โดยการให้ความสำคัญกับความต้องการและความพึงพอใจของประชาชน

ด้านความโปร่งใส พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก กระบวนการยุติธรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา นั้นหนการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การบริการสังคมทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ความโปร่งใสในการจัดสวัสดิการ ทำให้ผู้สูงอายุมีความมั่นใจในการใช้บริการ โดยเฉพาะการบริการทั่วไป เช่น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ การแจกเบี้ยยังชีพที่ไม่เลือกปฏิบัติ โดยสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ความรู้สึกรับเป็นธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rojniruttikul (2025) พบว่า ผู้สูงอายุที่ใช้บริการรถไฟ มีความพึงพอใจในด้านนวัตกรรมบริการและคุณภาพการบริการ ซึ่งสะท้อนถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี New Public Management (Maythikul, 2025) กล่าวว่า แนวคิด New Public Management นำแนวทางบริหารภาคเอกชนมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และสร้างกลไกตรวจสอบที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความโปร่งใส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างกันทุกด้าน อภิปรายผล ดังนี้

ผู้สูงอายุมีเพศแตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความเท่าเทียมกัน และด้านความต่อเนื่อง ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการเข้าถึงได้ และด้านความโปร่งใส ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศหญิงมักมีการใช้บริการสาธารณะมากกว่า เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมชมรมผู้สูงอายุ และการเข้าตรวจสุขภาพ ส่งผลให้รับรู้ด้านการเข้าถึงบริการได้มากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen & Lim (2021) พบว่า ผู้สูงอายุเพศหญิงมีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและบริการสุขภาพเชิงป้องกัน มากกว่าเพศชาย เนื่องจากบทบาททางสังคมและการดูแลครอบครัวทำให้มีความใกล้ชิดกับบริการชุมชน อีกทั้งยัง สอดคล้องกับทฤษฎี Social Role Theory (Eagly & Wood, 2020) กล่าวว่า บทบาททางเพศส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการ โดยผู้หญิงจะมีแนวโน้มเข้าถึงทรัพยากรและบริการของรัฐเพื่อสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยทางสังคมมากกว่า

ผู้สูงอายุมีอายุแตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความโปร่งใส ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านความเท่าเทียมกัน ด้านความต่อเนื่อง ด้านการเข้าถึงได้ ผู้สูงอายุ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีมุมมองต่อบริการสาธารณะต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะด้านความเท่าเทียมกัน ความต่อเนื่อง และการเข้าถึงได้ เช่น กลุ่มอายุ 60 - 69 ปี ยังมีศักยภาพในการเดินทางและเข้าถึงบริการ ส่วนกลุ่มอายุ 80 ปี ขึ้นไปต้องพึ่งพาผู้อื่นมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการบริการที่แตกต่าง สอดคล้องกับรายงานของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565) พบว่า ผู้สูงวัยแต่ละช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากข้อจำกัดด้านร่างกายและความคาดหวัง อีกทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎี Active Ageing (WHO, 2020) เน้นว่าความแตกต่างด้านอายุส่งผลต่อรูปแบบการเข้าถึงบริการสุขภาพและสังคม

ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่ได้มีความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบริการพื้นฐาน เช่น เบี้ยยังชีพ การรักษาพยาบาล และการสนับสนุนด้านที่อยู่อาศัย ถูกจัดให้ครอบคลุมทุกกลุ่มการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chou & Chiu (2022) พบว่า ระดับการศึกษา ไม่ได้เป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณสุขในกลุ่มผู้สูงอายุ แต่เป็นการเข้าถึงบริการที่เป็นตัวแปรสำคัญ และยังสอดคล้องกับ ทฤษฎี Welfare State Theory (Esping - Andersen, 2021) อธิบายว่าการจัดบริการสาธารณสุขพื้นฐานถูกออกแบบให้ครอบคลุมทุกชนชั้นและทุกกลุ่มการศึกษาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ

ผู้สูงอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน ไม่ได้มีระดับความพึงพอใจต่อบริการสาธารณสุขต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบริการสาธารณสุขส่วนใหญ่ เช่น การรักษาพยาบาล การรับเบี้ยยังชีพ และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ได้รับการจัดโดยรัฐ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และอยู่ในระบบสวัสดิการที่ครอบคลุมทุกกลุ่มรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเพ็ญ รัตนสุวรรณ (2564) พบว่ารายได้ไม่ได้มีผลต่อระดับพึงพอใจต่อบริการ เนื่องจากระบบสวัสดิการเน้นการครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และยังสอดคล้องกับ ทฤษฎี Universalism in Welfare Provision (Taylor - Gooby, 2020) อธิบายว่า บริการสาธารณสุขเชิงสวัสดิการควรเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ไม่ขึ้นกับรายได้ เพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อบริการสาธารณสุขที่รัฐจัดให้ กรณีศึกษาจังหวัดอำนาจเจริญ ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความเท่าเทียมกัน

ความเท่าเทียมกันเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุทุกกลุ่มไม่ว่าจะมีรายได้สูงหรือต่ำ ควรเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ เช่น การตรวจรักษาและส่งเสริมสุขภาพอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ยังควรส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและจัดให้มีที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัยและเหมาะสม หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข, สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.), กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.), องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น (อบต./เทศบาล), กศน. และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบ

2. ด้านความต่อเนื่องของการบริการ

ความต่อเนื่องของการบริการช่วยให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแลอย่างครบถ้วนและไม่ขาดตอน บริการต้องทันเวลา เช่น การเข้ารับการรักษาและรับเบี้ยยังชีพ พร้อมทั้งพัฒนาการให้บริการด้วยเทคโนโลยีและการอบรมเจ้าหน้าที่เพิ่มความก้าวหน้าและเชื่อมโยงข้อมูลผู้สูงอายุในระดับชาติ รวมถึงการจัดให้มีบุคลากร อุปกรณ์ และสถานที่เพียงพอในแต่ละพื้นที่ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข, สปสช., และ อบต./เทศบาล

3. ด้านการเข้าถึงได้

การเข้าถึงบริการและทรัพยากรเป็นสิ่งสำคัญ ผู้สูงอายุต้องมีความมั่นคงทางรายได้ เช่น เบี้ยยังชีพ บำนาญพื้นฐาน และบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ พร้อมทั้งเข้าถึงบริการดิจิทัล ศูนย์ช่วยเหลือสังคม และบริการเคลื่อนที่ รวมถึงโอกาสในการหารายได้เสริมผ่านศูนย์ฝึกอาชีพหรือกองทุนผู้สูงอายุ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ อบต./เทศบาล และธนาคารของรัฐ

4. ด้านความโปร่งใส

ความโปร่งใสสร้างความเชื่อมั่นและป้องกันการเลือกปฏิบัติ ผู้สูงอายุควรสามารถร้องเรียนและเข้าถึงความเป็นธรรมได้ง่าย บริการสังคมทั่วไปต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ และการจัดสวัสดิการควรเปิดเผยเกณฑ์การรับสิทธิ การแจกจ่าย และรายงานผลต่อสาธารณะ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ พม. และ อบต./เทศบาล ทั้งนี้ การประเมินความพึงพอใจของผู้สูงอายุสามารถทำได้ผ่านแบบสอบถาม แบ่งตาม 4 ด้าน พร้อมการสัมภาษณ์เชิงลึกและประชาคมชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เปรียบเทียบ ระหว่างผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองและเขตชนบทต่อความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการสาธารณะที่รัฐจัดให้ เนื่องจากเขตเมืองมักมีโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรที่พร้อมกว่า ขณะที่เขตชนบทประสบปัญหาขาดแคลนงบประมาณและเจ้าหน้าที่เฉพาะทาง การเปรียบเทียบดังกล่าวจะช่วยให้สามารถระบุ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ” ได้อย่างชัดเจน และนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางเชิงพื้นที่ที่เหมาะสมและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้ดิจิทัลของผู้สูงอายุกับการเข้าถึงบริการสาธารณะของรัฐในยุคดิจิทัล แม้หลายหน่วยงานได้พัฒนาระบบออนไลน์และแอปพลิเคชัน เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น ระบบจองคิวรักษาพยาบาล แอปพลิเคชัน “เปาตั้ง” สำหรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ หรือระบบติดตามสุขภาพ แต่ผู้สูงอายุจำนวนมากยังไม่ค่อยยังประสบข้อจำกัด ด้านทักษะดิจิทัลและการเข้าถึงอุปกรณ์ หากมีการศึกษาความสัมพันธ์ในประเด็นนี้อย่างเป็นระบบ จะช่วยให้รัฐสามารถออกแบบมาตรการสนับสนุนเพิ่มเติม เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีในชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้การเข้าถึงบริการสาธารณะของผู้สูงอายุมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของสังคมสูงวัยในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ วงษ์หมื่นศักดิ์, & สมานันท์ รัตนศิริวิไล. (2567). ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสียของสำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร: ปีบัญชี 2566. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์*, 4(4), 1596-1607.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). *สิทธิผู้สูงอายุ*. สืบค้น 1 มิถุนายน 2566, จาก <http://www.dop.go.th/>
- พรเพ็ญ รัตนสุวรรณ. (2564). ผลของรายได้และการเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์*, 22(3), 55-68.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2564*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2565*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Chaisomboon, M., Jomnonkwao, S., & Ratanavaraha, V. (2020). Public transport service quality and passengers' behavioral intentions: The case of Thailand. *Sustainability*, 12(10), 4259. <https://doi.org/10.3390/su12104259>
- Chou, K.-L., & Chiu, C.-J. (2022). Successful aging and well-being among older adults: A critical review. *Journal of Aging Studies*, 60, 100998. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2021.100998>
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2020). Social role theory of sex differences and similarities: Implications for the partner preferences of women and men. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(5), 982-1006. <https://doi.org/10.1037/pspp0000358>
- Esping-Andersen, G. (2021). *The three worlds of welfare capitalism revisited*. Cambridge: Polity Press.
- Estevez, E., & Janowski, T. (2025). Digital government ecosystems for sustainable development. *Government Information Quarterly*, 42(1), 101789. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2024.101789>
- Nguyen, T. H., & Lim, S. (2021). E-government and citizen satisfaction: Evidence from Asia. *Information Development*, 37(4), 536-548. <https://doi.org/10.1177/0266666920944851>
- Maythikul, N. (2025). New Public Management and Public Administration in the Digital Age. *Journal of Public Administration*, 15(2), 45-60.
- Open Government Partnership. (2021). *Title of report*. Retrieved June 1, 2025, from <https://www.opengovpartnership.org>

- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Policy framework on sound public governance: Baseline measurement and initial findings*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/931b05fc-en>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *OECD good practice principles for public service design and delivery in the digital age*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/f3845ec3-en>
- Rojniruttikul, N. (2025). Public service innovation in Thailand: Toward citizen-centered governance. *Journal of Public Administration Studies*, 20(2), 15–32.
- Taylor-Gooby, P. (2020). The limits of universalism: Social policy challenges in the 21st century. *Social Policy & Administration*, 54(4), 565–579. <https://doi.org/10.1111/spol.12567>
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs. (2022). *E-Government survey 2022: The future of digital government*. New York: United Nations.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs. (2024). *E-Government survey 2024: Towards sustainable and inclusive digital transformation*. New York: United Nations.
- van de Walle, S., Groeneveld, S., & Bouckaert, G. (2025). *Public administration and trust in times of crisis*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Wang, D., & Xu, F. (2023). Local public transport and neighbourhood satisfaction among older adults. *Journal of Transport & Health*, 30, 101452.
- World Health Organization. (2020). *Decade of healthy ageing: Baseline report*. Geneva: WHO.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

**ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา:
กรณีศึกษา อำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช**
**Factors of New Public Management Resulting the Developing
Performance: Case Study Phipoon District, Nakhon Si Thammarat Province**
กนกภักดิ์ บุญสิทธิ์
Kanokpak Boonsit

อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

E-mail: Kanokpak_boon@nstru.ac.th

Received: Jun. 4, 2025; Revised: Aug. 1, 2025; Accepted: Aug. 14, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ 2) ศึกษาระดับการดำเนินงานด้านการพัฒนา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา 4) ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา และ 5) นำเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ จำนวน 377 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ จำนวน 6 คน กำหนดแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) การดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (3) ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนาเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง (4) ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา มี 4 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี และปัจจัยด้านการวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ และ (5) ข้อเสนอแนะประกอบด้วย 1) ควรมีการปฏิบัติโดยยึดหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีอย่างจริงจัง จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานมาก 2) ควรมีการประเมินผลงานโดยหน่วยงานที่มีประสบการณ์ตรงไปตรงมา และ 3) การบริหารงานแบบมืออาชีพควรทำงานด้วยความรับผิดชอบสูงสุด ต่อผลสำเร็จของงานตามวัตถุประสงค์

คำสำคัญ: การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ การดำเนินงานด้านการพัฒนา

Abstract

This research aims to 1) study the level of new public administration factors, 2) study the level of development operations, 3) study the relationship between new public administration factors and development operations, and 4) present recommendations on new public administration factors affecting development operations: a case study of Phipun District, Nakhon Si Thammarat Province. Quantitative sample of 377 people and qualitative research by interviewing 6 people using specific random sampling method. The research results found that 1) the factors of new public administration that affect development operations are at a high level overall. 2) Development operations are at a high level overall and in each aspect. 3) The factors of new public administration that have a positive relationship with development operations are at a moderate level and 4) recommendations consisting of (1) searching for problems and obstacles in management in order

to lead to professional management (2) developing knowledge and enhancing knowledge and understanding about new public administration for all public sector personnel in order to be able to translate knowledge and understanding into practice in a more tangible way.

Keywords: New Public Management, Development Operations

บทนำ

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีการนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) มาปรับใช้ในหลายด้าน เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร การกระจายอำนาจ การบริหารทรัพยากรบุคคล และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ กิตติเดช ศรีสุวรรณ (2566) พบว่า การนำแนวคิด NPM มาใช้ในหน่วยปฏิบัติการแพทย์ระดับสูงของเทศบาลนครรังสิต ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานและการให้บริการแก่ประชาชน นอกจากนี้ รายงานของ OECD (2025) ได้ประเมินความสามารถในการบริหารจัดการภาครัฐของประเทศไทย โดยพบว่าประเทศไทยมีการปฏิรูปที่สำคัญเพื่อเสริมสร้างกรอบนโยบายภาครัฐแบบใหม่ แต่ยังมีความท้าทายบางประการที่ต้องเผชิญ การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์กรภาครัฐให้มีความยืดหยุ่น โปร่งใส และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการนำแนวคิด NPM มาใช้ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและความคาดหวังของสังคมได้ดีขึ้น ดังการศึกษาของ พระมหากันตสินท์ กันตสีโล และคณะ (2567) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาองค์กรภาครัฐให้มีความมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการ การกระจายอำนาจ และการบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) เป็นแนวคิดการปฏิรูประบบราชการที่เน้นการนำนวัตกรรม แนวทาง และเครื่องมือจากภาคเอกชนมาใช้ในภาครัฐ โดยมุ่งเน้นประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ความคุ้มค่า และความโปร่งใสในการให้บริการสาธารณะ แนวคิดนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย ซึ่งมีการนำมาใช้เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความสำคัญของ NPM อยู่ที่การยกระดับคุณภาพของการบริหารภาครัฐ โดยการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน การวัดผลการดำเนินการ การบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยอิงหลักความสามารถ (merit-based) แนวคิดนี้ยังช่วยลดขนาดของราชการที่เหอะเหะ ส่งเสริมการแข่งขันในตลาดบริการสาธารณะ และกระตุ้นให้ภาครัฐเปิดกว้างต่อการตรวจสอบจากประชาชน ขอบข่ายของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ครอบคลุมการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ การจัดทำระบบวัดผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจของประชาชน รวมถึงการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แนวคิด NPM ยังเชื่อมโยงกับแนวทาง "Governance" ที่เน้นการบริหารแบบบูรณาการระหว่างรัฐ เอกชน และประชาชน ทั้งนี้ งานวิจัยในประเทศ เช่น พระมหากันตสินท์ กันตสีโล และคณะ (2567) ได้เสนอว่า NPM เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาองค์กรภาครัฐให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะที่งานวิจัยต่างประเทศ เช่น Hagedorn Krogh and Triantafillou (2024) ชี้ให้เห็นว่า NPM เป็นรากฐานสำคัญของแนวคิดการปกครองแบบใหม่ (New Public Governance) ที่ช่วยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในระบบราชการทั่วโลก

อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีความสำคัญหลายด้านทั้งในด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว เป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีความสำคัญในการเป็นแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำตาปี และยังเป็นที่ตั้งของโครงการอ่างเก็บน้ำคลองกะทูนซึ่งมีบทบาทสำคัญในการบรรเทาอุทกภัยและเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้จัดทำแผนพัฒนาอำเภอ 4 ปี (2561-2564) โดยดำเนินการด้านการพัฒนายาใต้ 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว 2) สินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย และ 3) เมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้นการบริหารของภาครัฐ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาพื้นที่ ผู้วิจัย

มีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการบูรณาการปัจจัยการบริหารจัดการแนวใหม่ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน 2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ 3) ปัจจัยด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ 4) ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และ 5) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี เพื่อนำเสนอผลการวิจัยต่อฝ่ายบริหารและฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปเป็นมรรควิธีในการเสริมสร้างการดำเนินงานด้านการพัฒนาให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของประชาชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการจัดการภาครัฐแนวใหม่

แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management : NPM) ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลที่ว่า การปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารงานภาครัฐ ตามแนวคิดดังกล่าวจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และช่วยเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ความสำเร็จของการปรับใช้หลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ขึ้นอยู่กับความร่วมมือ ของทุกฝ่ายในภาคราชการ ในการทำความเข้าใจและปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิดและวิธีการ ทำงานให้ไปสู่เป้าประสงค์ร่วมกัน (วีระศักดิ์ เครือเทพ, 2547) สำหรับประเทศไทยได้นำแนวคิด NPM มาใช้ในการบริหารภาครัฐเพื่อมุ่งเน้นปรับปรุงการบริหารงานภาครัฐ ให้มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร ให้มีความคล่องตัว การเน้นผลสัมฤทธิ์ของงาน และการส่งเสริมความโปร่งใสและความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐ นับว่าเป็นการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐโดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการ และการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานของความเป็นสากลของทฤษฎีการบริหารและเทคนิค วิธีการจัดการ ว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งในแง่ของการบริหารรัฐกิจ และการบริหารธุรกิจโดยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่นั้นจะมุ่งเน้นถึงวัตถุประสงค์และสัมฤทธิ์ผลของการดำเนินงาน (วิภาภัทร์ อิน้อย และคณะ, 2562) โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งต่อการจัดการภาครัฐแนวใหม่ สำหรับอำเภอฟิปปูน ประกอบด้วย 1) ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน 2) ด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ 3) ด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ 4) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และ 5) ด้านการบริหารจัดการเมืองที่ดี

การบริหารราชการส่วนภูมิภาค

การบริหารราชการส่วนภูมิภาค (Provincial Administration) เป็นการบริหารราชการแผ่นดินตามหลักการแบ่งอำนาจ (Deconcentration) ราชการบริหารส่วนกลางจะมอบอำนาจหน้าที่ในกิจการบางอย่างไปให้แก่ราชการบริหารส่วนภูมิภาคไปปฏิบัติจัดทำ มีอำนาจตัดสินใจในขอบเขตที่จำกัดบางอย่างตามที่ราชการบริหารส่วนกลางจะได้อนุญาตไว้ให้หน่วยงานที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค เป็นกลไกสำคัญทางการเมืองในการแปลงนโยบายการเมืองสู่การปฏิบัติ ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 มาตรา 51 ได้บัญญัติให้การจัดระเบียบบริหารราชการส่วนภูมิภาคมีสองรูปแบบคือ จังหวัดและอำเภอ (บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และคณะ,ออนไลน์) โดยมีลักษณะสำคัญ

คือ 1) เป็นการแบ่งอำนาจการปกครองจากส่วนกลาง ซึ่งจะมีผู้แทนจากการบริหารราชการส่วนกลางไปประจำอยู่ในส่วนภูมิภาค มิใช่เป็นการกระจายอำนาจปกครอง 2) เจ้าหน้าที่ส่วนภูมิภาคยังอยู่ภายใต้อำนาจบังคับบัญชาส่วนกลาง โดยเฉพาะในเรื่องของการบริหารงานบุคคล ปัจจุบันมีการแบ่งมอบอำนาจตัดสินใจในเรื่องนี้มากขึ้น และ 3) ราชการส่วนภูมิภาคได้รับมอบอำนาจในการวินิจฉัยสั่งการเฉพาะบางเรื่องบางประการเท่านั้น การบริหารราชการส่วนกลางมีอำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขคำวินิจฉัยสั่งการของส่วนภูมิภาคได้ ฉะนั้นผู้มีอำนาจสั่งการขั้นสุดท้ายก็คือราชการส่วนกลางนั่นเอง (ปธาน สุวรรณมงคล, 2562) ในปัจจุบัน มีความพยายามในการปรับปรุงโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของการบริหารราชการส่วนภูมิภาค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนและตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยมีการศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางในการบูรณาการการบริหารงานระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น (ยุวธิดา สุวรรณรัตน์ และคณะ, 2564)

การดำเนินงานด้านการพัฒนา

ด้านการพัฒนาหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้มีความเจริญทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม อาจเน้นด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น พื้นที่ใดมีความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจแล้ว อาจมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการเมืองและสังคม เป็นต้น แต่โดยทั่วไป คือการทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนมีความอยู่ดีกินมากขึ้น มีความสุขมากขึ้น (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2548) โดยการพัฒนาต้องตระหนักอยู่เสมอว่าทุกขั้นตอนของการทำงานจะต้องเป็นไปเพื่อสร้างสรรค์โดยเปิดโอกาส และให้อิสระแก่คนในชุมชนที่จะใช้ศักยภาพของตน เพื่อสามารถยืนหยัดอยู่ด้วยตนเอง มีอำนาจตัดสินใจเต็มที่ไม่ต้องคอยให้ผู้ใดสั่งการ ไม่ให้ยื่นความช่วยเหลือเกินความจำเป็นอีกต่อไป และการพัฒนานั้นยึดหลักช่วยกันคิดช่วยกันทำโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบบนพื้นฐานความต้องการที่แท้จริงของประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้มากที่สุด โดยการดำเนินเป็นไปในลักษณะผสมผสานเพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในทุกด้านอย่างสมดุล ซึ่งต้องอาศัยการประสานงานเพื่อสร้างความร่วมมือจากหลายฝ่ายจึงจะได้ผลดี (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2534), สมนึก ปัญญาสิงห์ (2542) ซึ่งในพื้นที่อำเภอพิบูลย์ จังหวังนครศรีธรรมราช กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ใน 4 ประเด็น คือ 1) ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว 2) ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย และ 3) ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิต

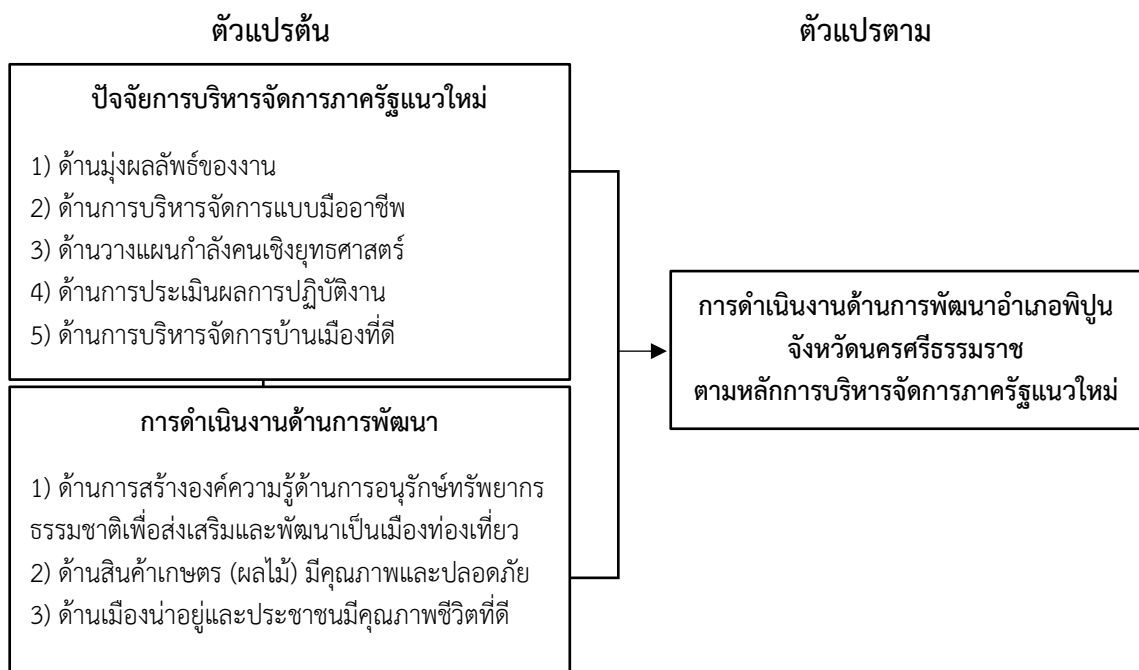
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการพัฒนางานของส่วนราชการ มีการศึกษาไว้หลายรายการ เช่น สนธยา คงสนิท และสิบบงศ์ สุขสม (2567) ได้ศึกษาการจัดการภาครัฐแนวใหม่เพื่อพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า การบริหารที่มีมาตรฐานชัดเจน การปรับโครงสร้างให้เล็กและคล่องตัว และการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ รวมถึงการปฏิรูปกฎระเบียบในประเทศไทย โดย OECD ได้ประเมินความสามารถในการจัดการกฎระเบียบของประเทศ ซึ่งรวมถึงการประเมินผลกระทบของกฎระเบียบ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการบังคับใช้กฎระเบียบ เพื่อสนับสนุนการบริหารงานภาครัฐที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (OECD, 2025) โดยสรุป การนำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ในประเทศไทยเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็นในการปรับปรุงการบริหารงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้ NPM ยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาทักษะของบุคลากร และการสร้างระบบการวัดผลที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ วิภาภรณ์ อินชัย สมเกียรติ เกียรติเจริญ และรังสรรค์ อินทน์จันทน์ (2562) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของผู้ใหญ่บ้านในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่การมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการแบบมืออาชีพ การกระจายอำนาจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีและประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม และด้านประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมถึงการศึกษา กนกภักดิ์ บุญสิทธิ์ และเสาวลักษณ์ นิกรพิทยา (2564) พบว่า 1) ระดับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยรวม

อยู่ในระดับมาก (3.87) 2) ระดับการดำเนินงานด้านการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.93) 3) ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางเท่ากับ .529 4) ข้อเสนอแนะควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการทำงาน คือ ควรมีการศึกษาดูงานด้านการบริหารจัดการในหน่วยงานเอกชน และควรมีการประชาสัมพันธ์ ให้กับหน่วยงานราชการภายในจังหวัดทราบ และ 5) รูปแบบปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผล ต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนาพบว่าปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ต้องมี 5 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านคุณภาพชีวิต ด้านการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรมจารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และด้านการบริหารจัดการสาธารณะ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้วางกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย โดยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษาแสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากรูปที่ 1 ผู้วิจัยมุ่งศึกษาวิจัยว่า ปัจจัยการบริหารภาครัฐแนวใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านมุ่งผลลัพธ์ของงาน 2) ด้านการบริหารจัดการแบบมีอาชีพ 3) ด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ 4) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และ 5) ด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี และยุทธศาสตร์การพัฒนาอำเภอพิปูน ประกอบด้วย 1) ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว 2) ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย และ 3) ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี จะนำไปสู่การหาคำตอบของการดำเนินงานด้านการพัฒนาตามหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของอำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดำเนินงานด้านการพัฒนาในระดับสูง
- 2) ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี มีดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล

1.1 ประชากร ได้แก่ ประชากรในเขตพื้นที่ อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 28,893 คน (งานทะเบียนราษฎร์ อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2565)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรในเขตพื้นที่ อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 377 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ระดับความเชื่อมั่น 95% จากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เนื่องรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย

1.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) กำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้หลักวิธีการเลือกเฉพาะเจาะจง เนื่องจากเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรที่สอดคล้องกับการวิจัยและเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในการบริหารงานประกอบด้วย จำนวน 6 คน ได้แก่ 1) หัวหน้าสำนักปลัด 2) นักพัฒนาชุมชน 3) นักทรัพยากรบุคคล 4) เจ้าพนักงานธุรการ 5) นักวิเคราะห์นโยบายและแผน และ 6) เจ้าพนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology Research) เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัย 2 แบบ คือ

2.1 แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ หมู่บ้านที่อาศัยอยู่ สถานภาพ อาชีพ

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อปัจจัยการบริหาร อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านมุ่งผลลัพธ์ของงาน 2) ด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ 3) ด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ 4) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และ 5) ด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านพัฒนา จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว 2) ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย และ 3) ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือผู้วิจัยสร้างขึ้นตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร วารสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขและพิจารณาครอบคลุมในด้านเนื้อหาตลอดจนความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามซึ่งอยู่ระหว่าง .80-1.0 ถือว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงวัตถุประสงค์ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ ก่อนนำแบบทดสอบไปทดลองใช้กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85

2.2 แบบสัมภาษณ์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปิน จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้มาตรฐานตรวจสอบความถูกต้องและมีความสมบูรณ์ของข้อมูลได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ 352 ชุด

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ให้ไว้จัดระบบข้อมูล ตรวจสอบเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมทางสังคมศาสตร์และแปลความหมายค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามระดับคุณภาพ

3.3 ส่วนแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้ง 6 คน เพื่อนัดหมายสัมภาษณ์เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การหาความถี่และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการพัฒนา วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.4 วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการดำเนินงานด้านพัฒนา โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

4.5 วิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการพรรณนาความตามเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ ($\bar{X} = 3.99$) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ($\bar{X} = 3.95$) ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.93$) ปัจจัยด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ($\bar{X} = 3.90$) และปัจจัยด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ ($\bar{X} = 3.78$)

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.98$) ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ($\bar{X} = 3.86$) และด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย ($\bar{X} = 3.71$)

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄
1. ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน (X ₁)	0.695**	0.714**	0.710**	0.701**
2. ด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ (X ₂)	0.578**	0.642**	0.606**	0.602**
3. ด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์ (X ₃)	0.642**	0.692**	0.573**	0.634**
4. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X ₄)	0.706**	0.612**	0.582**	0.630**
5. ด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี (X ₅)	0.704**	0.697**	0.663**	0.681**
รวม	0.675**	0.672**	0.622**	0.641**

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

หมายเหตุ: ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว (Y₁); ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย (Y₂); ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี (Y₃) และการดำเนินงานด้านการพัฒนาภาพรวม (Y₄)

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางเท่ากับ 0.641 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 1) ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย มากที่สุดเท่ากับกับ 0.701 2) ด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัยมากที่สุด เท่ากับ 0.602 3) ด้านวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา ด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัยมากที่สุด เท่ากับ 0.582 4) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว มากที่สุดเท่ากับ 0.573 และ 5) ด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว มากที่สุดเท่ากับ 0.663

การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวม

ตัวแปร	Regression Coefficient					
	B	beta	B	beta	t	Sig
1. ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน	0.352	0.341	0.319	0.316	3.214	0.000**
2. ด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ	0.275	0.266				
3. ด้านการวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์	0.421	0.377	0.406	0.288	2.592	0.000**
4. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน	0.342	0.285	0.239	0.306	3.712	0.000**
5. ด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี	0.368	0.312	0.391	0.292	4.023	0.000**
ค่าคงที่ (constant)	0.621					

R = 0.757 R² = 0.679 Adjusted R² = 0.611 F = 178.224

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมทั้ง 5 ปัจจัย สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอฟิปปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวม ได้ร้อยละ 67.90 มีค่า R² = 0.679 และมีค่า F = 178.224 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ($\alpha=0.01$)

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 การสัมภาษณ์บุคลากรหน่วยงานส่วนภูมิภาคจำนวน 6 คน พบว่า ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนางาน นั้นจำเป็นอย่างยิ่งว่าการบริหารงานต้องคำนึงผลงานที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ มีการวางแผนกำลังคนที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และต้องมีการวางแผนกำลังคนในอนาคตเพื่อให้มีบุคลากรที่เหมาะสม มีทักษะและความสามารถที่จำเป็นในการบรรลุเป้าหมายตามภารกิจของอำเภอ ส่วนเมื่อปฏิบัติงานแล้วจะจำเป็นอย่างไรจะต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นรูปธรรม เพื่อสามารถนำผลการประเมินมาสู่การพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานได้ และควรนำหลักการการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีหรือหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการการพัฒนาของอำเภอให้มีประสิทธิภาพ

สรุปและอภิปรายผล

1. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้านวางแผนกำลังคน เชิงยุทธศาสตร์ ด้านการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน และด้านการบริหารจัดการแบบมีอาชีพ ทั้งนี้การวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ในขณะที่การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการบริหารงานภาครัฐ ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของ NPM การประเมินผลการปฏิบัติงานช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการส่งเสริมในกรอบของ NPM การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลักการที่สำคัญใน NPM โดยเน้นการวัดผลลัพธ์ของการดำเนินงาน มากกว่ากระบวนการ ซึ่งช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการแบบมีอาชีพเน้นการพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรภาครัฐให้มีความเชี่ยวชาญและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการส่งเสริมใน NPM ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการนำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ในอำเภอพิปูนมีผลต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการวางแผนกำลังคนเชิงยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามแนวทาง NPM จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารงานภาครัฐ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่น (OECD, 2025; Ngamsaad, Maharutsakul, & Rianlor, 2025 และ Lhakard, 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติพร ฉิมย้อย (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาหัวนา อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับของปัจจัยด้านการจัดการภาครัฐแนวใหม่ขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาหัวนา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน และปัจจัยด้านการจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานได้แก่ ด้านการบริหารแบบมีส่วนร่วม ด้านการวัดและประเมินผล และด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2558) เสนอให้มีการพัฒนาระบบราชการอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาพื้นฐานและจุดอ่อนของระบบราชการที่สั่งสมกันมาเป็นเวลานาน และการเร่งพัฒนาขีดสมรรถนะและเสริมสร้างความเข้มแข็ง อันจะช่วยให้ระบบราชการสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและองค์กลสำคัญในการพัฒนาประเทศ รวมถึงการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก สอดคล้องกับข้อเสนอของฟิลลิปส์ จีระประยูต และ เทพศักดิ์ บุญรัตน์ (2558) ได้กล่าวถึง แนวคิด ทฤษฎีของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ คือแนวคิดการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) เป็นการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านคุณภาพขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ประกอบด้วย

3 กระบวนการหลัก คือ การวางแผนคุณภาพ การควบคุมคุณภาพ และการปรับปรุงคุณภาพ การบริหารคุณภาพ มีจุดมุ่งหมายในการสร้างความพึงพอใจและสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า อันส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

2. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูลย์ จ.พิจิตร การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูลย์ จ.พิจิตร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากน้อย ดังนี้ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจาก ด้านการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ในขณะที่ด้านเมืองน่าอยู่และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนและดำเนินงานช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนของเมือง และด้านสินค้าเกษตร (ผลไม้) มีคุณภาพและปลอดภัยการพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารและเศรษฐกิจของชุมชน การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและปลอดภัยช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนของภาคเกษตรกรรม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการดำเนินงานด้านการพัฒนาในอำเภอพิบูลย์มีความก้าวหน้าในหลายด้าน โดยเฉพาะการสร้างองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ และการส่งเสริมสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและปลอดภัย การมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริหารจัดการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความยั่งยืนของการพัฒนาในพื้นที่ (เมธธาวิณ พลโยธินและคณะ, 2565 และ สุธิดา ศิริสวัสดิ์, 2564)

3. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูลย์ จ.พิจิตร อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติที่กำหนดไว้ คือ ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่สัมพันธ์เชิงบวกกับการดำเนินงานด้านการพัฒนา ซึ่งสะท้อนถึงการนำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) มาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นที่ยังไม่เต็มที่ แนวคิด NPM เน้นการบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารแบบมืออาชีพ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการส่งเสริมในนโยบาย Thailand 4.0 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม การวิจัยในอำเภอพิบูลย์พบว่าการนำหลักการเหล่านี้ไปใช้ยังมีข้อจำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาภัทร์ อินชัย, สมเกียรติเกียรติเจริญ, และรังสรรค์ อินทน์ จันทน์. (2562) พบว่าปัจจัย NPM เช่น การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารแบบมืออาชีพ และการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการนำแนวคิด NPM มาใช้ในระดับท้องถิ่น ทั้งนี้ในบริบทของอำเภอพิบูลย์ การนำแนวคิด NPM มาใช้ยังมีข้อจำกัด เช่น การขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การขาดการประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย NPM กับการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนา ควรส่งเสริมการนำแนวคิด NPM มาใช้ในระดับท้องถิ่นอย่างเต็มที่ โดยเน้นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาครัฐ (กิตติเดช ศรีสุวรรณ, 2566)

4. อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมทั้ง 5 ปัจจัย สามารถอภิปรายตัวแปรตาม คือ การดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูลย์ จ.พิจิตร โดยรวม ได้ร้อยละ 67.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการนำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) มาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น แนวคิด NPM เน้นการบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารแบบมืออาชีพ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการ

ส่งเสริมในนโยบาย Thailand 4.0 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phoengurn (2024) พบว่า ปัจจัย NPM เช่น การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารแบบมืออาชีพ และการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของเทศบาล โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพเทศบาลได้ร้อยละ 62.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิด NPM มาใช้ในประเทศกำลังพัฒนายังมีความท้าทาย เช่น การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถ การขาดความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการพัฒนา (Bhuil, 2023) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนา ควรส่งเสริมการนำแนวคิด NPM มาใช้ในระดับท้องถิ่นอย่างเต็มที่ โดยเน้นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนา: กรณีศึกษา อำเภอพิบูลย์ จัหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารสูงสุดของอำเภอพิบูลย์ ควรมีการพิจารณาว่าการบริหารจัดการในปัจจุบันมีปัญหาอย่างไร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้การบริหารจัดการแบบมืออาชีพ
2. จากผลการศึกษา พบว่า อำเภอพิบูลย์ นำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) มาใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานไม่เต็มที่ ซึ่งจำเป็นต้องให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารภาครัฐแนวใหม่ เพื่อจะได้นำความรู้มาสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเพื่อพัฒนา ปัจจัยด้านการบริหารจัดการแบบมืออาชีพในการดำเนินงานด้านการพัฒนาของอำเภอพิบูลย์ จัหวัดนครศรีธรรมราช
2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนต่อการพัฒนางานของพื้นที่ด้วยหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กนกภักดิ์ บุญสิทธิ์ และเสาวลักษณ์ นิกรพิทยา. (2564). ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(3), 148-156.
- กิตติเดช ศรีสุวรรณ. (2566). แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพการจัดการภาครัฐของหน่วยปฏิบัติการแพทย์ระดับสูงขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาหน่วยปฏิบัติการแพทย์ระดับสูงเทศบาลนครรังสิต. (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- คณะกรรมการกฤษฎีกา. (2565). *พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.
- จิตติพร นิยม้อย. (2565). การจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาหัวนา อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี. *Journal of Roi Kaensarn Academy*, 7(9), 382-395.
- บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และคณะ. (2560). *การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่*. สืบค้นวันที่ 7 กรกฎาคม 2568, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่>.

- ปธาน สุวรรณมงคล. (2562). *หลักและแนวทางการวิเคราะห์การเมืองท้องถิ่น*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พระมหากันตนันท์ กันตสีโล, พระมหานิรุตต์ ญาณจุฑาโณ, & พระครูสมุห์วรวิศ รตนปุญโญ. (2567). การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่: กลไกสำคัญในการพัฒนาองค์กรภาครัฐ. *วารสารการวิจัยและพัฒนาการศึกษาไทย*, 1(1), 1-15.
- ฟิลลิปส์ จิรประยูต และ เทพศักดิ์ บุญรัตน์. (2558). การนำเครื่องมือการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ในหน่วยธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 13(1), 13-33.
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2565). *การบริหารราชการส่วนภูมิภาค: ปัญหา อุปสรรคและแนวทางการพัฒนา*. สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2568, จาก https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6403011064_16398_25916.pdf
- เมษะวาทิน พลโยธี, สุชาติณี หนูเนียม, และสุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารจิตวิทยาและการพัฒนาชุมชน*, 18(1), 1-15
- ยุวธิดา สุวรรณรัตน์, สุรพล ราชภัณฑารักษ์, สมบูรณ์ สุขสำราญ และ อนเนก เหล่าธรรมทัศน์. (2564). การปรับโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาคเพื่อบูรณาการการบริหารราชการแผ่นดิน. *วารสารรัชตภาค*, 13(31), 232 – 243.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2534). *การพัฒนาชุมชนจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดบางกอกบล็อก.
- วิภาภรณ์ อินชัย, สมเกียรติเกียรติเจริญ, และรังสรรค์ อินทนนท์. (2562). ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของผู้ใหญ่บ้านในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 6(2), 1-15
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2547). *รัฐประศาสนศาสตร์ : ขอบข่ายและการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ : รวมการบรรยายพิเศษนักวิชาการและนักปฏิบัติในยุคสมัยแห่งการพัฒนาระบบราชการไทย*. กรุงเทพฯ : ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธยา คงสนิท และ สิบพงศ์ สุขสม. (2567). การจัดการภาครัฐแนวใหม่เพื่อพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 9(5), 343-353.
- สมนึก ปัญญาสิงห์. (2542). การท างานแบบมีส่วนร่วม (Participatory working approach), *มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มข*, 16(2), 23-35.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2548). *สังคมศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธิดา ศิริสวัสดิ์. (2564). *การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนของเทศบาลตำบลแม่ยาว อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2558). *รายงานการพัฒนาระบบราชการไทย ประจำปี พ.ศ. 2558*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- Bhul, B. (2023). New Public Management Reform: Implementation Experiences of Developing Countries and Nepal. *Nepalese Journal of Public Administration*, 55(1), 52-70.
- Hagedorn Krogh, A., & Triantafillou, P. (2024). Developing New Public Governance as a Public Management Reform Model. *Public Management Review*, 26(2), 123-142.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Ngamsaad, B., Maharutsakul, P., & Rianlor, W. (2025). Importance of the Rule of Law in the Public Administration of Thailand. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(32), 16-32.

- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2025). *Regulatory Reform in Thailand*. Retrieved May 16, 2025, from https://www.oecd.org/en/publications/regulatory-reform-in-thailand_7892759c-en.htmlOECD
- Phoengurn, T. (2024). New Public Management Influences Effectiveness of Municipality in Nakhon Pathom Province. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(5), 7524-7534
- Polwasit Lhakard. (2021). *Changes in Public Administration in Response to Thailand 4.0 Policy*. ResearchGate. Retrieved May 16, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/353451927_CHANGES_IN_PUBLIC_ADMINISTRATION_IN_RESPONSE_TO_THAILAND_40_POLICY

การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ กรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา
“ยืมไทย” ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
Online Marketing for Awareness: A Case Study of “Yim Thai” Water
Hyacinth Woven Bags, Khlong Nok Krathung, Bang Len, Nakhon Pathom
อิสริ ไพเราะ¹ ธนิต พุกธรา² และกัลยรัตน์ เสงฆ์พันธ์³

Isari Pairoa¹, Tanit Pukthara² and Kanlayarat Senghaphan³

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail isari.pa@ssru.ac.th¹, tanit.pu@ssru.ac.th², s64123322098@ssru.ac.th³

Received: Jul. 4, 2025; Revised: Oct. 6, 2025; Accepted: Oct. 9, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการทำการตลาดออนไลน์ ในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติ โดยกรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 2. เพื่อพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา “ยืมไทย” ของชุมชนตำบลคลองนกกระทุง 3. เพื่อศึกษาหลักการและแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 4. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา โดยมุ่งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้สร้างเพจและบัญชีสื่อสังคมออนไลน์บน Facebook, Instagram และ TikTok ภายใต้แบรนด์ “ยืมไทย” เพื่อทดลองทำการตลาดออนไลน์ และใช้เป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์ เก็บข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค และวิเคราะห์เชิงเนื้อหาอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัยพบว่า การตลาดออนไลน์เป็นเครื่องมือสร้างการรับรู้ในเชิงพาณิชย์ แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างคุณค่า เสริมความยั่งยืน และส่งเสริมการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนในระยะยาว โดยในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคสามารถจดจำแบรนด์ได้แม้เป็นสินค้าที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน เนื่องจากเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับคุณค่าท้องถิ่นและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดความโดดเด่นในสายตาผู้บริโภค และก่อให้เกิด “การเปิดรับข้อมูล” ของผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อใช้สื่อประเภท วิดีโอสั้น เช่น TikTok ซึ่งเน้นความกระชับและความบันเทิง ผลวิจัยพบว่าวิดีโอสั้นเหล่านี้มียอดเข้าชมและการมีส่วนร่วม (engagement) สูงภายในไม่กี่วัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคให้ความสนใจกับ คอนเทนต์สั้นที่น่าสนใจ และกระตุ้นอารมณ์ มากกว่าคอนเทนต์ยาวแบบเดิม สอดคล้องกับผลของงานวิจัย “วิดีโอสั้น” เช่น Reels หรือ TikTok เป็นเครื่องมือทรงพลังในการดึงความสนใจและเพิ่มการจดจำแบรนด์ เนื่องจากผู้ชมยุคใหม่ชื่นชอบสื่อที่รวดเร็วและดึงดูดสายตา ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การตลาดออนไลน์ สินค้าท้องถิ่น กระเป๋าสานผักตบชวา การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

Abstract

This study aims to (1) Examine the potential and opportunities of online marketing in creating awareness and adding value to local natural products, with a case study of water hyacinth woven bags from Khlong Nok Krathung Subdistrict, Bang Len District, Nakhon Pathom Province. (2) Develop

appropriate online marketing communication approaches and strategies to enhance awareness of the “Yim Thai” water hyacinth handicraft products from Khlong Nok Krathung community. (3) Explore principles and methods of online marketing through diverse digital platforms for local products. (4) Propose an online marketing communication model for water hyacinth woven products that promotes economic sustainability and preserves local wisdom. The study employs a qualitative research design using descriptive content analysis. Online marketing activities were implemented experimentally by creating Facebook, Instagram, and TikTok accounts for the “Yim Thai” brand to observe audience engagement in real-time. Data were collected through content observation, online interaction records, and in-depth analysis of audience responses.

The research findings reveal that online marketing is not only a tool for creating commercial awareness but also a process of generating value, enhancing sustainability, and promoting the preservation of local wisdom, which forms a vital foundation for the long-term development of community-based businesses. It quickly captures the interest of target groups, allowing consumers to recognize a brand even if they had never known it before. This is because storytelling that connects with local values and environmental friendliness makes the products stand out in the eyes of the audience and fosters greater “information reception” among consumers. In particular, the use of short-form videos, such as those on TikTok, which emphasize conciseness and entertainment, has been found to generate high viewership and engagement within just a few days. This aligns with the digital-age trend in which consumers are more drawn to engaging, emotionally stimulating short-form content than to traditional long-form content. The findings are consistent with other studies indicating that “short videos,” such as Reels or TikTok, serve as powerful tools for capturing attention and enhancing brand recall, as modern audiences prefer fast-paced, visually appealing media. These formats effectively increase brand awareness and consumer engagement.

Keywords: Online marketing, Local products, Water hyacinth woven bags, Digital marketing communication

บทนำ

สังคมไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ เมื่อการค้าขายผ่านสื่อออนไลน์เติบโตขึ้นตลอดเวลาและได้กลายเป็นช่องทางหลักของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) หลายแห่ง โดยเฉพาะตลาดอีคอมเมิร์ซไทยหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) มีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 20 % ในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2569 (เคเคพี รีเสิร์ช, 2564, หน้า 1-3) ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจและการแข่งขันที่รุนแรง

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความเข้าใจในการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีการตลาด (Market-Tech) ที่มีเพียงร้อยละ 29 ของผู้ประกอบการ SMEs เท่านั้นที่เคยนำมาใช้ (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565, หน้า 3) ซึ่งการมีเพียงเว็บไซต์หรือช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีรูปแบบการสื่อสารที่ชัดเจนเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ปัจจุบันการรับส่งข้อมูลข่าวสารมีเพิ่มมากขึ้นทั้งด้านปริมาณและด้านรูปแบบหรือชนิดของข้อมูลจึงทำให้มีการพัฒนาและขยายตัวของระบบสื่อสารข้อมูลเกิดขึ้น (ดารา ทีปะปาล, 2553, หน้า 2) อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทำให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (ชำนาญ ทองเย็น, 2567, หน้า 599)

การศึกษาของ ขวลิขิต พากเพียรถกผล (2565, หน้า 79-92) เรื่อง การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการทำการตลาดดิจิทัล พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นจำนวนมากยังขาดองค์ความรู้และทักษะ ในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจแบบเดิม โดยปราศจากความเข้าใจเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น จึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจบนโลก ออนไลน์ได้อย่างยั่งยืน

ผู้ประกอบการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่วนใหญ่ จะดำเนินธุรกิจ โดยไม่มีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ประสงค์ทำธุรกิจออนไลน์ ให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้อง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการสื่อสารการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการขายสินค้าและบริการออนไลน์ไม่ได้จบลงด้วยการมีเว็บไซต์ หากแต่ผู้ประกอบการจะต้องต่อยอดการบริการ โดยหาวิธีการสื่อสารการตลาดใหม่ๆ ให้ผู้บริโภครู้จัก เชื่อมั่น และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ ในที่สุด (ภาวุธ พงษ์วิทยฐาน, 2550, หน้า 541) โดยตำบลคลองนกรกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นพื้นที่ ที่มีทรัพยากรน้ำอุดมสมบูรณ์ แต่ในขณะเดียวกันก็เผชิญกับปัญหาการแพร่กระจายของผักตบชวา วัชพืชน้ำที่เติบโต อย่างรวดเร็วและสร้างผลกระทบต่อการสัญจรทางน้ำ คุณภาพน้ำ และระบบนิเวศโดยรวม การจัดการผักตบชวา ที่ไม่เพียงพอทำให้เกิดภาระต่อชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านได้พลิกวิกฤติเป็นโอกาสด้วยการนำ ผักตบชวามาใช้ประโยชน์ โดยแปรรูปเป็นเส้นใยจักสานและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน (ดุขฎิพร ทิรัญ และสุรวุฒิ สุทธิหา, 2566, หน้า 107-116)

ทั้งนี้ หนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นคือ “กระเป๋าสานจากผักตบชวา” ภายใต้แบรนด์ “ยิ้มไทย” ซึ่งสะท้อน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน กระเป๋าสานผักตบชวา “ยิ้มไทย” ไม่เพียงช่วยลดปัญหาวัชพืชน้ำ แต่ยังสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับครัวเรือนในตำบลคลองนกรกระทุง ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ยุคใหม่ให้ความสำคัญกับสินค้าจากธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีเรื่องราวเชื่อมโยงกับชุมชน อีกทั้ง ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ของพื้นที่ในฐานะแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่า การจัดตั้งแบรนด์ “ยิ้มไทย” จึงไม่เพียงเป็นการสร้างเอกลักษณ์ทางการตลาด แต่ยังเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์พื้นบ้านให้มีศักยภาพในการแข่งขัน ในตลาดออนไลน์และตลาดเชิงพาณิชย์ที่กว้างขึ้น ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสามารถสืบสานภูมิ ปัญญาท้องถิ่นควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการและชุมชน ผู้ผลิตกระเป๋าสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ยังประสบปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจ โดยไม่มีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ขาดองค์ความรู้ ด้านการตลาดออนไลน์ โดยส่วนใหญ่ยังพึ่งพาการขายแบบดั้งเดิมหรือการบอกต่อ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในวงกว้าง การออกแบบผลิตภัณฑ์ยังคงจำกัดอยู่กับรูปแบบพื้นฐาน ขาดการพัฒนานวัตกรรมที่ทันสมัยเพื่อดึงดูด กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ การสร้างแบรนด์และการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ยังไม่ชัดเจน ส่งผลให้สินค้ายังขาดการจดจำ ในตลาด การจัดการด้านบรรจุภัณฑ์ โลจิสติกส์ และช่องทางการชำระเงินออนไลน์ยังไม่เป็นระบบ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญ ในการแข่งขันกับสินค้าท้องถิ่นประเภทเดียวกันที่เข้าสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซแล้ว

แม้จะมีข้อจำกัดดังกล่าว แต่ผู้วิจัยได้มองเห็นโอกาสสำคัญหลายประการจากการลงพื้นที่ ได้แก่ วัตถุดิบ ผักตบชวามีอยู่จำนวนมากและสามารถจัดหาได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เฉพาะที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและตอบโจทย์กระแสรักโลก ซึ่งเป็นที่สนใจของผู้บริโภค ยุคใหม่ ชุมชนมีความ พร้อมในการรวมกลุ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีแรงสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่น และภาควิชาการ การขยายตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และ TikTok เปิดโอกาสให้แบรนด์ “ยิ้มไทย” สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ทั้งในและนอกพื้นที่ได้กว้างขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ กับสินค้าเชิงอนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยเลือกกรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ในตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นชุมชนที่มีบริบทผูกพันกับปัญหาผักตบชวาที่แพร่กระจายและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จักสานที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและคุณค่าทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เพียงช่วยแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นช่องทางสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในเชิงเศรษฐกิจและสังคม งานวิจัย การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ กรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จึงมีเป้าหมายเพื่อศึกษาว่าการตลาดออนไลน์รูปแบบใดสามารถสร้างการรับรู้ให้กับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการค้นหากลยุทธ์การสื่อสารที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล ผลลัพธ์ที่คาดหวัง คือ การพัฒนารูปแบบการตลาดออนไลน์ที่สามารถประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นได้จริง เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน เพิ่มโอกาสการแข่งขันในตลาด และส่งเสริมความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการทำการตลาดออนไลน์ ในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติ โดยกรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ของชุมชนตำบลคลองนกกระทุง
3. เพื่อศึกษาหลักการและแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
4. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา โดยมุ่งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยผู้วิจัยใช้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้งานสื่อใหม่ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ในการศึกษาการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานผักตบชวาแบรนด์ “ยิ้มไทย”

แนวคิดด้านการรับรู้ (Perception) การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลคัดเลือก จัดระเบียบ และตีความสิ่งเร้าที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัสให้กลายเป็นภาพที่มีความหมายในโลกของตนเอง (Schiffman and Kanuk, 2007, p.158) ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler and Keller (2016, p.184) ที่อธิบายว่า การรับรู้เป็นกระบวนการสร้างความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมที่มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในบริบทการตลาดออนไลน์ ผู้บริโภคเผชิญกับข้อมูลจำนวนมาก จึงเลือกตีความตามประสบการณ์เดิม ความเชื่อ และค่านิยม (อัจฉรา อัครวิจิตร, 2562, หน้า 45) งานวิจัยจำนวนมากชี้ว่า สินค้าที่ใช้วัสดุธรรมชาติหรือมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมักถูกมองว่ามีคุณค่าและน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อ

ทฤษฎีการใช้สื่อใหม่ (New Media Usage) Lievrouw and Livingstone (2006, p. 6) อธิบายว่า “สื่อใหม่” คือเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วม สื่อสารแบบเรียลไทม์ และเลือกเนื้อหาได้ตามต้องการ ซึ่งต่างจากสื่อดั้งเดิมที่มีการสื่อสารทางเดียว McQuail (2010, p.136) อธิบาย สื่อใหม่ช่วยให้เกิดการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์สูง ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ด้วย ในบริบทการตลาดออนไลน์ ความสามารถในการโต้ตอบ และสร้างเนื้อหาของผู้บริโภคกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จของแบรนด์

แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพเกิดจากการผสมผสานเนื้อหา (content) บริบท (context) และการเชื่อมโยง (connection) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและเปลี่ยนผู้ชมเป็นลูกค้า (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2016, p.332) อธิบายเพิ่มเติมว่าการตลาดออนไลน์ต้องอาศัยการเล่าเรื่อง (storytelling) ที่สะท้อนคุณค่าและอัตลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสร้างความแตกต่างและความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานของ วิลโลรณ สัมภาษณ์ (2561, หน้า 279) ที่ยืนยันว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์และคุณค่าทางสังคมสามารถเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจและสร้างความยั่งยืนได้

แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ผู้บริโภคพิจารณาหลายปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือของร้านค้า ราคา โปรโมชัน และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง (นิตยา วงศ์ยศ, 2564, หน้า 168 - 169) ผลการศึกษาของ ทศพงศ์ นามวัฒน์ และ ธนพร จนาพิระกนิษฐ์ (2566, หน้า 95-96) พบว่า เมื่อวิสาหกิจชุมชนเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ใหม่เพียง 2 ช่องทาง รายได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางและบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยตรง

ทั้งนี้ แนวคิดด้านการรับรู้ (Perception Theory) สามารถอธิบายการตลาดออนไลน์ที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญคือการทำให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ การทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคเลือก ตีความ และให้คุณค่ากับข้อมูลที่ได้รับอย่างไร จึงมีความจำเป็นต่อการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร โดยเฉพาะเมื่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากผักตบชวามีลักษณะเฉพาะที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม การใช้แนวคิดนี้ช่วยให้ผู้วิจัยอธิบายได้ว่า “การรับรู้” ที่เกิดขึ้นมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคอย่างไร ในขณะเดียวกัน การเลือกทฤษฎีการใช้สื่อใหม่ (New Media Usage) และกลยุทธ์การตลาดออนไลน์มุ่งตอบใจหัยความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่มีการโต้ตอบและมีส่วนร่วมสูง การใช้กรอบคิดนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าช่องทางใด เนื้อหาแบบใด และกลยุทธ์การเล่าเรื่อง (storytelling) แบบใดจะสร้างการมีส่วนร่วมและการจดจำได้ดีที่สุด ส่วนการนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์มาใช้ ก็เพื่อสะท้อนถึงองค์ประกอบที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เช่น ราคา ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงโดยตรงกับการตลาดออนไลน์ในกรณีศึกษา นี้ ดังนั้นการเลือกแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยดังกล่าว จึงช่วยให้กรอบการศึกษามีความชัดเจน ครอบคลุม และสามารถอธิบายปรากฏการณ์การสร้างการรับรู้ผ่านการตลาดออนไลน์ได้อย่างครบถ้วน

วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบกรณีศึกษา โดยมุ่งศึกษาเชิงลึกกรณีแบรนด์ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา “ยิ้มไทย” ในชุมชนตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การวิจัยเชิงคุณภาพช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจบริบทและปัจจัยแวดล้อมในการทำการตลาดออนไลน์ของชุมชนอย่างรอบด้าน ผ่านการเก็บข้อมูลแบบพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแทนการวัดเชิงตัวเลข

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเพจและบัญชีบนสื่อสังคมออนไลน์หลักสามแพลตฟอร์ม ได้แก่ Facebook, Instagram และ TikTok สำหรับแบรนด์ “ยิ้มไทย” เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทดลองทำการตลาดและรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในช่วงระยะเวลาที่กำหนดในการศึกษาซึ่งเป็นช่วงที่มีการเผยแพร่เนื้อหาการตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยบริบทดังกล่าวเอื้อให้ผู้วิจัยสังเกตการณ์และเก็บข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้ชมออนไลน์ได้อย่างใกล้ชิดในสถานการณ์จริงของตลาดออนไลน์ชุมชน

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป้าหมายคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาแบรนด์ “ยิ้มไทย” ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นสมาชิกหลักที่มีส่วนในการผลิตและดูแลการจัดการแบรนด์ ผู้บริโภคและผู้ติดตามออนไลน์จำนวน 15 คน ที่เคยมีประสบการณ์รับรู้หรือมีส่วนร่วมกับการผลิตหรือจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

20 คน ซึ่งมีคุณสมบัติที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์ มุมมอง และความคิดเห็นต่อการตลาดออนไลน์ของแบรนด์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสังเกตในการสังเกตผู้ให้สัมภาษณ์ และแบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์ โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์เป็น 4 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 4 ข้อ

3. การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย นำแบบสังเกต และแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านสถานประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และด้านการวิจัย เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ประกอบด้วยความถูกต้องเหมาะสมของภาษา ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และความครอบคลุมของเนื้อหา แล้วนำข้อเสนอที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขโดยถือเกณฑ์ความสอดคล้อง และการยอมรับของผู้ทรงคุณวุฒิ

4. การดำเนินการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเพจและบัญชีบนสื่อสังคมออนไลน์ 3 แพลตฟอร์ม ได้แก่ Facebook, Instagram และ TikTok ของแบรนด์ “ยิ้มไทย” เพื่อทดลองทำการตลาดออนไลน์ ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2567 โดยเผยแพร่เนื้อหาอย่างต่อเนื่องรวม 52 โพสต์ จากนั้นใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพหลายรูปแบบ (triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ได้แก่ การสังเกตการณ์ออนไลน์ วิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาและการตอบสนองของผู้ติดตาม เช่น การรับชม แสดงความคิดเห็น แชร์ กดถูกใจ และการติดตามการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้คำถามกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interviews) กับผู้ผลิตและผู้บริโภคออนไลน์ เพื่อสะท้อนประสบการณ์ ความคิดเห็น และการรับรู้ต่อการตลาดออนไลน์ของแบรนด์และการบันทึกภาคสนาม จดบันทึกรายละเอียดการโพสต์ การมีส่วนร่วม และผลสะท้อนจากผู้ติดตาม เพื่อเสริมการสังเกตและการสัมภาษณ์

5. วิธีการวิเคราะห์และประเมินผล ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และบันทึกภาคสนาม ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) โดยผู้วิจัยทำการถอดความบทสัมภาษณ์ (transcription) และเข้ารหัสข้อมูล (coding) เพื่อนำไปจัดกลุ่มประเด็น (categorization) และค้นหารูปแบบ (themes) ที่สะท้อนถึงการสร้างการรับรู้และบทบาทของการตลาดออนไลน์ จากนั้นจึงนำเสนอผลการวิจัยในเชิงพรรณนา (descriptive presentation) พร้อมยกตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล เพื่อสนับสนุนข้อค้นพบสำคัญ การประเมินผลจึงเน้นการตีความเชิงลึกถึงกลยุทธ์การสื่อสารและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อการรับรู้และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในชุมชน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ กรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา ‘ยิ้มไทย’ ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” เป็นการรายงานผลในลักษณะของ งานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งเน้นการศึกษาเชิงลึกจากบริบทจริงของชุมชน โดยใช้ วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case Study) โดยในรายงานผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลบริบทชุมชนและผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้ผลิตกระเป๋าสานในตำบลคลองนกกระทุง เพื่อวิเคราะห์โอกาสและข้อจำกัดในการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดออนไลน์

ทั้งนี้ การรายงานผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีความสำคัญ เนื่องจากช่วยให้การนำเสนอผลมีความเป็นระบบ สอดคล้องกับเป้าหมายของการศึกษา และสามารถประเมินได้ว่างานวิจัยประสบความสำเร็จตามที่ตั้งไว้หรือไม่ อีกทั้งยังเอื้อต่อการวิเคราะห์ ตีความ และนำไปใช้ต่อยอดได้ตรงประเด็น โดยเฉพาะในกรณีที่วัตถุประสงค์มีหลายข้อ การแบ่งผลตามวัตถุประสงค์จะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจและเข้าถึงสาระสำคัญได้ง่าย ชัดเจน และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของงานวิจัยทางวิชาการอย่างถูกต้อง โดยผลการวิจัยประกอบด้วย

ผลการวิจัยจาก วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการทำการตลาดออนไลน์ ในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติ โดยกรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากผักตบชวาของชุมชนตำบลคลองนกกระทุงมีศักยภาพสูงที่จะเข้าสู่ตลาดออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าเชิงพาณิชย์ทั่วไป กล่าวคือ มีทั้งคุณค่า

ด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการผลิตเป็นการใช้วัสดุธรรมชาติจากผักตบชวา ซึ่งเดิมถือเป็นวัชพืชที่ก่อให้เกิดปัญหาต่อแหล่งน้ำและระบบนิเวศ แต่เมื่อถูกนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม กลับสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเปลี่ยนจากปัญหาให้เป็นโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนได้อย่างชัดเจน

ปัจจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพเชิงการตลาดในสองระดับ คือ ระดับเศรษฐกิจท้องถิ่นที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และระดับการตลาดออนไลน์ที่สามารถขยายฐานลูกค้าได้กว้างไกลเกินกว่าพื้นที่ดั้งเดิมของชุมชน การวิเคราะห์ยังพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนและรักษ์โลก โดยผู้บริโภคจำนวนมากมองว่าสินค้าท้องถิ่นที่ผลิตด้วยวัสดุธรรมชาติและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นมีคุณค่าเชิงจิตใจและควรได้รับการสนับสนุน (อัจฉรา อัครจุฑิกล, 2562, หน้า 40-45) นอกจากนี้ การทำการตลาดออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่ช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่นสามารถแข่งขันได้แม้มีข้อจำกัดด้านทุนและทรัพยากร เพราะแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยลดต้นทุนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และขยายการเข้าถึงผู้บริโภคที่อยู่นอกพื้นที่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังชี้ว่า การจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์มีศักยภาพเพิ่มรายได้และสร้างมูลค่าเพิ่มได้จริง เช่น กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดพะเยาที่สามารถสร้างรายได้เฉลี่ยสูงถึงหลักแสนบาทต่อเดือน (นิตยา วงศ์ยศ, 2564, หน้า 168-169) แสดงให้เห็นว่าโอกาสในการนำผลิตภัณฑ์ “ยี่มไทย” เข้าสู่ตลาดออนไลน์นั้นมีความเป็นไปได้สูงและควรได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัยจาก วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2. เพื่อพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา “ยี่มไทย” ของชุมชนตำบลคลองนกระทุ่ง

ผลการทดลองเผยแพร่สื่อการตลาดผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลหลัก ได้แก่ Facebook, Instagram และ TikTok รวมจำนวนกว่า 52 โพสต์ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2567 พบว่า การสื่อสารที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วม (engagement) และการรับรู้แบรนด์ได้ดีที่สุด คือ การใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (storytelling) ที่เน้นการเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับบริบทของชุมชนและสิ่งแวดล้อม การเล่าเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการสาน ความประณีตของช่างฝีมือ การถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และการใช้ผักตบชวาที่เป็นวัสดุธรรมชาติ ล้วนเป็นเนื้อหาที่สร้างความแตกต่างและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลเชิงสถิติที่ได้จากการทดลองยืนยันว่า กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น (อายุ 21 - 25 ปี) มีพฤติกรรมการใช้งาน Instagram สูงถึงร้อยละ 76.9 และ TikTok ร้อยละ 15.5 อีกทั้งยังมีร้อยละ 57.7 ที่ให้ความสนใจกับโฆษณาบน TikTok มากกว่าช่องทางอื่น สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอในรูปแบบวิดีโอสั้น เน้นความบันเทิงและภาพลักษณ์ร่วมสมัย ดังนั้น กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับแบรนด์ “ยี่มไทย” ควรเน้นการสร้างคอนเทนต์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมดังกล่าว โดยใช้ภาพถ่ายคุณภาพสูงและวิดีโอสั้นที่ถ่ายทอดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ควบคู่กับข้อความที่กระชับ ชัดเจน และเน้นคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาชุมชน ซึ่งจะช่วยสร้างทั้งความน่าเชื่อถือและความผูกพันทางอารมณ์กับผู้บริโภค (ศุภรัตน์ พัฒนวิบูลย์พงศ์, 2564, หน้า 54-55)

ผลการวิจัยจาก วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3. เพื่อศึกษาหลักการและแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

การบูรณาการข้อมูลจากการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรม ทำให้สามารถสรุปหลักการทำการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ดังนี้ เนื้อหาและรูปแบบ (Content & Format) เนื้อหาต้องมีความสร้างสรรค์ ดึงดูดสายตา และสะท้อนคุณค่าของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละแพลตฟอร์ม เช่น คลิปสั้นแนวตั้งสำหรับ TikTok และ Instagram ช่องทางและเครื่องมือ (Channels & Tools) ควรเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่หลากหลายเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน Facebook เหมาะกับการสร้างชุมชนและความสัมพันธ์ในระยะยาว ขณะที่ Instagram และ TikTok เหมาะกับการทำ Reels เนื้อหาเชิงบรรยายสำหรับ Facebook และข้อมูลครบถ้วนบนเว็บไซต์หลักของแบรนด์ สร้างภาพลักษณ์ และการเข้าถึงรวดเร็ว นอกจากนี้ ควรเสริมด้วยเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ SEO และ LINE Official Account เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Sender & Receiver) การสื่อสารต้องคำนึงถึงบุคลิกภาพของแบรนด์และความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและปรับน้ำเสียงการสื่อสารให้เหมาะสมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและเชื่อถือได้ ความน่าเชื่อถือและการบอกต่อ (Trust & Word-of-Mouth) ความโปร่งใสและการให้บริการที่จริงใจช่วยสร้างความไว้วางใจแก่ผู้บริโภค อีกทั้งรีวิวจากลูกค้าจริงและการกระตุ้นให้ผู้บริโภคแชร์ประสบการณ์ยังช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และการเข้าถึงแบบเป็นธรรมชาติ (นิตยา วงศ์ยศ, 2564, หน้า 168-169)

การวัดผลและการเรียนรู้ (Evaluation & Learning) การติดตามตัวชี้วัด เช่น การมีส่วนร่วม (engagement), จำนวนผู้ติดตามใหม่, และความคิดเห็นเชิงคุณภาพจากผู้บริโภค จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินประสิทธิภาพและปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง หลักการดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องอาศัยการผสมผสานระหว่างการเล่าเรื่อง การเลือกช่องทางที่เหมาะสม และการสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ผลการวิจัยจาก วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา โดยมุ่งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีขั้นตอนดังนี้
ขั้นที่ 1 การศึกษาและทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ ชุมชน และผู้บริโภค โดยเน้นการสำรวจจุดแข็ง จุดขาย และคุณค่าที่ชุมชนต้องการนำเสนอ รวมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นที่ 2 การออกแบบกลยุทธ์และคอนเทนต์ โดยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ผสมผสานเรื่องเล่าเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาชุมชน พร้อมกับการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มแต่ละประเภท

ขั้นที่ 3 การเผยแพร่และสร้างการมีส่วนร่วม โดยเน้นการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอสั้น ภาพถ่ายคุณภาพสูง และการจัดกิจกรรมออนไลน์ เช่น รีวิวหรือแคมเปญ user-generated content ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมโดยตรง

ขั้นที่ 4 การติดตามและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้ตัวชี้วัดทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น จำนวนผู้ติดตาม อัตราการเข้าถึง และความคิดเห็นจากผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในรอบถัดไป

ผลการทดลองยืนยันว่า เนื้อหาที่เน้นคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสร้างการตอบสนองสูงสุด โดยกลุ่มผู้บริภคร้อยละ 98.1 แสดงความสนใจผลิตภัณฑ์รักษ์โลก และร้อยละ 51.9 ให้คุณค่ากับการใช้วัสดุธรรมชาติในระดับสูงสุด (หัตพงษ์ นามวัฒน์ และธนพร จนาพิระกนิษฐ, 2566, หน้า 95-96) จากผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารที่ผสมผสานคุณค่าดังกล่าวกับกลยุทธ์ดิจิทัลสมัยใหม่สามารถสร้างการยอมรับ ขยายโอกาสทางการตลาด และในขณะเดียวกันยังเป็นการส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริง

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาศักยภาพและแนวทางการทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวาของชุมชนตำบลคลองนกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา ผลการวิจัยสามารถสรุปการวิจัย ประกอบด้วย

ศักยภาพและโอกาสของการทำการตลาดออนไลน์ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากผักตบชวามีศักยภาพสูงในการเข้าสู่ตลาดออนไลน์ เนื่องจากมีคุณค่าทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การแปรรูปพืชที่ก่อปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นสินค้ามีมูลค่า เป็นโอกาสสำคัญในการสร้างรายได้แก่ชุมชน ขณะเดียวกัน การตลาดออนไลน์ช่วยเปิดพื้นที่ให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคที่กว้างไกลกว่าขอบเขตท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการสินค้ารักษ์โลกและยั่งยืนของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

แนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (storytelling) ที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางที่สร้างการมีส่วนร่วมและการรับรู้แบรนด์ได้อย่างชัดเจน ผลการทดลอง

เผยแพร่สื่อพบว่า Instagram และ TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ตอบสนองได้ดีที่สุด โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น การใช้ภาพถ่ายและวิดีโอสั้นที่ถ่ายทอดเรื่องราวของกระบวนการผลิตและคุณค่าของงาน

หัตถกรรม จึงเหมาะสมที่สุดต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและความผูกพันทางอารมณ์กับผู้บริโภคหลักการ และแนวทางการตลาดออนไลน์ที่หลากหลาย การตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับสินค้าชุมชนควรผสมผสาน หลายช่องทาง ได้แก่ Facebook เพื่อสร้างชุมชนและความสัมพันธ์ในระยะยาว Instagram และ TikTok เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการเข้าถึงรวดเร็ว รวมถึงการใช้เว็บไซต์ SEO และ LINE Official Account เพื่อสนับสนุน การซื้อขายอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ความโปร่งใส การรีวิวจากลูกค้าจริง และการติดตามผลลัพธ์เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เป็นหลักการสำคัญที่ทำให้การสื่อสารมีความน่าเชื่อถือและยั่งยืน

รูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ยั่งยืน งานวิจัยเสนอรูปแบบการสื่อสารที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การศึกษาและเข้าใจผลิตภัณฑ์-ชุมชน-ผู้บริโภค 2. การออกแบบกลยุทธ์และคอนเทนต์ 3. การเผยแพร่ และสร้างการมีส่วนร่วมและ 4. การติดตามและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ผลการทดลองชี้ว่า เนื้อหาที่เน้นคุณค่า ด้านสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการตอบสนองสูงสุด โดยผู้บริโภคให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์รักษ์โลก และให้คุณค่ากับการใช้วัสดุธรรมชาติสูงสุด สะท้อนว่าการตลาดที่ผสมผสานคุณค่าเชิงชุมชนกับเครื่องมือดิจิทัลสมัยใหม่ สามารถสร้างความเข้มแข็งทั้งด้านเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาได้อย่างแท้จริงสรุปผลการวิจัยที่รายงาน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 4 ข้อ จากรายงานการวิจัย “การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ ภูมิศึกษา กระเป๋าสานจากผักตบชวา ‘ยิ้มไทย’ ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” ซึ่งเป็นงานวิจัย เชิงคุณภาพ พบว่า

1. เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์

การวิจัยพบว่า การพัฒนาสื่อดิจิทัล เช่น Facebook Page, Instagram, และ TikTok ภายใต้แบรนด์ “ยิ้มไทย” สามารถช่วยขยายฐานลูกค้าของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากผักตบชวาเข้าถึง กลุ่มผู้บริโภคต่างถิ่นโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและคนทำงานในเมือง ซึ่งไม่เคยรู้จักสินค้านี้มาก่อน ผลลัพธ์เบื้องต้นพบว่า ภายหลังจากเผยแพร่สื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีคำสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น รวมทั้งมีลูกค้าต่างจังหวัด ติดต่อสอบถามเข้ามาอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่โอกาสในการขยายรายได้แก่ผู้ประกอบการในชุมชนมากขึ้น

2. เพื่อสร้างการรับรู้จากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์

การใช้กลยุทธ์เนื้อหาที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวของชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่น การเน้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากวัสดุ ธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และช่วยลดปัญหาผักตบชวาล้นคลอง ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจและจดจำแบรนด์ “ยิ้มไทย” ได้ในเวลาสั้นๆ โดยเฉพาะเมื่อใช้สื่อในรูปแบบวิดีโอสั้น Short form video เช่น TikTok Reels ที่มียอดเข้าชมและการกดไลค์เพิ่มขึ้นภายในไม่กี่วันหลังเผยแพร่ ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารอย่างมีเรื่องราว (storytelling) มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ให้กับสินค้าใหม่ในตลาด

3. เพื่อศึกษาหลักการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย

ผลการศึกษาชี้ว่าการตลาดออนไลน์ไม่สามารถใช้แนวทางเดียวกันในทุกแพลตฟอร์มได้ ผู้วิจัยได้ทดลองใช้ หลายช่องทาง ได้แก่ Facebook (สร้างความสัมพันธ์และสื่อสารเชิงลึก), Instagram (แสดงภาพลักษณ์สินค้า ให้ดูน่าสนใจ), TikTok (ดึงดูดความสนใจด้วยคลิปสั้น), และ LINE OA (สำหรับตอบคำถามและปิดการขาย) พบว่า แต่ละช่องทางมีจุดแข็งต่างกัน และการใช้แบบผสมผสานช่วยเสริมพลังการตลาดมากขึ้น การเลือกช่องทางต้องพิจารณา ตามกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของสินค้าท้องถิ่น โดยเฉพาะการคำนึงถึงสื่อที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใช้เป็นประจำ เช่น กลุ่มอายุ 21 - 25 ปี ใช้ Instagram และ TikTok มากที่สุด

4. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สินค้าท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา การพัฒนารูปแบบการสื่อสารในโครงการ “ยิ้มไทย” ใช้แนวคิดการตลาด แบบเน้นคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (Value-based marketing) โดยเน้น 3 แกนหลัก คือ

แกนที่ 1 การสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าโดยจะต่อนเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นและความเป็นธรรมชาติ

แกนที่ 2 การมีเนื้อหาเน้นเรื่องราวของชุมชน สร้างเรื่องเล่าเพื่อนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย

แผนที่ 3 การสื่อสารด้วยวิธีสร้างความรู้สึก (emotional appeal) ผ่านภาพและวิดีโอ ผลจากการทดลองพบว่ารูปแบบนี้สามารถดึงดูดผู้ชมให้สนใจและเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่าการสื่อสารทั่วไป และมีแนวโน้มเพิ่มความเชื่อมั่นในแบรนด์ได้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษามาตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อ และพบประเด็นสำคัญหลายประการ ซึ่งสามารถอภิปรายผลเหล่านั้นโดยเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยทฤษฎีด้านการรับรู้ (Perception) หนึ่งในวัตถุประสงค์สำคัญของการวิจัยเรื่องนี้ คือ การสร้างการรับรู้ (Awareness) และความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ่านสื่อออนไลน์ ผลการศึกษพบว่า การใช้เนื้อหาที่มีเรื่องราวของชุมชนและสิ่งแวดล้อม (Storytelling) ภายใต้แบรนด์ “ยิ้มไทย” สามารถดึงดูด

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของการตลาดออนไลน์ที่มีต่อการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์จากฝักรับจาก “ยิ้มไทย” โดยสามารถอภิปรายเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการทำการตลาดออนไลน์ ในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติ โดยกรณีศึกษากระเป๋าสานจากฝักรับจาก ตำบลคลองนกรกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ใช้แนวคิดด้านการรับรู้ (Perception) การวิจัยพบว่า การเล่าเรื่อง (storytelling) ที่เชื่อมโยงคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ถึงเอกลักษณ์และความแตกต่างของแบรนด์ “ยิ้มไทย” ได้อย่างเด่นชัด ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman and Kanuk (2007) ที่ระบุว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกและตีความสิ่งเร้าให้เกิดความหมายและสอดคล้องกับประสบการณ์เดิมของตน ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า¹ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานของ (อัจฉรา อัครวิจิตร, 2562, หน้า 40-45) ที่ชี้ว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางจิตใจ และสะท้อนความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์จากฝักรับจาก “ยิ้มไทย” ของชุมชนตำบลคลองนกรกระทุง ใช้ทฤษฎีการใช้สื่อใหม่ (New Media Usage) ผลการเผยแพร่สื่อการตลาดผ่าน Facebook, Instagram และ TikTok พบว่าแพลตฟอร์มที่น่าเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นและมีความบันเทิง เช่น Instagram Reels และ TikTok สามารถสร้างการมีส่วนร่วมและการรับรู้ได้สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ Lievrouw and Livingstone (2006) ที่เสนอว่าสื่อใหม่เป็นเทคโนโลยีที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบ มีส่วนร่วม และเป็นไปในลักษณะเรียลไทม์ ผลวิจัยครั้งนี้จึงยืนยันว่าการเลือกใช้แพลตฟอร์มสื่อใหม่ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการทำการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน

วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อศึกษาหลักการและแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลการทดลองยืนยันว่ากลยุทธ์การเล่าเรื่องที่เน้นความเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาชุมชน สามารถสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ “ยิ้มไทย” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Chaffey and Ellis-Chadwick (2016) ที่อธิบายว่ากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องบูรณาการเนื้อหา (content) บริบท (context) และการเชื่อมโยง (connection) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริโภคและแบรนด์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไม่เพียงแต่เป็นสินค้า แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ที่ 4. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์จากฝักรับจาก โดยมุ่งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ การวิจัยยังพบว่า ปัจจัยด้านความสะดวก ความน่าเชื่อถือ ราคา โปรโมชัน และรีวิวจากผู้ใช้งานจริงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ทัดพงศ์ นามวัฒน์ และธนพร จนาพิระกนิษฐ์

(2566, หน้า 95-96) ที่ยืนยันว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการขยายช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ช่วยเพิ่มรายได้ของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ ผลลัพธ์นี้แสดงให้เห็นว่า หากผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่าง “ยิ้มไทย” สามารถพัฒนากลยุทธ์ด้านราคาและการสร้างความน่าเชื่อถือควบคู่กับการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสม จะสามารถสร้างความมั่นใจและเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำของผู้บริโภคได้

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีทั้งสี่ด้านที่นำมาใช้เป็นฐานการศึกษา โดย ตอกย้ำว่าการตลาดออนไลน์ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสร้างการรับรู้ในเชิงพาณิชย์ แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างความคุณค่าเสริมความยั่งยืน และส่งเสริมการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนในระยะยาว โดยในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคสามารถจดจำแบรนด์ได้แม้เป็นสินค้าที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน เนื่องจากเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับคุณค่าท้องถิ่นและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดความโดดเด่นในสายตาผู้บริโภค และก่อให้เกิด “การเปิดรับข้อมูล” ของผู้บริโภคมากขึ้น

การค้นพบนี้ตามวัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการทำการตลาดออนไลน์ในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นธรรมชาติ โดยกรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้าน การรับรู้ของผู้บริโภค ซึ่งระบุว่า การจะทำให้ผู้บริโภคเปิดรับสาร (Exposure) ได้นั้น นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจเพื่อเอาชนะกระบวนการคัดกรองของผู้บริโภคที่เลือกรับข้อมูลข่าวสารเฉพาะบางส่วนเท่านั้น ทฤษฎีการรับรู้อธิบายว่าผู้บริโภคจะรับรู้ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสและตีความตามประสบการณ์ ความเชื่อ และอารมณ์ของตนเอง ซึ่งการสื่อสารการตลาดจำเป็นต้องสื่อสารให้ ตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้หรือสนใจเป็นพิเศษ จึงจะเกิดการรับรู้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ในกรณีของแบรนด์ “ยิ้มไทย” การนำเสนอเรื่องราวที่มี คุณค่าเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การช่วยกำจัดวัชพืชผักตบชวาและสร้างรายได้ให้ชุมชน ได้สร้างภาพลักษณ์เชิงบวก ให้กับสินค้าและกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงทางอารมณ์กับแบรนด์มากขึ้น

โดยเฉพาะเมื่อใช้สื่อประเภท วิดีโอสั้น เช่น TikTok ซึ่งเน้นความกระชับและความบันเทิง ผลวิจัยพบว่าวิดีโอสั้นเหล่านี้มียอดเข้าชมและการมีส่วนร่วม (engagement) สูงภายในไม่กี่วัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคให้ความสนใจกับ คอนเทนต์สั้นที่น่าสนใจและกระตุ้นอารมณ์ มากกว่าคอนเทนต์ยาวแบบเดิม สอดคล้องกับผลของงานวิจัย “วิดีโอสั้น” เช่น Reels หรือ TikTok เป็นเครื่องมือทรงพลังในการดึงดูดความสนใจและเพิ่มการจดจำแบรนด์ เนื่องจากผู้ชมยุคใหม่ชื่นชอบสื่อที่รวดเร็วและดึงดูดสายตา ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา “ยิ้มไทย” ของชุมชนตำบลคลองนกกระทุง และวัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อศึกษาหลักการและแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อใหม่ (New Media Usage) การทำการตลาดออนไลน์จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้เหมาะกับแต่ละแพลตฟอร์ม ไม่สามารถใช้แนวทางเดียวกันในทุกช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ (New Media Usage) และพฤติกรรมผู้ใช้งานสื่อในยุคดิจิทัล จากการทดลองใช้หลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ “ยิ้มไทย” ได้แก่ Facebook, Instagram, TikTok และ LINE Official Account พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการใช้แต่ละแพลตฟอร์มแตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 21-25 ปี มักใช้ Instagram และ TikTok บ่อยที่สุด เน้นความสวยงามของภาพและความบันเทิงรวดเร็ว ขณะที่ Facebook ถูกใช้เพื่อ ติดตามข้อมูลข่าวสารเชิงลึกและสร้างปฏิสัมพันธ์ในชุมชนออนไลน์ ซึ่งตรงกับคำนิยามของ “สื่อใหม่” ว่าเป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถเลือกดูเนื้อหาได้ตามต้องการ, มีการแพร่กระจายข้อมูลที่รวดเร็ว, เนื้อหาแบ่งปันกันได้ และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับสื่ออย่างทันท่วงที คุณสมบัติเหล่านี้ทำให้สื่อใหม่ช่วยให้ ผู้ส่งสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว กว่าสื่อรูปแบบเดิมอย่างมาก อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมสร้างสรรค์เนื้อหา

การเข้าถึงลูกค้าที่ครอบคลุมและลึกซึ้งขึ้น ตัวอย่างเช่น Facebook ใช้สำหรับลงรายละเอียดสินค้า และสร้างชุมชนลูกค้า, Instagram ใช้สร้างภาพลักษณ์ที่สวยงามน่าสนใจ, TikTok ใช้สร้างความฮือฮาและเข้าถึงวัยรุ่น

และ LINE OA ใช้ในการสื่อสารแบบตัวต่อตัวเพื่อปิดการขาย การปรับกลยุทธ์ตามพฤติกรรมผู้ใช้เช่นนี้สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า “สื่อใหม่ช่วยให้เข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น เปิดกว้างทั้งฝั่งผู้ส่งและผู้รับในแบบที่สื่อเก่าไม่สามารถทำได้” ซึ่งเป็นเหตุผลที่แบรนด์ยุคใหม่จำเป็นต้องเข้าใจ พฤติกรรมผู้ใช้สื่อแต่ละประเภท และเลือกใช้สื่อใหม่อย่างเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารการตลาดมีประสิทธิภาพสูงสุด

โดยวัตถุประสงค์ที่ 4. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยมุ่งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ (Online Marketing Communication and Value Creation) โดยเมื่อแบรนด์ได้รับความสนใจมากขึ้น ผู้ชมเกิดความรู้สึก “อิน” ไปกับเรื่องราวของสินค้าและชุมชน ส่งผลให้ความเชื่อมั่นในแบรนด์ เพิ่มขึ้นตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับธุรกิจ โดยผ่านการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

การดำเนินกลยุทธ์ลักษณะนี้ส่งผลเชิงบวกต่อ ภาพลักษณ์แบรนด์ และ ความน่าเชื่อถือ ในสายตาผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่วงจรที่ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจและพร้อมสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นมากขึ้นเรื่อย ๆ แนวคิดนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิไลภรณ์ สำเภาทอง (2561, หน้า 279) ที่ได้วิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจ การสื่อสารจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้แบรนด์และสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจได้ ผลลัพธ์ของ

งานวิจัย “ยิ้มไทย” ก็สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว คือ เมื่อสื่อสาร คุณค่าเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อมที่แบรนด์ยึดมั่น ควบคู่ไปกับการใช้สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตรงจุด ธุรกิจท้องถิ่นก็สามารถสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation) และ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ในตลาดออนไลน์ได้ ในระยะยาวการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าเช่นนี้จะช่วยสร้าง ฐานลูกค้าที่ภักดี และ ความยั่งยืนให้กับธุรกิจ ตามที่ทฤษฎีระบุไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ผูกพันกับความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า จะนำมาซึ่งความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและรากฐานธุรกิจที่มั่นคง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ การกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล งานวิจัยนี้พบว่า หลังจากมีการทำตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ยอดคำสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สิ่งนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Consumer Buying Decision Process) ที่ประกอบด้วยขั้นตอนตั้งแต่การรับรู้ความต้องการ > การหาข้อมูล > ประเมินทางเลือก > ตัดสินใจซื้อ > พฤติกรรมหลังการซื้อ ผลการวิจัยชี้ว่า เมื่อผู้บริโภคได้รับรู้ถึงตัวตนของสินค้าและเห็นคุณค่าในแบรนด์ ผู้บริโภคก็มีแนวโน้มที่จะก้าวข้ามสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การจะทำให้เกิดการซื้อจริงผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ได้นั้น มีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลสนับสนุน ราคาและความคุ้มค่า (Price) ความสะดวกและช่องทางจัดจำหน่าย (Convenience & Place) การบริการเฉพาะบุคคล (Personalization) ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย (Trust & Security) ซึ่งสอดคล้องกับกรณีของ “ยิ้มไทย” ที่ผู้ขายใช้ LINE OA เป็นช่องทางปิดการขาย ลูกค้าสามารถพูดคุยสอบถามรายละเอียดสินค้าและวิธีชำระเงินได้โดยตรง ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อถือได้มากขึ้นก่อนตัดสินใจโอนเงิน

ผลการวิจัยในภาพรวมยืนยันถึง ความสำคัญของการตลาดออนไลน์ ในการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่น ทั้งด้านการสร้างแบรนด์และเพิ่มยอดขาย การอธิบายโดยอ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กรณีศึกษาของกระเป๋าสานผักตบชวา “ยิ้มไทย” มีความสอดคล้องกับหลักวิชาการในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การสร้างการรับรู้ผ่านการเล่าเรื่องที่ดึงดูดใจ การตอบโต้ทักปัจจัยสำคัญในการซื้อขายออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดนี้หลอมรวมกันเพื่อทำให้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของ “ยิ้มไทย” ประสบผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ในบริบทเฉพาะของสินค้าท้องถิ่นหนึ่งประเภท การนำผลลัพธ์ไปปรับใช้ในวงกว้างควรพิจารณาความแตกต่างของสินค้า และกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกรณี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ กรณีศึกษากระเป๋าสานจากผักตบชวา ‘ยิ้มไทย’ ตำบลคลองนกกระทุง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” สามารถสรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญประกอบด้วย

1. สำหรับผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่น จากผลการวิจัยที่พบว่ากลยุทธ์การเล่าเรื่อง (storytelling) และการใช้วิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์ม Instagram และ TikTok ช่วยเพิ่มการรับรู้และการมีส่วนร่วมได้อย่างมีนัยสำคัญ ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการสร้างแบรนด์ที่เชื่อมโยงกับคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

2. สำหรับชุมชนและเครือข่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ผลการศึกษาชี้ว่าการตลาดออนไลน์สามารถลดข้อจำกัดด้านพื้นที่และช่วยขยายตลาดได้กว้างไกล การรวมกลุ่มและแบ่งปันองค์ความรู้ด้านการผลิตและการตลาดดิจิทัลจึงเป็นสิ่งสำคัญ ชุมชนควรใช้บทเรียนจากแบรนด์ “ยิ้มไทย” เป็นต้นแบบในการพัฒนาการสื่อสารร่วมกันเพื่อสร้างความยั่งยืน และลดความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่นกับผู้ประกอบการรายใหญ่

3. สำหรับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากผลการวิจัยยืนยันว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับสินค้ารักษ์โลกและผลิตภัณฑ์ที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น หน่วยงานรัฐควรจัดโครงการอบรมและเวิร์กช็อปด้านการตลาดดิจิทัลที่เน้นการพัฒนาแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการสร้างแพลตฟอร์มสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่เน้นความแตกต่างด้านอัตลักษณ์และความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การเปรียบเทียบข้ามชุมชนหรือจังหวัด จากผลการวิจัยที่พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคมีความแตกต่างตามแพลตฟอร์ม การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในหลายชุมชนหรือหลายจังหวัดเพื่อเปรียบเทียบบริบทที่แตกต่าง และสร้างความเข้าใจเชิงลึกที่ครอบคลุมมากขึ้น

2. การศึกษาเชิงปริมาณเพื่อเสริมข้อมูลคุณภาพ แม้งานวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางเชิงคุณภาพ แต่การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพิ่มเติม เช่น การวัดระดับการรับรู้ ความพึงพอใจ และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อเนื้อหาที่เผยแพร่จะช่วยสนับสนุนผลการวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือและสามารถอ้างอิงในเชิงสถิติได้ชัดเจนขึ้น

3. การวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับแพลตฟอร์มเฉพาะ ผลการวิจัยยืนยันว่า TikTok และ Instagram เป็นแพลตฟอร์มหลักที่สร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น การวิจัยในอนาคตจึงควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในแพลตฟอร์มเฉพาะ เช่น TikTok Shop หรือ Shopee Live เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่แม่นยำและเหมาะสมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เคเคพี รีเสิร์ช. (2564). ตลาดอีคอมเมิร์ซไทยหลังโควิดเติบโตเฉลี่ย 20% ต่อปี. สืบค้น 24 ตุลาคม 2567 จาก <https://techsauce.co/news/kkp-research-e-commerce>
- ขวลิต พากเพียรถกผล (2565). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการทำการตลาดดิจิทัล. *วารสารสุขภาพและบริหารธุรกิจ* สืบค้น 25 ตุลาคม 2567 จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/262502>
- ชำนาญ ทองเย็น. (2567). การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารธรรมะไลฟ์*. สืบค้น 23 ตุลาคม 2567, จาก <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/article/download/3874/3251>
- ดารา ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด = Marketing communications*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ดุขฎิพร หิรัญและ สุรวุฒิ สุดหา. (2566). การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผักตบชวาเป็นสินค้าแบรนด์ใหม่
เพื่อยกระดับ. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรกฎาคม - ธันวาคม 2566: 14(2)
- ทัตพงศ์ นามวัฒน์ และธนพร จนาพิระกนิษฐ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจ
นิตยา วงศ์ยศ (2564). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มจักสานผักตบชวาในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดพะเยา. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 26(1), 168–178.
- ภาวธ พงษ์วิทยพาน. (2550). *E-Commerce: สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง*. กรุงเทพฯ:
ตลาด ดอท คอม (ซีไอเอ็มเคชั่น)
- ศุภรัตน์ พัฒนวิบูลย์พงศ์. (2564). *กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2565). *เจาะอินไซด์ SME ไทย เข้าใจปัญหาอย่างตรงจุดกับการใช้ MarTech*.
สืบค้น 25 ตุลาคม 2567 <https://www.marketingoops.com/reports/penetrate-thai-smes-how-to-use-martech-to-meet-business-pain-points/>
- วิไลภรณ์ สำเภาทอง. (2561). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจผลิตภัณฑ์เวช
สำอาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อัจฉรา อัครวิจิตร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่กับการตลาดดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing*. (6th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. (15th ed.). London: Education, Inc.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of new media: Social shaping and social
consequences of ICTs* (Updated student ed.). London: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. (6th ed.). Los Angeles, CA: Sage.
- Sage.Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. (9th ed.). Pearson Prentice Hall.

นวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

Innovation in Facility Management through Digital Technologies

พรเทพ เกิดมนต์¹ ศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ² และฐิติมา โหล่ายอง³

Phornthep Kerdmont¹, Supawat Sukhaparamate² and Thitima Holmyong³

¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรการจัดการสุขภัณฑ์บัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการสุขภัณฑ์บัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹ Doctoral Student of Management Program College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

^{2,3} Lecturer of the Doctor of Management Program College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: Phornthep.ker@rmutr.ac.th¹, supawat.suk@rmutr.ac.th², thitima.hol@rmutr.ac.th³

Received: Aug. 25,2025; Revised: Sep. 28,2025; Accepted: Oct. 3,2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อระบุปัญหาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารอาคาร นักพัฒนาระบบ และผู้ใช้งานในอาคาร จากหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 15 ราย โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้วิจัยได้แก่แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการทรัพยากรอาคารในปัจจุบันยังยึดกับโครงสร้างการบริหารแบบแยกส่วน ขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างไม่ทั่วถึง 2) ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ การขาดระบบสารสนเทศที่บูรณาการ การวิเคราะห์ข้อมูลที่จำกัด และการขาดแนวทางสนับสนุนด้านเทคโนโลยี ในระยะยาว และ 3) นวัตกรรมที่เสนอประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) การมีนโยบายที่ชัดเจน 2) การเสริมสร้างองค์ความรู้และสมรรถนะบุคลากร และ 3) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ไอโอที, ปัญญาประดิษฐ์และคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อยกระดับการจัดการทรัพยากรอาคารให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และรองรับความซับซ้อนของการใช้อาคารในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: นวัตกรรม การจัดการทรัพยากรอาคาร เทคโนโลยีดิจิทัล กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Abstract

This research article aims to: 1) study the digital technology-based building resource management in Bangkok and its vicinity; 2) identify the problems of digital technology-based building resource management in Bangkok and its vicinity; and 3) propose innovations for digital technology-based building resource management. The study used a qualitative research approach with in-depth interviews of 15 key informants from three groups: building managers, system developers, and building users, from agencies in Bangkok and its vicinity. These participants were selected using a purposive sampling method. The research tools included semi-structured interviews, and data were analyzed using thematic analysis.

The research findings indicate that, 1) Current building resource management still relies on a fragmented administrative structure, lacks strategic planning, and has inconsistent use of digital

technology. 2) The main problems are related to the lack of an integrated information system, limited data analysis, and the absence of a long-term technology support plan. 3) The proposed innovations consist of three main components: a) clear policy formulation; b) enhancement of personnel knowledge and competency; and c) application of digital technologies, such as the Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), and Cloud Computing, to improve the efficiency of building resource management, respond to changes, and support the complexity of building usage in the digital age.

Keywords: Innovation, Facility management, Digital technology, Bangkok Metropolitan Region

บทนำ

การจัดการทรัพยากรอาคาร (Facility Management : FM) ถือเป็นศาสตร์สหวิทยาการที่มีความสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และความยั่งยืนในการจัดการสิ่งปลูกสร้างและสภาพแวดล้อมภายในอาคาร โดยองค์การระหว่างประเทศ เช่น International Facility Management Association (IFMA) (n.d.) และมาตรฐาน ISO 41011 ได้นิยามการจัดการทรัพยากรอาคารว่าเป็นหน้าที่ขององค์กรที่ฟสานคนสถานที่และกระบวนการ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีได้ส่งผลให้การจัดการทรัพยากรอาคารมีความก้าวหน้าทางระบบ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI), เทคโนโลยีไอโอที (IoT), การจำลองข้อมูลอาคาร (Building Information Modeling : BIM) และแบบจำลองเสมือนจริง (Digital Twin : DT) เพื่อวัตถุประสงค์ในการควบคุม ตรวจสอบ และจัดการระบบอาคารอย่างแม่นยำและเรียลไทม์ (Sampaio, R., & Others, 2022, pp. 13-16) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการใช้นวัตกรรมเหล่านี้อย่างแพร่หลายในหลายประเทศ แต่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยียังคงเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร ความพร้อมของบุคลากร ความเข้าใจในเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนต้นทุนการดำเนินการที่สูง (Xie, X., & others, 2020, pp. 383-385; Milala, S., & others, 2022, pp. 260-266)

แม้ว่าจะมีงานศึกษาหลายชิ้นที่กล่าวถึงแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคการก่อสร้างหรือสิ่งทรมหัพย์ เช่น Milala, S., & Others (2022, pp. 260-266); Lee, W., and others (2016, pp. 12-15) แต่อาจยังขาดงานวิจัยที่มุ่งวิเคราะห์ความพร้อมเชิงระบบและอุปสรรคต่อการประยุกต์ใช้นวัตกรรมดิจิทัลในระบบการจัดการทรัพยากรอาคาร โดยเฉพาะในบริบทของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ทั้งนี้ บริบทของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลถือเป็นพื้นที่ตัวแทนของการพัฒนาเมืองอย่างเข้มข้น โดยจากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565) พบว่า กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการอนุญาตก่อสร้างอาคารใหม่มากกว่าร้อยละ 22 ของอาคารทั่วประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาคารที่มีขนาดและความซับซ้อนสูง ทั้งในรูปแบบของอาคารพาณิชย์ อาคารสำนักงาน และอาคารพักอาศัยแบบรวม ทำให้การจัดการทรัพยากรอาคารในพื้นที่เมืองมีความท้าทายที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น และต้องอาศัยเทคโนโลยีในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้จัดการอาคารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเมื่อกล่าวถึงการจัดการทรัพยากรอาคารในงานวิจัย มักให้ความสำคัญไปที่การจัดการงานซ่อมบำรุงหรือการใช้ทรัพยากรอาคารอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงมองเห็นถึงช่องว่างทางการศึกษา โดยผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรอาคารด้วย 6 หัวข้อหลัก ซึ่งประเด็นเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการทรัพยากรอาคารที่ได้รับ ความสนใจและมีการดำเนินงานในบริบทปัจจุบันและสามารถทำงานเข้ากันได้ดีกับการใช้เทคโนโลยีในการควบคุม และจัดการ อันได้แก่ 1) การจัดการทรัพยากรบุคคล 2) การจัดการความเป็นอยู่ที่ดี สภาพแวดล้อมในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน 3) การจัดการการใช้ทรัพยากรอาคารอย่างยั่งยืน 4) การจัดการงานซ่อมบำรุง 5) การจัดการข้อมูลภายในอาคาร และ 6) การจัดการสุขภาพ ความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าทุกด้านของการจัดการอาคารทั้ง 6 หัวข้อนี้ ล้วนมีปัญห ที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปัญหาที่พบในทั้ง 6 ด้านเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าระบบการจัดการอาคารในปัจจุบันยังต้องการการปรับปรุงในเชิงระบบและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม แม้จะมีความพยายาม

ในการใช้เทคโนโลยีในหลายด้านแล้วก็ตาม แต่ยังมีอุปสรรคปัญหาด้านการบูรณาการข้อมูล การขาดมาตรฐานกลาง และข้อจำกัดด้านบุคลากร งบประมาณ และระบบสนับสนุนเชิงนโยบาย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับประสิทธิภาพโดยรวม บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการทรัพยากรอาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมุ่งวิเคราะห์อุปสรรค โอกาส และปัจจัยความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดการทรัพยากรอาคาร ให้เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืนในระดับองค์กร รวมถึงเสนอวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ผลการวิจัยคาดว่าจะเป็แนวทางเชิงนโยบายในการส่งเสริมการปรับตัวของผู้ประกอบการด้านการจัดการทรัพยากรอาคาร และการพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อระบุปัญหาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อเสนอวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ศึกษาแล้วนำมาสรุปเป็นความคิดรวบยอดที่เกี่ยวข้องโดยผู้วิจัยได้บททวนวรรณกรรม ดังนี้ 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแปลงสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรอาคาร 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

การจัดการเป็นรากฐานของกระบวนการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ตามแนวคิด POLC ซึ่งยังคงเป็นกรอบพื้นฐานที่ใช้ได้กับองค์กรสมัยใหม่ (Daft, 2006, pp. 5-7) พัฒนาการของแนวคิดการจัดการเริ่มจากแนวทางคลาสสิก (Taylor, 1911, pp. 5-29); (Fayol, 1923, p. 86) สู่แนวคิดด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Mayo, 1933, pp. 134-141); (Maslow, 1943, pp. 370-396) และแนวคิดร่วมสมัยที่รวมมุมมองเชิงระบบและสถานการณ์ (Koontz, H., & others, 1968, pp. 47-50) ต่อมาได้มีการพัฒนาเป็นแนวคิดนวัตกรรมจัดการ (Innovation Management) ซึ่งได้ขยายขอบเขตจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ไปสู่การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการ โครงสร้าง และระบบการให้บริการขององค์กร (Drucker, 2005, pp. 5-10; Quinn, 1992, pp. 53-55) โดยองค์กรที่มีวัฒนธรรมการเรียนรู้ มีผู้นำที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และมีโครงสร้างที่ยืดหยุ่น จะสามารถนำนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ทฤษฎีทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-Based View: RBV) เชื่อว่าองค์กรจะมีความสามารถในการแข่งขันก็ต่อเมื่อสามารถพัฒนาและใช้ทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ความรู้ เทคโนโลยี และระบบภายในที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Barney, 1991, pp. 99-120) ในบริบทของงานวิจัยนี้ ทฤษฎีทรัพยากรเป็นฐานช่วยอธิบายว่าองค์กรที่สามารถจัดการทรัพยากรดิจิทัลและบุคลากรได้ดี ย่อมมีแนวโน้มประสบความสำเร็จ

ในบริบทของการจัดการทรัพยากรอาคาร ซึ่งครอบคลุมการวางแผน ปฏิบัติการ และควบคุมการใช้ทรัพยากรอาคาร เช่น พื้นที่ ระบบสาธารณูปโภค และบุคลากร แนวคิดการจัดการร่วมสมัยและนวัตกรรมจัดการจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่ออุตสาหกรรมนี้เริ่มนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งาน เช่น เทคโนโลยีไอโอที การสร้างแบบจำลองข้อมูลอาคาร แบบจำลองเสมือนจริง และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และตอบสนองต่อเป้าหมายด้านความยั่งยืน (Sampaio, R., & Others, 2022, pp. 13-16); (Xie, X., & others, 2020, pp. 383-385); (Milala, S., & others, 2022, pp. 260-266)

อย่างไรก็ดี การเปลี่ยนผ่านสู่การจัดการอาคารแบบดิจิทัลในประเทศไทยยังคงเผชิญกับข้อจำกัดหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความไม่พร้อมด้านบุคลากร โครงสร้างองค์กรที่ยังไม่รองรับ หรือการขาดกลไกสนับสนุนในระดับระบบ ทั้งเรื่องระบบงบประมาณ ข้อมูล หรือการจัดซื้อจัดจ้าง งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาและวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรอาคารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล โดยใช้แนวคิดการจัดการร่วมสมัย กรอบนวัตกรรมการจัดการ และทฤษฎีทรัพยากรเป็นฐาน เป็นกรอบในการพิจารณา เพื่อระบุอุปสรรค ปัจจัยเสริม และแนวทางการพัฒนา นวัตกรรมจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

โดยสรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการนี้ เป็นการเชื่อมโยงกรอบการจัดการแบบดั้งเดิม อย่าง POLC เข้ากับแนวคิดนวัตกรรมจัดการและทฤษฎีทรัพยากรเป็นฐาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจที่รอบด้าน จะช่วยให้สามารถมองเห็นภาพรวมของการจัดการทรัพยากรอาคารในยุคดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบ จากการวางแผนเชิงกลยุทธ์ไปจนถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม หากจะวิเคราะห์อย่างวิพากษ์เพื่อเพิ่มมิติให้กับการศึกษา ก็พบว่ายังมีบางส่วนที่สามารถเติมเต็มได้เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริงในองค์กรและมีมติเชิงนโยบาย ตัวอย่าง เช่น งานวิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดสำคัญอย่าง ความไม่พร้อมของบุคลากร และโครงสร้างองค์กรที่ไม่รองรับ แต่ยังไม่ได้นำเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organizational Change Process) โดยตรง

2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแปลงสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization)

แนวคิดเรื่องการแปลงสู่ระบบดิจิทัล หมายถึงกระบวนการเปลี่ยนข้อมูล วัตถุ กระบวนการ หรือบริการ จากรูปแบบกายภาพไปสู่รูปแบบดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และขับเคลื่อนนวัตกรรม ในระดับองค์กรและสังคม (Sledziewska and Wloch, 2006, pp. 1-4) แนวคิดนี้ไม่ได้จำกัดเพียงการใช้เทคโนโลยี แต่รวมถึงการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร วิธีคิด และกระบวนการทำงานให้รองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล อย่างเต็มศักยภาพ Sledziewska and Wloch (2006, pp. 1-4) ได้นำเสนอขั้นตอน 4 ระดับของการแปลงสู่ระบบดิจิทัลได้แก่ (1) การใช้ข้อมูลดิจิทัลขนาดใหญ่หรือ Big Data เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (2) ระบบอัตโนมัติที่ลดการพึ่งพาแรงงานมนุษย์และเพิ่มความแม่นยำในการดำเนินงาน (3) การเชื่อมโยงระบบต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดเวลาการดำเนินงาน และ (4) การเข้าถึงลูกค้าในยุคดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ โดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อการแข่งขันและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ Sledziewska and Wloch (2006, pp. 1-4) ได้เสนอส่วนประกอบหลักของเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนการแปลงสู่ระบบดิจิทัล ได้แก่ เทคโนโลยีไอโอที, คลาวด์ คอมพิวติ้ง และปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต การจัดการองค์กร และการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ตัวอย่างเช่น ในบริบทของการจัดการทรัพยากรอาคาร เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้สามารถจัดการพลังงานและระบบอาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพแบบเรียลไทม์ ลดต้นทุน และเพิ่มประสบการณ์ของผู้ใช้งาน

กล่าวโดยสังเขป แนวคิดการแปลงสู่ระบบดิจิทัล มีความสำคัญต่อการปรับตัวขององค์กรในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะเมื่อผนวกกับเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูงซึ่งส่งเสริมการทำงานแบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูล และการเชื่อมโยงกับลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การเข้าใจโครงสร้างแนวคิดนี้จึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการออกแบบกลยุทธ์ดิจิทัลในองค์กรยุคใหม่

ทั้งนี้ แม้จะมีการกล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีอย่าง เทคโนโลยีไอโอทีและปัญญาประดิษฐ์ แต่งานวิจัยยังขาดกรอบแนวคิดที่เจาะลึกด้านการจัดการข้อมูลซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างแท้จริง และสุดท้าย แม้จะมีการระบุถึงการขาดกลไกสนับสนุนเชิงระบบอย่างงบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้าง แต่งานวิจัยยังไม่ได้ลงลึกถึงทฤษฎีที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างองค์กรกับระบบภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในบริบทของสังคมไทย โดยสรุปแล้ว การเติมเต็มในส่วนที่ขาดนี้จะทำให้งานวิจัยไม่เพียงแต่เป็นการวิเคราะห์เชิงแนวคิด แต่ยังเป็น พิมพ์เขียวสำหรับการปฏิบัติ ที่สามารถนำไปใช้เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงได้อย่างแท้จริง.

3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรอาคาร

การจัดการทรัพยากรอาคาร เป็นศาสตร์สหวิทยาการที่มุ่งบูรณาการสถานที่ ผู้คน และกระบวนการทำงาน เพื่อสนับสนุนภารกิจหลักขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และความยั่งยืน (International Facility Management Association (IFMA) (n.d.); Teicholz, (2001, pp. 13-15) โดยครอบคลุมทั้งมิติการวางแผน เชิงกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรทางกายภาพและมนุษย์ และการดูแลสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยกรอบแนวคิดสำคัญในการจัดการทรัพยากรอาคารที่ได้รับการยอมรับ ได้แก่ แบบจำลอง Place-Process-People ของ Atkin and Brooks (2021, pp. 15-20) ที่เน้นการจัดการองค์ประกอบทั้งสามให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเสนอขอบเขตการดำเนินงานของการจัดการทรัพยากรอาคาร ไปถึง 16 ด้าน เช่น การจัดการกลยุทธ์ ทรัพยากรบุคคล สุขภาวะและประสิทธิภาพผู้ใช้งาน ความปลอดภัย การบำรุงรักษา ความยั่งยืน และการจัดการข้อมูล ซึ่งสามารถปรับใช้ได้ทั้งรูปแบบจัดจ้างภายนอก (outsourcing) และจัดการภายในองค์กร

ในยุคดิจิทัลบทบาทของการจัดการทรัพยากรอาคาร ได้ขยายสู่การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน โดยเฉพาะในหกด้านหลักที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ (1) การจัดการทรัพยากรบุคคล (2) สุขภาวะและสภาพแวดล้อมการทำงาน (3) ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม (4) การบำรุงรักษา (5) การจัดการข้อมูล และ (6) ความยั่งยืนของทรัพยากรอาคาร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น ไอโอที, การจำลองข้อมูลอาคาร, แบบจำลองเสมือนจริง, ปัญญาประดิษฐ์ และระบบการจัดการการบำรุงรักษาด้วยคอมพิวเตอร์ (Computerized Maintenance Management System : CMMS) ช่วยให้การจัดการในแต่ละมิติข้างต้นสามารถดำเนินการอย่างแม่นยำ ยืดหยุ่น และตอบสนองความต้องการเฉพาะของแต่ละองค์กรได้ดียิ่งขึ้น (Atkin and Brooks, 2021, pp. 15-20)

จากการทบทวนแนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรอาคารพบว่า การจัดการทรัพยากรอาคารในปัจจุบัน ได้พัฒนาไปสู่รูปแบบการจัดการทรัพยากรอาคารแบบอัจฉริยะ (Smart Facility Management) ซึ่งเป็นการบูรณาการระหว่างแนวคิดการจัดการที่มีประสิทธิภาพกับเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อยกระดับความสามารถในการตัดสินใจ การวางแผน และการดูแลสภาพแวดล้อมการทำงาน ทั้งในเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติการ ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอเชิงแนวคิดที่ว่า ความสำเร็จของการจัดการทรัพยากรอาคารยุคใหม่ขึ้นอยู่กับวิเคราะห้เชิงระบบของทรัพยากร โครงสร้างองค์กร เทคโนโลยี และปัจจัยมนุษย์ ซึ่งจะถูกนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาความพร้อมและกลไกของการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาปรับใช้กับการจัดการทรัพยากรอาคารในบริบทของเมืองใหญ่

ทั้งนี้หากพิจารณา ก็พบว่ายังมีบางประเด็นที่สามารถเพิ่มเติมได้เพื่อความสำเร็จยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของมิติเชิงกลยุทธ์ของทรัพยากรบุคคล แม้งานวิจัยจะพูดถึงคนว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญ แต่การวิเคราะห์ยังคงเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนกระบวนการเป็นหลัก ไม่ได้ลงลึกถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเชิงดิจิทัลอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในระยะยาว และอีกประเด็นสำคัญคือความท้าทายในการนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่ต่างกัน เพราะการจัดการอาคารขนาดเล็กหรือโรงงานอุตสาหกรรมย่อมมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากรที่ไม่เหมือนกับอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ การนำเสนอแนวทางที่ปรับใช้ได้จริงกับบริบทที่หลากหลายจึงเป็นเรื่องที่ควรพิจารณา และสุดท้าย แม้จะกล่าวถึงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน แต่ก็ยังขาดกรอบที่ชัดเจนในการวัดผลความสำเร็จ (Success Metrics) ของการเปลี่ยนผ่านสู่การจัดการทรัพยากรอาคารแบบอัจฉริยะ การนำเสนอเครื่องมือหรือตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลในทางปฏิบัติได้จริง จะช่วยให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจในองค์กรอย่างแท้จริง การเพิ่มเติมในส่วนที่ยังขาดนี้ จะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และไม่ใช่ว่าแค่การวิเคราะห์เชิงแนวคิดแต่ยังสามารถเป็นพิมพ์เขียวสำหรับการปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในโลกแห่งความเป็นจริง

4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทยหลายฉบับสะท้อนให้เห็นความพยายามในการพัฒนาแนวทางการจัดการทรัพยากรอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีและการออกแบบเชิงระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน การบำรุงรักษา และการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิต ธงชัย ทองมา และ ประสพชัย พสุนนท์

(2557, หน้า 29-31) เสนอกรอบการประเมินความเสี่ยงด้านการจัดการอาคารด้วยตัวชี้วัดเชิงสถิติที่ครอบคลุมทุกมิติ ขณะที่กัมปนาท เปี้ยตัน (2565, หน้า 84-88) และวาไลตา พวงจำปา (2563, หน้า 77-83) แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี BIM และพลังงานทางเลือกในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เอกชัย สมานบุตร (2561, หน้า 44-48) และวสันต์ ลือวรวิญญู (2557, หน้า 144-166) เน้นมิติของผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง โดยเชื่อมโยงการออกแบบพื้นที่เข้ากับพฤติกรรมมนุษย์และวัฒนธรรมองค์กร

สำหรับงานวิจัยต่างประเทศมีแนวโน้มที่ชัดเจนในการนำเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เทคโนโลยีไอโอที, แบบจำลองเสมือนจริง และการจำลองข้อมูลอาคารมาใช้ในการจัดการทรัพยากรอาคารแบบอัจฉริยะ Hose, K., and others (2007, pp. 5-8) และ Lee, Y., and others (2011, pp. 141-152) นำเสนอการใช้เซนเซอร์และการทำเหมืองข้อมูลแบบเรียลไทม์ในการวิเคราะห์สถานการณ์และแจ้งเตือนความผิดปกติ ส่วนงานวิจัย Xie, X., & others, (2020, pp. 383-385) และ Edirisinghe, R., and others (2017, pp. 1119-1154) แสดงให้เห็นว่าการสร้างแบบจำลองดิจิทัล (แบบจำลองเสมือนจริง และการจำลองข้อมูลอาคาร) ช่วยให้การวางแผนบำรุงรักษาและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เป็นไปอย่างแม่นยำและยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้ Jones, K., and others (2013, pp. 225-238) ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการจัดการทรัพยากรอาคารในการตอบสนองต่อความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะโลกร้อนและน้ำท่วมผ่านกลยุทธ์การออกแบบเชิงป้องกันและการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม

เมื่อพิจารณาร่วมกัน งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศล้วนเน้นประเด็นสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการข้อมูลและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ 2) การบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างการจัดการอาคารอัจฉริยะ และ 3) การออกแบบและทรัพยากรโดยมีผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่ยังไม่ครอบคลุมอย่างเพียงพอ คือ การบูรณาการองค์ความรู้เหล่านี้ในระดับนโยบายขององค์กรของภาครัฐและธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทักษะบุคลากร และมาตรฐานการจัดการข้อมูลที่ยังไม่สอดคล้องกัน จากการสังเคราะห์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การศึกษาในครั้งนี้มีโอกาสนำมาพัฒนาแนวทางการจัดการทรัพยากรอาคารแบบบูรณาการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ไอโอที, การจำลองข้อมูลอาคาร, และปัญญาประดิษฐ์ควบคู่กับการออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้งานและสิ่งแวดล้อม โดยเชื่อมโยงบริบทท้องถิ่นกับแนวโน้มสากล เพื่อยกระดับการจัดการอาคารของไทยให้มีความยั่งยืนและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

โดยสรุป งานวิจัยที่ผ่านมายังขาดการตอบคำถามสำคัญเหล่านี้ 1) ขาดการศึกษาเชิงนโยบาย กล่าวคือ ขาดการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการนำเอาเทคโนโลยีและแนวคิดการออกแบบที่มีอยู่ไปใช้ในระดับนโยบายขององค์กร 2) ขาดการจัดการปัญหาเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ขาดการศึกษาที่เจาะลึกถึงอุปสรรคในการนำไปปฏิบัติจริงในบริบทขององค์กรไทย ซึ่งรวมถึงปัญหาด้าน งบประมาณ, ทักษะของบุคลากร และ มาตรฐานการจัดการข้อมูลที่ยังไม่มีความสอดคล้องกัน 3) ขาดการเชื่อมโยงบริบทท้องถิ่นกับแนวโน้มสากล กล่าวคือ งานวิจัยมักจะแยกศึกษาแนวทางในประเทศและต่างประเทศอย่างชัดเจน แต่ยังไม่มีการศึกษาที่ผสมผสานองค์ความรู้เหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางการจัดการแบบบูรณาการที่ใช้ได้จริงและยั่งยืนสำหรับองค์กรในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

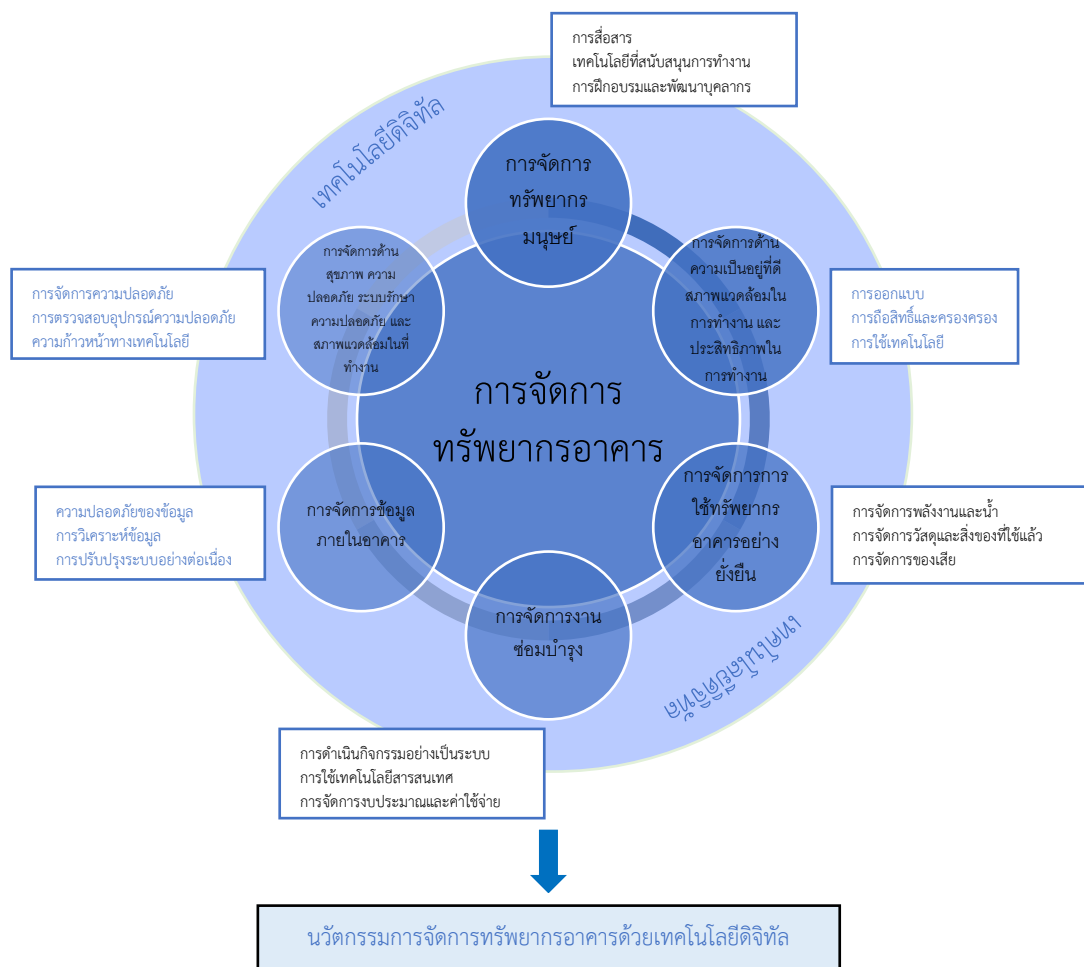
จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาทั้ง 3 จะพบว่ากรอบแนวคิดไม่ได้เกิดขึ้นจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสังเคราะห์และหลอมรวมองค์ความรู้จากสามเสาหลักเข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ เริ่มจากรากฐานของการจัดการซึ่งเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการวางแผน จัดการ และควบคุมการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ตามแนวคิด POLC ที่เป็นที่ยอมรับมาอย่างยาวนาน กรอบนี้ทำให้เราเข้าใจว่าการบริหารจัดการนั้นต้องมีขั้นตอนและกระบวนการที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม

ต่อมาคือการนำเอาหลักการจัดการมาประยุกต์ใช้กับการจัดการทรัพยากรอาคาร ซึ่งไม่ได้จำกัดเพียงแค่การดูแลอาคารสถานที่ แต่เป็นศาสตร์สหวิทยาการที่มุ่งบูรณาการ สถานที่ กระบวนการ และ บุคลากร เข้าด้วยกัน โดยอาศัยแบบจำลอง Place-Process-People เป็นแกนหลักในการวิเคราะห์ ซึ่งขอบเขตของมันนั้นกว้างขวางมาก ตั้งแต่การจัดการเชิงกลยุทธ์ การบำรุงรักษา ความปลอดภัย ไปจนถึงการดูแลสุขภาพของผู้ใช้งาน กรอบนี้จึงให้มุมมอง

ที่ครบถ้วนว่าการจัดการอาคารไม่ใช่แค่เรื่องของอาคาร แต่เป็นเรื่องของการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการทำงาน และคุณภาพชีวิตของคนในองค์กร

อีกทั้งเมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ความจำเป็นในการปรับตัวก็เกิดขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิด การแปลงสู่ระบบดิจิทัล แนวคิดนี้ไม่ได้จำกัดเพียงแค่การใช้เทคโนโลยีเท่านั้น แต่หมายถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีอย่างเต็มที่ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และขับเคลื่อนนวัตกรรม ซึ่งเป็นกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีอย่าง ไอโอที, ปัญญาประดิษฐ์, และระบบอัตโนมัติ เข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อน

การสังเคราะห์องค์ความรู้จากทั้งสามแนวคิดนี้คือสิ่งที่ทำให้เกิดกรอบแนวคิด ซึ่งเป็นการนำเอาหลักการจัดการที่มีขั้นตอนชัดเจน มาประยุกต์ใช้กับการจัดการทรัพยากรอาคาร ที่ครอบคลุมทุกมิติทั้งสถานที่ กระบวนการ และบุคลากร และเติมเต็มด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อยกระดับความสามารถในการจัดการให้เป็นแบบอัจฉริยะ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ การวางแผน และการดูแลทรัพยากรต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดนวัตกรรมจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากรูปที่ 1 แสดงการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการจัดการทรัพยากรในอาคาร ซึ่งมีความสำคัญในการใช้งานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นถึงด้านที่สามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลได้ดี โดยแนวคิดนี้เป็นการตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นในการจัดการทรัพยากรภายในอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในบริบทของอาคารขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนในการจัดการการบูรณาการเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์, ไอโอที

และคลาวด์ คอมพิวติ้ง ช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่น ประสิทธิภาพ และความยั่งยืนในการจัดการทรัพยากร ทำให้การจัดการทรัพยากรในอาคาร มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยผู้วิจัยตั้งสมมุติฐานว่าหัวข้อที่มีแนวโน้มที่จะสามารถนำเทคโนโลยีมาช่วย และส่งเสริมการทำงานด้านต่าง ๆ ของการจัดการทรัพยากรอาคารมีดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรบุคคลได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่
 - 1) การสื่อสาร
 - 2) เทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงาน
 - 3) การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร
2. การจัดการความเป็นอยู่ที่ดี สภาพแวดล้อมในการทำงาน และประสิทธิภาพการทำงานในการจัดการทรัพยากรอาคาร และได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่
 - 1) การออกแบบ
 - 2) การถือสิทธิ์และครอบครอง
 - 3) การใช้เทคโนโลยี
3. การจัดการงานซ่อมบำรุงได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่
 - 1) การดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นระบบ
 - 2) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 3) การจัดการงบประมาณและค่าใช้จ่าย
4. การจัดการการใช้ทรัพยากรอาคารอย่างยั่งยืนได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่
 - 1) การจัดการพลังงานและน้ำ
 - 2) การจัดการวัสดุและสิ่งของที่ใช้แล้ว
 - 3) การจัดการของเสีย
5. การจัดการข้อมูลภายในอาคารได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่
 - 1) ความปลอดภัยของข้อมูล
 - 2) การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3) การปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง
6. การจัดการด้านสุขภาพ ความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ได้แก่
 - 1) การจัดการความปลอดภัย
 - 2) การตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัย
 - 3) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่มได้แก่ 1) ผู้มีอำนาจตัดสินใจด้านการจัดการอาคาร เช่น เจ้าของอาคาร ผู้ดูแลอาคาร หรือผู้ได้รับมอบอำนาจในการดูแลอาคารจำนวน 5 คน 2) ผู้ออกแบบระบบการจัดการทรัพยากรอาคาร เป็นผู้ที่ทำงานร่วมกับเจ้าของอาคาร ผู้ดูแลอาคารโดยการรับความต้องการในแต่ละด้านมาพัฒนาเป็นเครื่องมือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ง่ายต่อการทำงานและการเก็บข้อมูลด้านการจัดการทรัพยากรอาคารจำนวน 5 คน และ 3) นักวิชาการด้านทรัพยากรอาคาร เช่น ผู้ชำนาญการ หรืออาจารย์ผู้สอนหลักสูตรการจัดการทรัพยากรอาคารจำนวน 5 คน โดยผู้ให้ข้อมูลถูกคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเอกสารประกอบอื่น ๆ นำมาวิเคราะห์ โดยคำถามในการสัมภาษณ์เชื่อมโยงกับคำถามการวิจัยทั้ง 3 ข้อคือ 1) การจัดการทรัพยากรอาคารในปัจจุบันเป็นอย่างไร 2) ปัญหาการจัดการทรัพยากรอาคารเป็นอย่างไร 3) นวัตกรรม

การจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลควรเป็นอย่างไร โดยมีขออนุญาตและมีการนัดหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (thematic analysis) ตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006, pp. 77-101) เพื่อแบ่งและสรุปประเด็นสำคัญที่สะท้อนบริบท ปัญหา และแนวทางนวัตกรรมที่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการจัดการทรัพยากรอาคารอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการจัดการทรัพยากรอาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องไปในทางเดียวกัน โดยแนวปฏิบัติส่วนใหญ่ยังคงยึดอยู่กับรูปแบบการจัดการแบบดั้งเดิม โดยมีการจัดโครงสร้างการทำงานที่แยกส่วนตามสายงาน เช่น แยกฝ่ายดูแลอาคาร ฝ่ายซ่อมบำรุง ฝ่ายระบบไฟฟ้า และฝ่ายรักษาความปลอดภัยออกจากกัน การดำเนินงานของแต่ละฝ่ายเป็นไปอย่างอิสระ ส่งผลให้ขาดการบูรณาการเชิงระบบและไม่มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่จัดการทรัพยากรอาคารในภาพรวม โดยเฉพาะในอาคารของภาครัฐและองค์กรขนาดกลางที่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างองค์กร

การจัดการในระดับปฏิบัติส่วนใหญ่เน้นการทำงานเชิงรับมากกว่าการวางแผนเชิงรุก กล่าวคือมีการตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นแบบเฉพาะหน้า แทนที่จะมีระบบการซ่อมบำรุงเชิงป้องกันหรือระบบติดตามแบบต่อเนื่อง ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้จัดการอาคารระบุว่า ยังไม่มีการกำหนดวิสัยทัศน์หรือแผนแม่บทด้านการจัดการทรัพยากรอาคารอย่างชัดเจน ขณะเดียวกันระบบสนับสนุนการตัดสินใจ เช่น ฐานข้อมูลทรัพยากรอาคาร ระบบติดตามการใช้พลังงาน หรือระบบวางแผนการบำรุงรักษา ก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างครอบคลุม

ด้านการจัดการสารสนเทศเพื่อการบริหาร พบว่าองค์กรส่วนใหญ่ยังคงใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลด้วยตารางงานหรือเอกสารที่ไม่สามารถวิเคราะห์เชิงลึกได้ เช่น การบันทึกงานซ่อมบำรุง การจองห้องประชุม หรือการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ล้วนเป็นข้อมูลแบบแยกส่วนและไม่เชื่อมโยงถึงกัน ทำให้ไม่สามารถใช้ข้อมูลเพื่อการประเมินประสิทธิภาพหรือการวางแผนในระยะยาวได้ ทั้งนี้ แม้บางองค์กรจะเริ่มทดลองใช้ระบบดิจิทัลบางส่วน เช่น ระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ หรือระบบควบคุมแสงสว่างอัตโนมัติ แต่การใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ยังอยู่ในระดับเริ่มต้น และยังไม่มีแนวทางกำกับดูแลหรือการติดตามผลเชิงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อระบุปัญหาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในด้านปัญหาการจัดการทรัพยากรอาคาร ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้อง มีการระบุปัญหาไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน ยังประสบกับปัญหาเชิงระบบหลายประการ ครอบคลุมทั้งมิติของบุคลากร กระบวนการทำงาน โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และการบูรณาการข้อมูล โดยสามารถสรุปประเด็นปัญหาสำคัญที่สะท้อนข้อจำกัดการจัดการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 6 ด้าน ดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรบุคคล ขาดความเข้าใจเชิงระบบเกี่ยวกับบทบาทของงานการจัดการทรัพยากรอาคาร ส่งผลให้เกิดความไม่ชัดเจนของหน้าที่ ความซ้ำซ้อน หรือการละเลยภารกิจที่สำคัญ ขาดการอบรมบุคลากรให้ทันกับเทคโนโลยี ขาดแรงจูงใจในการทำงาน ขาดระบบการสื่อสารภายใน และมีอัตราการหมุนเวียนบุคลากรสูง

2. ความเป็นอยู่ที่ดีและสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่าสภาพแวดล้อมภายในอาคารไม่เอื้อต่อสุขภาวะและประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งในด้านแสง อุณหภูมิ เสียง การระบายอากาศ และพื้นที่พักผ่อน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้พิการ ยังไม่สามารถเข้าถึงทรัพยากรของอาคารได้อย่างเท่าเทียม

3. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน แม้องค์กรส่วนใหญ่มีความตระหนักด้านความยั่งยืน แต่ยังคงขาดการบูรณาการข้อมูลการใช้พลังงาน น้ำ วัสดุ และของเสียอย่างเป็นระบบ ขาดระบบติดตามผลแบบเรียลไทม์ ขาดเครื่องมือวิเคราะห์เชิงลึก และมีข้อจำกัดด้านความรู้ของบุคลากรในการแปลผลข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

4. การซ่อมบำรุงอาคาร ระบบงานซ่อมบำรุงยังเน้นการซ่อมหลังเกิดเหตุ มากกว่าการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน ขาดแผนกลยุทธ์ งบประมาณไม่เพียงพอ และขาดระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ ข้อมูลบันทึกการซ่อมแซมยังไม่เป็นระบบ ไม่สามารถวิเคราะห์ย้อนหลังหรือวางแผนล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การจัดการข้อมูลภายในอาคาร ข้อมูลมีความกระจัดกระจาย ไม่มีมาตรฐานกลาง ไม่สามารถเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดการบริหารสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล และขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการจัดการข้อมูลแบบบูรณาการ แม้จะมีการจัดหาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้งานแล้วก็ตาม

6. สุขภาพ ความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน แม้จะมีการนำเทคโนโลยี เช่น ไอโอที, ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV), การจำลองข้อมูลอาคารมาใช้งาน แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงอย่างบูรณาการ ขาดฐานข้อมูลสำหรับวิเคราะห์เชิงป้องกัน ขาดบุคลากรที่ได้รับการฝึกอบรม และยังมีช่องว่างในด้านจิตวิทยาและสังคมของผู้ใช้งานที่ระบบยังไม่สามารถรองรับได้อย่างทั่วถึง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะนวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับการจัดการทรัพยากรอาคารสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้านสำคัญ ได้แก่ (1) ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล นำเทคโนโลยีไอโอที ปัญญาประดิษฐ์ และ คลาวด์ คอมพิวติ้งมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การสนับสนุนการทำงานภาคสนาม และการฝึกอบรมบุคลากร พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบการจัดการทรัพยากรบุคคลเพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพอย่างเป็นระบบ (2) ด้านความเป็นอยู่ที่ดี และสภาพแวดล้อมในการทำงาน นำแนวคิดการจัดการทรัพยากรอาคารแบบอัจฉริยะ และแนวคิดอารยสถาปัตย์ (Universal Design) ร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีไอโอที และคลาวด์ คอมพิวติ้ง มาใช้ตรวจวัดและควบคุมสภาพแวดล้อม เช่น แสง อากาศ เสียง และการใช้พื้นที่อย่างยืดหยุ่น เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เหมาะสม และส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของผู้อยู่อาศัย (3) ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ประยุกต์ใช้ระบบการจัดการพลังงานอาคาร (Building Energy Management) และนำปัญญาประดิษฐ์, ไอโอที, คลาวด์ คอมพิวติ้งมาใช้ตรวจวัด วิเคราะห์ และควบคุมการใช้พลังงาน น้ำ วัสดุ และของเสียในอาคารแบบเรียลไทม์ เพิ่มความแม่นยำในการจัดการทรัพยากร ลดการสูญเสีย และสนับสนุนการประเมินอาคารตามเกณฑ์ความยั่งยืน เช่น LEED ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4) ด้านการซ่อมบำรุงและอายุการใช้งาน ประยุกต์ใช้ ปัญญาประดิษฐ์, ไอโอที, คลาวด์ คอมพิวติ้งเพื่อพัฒนาระบบซ่อมบำรุงแบบเชิงคาดการณ์ (Predictive Maintenance) จัดเก็บข้อมูลแบบเรียลไทม์ วิเคราะห์แนวโน้มการเสื่อมสภาพ และจัดลำดับความสำคัญของงานซ่อมบำรุง ช่วยลดต้นทุน เพิ่มความปลอดภัย และยกระดับการจัดการอย่างเป็นระบบผ่านระบบการจัดการการบำรุงรักษาด้วยคอมพิวเตอร์ และ Dashboard เพื่อการตัดสินใจที่แม่นยำ (5) ด้านการจัดการข้อมูลและระบบภายในอาคาร จัดตั้งแพลตฟอร์มกลางแบบ Cloud-Based เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลจากระบบย่อยต่าง ๆ ทำให้สามารถจัดการอาคารอย่างบูรณาการ (6) ด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน นำปัญญาประดิษฐ์ ระบบกล้องวงจรปิด ระบบเตือนภัยอัจฉริยะ และแอปพลิเคชันแจ้งเหตุฉุกเฉินมาใช้เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัย ลดความเสี่ยง และยกระดับสุขภาวะของผู้อยู่อาศัยในทุกมิติ จากแนวทางนวัตกรรมทั้งหกด้านข้างต้นสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบนวัตกรรมที่มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

1. การมีนโยบายที่ชัดเจน (Policy) ซึ่งเป็นการกำหนดทิศทางการจัดการทรัพยากรอาคารให้ชัดเจน มีวิสัยทัศน์ร่วม มีเป้าหมายระยะยาวที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น นโยบายด้านความยั่งยืน ความปลอดภัย และการจัดการข้อมูลแบบเปิด การมีนโยบายที่ชัดเจนจะช่วยให้การออกแบบระบบอาคาร การวางแผนงบประมาณ และการประเมินผลการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความต่อเนื่อง

2. การเสริมสร้างองค์ความรู้และสมรรถนะบุคลากร (Knowledge) ซึ่งเป็นหัวใจของการเปลี่ยนผ่านจากการจัดการแบบดั้งเดิมสู่ระบบดิจิทัล การจัดการอาคารยุคใหม่ไม่สามารถพึ่งพาเพียงเทคโนโลยีได้ หากปราศจากบุคลากรที่เข้าใจระบบ ควบคุมการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูล และสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการลงทุนในระบบการเรียนรู้ การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนาอาชีพจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้บุคลากรมีทักษะรองรับความซับซ้อนของระบบอัจฉริยะ

3. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Technology) เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพของการจัดการทรัพยากรอาคาร ทั้งในด้านการวัดผลแบบเรียลไทม์ การคาดการณ์ล่วงหน้า การควบคุมแบบอัตโนมัติ และการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ เทคโนโลยีสำคัญที่จำเป็นต้องถูกออกแบบให้เหมาะสมกับบริบทของอาคารแต่ละประเภท ได้แก่ ปัญญาประดิษฐ์, ไอโอที, การจำลองข้อมูลอาคาร, ระบบจัดการงานซ่อมบำรุง, และแพลตฟอร์ม Dashboard สำหรับผู้บริหาร

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทการจัดการทรัพยากรอาคารในปัจจุบัน มีการนำนวัตกรรมมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ทั้งสำหรับผู้ใช้งานและสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนผ่านนี้ได้ผลักดันให้เกิดการบูรณาการเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เทคโนโลยีไอโอที การจำลองข้อมูลอาคาร ระบบแบบจำลองเสมือนจริง และปัญญาประดิษฐ์ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการอาคาร โดยเทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้ผู้จัดการสามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์เพื่อการตัดสินใจที่แม่นยำยิ่งขึ้น ตั้งแต่การบริหารจัดการพลังงาน ระบบปรับอากาศ ไปจนถึงการบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ ที่สามารถคาดการณ์และป้องกันความเสียหายได้ก่อนที่จะเกิดขึ้นจริง นอกจากนี้บริบททางสังคมยังเปลี่ยนไป ผู้ใช้งานอาคารไม่ได้ต้องการแค่พื้นที่ที่ปลอดภัย แต่ยังต้องการพื้นที่ที่ส่งเสริมสุขภาพกายและใจ การจัดการทรัพยากรอาคารจึงต้องคำนึงถึงมิติของ สุขภาวะ และความยั่งยืนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน หรือการสร้างพื้นที่สีเขียวในอาคาร 2) ปัญหาของการจัดการทรัพยากรอาคารที่พบได้แก่ บุคลากรที่ขาดความชัดเจนในบทบาทและการสื่อสารไม่ทั่วถึง สภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่ตอบโจทย์สุขภาวะ การใช้พลังงานที่ยังไม่มีการบูรณาการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบซ่อมบำรุงที่ยังเน้นเชิงแก้ไขมากกว่าคาดการณ์ การจัดการข้อมูลที่ยังขาดมาตรฐานกลาง และการจัดการด้านความปลอดภัยที่ยังขาดกลไกเชิงระบบ 3) นวัตกรรมที่เสนอประกอบด้วยแนวทางแก้ไขผ่านนวัตกรรมดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โดยเลือกใช้เทคโนโลยีเฉพาะที่เหมาะสมกับปัญหาแต่ละด้าน เช่น ปัญญาประดิษฐ์, ไอโอที, การจำลองข้อมูลอาคาร ระบบการจัดการการบำรุงรักษาด้วยคอมพิวเตอร์ คลาวด์ คอมพิวเตอร์ซึ่งช่วยเชื่อมโยงและยกระดับการจัดการให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นมิตรกับผู้ใช้อาคาร

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการยังคงอิงกับโครงสร้างแบบดั้งเดิม แยกฝ่ายตามสายงานและขาดการบูรณาการสอดคล้องกับแนวคิด Daft, 2006, pp. 5-7 ที่อธิบายว่าหากไม่มีการเชื่อมโยงระหว่างการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมแล้ว ระบบการจัดการจะไม่สามารถสร้างประสิทธิภาพได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Milala, S., & others (2022, pp. 260-266) ที่ระบุว่าโครงสร้างองค์กรที่ไม่รองรับการจัดการบูรณาการเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบนี้ยังแตกต่างจากแนวทางของ Atkin and Brooks (2021, pp. 118-120) ที่เสนอ Place-Process-People model โดยผลการวิจัยสะท้อนว่าในบริบทไทยยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างสถานที่-กระบวนการ-ผู้คน ซึ่งแสดงถึงช่องว่างที่งานวิจัยนี้สามารถชี้ให้เห็นได้ชัด

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อระบุปัญหาการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. การจัดการทรัพยากรบุคคล ผลการวิจัยพบว่าปัญหาสำคัญคือความไม่เข้าใจบทบาทของการจัดการทรัพยากรอาคาร บุคลากรจำนวนมากยังมองว่าเป็นเพียงงานดูแลอาคารทั่วไป เช่น การเปิด-ปิดไฟ หรือการซ่อมท่อน้ำ มากกว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ ขาดแรงจูงใจและขาดการพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ปัญหานี้สอดคล้องกับทฤษฎีทรัพยากรเป็นฐานของ Barney, 1991, pp. 99-120 ซึ่งระบุว่าทรัพยากรบุคคลและองค์ความรู้คือปัจจัยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หากองค์กรไม่ลงทุนพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มศักยภาพ ความได้เปรียบดังกล่าวจะกลายเป็นข้อจำกัดแทน และเมื่อเปรียบเทียบกับงานของ Milala, S., & others (2022, pp. 260-266) ก็พบข้อสอดคล้องตรงกันว่า การขาดความเข้าใจเชิงระบบในบทบาทของการจัดการทรัพยากรอาคาร เป็นอุปสรรคสำคัญในการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อค้นพบนี้ยังสะท้อนว่าการพัฒนาเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากไม่มีการยกระดับทุนมนุษย์ควบคู่กันไป

2. ความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ผลการวิจัยชี้ว่าสภาพแวดล้อมของอาคารหลายแห่งยังไม่เอื้อต่อสุขภาพและประสิทธิภาพของผู้ใช้งาน ทั้งด้านแสง อุณหภูมิ เสียง การระบายอากาศ และพื้นที่พักผ่อน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการยังไม่สามารถเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างเท่าเทียม ปัญหานี้สะท้อนแนวคิดของ Maslow (1943, pp. 370-396) ที่มองว่าสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยเป็นความต้องการพื้นฐาน (basic needs) ซึ่งหากไม่ได้รับการตอบสนอง ย่อมกระทบต่อแรงจูงใจและประสิทธิภาพการทำงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Atkin and Brooks (2021, pp. 118-120) ที่เน้นความสำคัญของ workplace well-being ว่ามีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและผลผลิตของผู้ใช้อาคาร แต่ข้อค้นพบของงานนี้ได้ขยายผลเพิ่มเติม โดยเสนอให้ใช้ข้อมูลความพึงพอใจแบบเรียลไทม์ ผ่าน Digital Space Management Platform เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งาน ซึ่งยังไม่ปรากฏมาก่อนในงานวิจัยของไทย

3. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่าแม้องค์กรส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืน แต่การจัดการยังขาดการบูรณาการข้อมูลพลังงาน น้ำ วัสดุ และของเสียอย่างเป็นระบบ ไม่สามารถติดตามผลแบบเรียลไทม์หรือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจได้ ปัญหานี้แตกต่างจากข้อค้นพบของ Sampaio, R., & others, (2022, pp. 13-16) ที่แสดงให้เห็นว่า IoT และ AI สามารถช่วยลดการสูญเสียทรัพยากรและเพิ่มประสิทธิภาพเชิงสิ่งแวดล้อมได้จริงในหลายกรณี การที่บริบทไทยยังไม่สามารถใช้ศักยภาพของ IoT และ AI ได้เต็มที่แสดงให้เห็นถึงช่องว่างด้านทักษะบุคลากร งบประมาณ และการสนับสนุนเชิงนโยบาย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนผ่านสู่การจัดการทรัพยากรอาคารอย่างยั่งยืน

4. การซ่อมบำรุงอาคาร ผลการวิจัยสะท้อนว่าการซ่อมบำรุงยังคงเน้น Reactive Maintenance คือการแก้ไขเมื่อเกิดเหตุแล้ว มากกว่าการวางแผน Preventive หรือ Predictive Maintenance ปัญหานี้สอดคล้องกับข้อสังเกตของ Xie, X., L., and others (2011, pp. 380-385) และ Lin and Su (2013, pp. 1-8) ที่พบว่าการขาดข้อมูลเชิงพยากรณ์และระบบติดตาม ทำให้องค์กรต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าที่ควร และไม่สามารถวางแผนงบประมาณซ่อมบำรุงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยนี้ยังสะท้อนว่า แม้จะมีการนำเซนเซอร์และระบบ CMMS เข้ามาใช้บ้าง แต่การขาดมาตรฐานกลางและบุคลากรที่มีทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ยังคงเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนผ่านสู่แนวทาง predictive maintenance

5. การจัดการข้อมูลภายในอาคาร ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลมีความกระจัดกระจาย ไม่มีมาตรฐานกลาง และไม่สามารถเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานหรือระบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีการใช้ Cloud หรือระบบดิจิทัลบางส่วน แต่ก็ยังไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้ ปัญหานี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Sledziewska and Wloch (2006, pp. 1-4) ที่ระบุว่า หาก Big Data ขาดมาตรฐานและการเชื่อมโยง ระบบข้อมูลจะไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มต่อการบริหารจัดการได้

6. ด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่าปัญหาหลักคือความไม่ชัดเจนของบทบาทระหว่างหน่วยงาน การขาดการเชื่อมโยงระหว่างนโยบายและการปฏิบัติ รวมทั้งการพึ่งพาบุคลากรภายนอก

ที่ขาดการอบรม แม้จะมีการใช้ IoT และ CCTV แล้วก็ตาม แต่ยังไม่สามารถสร้างระบบบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวัง และป้องกันได้อย่างเต็มรูปแบบ ปัญหานี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Mostafa and Alaqeeli (2022, pp. 25-40) ที่ชี้ว่า หากนโยบายและการปฏิบัติไม่สอดคล้องกัน จะเกิดช่องว่างในด้านความปลอดภัยและส่งผลต่อ well-being ของผู้ใช้อาคารโดยตรง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะนวัตกรรมการจัดการทรัพยากรอาคารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

งานวิจัยนี้ได้เสนอแนะแนวทางนวัตกรรม 6 ด้าน โดยมีทั้งความสอดคล้องและการขยายผลจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ ดังนี้

1. ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล ผลการวิจัยเสนอการใช้เทคโนโลยี IoT ร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ และระบบคลาวด์ เพื่อสนับสนุนการบริหารทรัพยากรบุคคล ในการสื่อสาร การจัดตารางงาน และการพัฒนาศักยภาพ บุคลากรอย่างเป็นระบบ แนวทางนี้สอดคล้องกับ International Facility Management Association (IFMA) (n.d.) ที่ระบุว่า การพัฒนาทุนมนุษย์คือหัวใจสำคัญของการจัดการทรัพยากรอาคารแต่การศึกษาครั้งนี้ได้ขยายผล ไปสู่การเชื่อมโยงการจัดการทรัพยากรบุคคลเชิงระบบแบบบูรณาการซึ่งยังไม่ปรากฏในงานวิจัยเดิมของไทย
2. ด้านความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมในการทำงาน งานวิจัยนี้เสนอการผสมผสานแนวคิดอารยสถาปัตย์ ร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีไอโอที และคลาวด์ คอมพิวติ้งเพื่อควบคุมแสง อุณหภูมิ เสียง และการใช้พื้นที่ อย่างยืดหยุ่น โดยเน้นการเก็บข้อมูลความพึงพอใจแบบเรียลไทม์ องค์กร ซึ่งต่อยอดจาก Atkin and Brooks (2021, pp. 310-314) ที่กล่าวถึงเพียงประเด็นด้าน ergonomics และความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อม กับประสิทธิภาพการทำงาน โดยยังไม่ได้กล่าวถึงการใช้อุปกรณ์เชิงพฤติกรรมของผู้ใช้งานในการออกแบบพื้นที่
3. ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน งานวิจัยเสนอการประยุกต์ใช้ระบบการจัดการพลังงานอาคารผนวก กับปัญญาประดิษฐ์, ไอโอที, คลาวด์ คอมพิวติ้งเพื่อตรวจวัด วิเคราะห์ และควบคุมการใช้พลังงาน น้ำ และของเสีย ในอาคารแบบครบวงจร ข้อเสนอแนะขยายผลจาก Jones, K., and others (2013, pp. 225-238) ที่เชื่อมโยงการจัดการ ทรัพยากรเข้ากับกลยุทธ์การรับมือปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะโลกร้อนและน้ำท่วม โดยงานนี้เน้นเพิ่มระบบ การวิเคราะห์เชิงป้องกันและการติดตามผลแบบเรียลไทม์
4. ด้านการซ่อมบำรุง งานวิจัยนี้เสนอการใช้ระบบซ่อมบำรุงแบบเชิงคาดการณ์ ด้วยปัญญาประดิษฐ์ ร่วมกับ Dashboard สำหรับผู้บริหาร เพื่อจัดลำดับความสำคัญและคาดการณ์อายุการใช้งานของอุปกรณ์ แนวทางนี้ สอดคล้องและต่อยอดจาก Lin and Su (2013, pp. 1-8) และ Xie, X., & Others, 2020, pp. (383-385) ที่อธิบาย ถึงความสำคัญของข้อมูลเชิงพยากรณ์ แต่ขาดการประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติในการเชื่อมโยงข้อมูลซ่อมบำรุง เข้ากับระบบสนับสนุนการตัดสินใจในระดับผู้บริหาร
5. ด้านการจัดการข้อมูล งานวิจัยนี้เสนอการพัฒนา Cloud-based Platform แบบศูนย์กลาง เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลจากระบบย่อยต่าง ๆ ภายในอาคาร โดยมีผู้กระดบไปสู่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ของผู้บริหาร ผลนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Sledziewska & Wloch (2006, pp. 1-4) ที่ชี้ว่า Big Data มีบทบาท ต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ แต่การศึกษาครั้งนี้ขยายผลไปสู่การประยุกต์ใช้จริงในระดับองค์กรไทยซึ่งยังไม่ปรากฏมาก่อน
6. ด้านสุขภาพและความปลอดภัย งานวิจัยนี้เสนอการนำปัญญาประดิษฐ์ ระบบกล้องวงจรปิด ระบบเตือนภัย อัศจรรย์ และแอปพลิเคชันแจ้งเหตุฉุกเฉินมาใช้เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัย ลดความเสี่ยง และยกระดับสุขภาวะ ของผู้ใช้อาคารซึ่งเป็นการต่อยอดจาก Mostafa and Alaqeeli (2022, pp. 25-40) ที่อาจมุ่งเน้นเพียง physical safety ของอาคาร ข้อเสนอแนะจึงเพิ่มมิติใหม่ที่บูรณาการสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ใช้อาคาร เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบจัดการ

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้เสนอกรอบนวัตกรรม 6 ด้าน ที่เชื่อมโยงแนวคิด Human-centric, Data-driven และ System Integration เข้าด้วยกัน และเป็นการ ขยายขอบเขตงานวิจัยเดิมไปสู่การประยุกต์ใช้จริงในบริษัท

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อันสามารถพัฒนาเป็นพิมพ์เขียวสำหรับการกำหนดนโยบายและแนวทางการจัดการอาคารอัจฉริยะในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการทรัพยากรอาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ทั้งในเรื่องบุคลากร สภาพแวดล้อม การใช้ทรัพยากร ซ่อมบำรุง การจัดการข้อมูลภายใน และความปลอดภัย ซึ่งสามารถยกระดับได้ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ งานวิจัยนี้จึงเสนอให้องค์กรพัฒนาแนวทางการจัดการแบบเชิงรุกและบูรณาการ โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีสำคัญ ได้แก่ เทคโนโลยีไอโอที, คลาวด์ คอมพิวเตอร์ และปัญญาประดิษฐ์ ระบบการจำลองข้อมูลอาคาร และระบบจัดการข้อมูล (ระบบการจัดการการบำรุงรักษาด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้อาคาร การจำลองข้อมูลอาคาร และแบบจำลองเสมือนจริง อีกทั้งตัวแปรที่จะทำให้การจัดการทรัพยากรอาคาร ในแต่ละด้าน ยังมีอีกหลายตัวแปร ซึ่งรูปแบบเหล่านั้น อาจมีผลให้การจัดการทรัพยากรอาคารทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย 1) ยกระดับการทรัพยากรบุคคลด้วยระบบสื่อสารแบบเรียลไทม์ และ ปัญญาประดิษฐ์ ช่วยจัดตารางงาน 2) พัฒนาพื้นที่ทำงานให้ตอบโจทย์ความเป็นอยู่ที่ดีผ่านระบบอาคารอัจฉริยะ และ แนวคิดการออกแบบที่ยึดคนเป็นศูนย์กลาง (Human-centric Design) 3) จัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนด้วยระบบวิเคราะห์การใช้พลังงานและของเสียแบบอัจฉริยะ 4) ปรับกระบวนการซ่อมบำรุงสู่แบบคาดการณ์ล่วงหน้า 5) สร้างแพลตฟอร์มข้อมูลรวมศูนย์และปลอดภัยเพื่อการวิเคราะห์เชิงลึก และ 6) ใช้เทคโนโลยีไอโอที และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเฝ้าระวังความปลอดภัยในแบบเรียลไทม์ควบคู่กับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ปลอดภัยและใส่ใจสุขภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยสามารถสังเคราะห์ข้อเสนอแนะที่ควรได้ควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1) ควรศึกษาการประเมินผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เกี่ยวกับการลดต้นทุนและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการพลังงาน แต่ยังไม่มีการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ที่สะท้อนประโยชน์ด้านต้นทุนและสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

2) ควรศึกษาเชิงลึกในด้านทัศนคติและการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้อาคาร โดยใช้กรอบแนวคิด TAM หรือ UTAUT เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทรัพยากรบุคคลยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ แต่ยังไม่ได้อธิบายกลไกของปัจจัยพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยี

3) ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังประเภทอาคาร เช่น โรงแรม โรงพยาบาล หรืออาคารพาณิชย์ขนาดกลางและเล็ก ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลเริ่มเข้าไปมีบทบาทในการช่วยบริหารจัดการทรัพยากรอาคารขนาดกลางและเล็กมากขึ้น

4) ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำในการเปลี่ยนผ่านสู่การจัดการอาคารแบบดิจิทัล เนื่องจากผลการวิจัยพบข้อสังเกตด้านความไม่พร้อมเชิงกลยุทธ์ แต่ยังไม่ได้อธิบายกลไกของปัจจัยเชิงองค์กรที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีไปใช้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กัมปนาท เปี้ยตัน. (2565). การพัฒนาการประสานงานระหว่างแบบจำลองสารสนเทศอาคารกับการบริหารทรัพยากรอาคารสำหรับอาคารของราชการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย ทองมา และ ประสพชัย พสุนนท์ (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการ การบริหารทรัพยากรกายภาพ: อาคารสำนักงานให้เช่า ระดับ เอ ในบริเวณศูนย์กลางเขตธุรกิจกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาอาคารอับดุลราฮิม Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts), 7(5), หน้า 14-31

- วสันต์ ลีอรรวิญญู. (2557). *แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่น: กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1* วิทยานิพนธ์หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วาลิตา พวงจำปา. (2563). *การศึกษาการบริหารงานอาคารสถานที่เพื่อการอนุรักษ์พลังงานกรณีศึกษา โรงเรียน ประถมศึกษาธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). สถิติผู้ได้รับอนุญาตก่อสร้างจำแนกตามปี ทั่วประเทศ และภาค สืบค้น 1 พฤษภาคม 2568 จาก <https://gdcatalog.go.th/th/dataset/gdpublish-0503-12-0005>
- เอกชัย สมานบุตร. (2561). *ผลกระทบของการบริหารทรัพยากรอาคารที่มีต่อประสิทธิภาพของพนักงาน วิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 44-48*
- Atkin, B., & Brooks, A. (2021). *Total facility management (5th ed.)*. NJ, United States: Wiley-Blackwell.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99–120.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Daft, R. (2006). *The new era of management*. Australia, Thomson/South-Western.
- Drucker, P. (2005). *The effective executive*. Australia, Wadsworth.
- Edirisinghe, R., London, K. A., Kalutara, P., & Aranda-Mena, G. (2017). Building information modelling for facility management: Are we there yet? *Engineering, Construction and Architectural Management*, 24(6), 1119–1154.
- Fayol, H. (1923). *Industrial and General Administration*. London, Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.
- Hose, K., Karnstedt, M., Klan, D., Sattler, K. U., & Quasebarth, J. (2007). Incremental Mining for Facility Management. *Department of Computer Science and Automation, Lernen - Wissen - Adaption, Halle*, 1-8
- International Facility Management Association (IFMA). (n.d.). *What is facility management*. Retrieved May 01, 2024., From: <https://www.ifma.org/about/what-is-fm/>
- Jones, K., Mulville, M., & Brooks, A. (2013). Facility management, risk and climate change adaptation. *International Journal of Facility Management, Paper presented at the FM for a Sustainable Future, 12th EuroFM research symposium, Prague, Czech Republic*. 4(3), 1–10.
- Koontz, H., & Donnell, C. O. (1968). *Principles of management*. McGraw-Hill.
- Lee, W., Tsai, M., Yang, C., Juang, J., & Su, J. (2016). V3DM+: BIM interactive collaboration system for facility management. *Visualization in Engineering*, 4(5), 12-15.
- Lee, Y., Seo, B., Kim, C., Kim, K., Park, P., & Shin, C. (2011). Implementation of Facility Management System for Plant Factory. *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 16(2), 141-152.
- Lin, Y.-C., & Su, Y.-C. (2013). Developing Mobile- and BIM-Based Integrated Visual Facility Maintenance Management System. *The Scientific World Journal*, Article ID 124249. 1–8.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Mayo, E. (1933). *The Hawthorne experiment*. In J. M. Shafritz, J. S. Ott, & Y. S. Jang (Eds.), *Classics of organization theory* (pp. 134–141). Boston, MA, Cengage Learning.
- Milala, S. I., Ariffin, K. M., & Kasim, R. (2022). Facilities Management Business Opportunities. *International Journal of Sustainable Construction Engineering and Technology*, 13(2), 260-266.

- Mostafa, A. O. M. S., & Alaqeeli, A. Y. M. M. (2022). Benefits and Challenges of Integrating IoT, VR & AR in the BIM-based Facility Management Process: Literature and Case-based Analysis. *Journal of Engineering Research (ERJ)*, 6(4), 25–40.
- Quinn, J. B. (1992). *Intelligent enterprise: A knowledge and service-based paradigm for industry*. New York, NY: Free Press.
- Sampaio, P. R., Costa, A. A., & Flores-Colen, I. (2022). A systematic review of artificial intelligence applied to facility management in the building information modeling context and future research directions. *Buildings*, 11(1939), 13-16.
- Sledziewska, K., & Wloch, R. (2021). *The economics of digital transformation: The disruption of markets, production, consumption, and work*. Routledge.
- Taylor, F. W. (1911). *The principles of scientific management*. In *Business and Industrial Management*. New York, NY: Harper & Brothers.
- Teicholz, E. (2001). *Facility design and management handbook*. McGraw-Hill Professional.
- Xie, X., Lu, Q., Parlikad, A. K., & Schooling, J. M. (2020). Digital twin enabled asset anomaly detection for building facility management. *IFAC Papers On Line*, 53(3), 380–385.

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

School Administration Strategies for Developing Digital Competency Toward Innovative Teachers in Basic Education

นุชนา เหล่าเจริญ¹ พงษ์สุวรรณ ศรีสุวรรณ² และภูมิภควิชญ์ ภูมิพงศ์คชสร³

Noonnapa Laocharoen¹, Pongsuwan Srisuwan²,
and Phumphakhawat Phumphongkhochasorn³

¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹ Doctor of Philosophy Program (Education Administration innovation), College of Innovation Management,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

^{2,3} Lecturer of the Doctor of Philosophy Program (Education Administration innovation), College of Innovation
Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: nunnapa.lon@rmutr.ac.th¹, gp.capt.dr.tor@gmail.com², phumphakhawat.ps@gmail.com³

Received: Jul. 14, 2025; Revised: Aug. 27, 2025; Accepted: Aug. 28, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2) กำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และ (3) ตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธีหลายระยะ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณคือ โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จำนวน 440 โรงเรียน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา การบริหารสถานศึกษา และการบริหารเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 18 คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม แนวคำถามการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และการสนทนากลุ่มเฉพาะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1) องค์ประกอบของการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมที่มีความต้องการจำเป็นพัฒนาประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก 10 องค์ประกอบย่อย (2) กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์หลัก 29 กลยุทธ์รอง และ 92 กลยุทธ์ปฏิบัติการ โดยกลยุทธ์หลักมีความครอบคลุมสมรรถนะด้านความรู้ดิจิทัล การใช้ทักษะดิจิทัล การผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล การแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล การประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม และ (3) คุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย ความครอบคลุมและสอดคล้องกับการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม และความเหมาะสมที่จะนำไปใช้จริงในบริบทเป้าหมายทั้งด้านความเป็นประโยชน์ ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์การบริหารโรงเรียน สมรรถนะดิจิทัล ครูนวัตกรรม การศึกษาขั้นพื้นฐาน

Abstract

This study aimed to: (1) assess the needs for developing digital competencies towards becoming innovative teachers in basic education, (2) formulate school administration strategies for developing digital competencies towards becoming innovative teachers in basic education, and (3) examine the quality of the school administration strategies for developing digital competencies towards becoming innovative teachers in basic education. A multi-phase mixed methods research design was employed. The quantitative sample consisted of 440 schools under the Office of Primary Educational Service Areas, while the qualitative key informants were 18 experts in educational administration, school management, and educational technology management. The research instruments included a questionnaire, expert seminar guidelines, and focus group discussions. Data were analyzed using mean, standard deviation, and content analysis.

The results revealed that: (1) the components of digital competency development for innovative teachers comprised 4 main components and 10 sub-components; (2) the school administration strategies consisted of 6 major strategies, 29 secondary strategies, and 92 operational strategies. The major strategies encompassed digital literacy, digital skill utilization, digital content creation and communication, digital problem-solving, digital information assessment, and ethical use of digital technology; and (3) the quality of the school administration strategies was characterized by comprehensiveness and alignment with digital competency development for innovative teachers, as well as their appropriateness for practical application in the target contexts in terms of utility, accuracy, propriety, and feasibility.

Keywords: School administration strategy, Digital competency, Innovative teachers, Basic education

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลกระทบอย่างมากต่อระบบการศึกษา โดยเฉพาะในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ครูมิใช่เพียงผู้ถ่ายทอดความรู้ แต่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำนวัตกรรมทางการจัดการเรียนรู้ที่สามารถบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 (UNESCO, 2022, p. 36) ดังนั้น สมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency) จึงกลายเป็นทักษะวิชาชีพที่จำเป็นอย่างยิ่งของครูในยุคดิจิทัล ซึ่งรวมถึงทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม

ครูในฐานะผู้นำทางวิชาการจำเป็นต้องมีสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ การสอน และการพัฒนาผู้เรียนอย่างสร้างสรรค์ การส่งเสริมให้ครูเป็นครูนวัตกรรม (Innovative Teachers) ที่สามารถเชื่อมโยงการจัดการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญของระบบการศึกษายุคดิจิทัล ทั้งนี้ แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ระยะ 15 ปี (พ.ศ. 2565-2579) ได้เน้นการยกระดับสมรรถนะดิจิทัลของครูให้สามารถสร้างนวัตกรรมทางการจัดการเรียนรู้ และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุก การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ดิจิทัล และการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2565, หน้า ก-ข)

แม้ว่าจะมีการตระหนักถึงความสำคัญของสมรรถนะดิจิทัลอย่างแพร่หลาย แต่การพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของครูในหลายบริบทยังคงมีลักษณะไม่เป็นระบบและไม่ยั่งยืน งานวิจัยขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD, 2021, pp. 145-146) ระบุว่า ครูจำนวนมากรู้สึกไม่มั่นใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในห้องเรียน

เนื่องจากขาดการฝึกอบรมที่มีคุณภาพ ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน และไม่ได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายจากโรงเรียนอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ยังพบว่า สถานศึกษาส่วนใหญ่ขาดกรอบกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการส่งเสริมสมรรถนะดิจิทัลของครู ทำให้เกิดโครงการพัฒนาแบบกระจัดกระจาย และไม่สามารถสร้างผลกระทบที่ยั่งยืนในระดับระบบ

ผู้บริหารสถานศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทาง สร้างวัฒนธรรมองค์กร และออกแบบกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของครูอย่างเป็นระบบและเหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน การมีกรอบกลยุทธ์การบริหารที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม จึงเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างครูให้มีสมรรถนะดิจิทัลและก้าวสู่การเป็นครูนวัตกรรมอย่างแท้จริง ดังนั้น ความท้าทายที่สำคัญคือการออกแบบกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม ซึ่งหมายถึงการพัฒนาความสามารถของครูในการเชื่อมโยงการจัดการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่นิยามจากการสังเคราะห์องค์ประกอบของความเป็นครูนวัตกรรมในยุคดิจิทัล กลยุทธ์ดังกล่าวจะสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาคูรอนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียน และสามารถวัดผลความก้าวหน้าในการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การวิจัยเพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานจึงเป็นการตอบโจทย์การพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลเสริมสร้างความเป็นครูนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยที่ได้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในหลายมิติ ได้แก่ การจัดทำกรอบกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาที่สามารถใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายในการพัฒนาคูรอนวัตกรรมในยุคดิจิทัล การเสริมสร้างบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการนำกรอบกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้ในโรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
3. เพื่อตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิยามสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถของครูในการเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งสังเคราะห์ได้จากองค์ประกอบของความเป็นครูนวัตกรรมด้านการเชื่อมโยงความรู้ที่สอนกับความเป็นดิจิทัล และด้านทักษะดิจิทัลที่สังเคราะห์จากแนวคิดของ Couros (2014, p. 16); Dyer, Gregersen, & Christensen, (2011, p. 819); Furr & Dyer (2014, p. 70); Kieu (2017, p. 546); Navarro & others (2015, pp. 1532-1538); Sandberg & Stenroos (2014, pp. 1293-1305); Wagner, (2012, p. 246); นวพร ชลารักษ์ และคณะ (2564, หน้า 101) วิวัฒน์ มีสุวรรณ (2560 หน้า 56-60) สุกัญญา แซ่ม้อย (2563, หน้า 193-213) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562, หน้า 27) และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2563, หน้า 40) องค์ประกอบของการพัฒนาความสามารถของครูในการเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การรู้ดิจิทัล การใช้ทักษะดิจิทัล การผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล การแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัลการประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม ได้จากการสังเคราะห์องค์ประกอบตามแนวคิดของ Ally (2019, pp. 2-5); Education and Training Foundation and Jisc (2022, pp. 6-10); Fanreza (2018, pp. 13-16); Kelentrić & others (2017, pp. 4-10); Redecker (2017, pp. 9-11); UNESCO (2022, pp. 4-5) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563, หน้า 65-105) และไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2559, หน้า 16-35)

การประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมใช้นิยามความต้องการจำเป็นตามโมเดลความแตกต่าง (Discrepancy model) ซึ่งเป็นสภาวะของความขาดแคลนและทำให้เกิดปัญหาที่ประเมินได้จากความแตกต่างของสภาพที่พึงประสงค์กับสภาพปัจจุบัน (สุวิมล ว่องวาณิช, 2562, หน้า 33-41) และกระบวนการประเมินความต้องการจำเป็นใช้กระบวนการ 5 ขั้นตอนของสุวิมล ว่องวาณิช (2562, หน้า 129) ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อระบุความต้องการจำเป็น ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบการวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น กำหนดกลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดลำดับความสำคัญ เสนอความต้องการจำเป็นตามลำดับความสำคัญ และเสนอการนำความต้องการจำเป็นไปใช้ประโยชน์

การกำหนดกลยุทธ์ในขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ TOWS matrix สังเคราะห์ได้จากแนวคิดของ Robbins & Coulter (2012, p. 391); Wheelen & others (2015, pp. 106-169); พินิจ มีทองคำ และโกวิทย์ พงษ์พานิช (2562, หน้า 111-120) และสุธรรม ธรรมทัศนานนท์ (2560, หน้า 16) และขั้นตอนการจัดกลุ่มกลยุทธ์เป็นกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ เป็นการจัดกลุ่มโดยใช้แนวคิดของ Hitt & others (2020, pp. 230-265); Wheelen & others (2015, pp. 153-169) และ Cascade App. (2023, n.p.) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้แนวคิดพื้นฐาน 4 แนวคิดในการจัดกลุ่ม ได้แก่ (1) การจัดกลุ่มกลยุทธ์โดยใช้ขอบเขตของการวางแผน โดยกลยุทธ์ที่มีผลต่อทั้งองค์กรจะถูกจัดอยู่ในระดับกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์ที่จำกัดเฉพาะบางหน่วยงาน หรือบางแผนกจะเป็นกลยุทธ์รอง หรือกลยุทธ์ปฏิบัติการ (2) การจัดกลุ่มกลยุทธ์โดยใช้ระดับของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยกลยุทธ์หลักคือแผนนโยบายที่ผู้บริหารระดับสูงกำหนด กลยุทธ์รองคือการแปลนโยบายเป็นแผนงานเฉพาะด้าน และกลยุทธ์ปฏิบัติการคือการถ่ายทอดแผนงานให้เกิดผลจริงในระดับปฏิบัติ (3) การจัดกลุ่มกลยุทธ์โดยใช้ระดับเป้าหมาย โดยระดับกลยุทธ์หลักเน้นเป้าหมายระยะยาว ระดับกลยุทธ์รองเชื่อมโยงเป้าหมายระยะกลาง และระดับกลยุทธ์ปฏิบัติการคือเป้าหมายระยะสั้นที่สามารถวัดผลได้ทันที และ (4) การจัดกลุ่มกลยุทธ์โดยใช้ลำดับขั้นของการนำไปใช้ (Strategy Cascade) โดยกลยุทธ์จะได้รับการถ่ายทอดแบบลำดับขั้นจากบนลงล่าง บนสุดคือ กลยุทธ์หลักทำหน้าที่กำหนดทิศทาง ถัดลงมาคือกลยุทธ์รองทำหน้าที่วางแผนตอบสนอง และล่างสุดคือกลยุทธ์ปฏิบัติการทำหน้าที่กำหนดกิจกรรม

การตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์เพื่อแสดงความน่าเชื่อถือ ความชัดเจน และศักยภาพในการนำไปใช้จริง ใช้การตรวจสอบเชิงคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงบริบทตามแนวคิดของ Eisner (1976 pp. 82-83) ประกอบด้วย การตรวจสอบคุณภาพภายในและคุณภาพภายนอก ซึ่งคุณภาพภายในหมายถึงความครอบคลุมและความสอดคล้องของกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ ซึ่งเป็นการตรวจสอบคุณภาพตามแนวคิดของ Torraco (2016, p. 8); DeVellis (2016, p. 24) และ Stufflebeam & Coryn, (2014, p. 74-77) และคุณภาพภายนอกหมายถึง ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ ซึ่งวัดโดยใช้แนวคิดมาตรฐานการประเมิน 4 มาตรฐาน ได้แก่ ความเป็นประโยชน์ ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ตามแนวคิดของ Stufflebeam & Coryn (2014, p. 74-77)

กรอบแนวคิดการวิจัย

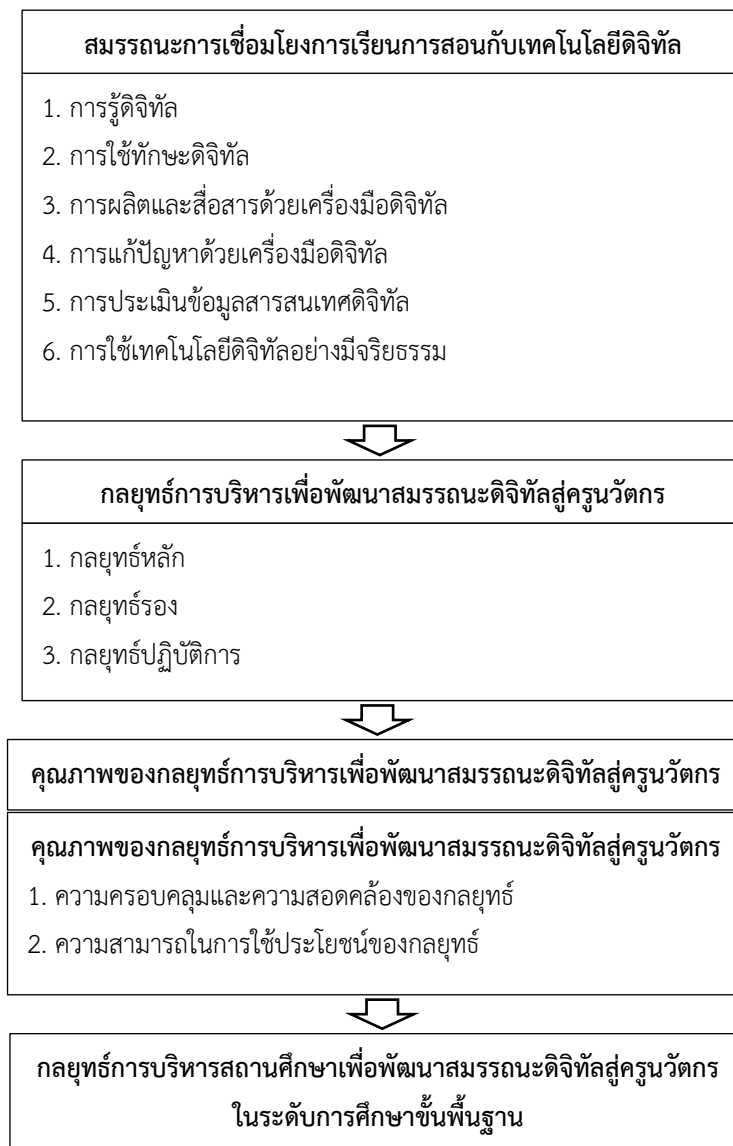
ความสัมพันธ์ของตัวแปรการวิจัยอธิบายได้ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมวิธีแบบหลายระยะ โดยการวิจัยระยะที่ 1 ตัวแปรที่ศึกษาคือ สมรรถนะการเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในการวิจัยระยะที่ 2 ที่มีตัวแปรที่ศึกษาคือ กลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม ที่จะนำไปใช้ในการวิจัยระยะที่ 3 ซึ่งมีตัวแปรที่ศึกษาคือ คุณภาพของกลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม แนวคิดที่ใช้ในการกำหนดตัวแปรและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในคำอธิบายภาพที่ 1

1. ตัวแปรสมรรถนะการเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึง ความสามารถในการเชื่อมโยงการเรียนการสอนที่วัดจากการรู้ดิจิทัล การใช้ทักษะดิจิทัล การผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล การแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัลการประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม ซึ่งสังเคราะห์ได้จากแนวคิดของ Ally (2019, p. 2-5); Education and Training Foundation and Jisc (2022, p. 6-10);

Fanreza (2018, p. 13-16); Kelentrić & others (2017, p. 4-10); Redecker (2017, p. 9-11); UNESCO (2022, p. 4-5) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563, หน้า 65-105) และไพฑูริย์ สีนลารัตน์ (2559, หน้า 16-35)

2. ตัวแปรกลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม หมายถึง กลยุทธ์ที่กำหนดจากการวิเคราะห์ TOWS matrix ตามแนวคิดของ Robbins & Coulter (2012, p. 391); Wheelen & others (2015, p. 106-169); พินิจ มีทองคำ และโกวิทย์ พงษ์พานิช (2562, หน้า 111-120) และ สุธรรม ธรรมทัศนานนท์ (2560, หน้า 16) และ จัดกลุ่มกลยุทธ์เป็นกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ ตามแนวคิดของ Hitt & others (2020, p. 230-265); Wheelen & others (2015, p. 153-169) และ Cascade App. (2023, n.p.)

3. ตัวแปรคุณภาพของกลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม หมายถึง การตรวจสอบความครอบคลุมและความสอดคล้องของกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ ตามแนวคิดของ Torracco (2016, p. 8); DeVellis (2016, p. 24) และ Stufflebeam & Coryn, (2014, p. 74-77) และการตรวจสอบความสามารถในการใช้ประโยชน์จากกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ โดยวัดจากมาตรฐานการประเมิน 4 มาตรฐาน ได้แก่ ความเป็นประโยชน์ ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ตามแนวคิดของ Stufflebeam & Coryn (2014, p. 74-77)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสานวิธีแบบหลายระยะ (Multiphase Mixed Methods Research) ประกอบด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณและงานวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 ระยะ สัญลักษณ์แสดงระดับความสำคัญของงานวิจัยแต่ละระยะ และลักษณะของการผสมผสานวิธีคือ QUAN → QUAL1 → QUAL2 โดยระยะที่ 1 (QUAN) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระยะที่ 2 (QUAL1) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และระยะที่ 3 (QUAL2) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณคือ โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จำนวน 440 โรงเรียน ใน 4 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ โดยมีผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้อำนวยการโรงเรียน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ de Vaus (1990 อ้างถึงใน สุวิมล ว่องวาณิช, 2562) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มแบ่งชั้นตามขนาดโรงเรียนโดยใช้สัดส่วนไม่เท่า และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญของการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา การบริหารสถานศึกษา และการบริหารเทคโนโลยีการศึกษา จำนวนรวม 18 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แนวคำถามการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และแนวคำถามการสนทนากลุ่มเฉพาะ โดยแบบสอบถามความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมมีคุณภาพด้านความเชื่อมั่นโดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในการวัดด้านสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก เท่ากับ 0.92 และ 0.96 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญของงานวิจัยนี้ไม่ใช่กลุ่มเปราะบาง จึงไม่ต้องดำเนินการขอรับการรับรองจริยธรรมการวิจัยเกี่ยวกับมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย แต่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้รับการพิทักษ์สิทธิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอความยินยอมในการให้ข้อมูลก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดย (1) ชี้แจงเกี่ยวกับการขอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะได้รับผ่านทางหนังสือขอรับการสนับสนุน (2) ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือการวิจัยที่ส่งมาพร้อมหนังสือขอรับการสนับสนุน (3) แจ้งสิทธิของกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญทราบ ได้แก่ (3.1) ขณะให้ข้อมูล หากกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความประสงค์ที่จะไม่ให้ข้อมูลในประเด็นใด ก็สามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องแจ้งผู้วิจัย และไม่ส่งผลกระทบใด ๆ แก่ตนเองและหน่วยงาน (3.2) การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจะไม่แสดงชื่อของกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (3.3) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จะมีการจัดเก็บและรักษาไว้เป็นความลับ และมีการทำลายหลังจากที่เสร็จสิ้นการวิจัย และ (4) กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญสามารถขอถอนตัวจากการเป็นกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้

ผลการวิจัย

ผลการประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ผลการประเมินความต้องการจำเป็นระดับองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยของการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมที่แสดงถึงความสามารถในการเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลของครู ที่จะนำไปใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการกำหนดกลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

องค์ประกอบการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม	PNI*	Needs**
1. การเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการรู้ดิจิทัล	0.19	Yes
1.1 การค้นหาและเลือกข้อมูลดิจิทัล	0.22	Yes
1.2 การวิเคราะห์และตีความข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล	0.19	Yes
1.3 การใช้ข้อมูลดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอนหรือการทำงาน	0.17	Yes
2. การเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการใช้ทักษะดิจิทัล	0.13	No
2.1 การใช้โปรแกรมสำนักงาน	0.10	No
2.2 การใช้อินเทอร์เน็ตและเครื่องมือออนไลน์เพื่อสืบค้นข้อมูลหรือทรัพยากรการเรียนการสอน	0.13	No
2.3 การใช้แอปพลิเคชันและเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอน	0.16	No
3. การเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล	0.19	Yes
3.1 การออกแบบและสร้างสื่อการเรียนรู้ดิจิทัล	0.22	Yes
3.2 การใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัล	0.17	Yes
3.3 การประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้	0.17	Yes
4. การเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล	0.22	Yes
4.1 การเลือกเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับการแก้ปัญหา	0.19	Yes
4.2 การวางแผนและดำเนินการแก้ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	0.26	Yes
4.3 การปรับปรุงกระบวนการทำงานหรือการเรียนการสอนด้วยเครื่องมือดิจิทัล	0.19	Yes
5. การเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล	0.19	Yes
5.1 การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลดิจิทัล	0.16	No
5.2 การเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อประเมินความถูกต้อง	0.27	Yes
5.3 การเลือกใช้ข้อมูลดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทการเรียนการสอน	0.16	No
6. การเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม	0.13	No
6.1 การปฏิบัติตามกฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา	0.14	No
6.2 การหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือข้อมูลของผู้อื่น	0.13	No
6.3 การเผยแพร่และใช้ข้อมูลอย่างปลอดภัยและมีจริยธรรม	0.12	No
ค่าเฉลี่ย PNI ที่ใช้เป็นเกณฑ์จุดตัด (Cut-off score) ความต้องการจำเป็น***	0.17	-

หมายเหตุ:

* PNI = Priority Needs Index (ค่าเฉลี่ยดัชนีลำดับความสำคัญความต้องการจำเป็นที่คำนวณด้วยสูตร $PNI_{modified}$)

** Needs = ความต้องการจำเป็น

(Yes = มีความต้องการจำเป็น หมายถึง สิ่งที่ยังปฏิบัติได้ไม่ต้องแก้ไข

No = ไม่มีความต้องการจำเป็น หมายถึง สิ่งที่ปฏิบัติได้ดีแล้วต้องปฏิบัติต่อไป)

*** เกณฑ์จุดตัด (Cut-off-score) ความต้องการจำเป็น = ค่าเฉลี่ย PNI ของ 18 องค์ประกอบย่อย = 0.17

จากตารางที่ 1 พบว่า องค์ประกอบหลักของการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมที่มีความต้องการจำเป็น ประกอบด้วย การพัฒนาความสามารถในการเชื่อมโยงการเรียนการสอนกับเทคโนโลยีดิจิทัล 4 ด้าน ได้แก่ การรู้ดิจิทัล

การผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล การแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล และการประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล ส่วนด้านที่ไม่มีความต้องการจำเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การใช้ทักษะดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ องค์ประกอบย่อยของการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมที่มีความต้องการจำเป็นประกอบด้วย 10 องค์ประกอบ ได้แก่ การค้นหาและเลือกข้อมูลดิจิทัล การวิเคราะห์และตีความข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล การใช้ข้อมูลดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอนหรือการทำงาน การออกแบบและสร้างสื่อการเรียนรู้ดิจิทัล การใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัล การประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การเลือกเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับการแก้ปัญหา การวางแผนและดำเนินการแก้ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การปรับปรุงกระบวนการทำงาน หรือการเรียนการสอนด้วยเครื่องมือดิจิทัล และการเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อประเมินความถูกต้อง และองค์ประกอบย่อยที่ไม่มีความต้องการจำเป็น จำนวน 8 องค์ประกอบ ได้แก่ การใช้โปรแกรมสำนักงาน การใช้อินเทอร์เน็ตและเครื่องมือออนไลน์เพื่อสืบค้นข้อมูลหรือทรัพยากรการเรียนการสอน การใช้แอปพลิเคชัน และเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลดิจิทัล การเลือกใช้ข้อมูลดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทการเรียนการสอน การปฏิบัติตามกฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา การหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือข้อมูลของผู้อื่น และการเผยแพร่และใช้ข้อมูลอย่างปลอดภัยและมีจริยธรรม

ผลการกำหนดและตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ผลการกำหนดและตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นการแสดงผลการจัดกลุ่มกลยุทธ์ที่ผ่านการตรวจสอบความครอบคลุมและสอดคล้องกับการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม และความเหมาะสมที่จะนำไปใช้จริงในบริบทเป้าหมาย ทั้งด้านความเป็นประโยชน์ ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ โดยจัดกลุ่มเป็นประเภทต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดกลุ่ม ได้แก่ เกณฑ์ระดับกลยุทธ์ เกณฑ์ความต้องการจำเป็น และเกณฑ์การวิเคราะห์ TOWS matrix รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กลยุทธ์หลัก/กลยุทธ์รอง/กลยุทธ์ปฏิบัติการ*	ประเภทกลยุทธ์	
	Needs	Matrix
กลยุทธ์หลักที่ 1 พัฒนาสมรรถนะการรู้ดิจิทัล		
กลยุทธ์รอง 1.1 สร้างความร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อพัฒนาทักษะการค้นหาและคัดกรองข้อมูลดิจิทัล	การแก้ปัญหา	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.1.1 กิจกรรมออกแบบหลักสูตรอบรมการใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูลจริง		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.1.2 กิจกรรมประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนเพื่อจัดกิจกรรมร่วม		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.1.3 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรอบรมการใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูลจริง		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.1.4 กิจกรรมประเมินผลการอบรมโดยใช้แบบสอบถามก่อนและหลัง		
กลยุทธ์รอง 1.2 สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายเทคโนโลยีในการพัฒนาโปรแกรมที่เลี้ยงหรือทีมได้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล	การแก้ปัญหา	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.2.1 กิจกรรมคัดเลือกครูที่มีความสามารถเป็นที่เลี้ยง		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.2.2 กิจกรรมพัฒนาโปรแกรมที่เลี้ยง		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.2.3 กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างที่เลี้ยงกับครู		

กลยุทธ์หลัก/กลยุทธ์รอง/กลยุทธ์ปฏิบัติการ*	ประเภทกลยุทธ์	
	Needs	Matrix
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.2.4 กิจกรรมสร้างระบบติดตามการโค้ชรายบุคคล		
กลยุทธ์รอง 1.3 สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการใช้ข้อมูลดิจิทัลในงานสอนและงานบริหาร	การแก้ปัญหา	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.3.1 กิจกรรมระดมความคิดเห็นจากครู นักเรียน และชุมชน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.3.2 กิจกรรมความร่วมมือร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นหรือมหาวิทยาลัยในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.3.3 กิจกรรมเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์โรงเรียนและประชาสัมพันธ์		
กลยุทธ์รอง 1.4 พัฒนาแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลต้นแบบในโรงเรียนสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการเรียนรู้	การแก้ปัญหา	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.4.1 กิจกรรมคัดเลือกโรงเรียนต้นแบบ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.4.2 กิจกรรมออกแบบคู่มือใช้งานง่ายและเหมาะกับบริบท		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.4.3 กิจกรรมจัดทำวิดีโอแนะนำการใช้งาน		
กลยุทธ์รอง 1.5 ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลผ่านชุมชนครูเครือข่ายออนไลน์	การแก้ปัญหา	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.5.1 กิจกรรมจัดตั้งกลุ่มครูออนไลน์แบบเปิด		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.5.2 กิจกรรมเสวนาออนไลน์เป็นประจำ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 1.5.3 กิจกรรมการแบ่งปันบทเรียนจริง		
กลยุทธ์หลักที่ 2 พัฒนาสมรรถนะการใช้ทักษะดิจิทัล		
กลยุทธ์รอง 2.1 ส่งเสริมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการใช้โปรแกรมสำนักงาน	การพัฒนา	SO (กลยุทธ์เชิงรุก)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.1.1 กิจกรรม PLC โดยใช้กรณีศึกษาในการใช้โปรแกรมสำนักงาน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.2.2 กิจกรรมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการการใช้โปรแกรมสำนักงาน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.2.3 กิจกรรมเผยแพร่ผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเว็บไซต์กลุ่มโรงเรียน		
กลยุทธ์รอง 2.2 ส่งเสริมการสร้างสื่อการเรียนรู้ต้นแบบและการเข้าถึงคลังข้อมูลเปิด	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.2.1 กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการการสร้างสื่อการเรียนรู้ต้นแบบ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.2.2 กิจกรรมสร้างคู่มือการใช้สื่อการเรียนรู้ดิจิทัลแบบ Step-by-Step		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.2.3 กิจกรรมจัดทำคลังแหล่งเรียนรู้ออนไลน์แบบเปิด		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.2.4 กิจกรรมรณรงค์ใช้งานสื่อการเรียนรู้ออนไลน์อย่างคุ้มค่าและปลอดภัย		
กลยุทธ์รอง 2.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานการศึกษาในท้องถิ่นเพื่อการใช้แอปพลิเคชันร่วมในกลุ่มโรงเรียน	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.3.1 กิจกรรมสร้างความร่วมมือกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการใช้แอปพลิเคชันร่วมในกลุ่มโรงเรียน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.3.2 กิจกรรมสร้างกลุ่มแลกเปลี่ยนแอปพลิเคชันและสื่อการเรียนรู้ระหว่างโรงเรียน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 2.3.3 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการใช้งานแอปพลิเคชันร่วมกัน		

กลยุทธ์หลัก/กลยุทธ์รอง/กลยุทธ์ปฏิบัติการ*	ประเภทกลยุทธ์	
	Needs	Matrix
กลยุทธ์หลักที่ 3 พัฒนาศมรรถนะการผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล		
กลยุทธ์รอง 3.1 ส่งเสริมการพัฒนาศมรรถนะด้านการออกแบบสื่อดิจิทัล	การ	WO
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.1.1 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบสื่อดิจิทัล	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.1.2 กิจกรรมประกวดการออกแบบสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์		เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.1.3 กิจกรรมเผยแพร่ผลงานการออกแบบสื่อดิจิทัลในแฟนเพจโรงเรียน		
กลยุทธ์รอง 3.2 สร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพครูผ่านแพลตฟอร์มสื่อสารดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการสื่อสาร	การ	WO
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.2.1 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลผ่านPLC	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.2.2 กิจกรรมเปิดกลุ่มสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์		เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.2.3 กิจกรรมสนทนาแบบผู้เรียนเรียนรู้ร่วมกัน (Peer learning)		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.2.4 กิจกรรมการฝึกใช้แพลตฟอร์มออนไลน์		
กลยุทธ์รอง 3.3 ส่งเสริมการพัฒนแหล่งเรียนรู้ร่วมของเครื่องมือดิจิทัลการจัดการเรียนการสอน	การ	WO
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.3.1 กิจกรรมคัดเลือกแหล่งสื่อการเรียนการสอนออนไลน์	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.3.2 กิจกรรมรวบรวมเป็นคลังสื่อออนไลน์กลางในโรงเรียน		เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.3.3 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการการเข้าถึงและใช้งานคลังสื่อออนไลน์		
กลยุทธ์รอง 3.4 ส่งเสริมวัฒนธรรมการสื่อสารเชิงบวกในองค์กรผ่านสื่อดิจิทัล	การ	WT
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.4.1 กิจกรรมสร้างสื่อส่งเสริมคุณธรรมในการสื่อสารออนไลน์	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพฤติกรรมสื่อสารออนไลน์ที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์		เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.4.3 กิจกรรมเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนแบบปลอดภัย		
กลยุทธ์รอง 3.5 สร้างสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลแบบประหยัดสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก	การ	WT
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.5.1 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบแบบเรียนสั้นสำหรับหน่วยการเรียนรู้ดิจิทัล	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.5.2 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้เทคโนโลยีฟรี		เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.5.3 กิจกรรมสนับสนุนแบบเรียนสำเร็จรูปและต้นแบบหน่วยการเรียนรู้ดิจิทัลแก่โรงเรียนขนาดเล็ก		
กลยุทธ์รอง 3.6 ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในบริบทของโรงเรียนและชุมชน	การ	WT
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.6.1 กิจกรรมสนับสนุนอุปกรณ์ หรือผู้เชี่ยวชาญช่วยพัฒนาศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลของครู	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.6.2 กิจกรรมออกแบบการอบรมที่อิงบริบทของโรงเรียนขนาดเล็กหรือโรงเรียนที่ขาดงบประมาณ โดยใช้ทรัพยากรฟรีหรือต้นทุนต่ำ		เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 3.6.3 กิจกรรมส่งเสริมการใช้รูปแบบสื่อดิจิทัลแบบประหยัด		
กลยุทธ์หลักที่ 4 พัฒนาศมรรถนะการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล		
กลยุทธ์รอง 4.1 พัฒนาแผนการอบรมจำลองสถานการณ์เพื่อฝึกการเลือกเครื่องมือดิจิทัล	การ	WO
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.1.1 กิจกรรมสร้างสถานการณ์สมมติใช้สถานการณ์จริงในโรงเรียน	แก้ปัญหา	(กลยุทธ์
		เชิงแก้ไข)

กลยุทธ์หลัก/กลยุทธ์รอง/กลยุทธ์ปฏิบัติการ*	ประเภทกลยุทธ์	
	Needs	Matrix
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.1.2 กิจกรรมฝึกการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลแก้ปัญหาตามสถานการณ์สมมติ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.1.3 กิจกรรมสะท้อนผลหลังการใช้เครื่องมือดิจิทัลในชั้นเรียน		
กลยุทธ์รอง 4.2 สนับสนุนการวางแผนและดำเนินการแก้ปัญหาการเรียนรู้อย่างเป็นระบบโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	การแก้ปัญหา	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.2.1 กิจกรรมออกแบบแผนผังการตัดสินใจแบบ Decision Tree		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.2.2 กิจกรรมสร้างคู่มือการตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ปัญหาการเรียนรู้ในรูปแบบ Infographic		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.2.3 กิจกรรมแจกจ่ายคู่มือหรือแผนผังการตัดสินใจผ่านเว็บไซต์เขตพื้นที่		
กลยุทธ์รอง 4.3 สนับสนุนการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ	การแก้ปัญหา	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.3.1 กิจกรรมสร้างเว็บไซต์แนะนำเครื่องมือดิจิทัลฟรีสำหรับการศึกษา		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.3.2 กิจกรรมออกแบบระบบค้นหาและแนะนำอัตโนมัติ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.3.3 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ระบบแนะนำเครื่องมือดิจิทัลผ่านเครือข่ายโรงเรียน		
กลยุทธ์รอง 4.4 สนับสนุนการเรียนรู้การวางแผนแก้ปัญหาการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีสำหรับครูในโรงเรียนที่ขาดทรัพยากร	การแก้ปัญหา	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.4.1 กิจกรรมพัฒนาหลักสูตรอบรมออนไลน์แบบสั้นเพื่อพัฒนาความสามารถในการวางแผนแก้ปัญหาการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.4.2 กิจกรรมอบรมหลักสูตรอบรมออนไลน์แบบสั้นโดยใช้ระบบ LMS หรือ Google Classroom		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.4.3 กิจกรรมการทดลองปฏิบัติการวางแผนแก้ปัญหาการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล		
กลยุทธ์รอง 4.5 สนับสนุนการแลกเปลี่ยนแหล่งเรียนรู้หรือสื่อเทคโนโลยีในกลุ่มโรงเรียน	การแก้ปัญหา	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.5.1 กิจกรรมเชื่อมโยงโรงเรียนในพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนอุปกรณ์หรือแหล่งเรียนรู้ดิจิทัล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.5.2 กิจกรรมสร้างระบบยืม-คืนอุปกรณ์หรือแหล่งเรียนรู้ดิจิทัล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 4.5.3 กิจกรรมรวบรวมสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลเป็นฐานข้อมูลกลาง		
กลยุทธ์หลักที่ 5 พัฒนาสมรรถนะการประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล		
กลยุทธ์รอง 5.1 ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อ	การพัฒนา	SO (กลยุทธ์เชิงรุก)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.1.1 กิจกรรมพัฒนาเนื้อหาวิชารู้เท่าทันสื่อร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.1.2 กิจกรรมสร้างโมดูลการเรียนรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อพร้อมกิจกรรมออนไลน์		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.1.3 กิจกรรมบูรณาการโมดูลการเรียนรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อกับทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้		
กลยุทธ์รอง 5.2 ส่งเสริมการพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลจำนวนมากในรูปแบบดิจิทัล	การพัฒนา	SO (กลยุทธ์เชิงรุก)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.2.1 กิจกรรมคัดกรองข้อมูลดิจิทัลโดยครูสำหรับสร้างคลังข้อมูลดิจิทัล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.2.2 กิจกรรมพัฒนาแบบตรวจสอบรายการสำหรับตรวจสอบข้อมูลดิจิทัล		

กลยุทธ์หลัก/กลยุทธ์รอง/กลยุทธ์ปฏิบัติการ*	ประเภทกลยุทธ์	
	Needs	Matrix
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.2.3 กิจกรรมส่งเสริมการแลกเปลี่ยนฐานข้อมูลดิจิทัลกลาง		
กลยุทธ์รอง 5.3 ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างครูในการใช้แหล่งข้อมูลท้องถิ่น	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.3.1 กิจกรรมสร้างเครือข่ายครูผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกลุ่มสาระของกลุ่มโรงเรียน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.3.2 กิจกรรมประชุมออนไลน์วิเคราะห์แหล่งข้อมูลท้องถิ่น		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.3.3 กิจกรรมจัดเก็บแหล่งข้อมูลดิจิทัลท้องถิ่นเป็นฐานกลางใน Google Drive		
กลยุทธ์รอง 5.4 สนับสนุนการเลือกใช้ข้อมูลสร้างสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลผ่านกรณีศึกษา	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.4.1 กิจกรรมพัฒนากรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.4.2 กิจกรรมกลุ่มย่อยอภิปรายการเลือกใช้ข้อมูลดิจิทัลจากกรณีศึกษา		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.4.3 กิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการสะท้อนคิดความเหมาะสมของข้อมูลดิจิทัลจากกรณีศึกษา		
กลยุทธ์รอง 5.5 สนับสนุนการออกแบบบทเรียนออนไลน์ที่เน้นการฝึกเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง	การแก้ปัญหา	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.5.1 กิจกรรมอบรมการออกแบบบทเรียนออนไลน์พร้อมแบบฝึกหัดเน้นการฝึกเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.5.2 กิจกรรมสร้างสื่อการเรียนรู้ของบทเรียนออนไลน์โดยใช้กรณีศึกษาปลอมเป็นฐาน		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.5.3 กิจกรรมประเมินผลการเรียนรู้ของบทเรียนออนไลน์ผ่านกิจกรรมโต้ตอบ		
กลยุทธ์รอง 5.6 สร้างแบบฝึกหัดเปรียบเทียบข้อมูลโดยใช้กรณีศึกษาท้องถิ่นเพื่อประยุกต์ใช้ในบริบทของโรงเรียนขนาดเล็ก	การแก้ปัญหา	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.6.1 กิจกรรมสร้างแบบฝึกหัดเปรียบเทียบข้อเท็จจริงในท้องถิ่น		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.6.2 กิจกรรมพัฒนา Rubrics สำหรับประเมินความถูกต้องของข้อมูลกรณีศึกษาในท้องถิ่น		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 5.6.3 กิจกรรมใช้แบบฝึกหัดเปรียบเทียบข้อเท็จจริงในท้องถิ่นในการเรียนการสอนจริง		
กลยุทธ์หลักที่ 6 พัฒนาสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม		
กลยุทธ์รอง 6.1 สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรมและไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	การพัฒนา	SO (กลยุทธ์เชิงรุก)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.1.1 กิจกรรมออกแบบสถานการณ์สมมติการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.1.2 กิจกรรมการวิเคราะห์และอภิปรายสถานการณ์สมมติการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.1.3 กิจกรรมสร้างกิจกรรมกลุ่มแสดงบทบาทสมมติตามสถานการณ์สมมติการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล		

กลยุทธ์หลัก/กลยุทธ์รอง/กลยุทธ์ปฏิบัติการ*	ประเภทกลยุทธ์	
	Needs	Matrix
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.1.4 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการในรูปแบบสถานการณ์จำลองเพื่อฝึกการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล		
กลยุทธ์รอง 6.2 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้หรือคู่มือใช้งานสื่อดิจิทัลออนไลน์ที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.2.1 กิจกรรมสร้างเอกสารคู่มือการใช้งานสื่อดิจิทัลที่ถูกต้องเผยแพร่บนเว็บไซต์		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.2.2 กิจกรรมรวบรวมตัวอย่างเป็นกรณีศึกษาการใช้งานสื่อดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.2.3 กิจกรรมสร้างแบบทดสอบก่อน-หลังการเรียนรู้การใช้งานสื่อดิจิทัลอย่างถูกต้องตามจริยธรรม		
กลยุทธ์รอง 6.3 สนับสนุนการให้คำปรึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.3.1 กิจกรรมคัดเลือกครูอาสาเป็นที่ปรึกษาด้านการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.3.2 กิจกรรมอบรมการเป็นที่ปรึกษาด้านจริยธรรมดิจิทัล		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.3.3 กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายการศึกษาด้านจริยธรรมดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์		
กลยุทธ์รอง 6.4 สนับสนุนการเรียนรู้การใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างปลอดภัย และมีจริยธรรม	การแก้ปัญหา	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.4.1 กิจกรรมพัฒนาหลักสูตรการใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างปลอดภัยและมีจริยธรรมร่วมกับเขตพื้นที่การศึกษา		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.4.2 กิจกรรมฝึกการใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างปลอดภัยและมีจริยธรรม		
กลยุทธ์ปฏิบัติการ 6.4.3 กิจกรรมสร้างแบบประเมินตนเองเรื่องจริยธรรมดิจิทัล		

หมายเหตุ: * กลยุทธ์การพัฒนา = กลยุทธ์อักษรปกติ, กลยุทธ์การแก้ปัญหา = กลยุทธ์อักษรตัวเอน

จากตารางที่ 2 พบว่า กลยุทธ์ที่มีความครอบคลุมและสอดคล้องกับการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม และมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้จริงในบริบทเป้าหมาย ทั้งด้านความเป็นประโยชน์ ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ สามารถจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามระดับกลยุทธ์ได้เป็นกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการ จำนวน 6 กลยุทธ์หลัก 29 กลยุทธ์รอง และ 92 กลยุทธ์ปฏิบัติการ จัดกลุ่มกลยุทธ์รองและกลยุทธ์ปฏิบัติการตามความต้องการจำเป็นได้เป็นกลยุทธ์การพัฒนา และกลยุทธ์การแก้ปัญหา โดยได้กลยุทธ์การพัฒนา จำนวน 4 กลยุทธ์รอง 13 กลยุทธ์ปฏิบัติการ และกลยุทธ์การแก้ปัญหา จำนวน 25 กลยุทธ์รอง 79 กลยุทธ์ปฏิบัติการ และจัดกลุ่มกลยุทธ์รองและกลยุทธ์ปฏิบัติการตามการวิเคราะห์ TOWS matrix ได้เป็นกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงป้องกัน กลยุทธ์เชิงแก้ไข และกลยุทธ์เชิงรับ โดยได้กลยุทธ์เชิงรุก จำนวน 4 กลยุทธ์รอง 13 กลยุทธ์ปฏิบัติการ กลยุทธ์เชิงป้องกัน จำนวน 7 กลยุทธ์รอง 22 กลยุทธ์ปฏิบัติการ กลยุทธ์เชิงแก้ไข จำนวน 9 กลยุทธ์รอง 30 กลยุทธ์ปฏิบัติการ และกลยุทธ์เชิงรับ จำนวน 9 กลยุทธ์รอง 27 กลยุทธ์ปฏิบัติการ

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (QUAN) จากการประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในโรงเรียนประถมศึกษาและโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่พบว่าองค์ประกอบหลักที่มีความต้องการจำเป็นประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การรู้ดิจิทัล การผลิตและสื่อสารด้วยเครื่องมือดิจิทัล การแก้ปัญหา

ด้วยเครื่องมือดิจิทัล และการประเมินข้อมูลสารสนเทศดิจิทัล เป็นข้อค้นพบที่สะท้อนว่า การส่งเสริมเพื่อพัฒนาสมรรถนะทั้ง 4 ด้านของครูยังไม่เพียงพอ ต้องได้รับการแก้ไข ส่วนองค์ประกอบที่ไม่มีความต้องการจำเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การใช้ทักษะดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม เป็นข้อค้นพบที่สะท้อนว่า การส่งเสริมเพื่อพัฒนาสมรรถนะทั้ง 2 ด้านของครูอยู่ในระดับที่เพียงพอหรือดีอยู่แล้ว ซึ่งต้องการดำเนินการแบบเดิมไว้ต่อไป หรือดำเนินการแบบใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพ สอดคล้องกับแนวคิดการนิยามความต้องการจำเป็นตามโมเดลความแตกต่าง (Discrepancy model) ที่ใช้ในงานวิจัยนี้ (สุวิมล ว่องวานิช, 2562, หน้า 33-41) และสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบสมรรถนะดิจิทัลของ Ally (2019, pp. 2-5); Education and Training Foundation & Jisc (2022, pp. 6-10); Fanreza (2018, pp. 13-16); Kelentrić & others (2017, pp. 4-10); Redecker (2017, pp. 9-11); UNESCO (2022, pp. 4-5) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2563, หน้า 65-105) และไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2559, หน้า 16-35) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริณัฐ ลิ้มปิจำนงค์ และปารย์พิชชา ก้านจักร (2566, หน้า 78) ที่พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะดิจิทัลของครูในยุคการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลครอบคลุมทั้งความรู้ การสื่อสาร การสร้างสื่อ การจัดการเรียนรู้ การประเมินผล และจริยธรรมดิจิทัล

ประโยชน์ของข้อค้นพบจากการประเมินความต้องการจำเป็นพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมของงานวิจัยนี้ นอกจากจะใช้กำหนดลักษณะของการส่งเสริมเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมดังกล่าวแล้ว ประโยชน์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การนำผลการประเมินความต้องการจำเป็นมาใช้ในขั้นตอนกำหนดกลยุทธ์การบริหารเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม ซึ่งงานวิจัยนี้ กำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์ TOWS matrix แสดงถึงการบูรณาการผลวิจัยเชิงปริมาณกับการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (QUAN → QUAL) ส่งผลให้ได้กลยุทธ์ที่นอกจากจะเป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับปฏิสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ยังเป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของโรงเรียนด้วย ดังนั้น หากต้องการวางแผนพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมของครูโรงเรียนประถมศึกษาและโรงเรียนขยายโอกาสที่สังกัดองค์กรอื่นจะต้องดำเนินการประเมินความต้องการจำเป็นก่อนการวางแผน ซึ่งนอกจากจะนำไปใช้ประกอบการวางแผนการพัฒนาแล้ว ยังแสดงถึงความเป็นประโยชน์สำหรับใช้กำหนดของกลยุทธ์ด้วย เพราะจะทำให้ได้กลยุทธ์ที่ตรงกับความต้องการของโรงเรียน

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในบริบทของโรงเรียนประถมศึกษาและโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้รับการจัดกลุ่มกลยุทธ์เป็นประเภทต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดกลุ่ม ได้แก่ เกณฑ์ระดับกลยุทธ์ เกณฑ์ความต้องการจำเป็น และเกณฑ์การวิเคราะห์ TOWS matrix ซึ่งการจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามเกณฑ์ดังกล่าวมีประโยชน์หลายประการต่อการนำกลยุทธ์ไปใช้ โดยการจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามระดับกลยุทธ์ เป็นการจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Hitt & others (2020, pp. 230-265); Wheelen & others (2015, pp. 153-169) และ Cascade App (2023, n.p.) ซึ่งจัดกลุ่มกลยุทธ์ได้เป็นกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และกลยุทธ์ปฏิบัติการโดยแนวคิดที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่ม ประกอบด้วย 4 แนวคิด ได้แก่ (1) ขอบเขตของการวางแผน (2) ระดับของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (3) ระดับเป้าหมาย และ (4) ลำดับขั้นของการนำไปใช้ การจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามระดับกลยุทธ์ช่วยสร้างความชัดเจนของการนำกลยุทธ์ไปใช้ เนื่องจากทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้อง ระยะเวลาในการขับเคลื่อน และความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ในระดับต่าง ๆ งานวิจัยที่สนับสนุนการจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามแนวคิดนี้คือ งานวิจัยของสกุลกาญจน์ นิยมพลอย (2565, หน้า 318-326) ที่พบว่า กลยุทธ์การจัดการศึกษาก่อนประจำการเพื่อพัฒนาสมรรถนะนายทหารสัญญาบัตรกองทัพบกตามยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์หลัก 16 กลยุทธ์รอง และ 32 วิธีดำเนินการ โดยงานวิจัยนี้ใช้วิธีดำเนินการในความหมายของกลยุทธ์ปฏิบัติการ

การจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามความต้องการจำเป็นเป็นการจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามแนวคิดของผู้วิจัยที่ต้องการนำผลการประเมินความต้องการจำเป็นของการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมมาใช้จัดกลุ่มกลยุทธ์เพื่อประโยชน์ในการจัดลำดับความสำคัญของการเลือกใช้กลยุทธ์ เป็นการจัดกลุ่มกลยุทธ์รองและกลยุทธ์ปฏิบัติการตามระดับความต้องการจำเป็น โดยกำหนดให้กลยุทธ์ที่กำหนดมาจากเมทริกซ์ของสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส (เมทริกซ์ SO) เป็นกลยุทธ์การพัฒนา และกำหนดให้กลยุทธ์ที่กำหนดมาจากเมทริกซ์ของสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อนหรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรค เป็นส่วนประกอบของเมทริกซ์ ได้แก่ เมทริกซ์ ST เมทริกซ์ WO

และเมทริกซ์ WT กำหนดให้เป็นกลยุทธ์การแก้ปัญหา โดยกำหนดให้กลยุทธ์การแก้ปัญหาเป็นกลยุทธ์ที่มีลำดับความสำคัญเร่งด่วนของการดำเนินการมากกว่ากลยุทธ์การพัฒนา

การจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามการวิเคราะห์ TOWS matrix เป็นการจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Robbins & Coulter (2012, p. 391); Wheelen & others (2015, p. 106-169); พินิจ มีทองคำ และโกวิทย์ พงษ์พานิช (2562, หน้า 111-120) และสุธรรม ธรรมทัศนานนท์ (2560, หน้า 16) ซึ่งจัดกลุ่มกลยุทธ์เป็นกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงป้องกัน กลยุทธ์เชิงแก้ไข และกลยุทธ์เชิงรับ โดยแนวคิดที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มคือ การจับคู่ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในกับสภาพแวดล้อมภายนอกเป็น 4 เมทริกซ์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์รองรับ ได้แก่ เมทริกซ์ SO เมทริกซ์ ST เมทริกซ์ WO และเมทริกซ์ WT โดยกลยุทธ์รองรับเมทริกซ์ SO เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและโอกาส (กลยุทธ์เชิงรุก) กลยุทธ์รองรับเมทริกซ์ ST เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) กลยุทธ์รองรับเมทริกซ์ WO เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการแก้ไขจุดอ่อนเพื่อใช้ประโยชน์ของโอกาส (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) และกลยุทธ์รองรับเมทริกซ์ WT เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการแก้ไขจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงรับ) การจัดกลุ่มกลยุทธ์ตามการวิเคราะห์ TOWS matrix มีประโยชน์สำหรับการวางแผนพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรม เพราะการวางแผนการปฏิบัติได้ตรงกับประเภทของกลยุทธ์จะส่งผลให้การปฏิบัติตามแผนบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีงานวิจัยจำนวนมากที่กำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ TOWS matrix ตัวอย่างเช่น สกฤดาภรณ์ นิยมพลอย (2565) วิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการศึกษาก่อนประจำการเพื่อพัฒนาสมรรถนะนายทหารสัญญาบัตรกองทัพบกตามยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ธีรวิวัฒน์ ทิพย์านนท์ (2564) วิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารวิชาการโรงเรียนปฐมวัยตามแนวคิดทักษะสมองเพื่อชีวิตที่สำเร็จ แสดงให้เห็นว่า นักบริหารการศึกษาและนักบริหารสถานศึกษามองเห็นความสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ TOWS matrix ที่สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงของสภาพแวดล้อมมากกว่าการกำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ SWOT ที่กำหนดกลยุทธ์โดยไม่มีการจับคู่สภาพแวดล้อมภายในกับสภาพแวดล้อมภายนอก

การตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในบริบทของโรงเรียนประถมศึกษาและโรงเรียนขยายโอกาส เป็นการตรวจสอบที่มีความเหมาะสมเนื่องจากใช้การตรวจสอบเชิงคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการประเมินทางการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญของ Eisner, E. (1976, pp. 92-193) ที่สนับสนุนให้ใช้การตรวจสอบเชิงคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพทางการศึกษา เนื่องจากการตรวจสอบคุณภาพในบางประเด็นต้องการความละเอียดอ่อนลึกซึ้งที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญระดับสูงเป็นผู้ประเมิน เหตุผลอีกประการหนึ่งที่อธิบายความเหมาะสมของการตรวจสอบคุณภาพกลยุทธ์คือการได้รับการตรวจสอบคุณภาพทั้งคุณภาพภายในและคุณภาพภายนอกเป็นหลักประกันในความเหมาะสมที่จะนำกลยุทธ์ไปใช้ประโยชน์ เนื่องจากการตรวจสอบคุณภาพภายในเป็นการตรวจสอบความครอบคลุมและความสอดคล้องของกลยุทธ์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ De Vellis (2016, p. 24); Stufflebeam & Coryn (2014, p. 74-77) และ Torraco (2016, p. 8) และการตรวจสอบคุณภาพภายนอกเป็นการตรวจสอบความสามารถในการนำกลยุทธ์ไปใช้จริงในบริบทเป้าหมายทั้งด้านความเป็นประโยชน์ ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Stufflebeam & Coryn (2014, p. 74-77) งานวิจัยที่ตรวจสอบคุณภาพของกลยุทธ์โดยใช้การตรวจสอบเชิงคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญคือ งานวิจัยของนิต จรุญภาค (2568, หน้า 120-123) ที่ใช้การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) และการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion) เพื่อตรวจสอบกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนแห่งความสุขของโรงเรียนประถมศึกษาไทยในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกำหนดนโยบายระดับชาติสนับสนุนการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษากำหนดนโยบายระดับเขตพื้นที่การศึกษานับสนุนการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนา
สมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2. โรงเรียนประถมศึกษาและโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นำกลยุทธ์
การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมไปใช้ในการวางแผนพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของครู

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการกำหนดนโยบายสนับสนุนการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล
สู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2. ศึกษาการประเมินผลการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับ
การศึกษาขั้นพื้นฐาน

3. ศึกษากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

4. ศึกษากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลสู่ครูนวัตกรรมในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
ของโรงเรียนเอกชนทั้งระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). *กรอบสมรรถนะด้านดิจิทัลสำหรับพลเมืองไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงาน
คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2565). *แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ระยะ 15 ปี (พ.ศ. 2565-2579)*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
เลขาธิการสภาการศึกษา.

นิสิต จรูญภาค. (2568). *กลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนแห่งความสุขของโรงเรียนประถมศึกษาไทยในยุคดิจิทัล*. ดุษฎีนิพนธ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

นวพร ชลารักษ์, สมเกียรติ อินทสิงห์, นัทธ อัคราภรณ์ และสุนีย์ เงินยวง. (2564). องค์ประกอบความเป็นครูนักนวัตกรรม
ในการศึกษายุคดิจิทัลเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 22(3), 94-108.

พินิจ มีทองคำ และโกวิทย์ พงษ์พานิช. (2562). การบริหารเชิงกลยุทธ์. *วารสารวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*,
37(2), 111-124.

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2559). *การศึกษา 4.0 เป็นยิ่งกว่าการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

วิวัฒน์ มีสุวรรณ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะของครูนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีการศึกษา ในสถานศึกษาสำหรับ
ปฏิบัติการสอน เครือข่ายมหาวิทยาลัยนเรศวร. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 19(3), 50-62.

สิริณัฐ ลิ้มปิจำนงค์ และปารย์พิชชา ก้านจักร. (2566). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของครูในยุคการแปลงเป็นดิจิทัล
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น. *วารสารครุศาสตร์*, 51(4), 1/12-12/12.

สุกัญญา แซ่มซ้อย. (2563). นวัตกรรมบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรม. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัย
นเรศวร*, 22(2), 193-213.

สุธรรม ธรรมทัศนานนท์. (2560). *การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สุวิมล ว่องวานิช. (2562). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562). *การพัฒนาผู้เรียนให้เป็นนักประดิษฐ์จากบทเรียนการจัดการ
เรียนรู้ของครูผู้สร้างนักประดิษฐ์*. กรุงเทพฯ: เอ็น 60 รัตนเทรตติง.

สกุลกาญจน์ นิยมพลอย. (2565). *กลยุทธ์การจัดการศึกษาก่อนประจำการเพื่อพัฒนาสมรรถนะนายทหารสัญญาบัตร
กองทัพตามยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง*. ดุษฎีนิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- Ally, M. (2019). Competency profile of the digital and online teacher in future education. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 20(2). 302–318.
- Cascade App. (2023, July 2). *The four levels of strategy: The difference & how to apply them*. Retrieved October 11, 2024, from <https://www.cascade.app/blog/strategy-levels>
- Couros, G. (2014). *The innovator's mindset: Empower learning, unleash talent, and lead a culture of creativity*. Hampshire: Gower Publishing.
- De Vellis, R. F. (2016). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). London: Sage Publications.
- Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. M. (2011). *The innovator's DNA: Master the five skills of disruptive innovators*. Massachusetts: Harvard Business School Publishing.
- Eisner, E. (1976). Educational connoisseurship and criticism: Their form and function in educational evaluation. *Journal of Aesthetic Education*, 39(2), 192-193.
- Fanreza, R. (2018). The quality of teachers in digital era. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 231, 461-463.
- Furr, N., & Dyer, J. (2014). *Choose the right innovation method at the right time*. Boston: Harvard business review.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization* (13th ed.). Massachusetts: Cengage Learning.
- Kieu, P. (2017). *8 Skills make a successful innovator*. Retrieved October 11, 2025 from <https://sociable.co/business/innovation-8-skills>.
- Navarro, G.A. (2015). Antecedents and consequences of export entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1532-1538.
- OECD. (2021). Teachers and leaders in schools. In *Education at a Glance 2021: OECD Indicators*. Retrieved January 12, 2021 from <https://doi.org/10.1787/69096873-en>
- Redecker, C. (2017). In Y. Punie, (Ed.). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2012). *Management*. London: Pearson Education.
- Sandberg, B., & Stenroos, L. (2014). What makes it so difficult? A systematic Review on barriers to radical innovation. *Industrial Marketing Management*, 43(8), 1293-1305.
- Stufflebeam, D. L., & Coryn, C. L. (2014). *Evaluation theory, models, and applications* (2nd ed.). California: Jossey-Bass.
- Torraco, R. J. (2016). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 15(4), 404–428.
- UNESCO. (2022). *UNESCO ICT competency framework for teachers* (version 3). Retrieved January 12, 2023 from <https://unesdocunesco.org/ark:/48223/pf0000381147>
- Wagner, T. (2012). *Creating innovators: The making of young people who will change the world*. New York: Scribner.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2015). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (14th ed.). London: Pearson Education.

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

The Strategic Management of Educational Institutions for Cybersecurity of
Students Under the Jurisdiction of The Secondary Educational Service Area Office

สุนันตา จันทชูกลิ่น¹ จำรัส แจ่มจันทร์² และภูมิภควัธจ ภูมิพงศ์คชสร³

Sununta junchuklin¹, Chumrus jamjun²
and Phumphakhawat phumphongkhochasorn³

¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹ Doctor of Philosophy Program (Education Administration innovation), College of Innovation Management,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

^{2,3} Lecturer of the Doctor of Philosophy Program (Education Administration innovation), College of Innovation
Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: sununta.jun@rmutr.ac.th¹, chumrus@hotmail.com², phumphakhawat.ps@gmail.com³

Received: Jul. 6,2025; Revised: Sep. 1,2025; Accepted: Sep. 5,2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 3) เพื่อประเมินกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ค่า IOC รวมของผลรวมทุกด้านในภาพรวมทั้งหมดคือ 0.985 หรือประมาณ 98.5% ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยในระดับที่ดีมากและใช้ได้ การวิจัยดำเนินการ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์ฯ โดยศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสถานศึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 7 คน ตอนที่ 2 การพัฒนาร่างกลยุทธ์ฯ และตรวจสอบโดยการประชุมกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 คน ตอนที่ 3 การประเมินกลยุทธ์ฯ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน โดยใช้สถิติหาค่าความถี่ของผลการประเมินด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และประโยชน์ของกลยุทธ์ฯ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก 12 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ด้านปัจจัยภัยคุกคามทางไซเบอร์ 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) การโต้เถียง ปะทะคารม ยั่วแหย่ การนินทาหรือด่าทอ 2) การคุกคาม ช่มชู้ ติดตาม ก่อวิน 3) การหมิ่นประมาท 4) การปลอมตัว แอบอ้างชื่อ แหกข้อมูล 5) การกีดกันทางสังคม และด้านแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมนักเรียนในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) การเฝ้าระวังติดตามการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียน 2) จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3) การจัดการเรียนรู้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลาย 4) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ปกครอง ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ 5) การนำนักเรียนศึกษาดูงาน 6) มีศูนย์กลางโดยการจัดบุคลากรเฉพาะงานให้รับผิดชอบโดยตรง 7) กำหนดนโยบายและระบุหน้าที่อย่างชัดเจน และ 84 วิธีดำเนินการ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ ที่ประกอบด้วย 12 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ P-value=0.866,chi-square=3297.970,df=3389, chi-square/df=0.973,CFI=1.000,

GFI =0.921, AGFI =0.901, RMSEA =0.000 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 3) ผลการประเมินกลยุทธ์พบว่ามีความเหมาะสมสำหรับนำไปประยุกต์ใช้ โดยคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: การบริหารสถานศึกษา ความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ นักเรียนมัธยมศึกษา

Abstract

This study aimed to develop and evaluate school administration strategies for enhancing students' cyber safety under the Office of the Basic Education Commission. The objectives were: (1) to investigate the needs for such strategies, (2) to construct relevant indicators, and (3) to evaluate the developed strategies. The research was conducted in three phases. Phase 1 involved studying and analyzing the components of the strategy through literature review and in-depth interviews with seven school administrators and educational experts. Phase 2 focused on drafting the strategy using the TOWS Matrix, followed by validation through a focus group discussion with seven experts. Phase 3 entailed the evaluation of the strategy by five experts, using statistical analysis to assess its accuracy, appropriateness, feasibility, and usefulness. The findings revealed that the developed strategy comprised two main components, twelve sub-components Cyber Threat Factors consist of argument and provocation, harassment, defamation, identity theft, and social exclusion. Guidelines for Developing Students' Behavior in Using Social Media include monitoring usage, promoting positive activities, diverse learning, collaboration with stakeholders, study visits, assigning responsible personnel, and clear policy definition., and eighty-four implementation methods. The confirmatory factor analysis indicated that the strategy model was highly suitable, with excellent index values: P-value=0.86, chi-square=3297.970, df=3389, chi-square/df=0.973, CFI=1.000, GFI=0.921, AGFI =0.901, RMSEA=0.000 The expert evaluation confirmed that the strategy was highly appropriate for practical application, with an average score at a very good level.

Keywords: Educational institution management, Cybersecurity, Secondary School Students

บทนำ

ในยุคดิจิทัลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญในทุกภาคส่วนของสังคม รวมถึงภาคการศึกษา โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัลในสถานศึกษา ซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้นักเรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรทางการศึกษาได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565, หน้า 1) อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงเทคโนโลยีโดยขาดความรู้เท่าทันหรือแนวทางการใช้ที่ปลอดภัย อาจทำให้นักเรียนตกอยู่ในความเสี่ยงบนโลกไซเบอร์ เช่น การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyberbullying) การขโมยข้อมูลส่วนบุคคล และการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Livingstone & Smith, 2014, p. 19-20) ซึ่งส่งผลกระทบทั้งในด้านพฤติกรรม อารมณ์ และการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ ปัญหาความปลอดภัยไซเบอร์ในสถานศึกษาจึงมีลักษณะซับซ้อน ครอบคลุมทั้งการบริหารจัดการข้อมูล การควบคุมการเข้าถึงเนื้อหา และการส่งเสริมพฤติกรรมการใช้งานที่ปลอดภัยของนักเรียน ซึ่งล้วนเป็นความท้าทายของผู้บริหารสถานศึกษาในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อป้องกันและดูแลนักเรียนอย่างเหมาะสมและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล (ศูนย์ประสานงานความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ, 2566, หน้า 25-38) การรับมือกับภัยคุกคาม

ทางไซเบอร์ในประเทศไทยจำเป็นต้องอาศัย ยุทธศาสตร์การจัดการภัยคุกคามไซเบอร์ ที่ครอบคลุมทั้งการป้องกัน การตรวจสอบ การตอบสนอง และการฟื้นฟูระบบ (Ministry of Digital Economy and Society, 2022, p. 75) การตระหนักรู้ (Awareness) เกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนสามารถป้องกัน และลดความเสี่ยงจากการตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมออนไลน์ (Park & Lee, 2021, p. 91-121) ซึ่งระดับ การตระหนักรู้ของบุคคลนั้นอาจได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น อายุ การศึกษา อาชีพ ประสบการณ์การใช้งาน อินเทอร์เน็ต และการเข้าถึงข้อมูลด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ดังนั้น การศึกษากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษา เพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้สถานศึกษาสามารถพัฒนาระบบบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและเทคโนโลยีในปัจจุบัน แผนการศึกษาแห่งชาติได้กำหนดยุทธศาสตร์หลัก 7 ด้าน เพื่อพัฒนาการศึกษาให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการจัดการศึกษา เพื่อความมั่นคงของสังคมและประเทศชาติ เป้าหมายคือการให้คนทุกช่วงวัยได้รับการศึกษาและดูแลจากภัยคุกคาม รูปแบบใหม่ เช่น อาชญากรรม ยาเสพติด ภัยจากไซเบอร์ และภัยพิบัติธรรมชาติ มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น สถานศึกษา ที่เพิ่มการเรียนรู้เรื่องการจัดการความขัดแย้งโดยสันติวิธี มีการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับภัย คุกคาม และผู้เรียน ที่เกี่ยวข้องกับคดีทะเลาะวิวาทลดลง แนวทางการพัฒนารวมถึงการเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลัก ของชาติ ยกกระดับการเข้าถึงการศึกษาในพื้นที่พิเศษ และการจัดการศึกษาเพื่อป้องกันภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ประเทศไทยกำลังเผชิญกับรูปแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลายมีที่มาจากหลายประเทศซึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลง และเหตุผลลัทธิฟังก์ชั่นข้ามชาติการระบบควบคุมและนวัตกรรมวัฒนธรรมจากต่างประเทศที่ปรับปรุงค่านิยม ของคนในสังคมที่จะเห็นภัยจากการเปลี่ยนแปลงและเป็นพื้นที่ราบพื้นที่ธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อเราเรียกภัย โดยตรงว่า "ระบบปฏิบัติการรูปแบบใหม่" หรือภัยคุกคามที่ไม่ใช่แบบดั้งเดิมซึ่งมีความสำคัญ มากในปัจจุบันสังคมโลก ที่ปรับปรุงไปทำให้นักเรียนครูและทางการศึกษาต้องปรับตัวให้เหมาะสมและการควบคุมการเปลี่ยนแปลง เมื่อเวลาผ่านไปเป็นความสำคัญที่สำคัญของมนุษย์ให้มีคุณภาพเป็นส่วนสำคัญที่มีความสำคัญที่ความตั้งใจของเยาวชน และเยาวชนในสังคม จากการศึกษาหาข้อมูลกรมสุขภาพจิตเกี่ยวกับการใช้บริการสายด่วนสุขภาพจิตงบประมาณ ปี 2566 พบ 1 ใน 3 ของบริการที่เด็กและเยาวชนอายุ 11-25 ปี โดยปัญหาที่พบบ่อยคือความเครียด วิตกกังวลจิตเวชกรรม ความรักภาวะซึมเศร้าและปัญหาครอบครัวมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต่อเนื่องหรือความนับถือ สถานศึกษาเพื่อให้นักเรียน รู้จักตนเองเติบโตได้ในชุมชนและสังคม ให้กับนักเรียนที่มีความสำคัญต่อองค์กรและสถานศึกษาโดยต้องควบคุม การทำงานของสถานศึกษาเอง ผู้บริหารและครูผู้สอนและดูแลนักเรียนส่วนใหญ่สถานศึกษาที่เก็บข้อมูลที่นักเรียน กับนักเรียนมากที่สุดเป็นพิเศษ ความปลอดภัยให้กับนักเรียนจึงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง สถานศึกษาต้องส่งเสริมให้นักเรียนเติบโตเต็มรูปแบบรวมทั้งร่างกาย และจิตวิญญาณเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้ อย่างปลอดภัยและสม่ำเสมอมากขึ้นเรื่อย ๆ ความปลอดภัย ยังส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียนที่ควบคุมคุณภาพและคุณภาพชีวิตเป็นกำลังสำคัญของประเทศ ในระดับสูง (แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579, 2560, หน้า 94)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ความปลอดภัยจากภัยคุกคามถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพ และการเรียนรู้ของนักเรียน โดยเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ซึ่งเป็นวัยรุ่นที่มีอารมณ์แปรปรวน ขาดทักษะ และประสบการณ์ในการรับมือกับภัยคุกคาม เช่น ยาเสพติด ความรุนแรง การคุกคามในชีวิตและทรัพย์สิน การค้ามนุษย์ อาชญากรรมไซเบอร์ ภัยพิบัติ และภัยคุกคามรูปแบบใหม่ หากปัญหาเหล่านี้ไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดปัญหารุนแรงในอนาคตได้ ผู้วิจัยมีผู้บริหารวางแผนกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัย ในภาพรวมของกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาเพื่อใช้องค์ความรู้ในการบริหารจัดการที่ผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับสูง สามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาในการบริหารจัดการได้ เพื่อที่จะเรียนรู้ของนักเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
3. เพื่อประเมินกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกสาระสำคัญ ดังนี้ (Coulter, 2005, p. 5) กล่าวว่า กลยุทธ์ คือ การตัดสินใจและการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยตรงในการใช้ทรัพยากรและศักยภาพเพื่อสร้างโอกาสและป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ขององค์การ

การบริหารองค์การในปัจจุบันเป็นที่ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง แนวคิดหรือวิธีการในการบริหารแบบเดิม ๆ ไม่สามารถนำองค์การไปสู่ความสำเร็จได้เหมือนในอดีต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดทิศทางขององค์การ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์การ ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์การ เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วรารณ 2565, หน้า 8-10)

(ตัน ไทรงาม, 2560, หน้า 519-532) กล่าวว่า การบริหารสถานศึกษาในยุคปัจจุบันมีองค์ประกอบหลายอย่างที่จะช่วยให้องค์การหรือสถานศึกษาอยู่ได้อย่างมั่นคง มีความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาในด้านต่าง ๆ และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้บริหารสถานศึกษา คือ สิ่งสำคัญที่จะทำให้การบริหารมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์การจากกล่าวได้ว่า โรงเรียนดี มีคุณภาพขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นสำคัญ

(สัมมา ธนินิธิ, 2560, หน้า 95) กล่าวว่า การบริหารสถานศึกษามีความสำคัญในฐานะที่เป็นกระบวนการที่เป็นภารกิจหน้าที่หลักของผู้บริหารที่จะต้องกำหนดแบบแผนและเทคนิคต่าง ๆ โดยนำทั้งศาสตร์และศิลป์ที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับองค์การมาใช้ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมกันดำเนินการ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาที่ถูกต้องและมีคุณภาพจากสถานศึกษา บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ของสถานศึกษานั้น ๆ ซึ่งเป็นการพัฒนาการศึกษาของคนในชาติ

(อภิญา ทัศนานตริยะ , 2565, หน้า 39-43) ได้ศึกษา การพัฒนาแบบวัดความรู้การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า วิธีการรับมือการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ มี 5 วิธีการ ดังนี้

1. การจัดการกับตัวเอง ทั้งกลุ่มผู้กลั่นแกล้งผู้อื่น กลุ่มผู้ถูกกลั่นแกล้ง และกลุ่มที่เป็นทั้งผู้กลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้ง จะต้องพัฒนาทักษะในด้านการรับรู้ถึงการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ รวมไปถึงพัฒนาทักษะด้านการตระหนักรู้ ระวังระวังการใช้สื่อออนไลน์ และเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดี
2. การจัดการกับเทคโนโลยี โดยการหลีกเลี่ยงการคุกคามที่เป็นการละเมิดสิทธิและก่อให้เกิดความเสียหาย หากเป็นการกลั่นแกล้งที่สามารถจัดการได้จะเลือกจัดการด้วยตนเอง เช่น การบล็อก การรายงาน การลบหรือปิดบัญชี แต่ถ้าหากไม่สามารถจัดการด้วยตนเอง จะรายงานผู้ดูแลระบบ เพื่อช่วยในการจัดการลบหรือปิดบัญชีผู้ใช้
3. การจัดการกับผู้กลั่นแกล้ง เป็นการตอบโต้กลับอย่างมีวิจารณญาณ ไม่ใช้การแก้แค้นจะต้องรวบรวมข้อมูล หลักฐาน เพื่อชี้แจงและอธิบายข้อเท็จจริงเป็นการปกป้องสิทธิของตนเอง หากเป็นลักษณะพฤติกรรม

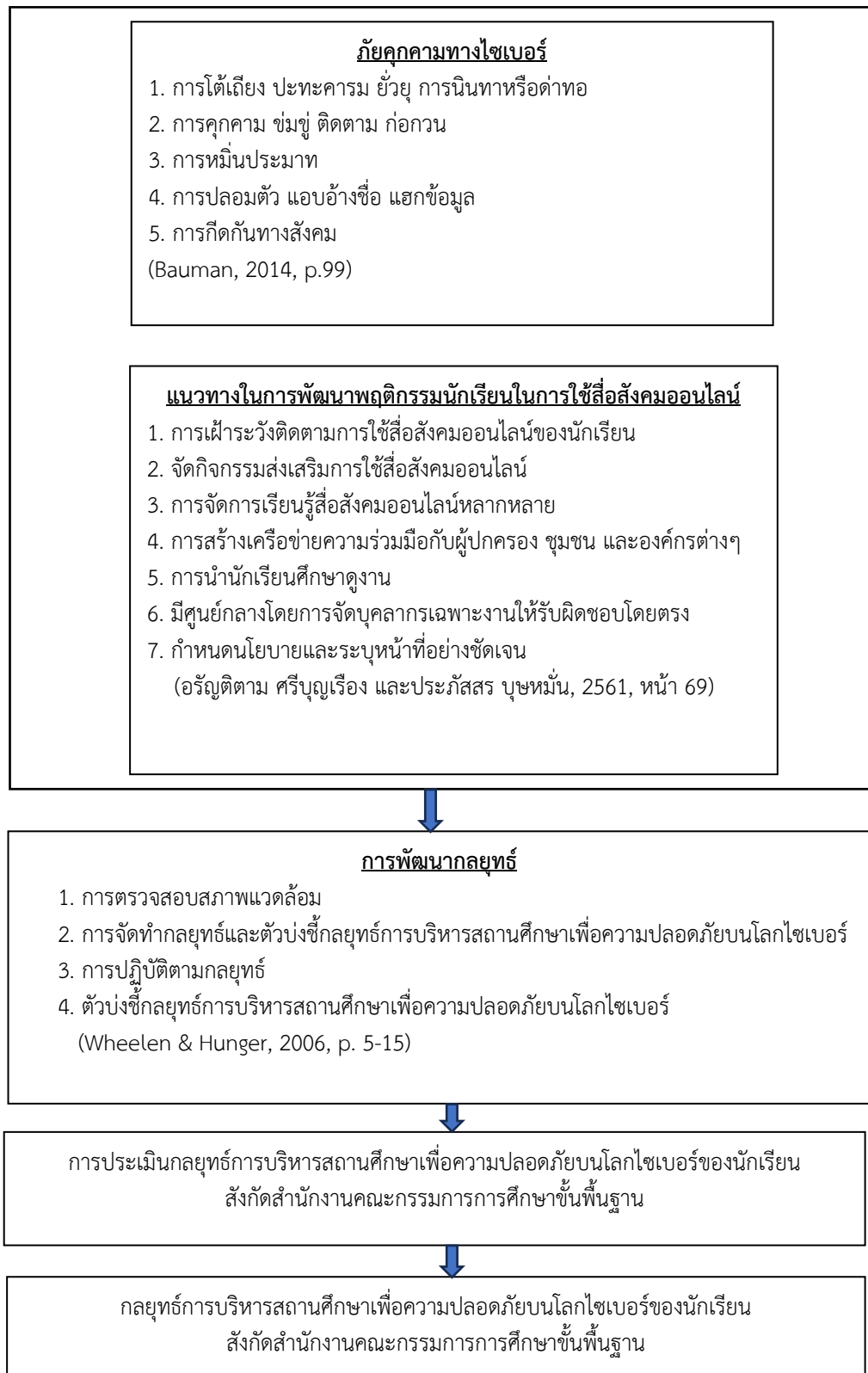
การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่รุนแรง จะต้องใช้มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากการถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์

4. การจัดการโดยปรึกษาเพื่อน ในกลุ่มช่วงอายุใกล้เคียงกันจะมองว่าเพื่อนสามารถช่วยเหลือให้คำปรึกษาได้พูดคุยภาษาเดียวกัน เข้าใจกัน ให้กำลังใจกัน ลดระดับความเครียด ทำให้เกิดความรู้สึกสบายใจ โดยเพื่อนจะรับฟังถึงปัญหา ให้ข้อมูลที่จำเป็น พยายามเสนอแนะแหล่งช่วยเหลืออื่น ๆ ถ้าปัญหาเกินความสามารถ

5. การจัดการโดยปรึกษาผู้ปกครอง ในกรณีที่ปัญหาร้ายแรงมาก จะเลือกปรึกษาผู้ปกครองบ้าง ไม่จำเป็นต้องเป็นพ่อหรือแม่ อาจเป็นผู้ใหญ่ที่เชื่อใจได้โดยให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการรับฟังปัญหาหรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ผ่านมาของการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่พบเจอ ช่วยแก้ปัญหา ให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และหาแนวทางการแก้ไขปัญหา (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2563, หน้า 59) ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรับมือการถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ไว้ ด้วยหลักการดังนี้ หยุตระรานกลับด้วยวิธีการเดียวกัน หยุตตอบโต้ เพื่อไม่ให้เกิดการกระทำซ้ำหรือเพิ่มความรุนแรงของเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น ปิดกั้นผู้ที่ระราน ไม่ให้เขาสามารถติดต่อ โพสต์ หรือระรานเราได้อีก บอกพ่อแม่ ครู หรือบุคคลที่ไว้วางใจ เพื่อขอความช่วยเหลือ หากเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมายหรือถูกข่มขู่คุกคาม ให้เก็บรวบรวมข้อมูลของผู้กระทำและเหตุการณ์ระรานร้องแกไปแจ้งเจ้าหน้าที่ ลบภาพหรือข้อความระรานรังแกออกทันที โดยอาจติดต่อผู้ดูแลระบบหากเป็นพื้นที่สาธารณะบนโลกออนไลน์ แช้มแข็ง อดทน ยิ้มสู้ อย่าไปให้คุณค่ากับคนหรือคำพูดที่ทำร้ายเรา ควรใช้เป็นแรงผลักดันให้เราดีขึ้น ก้าวข้ามปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ดังรูปที่ 1 ต่อไปนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยส่วนแรกของกรอบแนวคิดเริ่มจากการระบุ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ (เช่น การใส่ร้าย ช่มชู้ การละเมิดความเป็นส่วนตัว การคุกคามทางสังคม) อ้างอิงจาก (Bauman, 2014, p. 99) ภัยคุกคามเหล่านี้คือ “ปัญหา” หรือ “สภาพแวดล้อมความเสี่ยง” ที่เป็นแรงผลักดันให้ต้องหามาตรการหรือกลยุทธ์เพื่อป้องกันและแก้ไข จากปัญหาภัยคุกคามจึงเกิดการนำเสนอ แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมนักเรียน แนวทางนี้ระบุการดำเนินงานที่เน้นการมีส่วนร่วมของครู ผู้ปกครอง ชุมชน รวมถึงการกำหนดนโยบายและการเฝ้าระวัง ซึ่งจะเป็น “ข้อมูลพื้นฐาน” สำหรับการออกแบบกลยุทธ์ เมื่อได้ข้อมูลภัยคุกคามและแนวทางพฤติกรรมแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอน การพัฒนากลยุทธ์ (Wheelen & Hunger, 2006, p. 8) ขั้นตอนนี้เน้นการตรวจสอบสภาพแวดล้อม วิเคราะห์ศักยภาพ และสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นจะถูก ประเมินประสิทธิภาพ ว่าสามารถป้องกันและแก้ปัญหาภัยคุกคามบนโลกไซเบอร์ของนักเรียนได้หรือไม่ผลการประเมินนี้จะนำไปสู่การกำหนด “กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์” ที่สมบูรณ์และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed methodology) โดยใช้วิธีผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งในบทนี้ ประกอบด้วยสาระสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ 1) ขั้นตอนการวิจัย 2) ระเบียบวิธีวิจัย 3) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 4) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 5) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ 6) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ซึ่งแต่ละประการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 : การวิเคราะห์องค์ประกอบ

การศึกษาค้นคว้า และ วิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ตามวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อ 1 โดยผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์เอกสารหลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เพื่อให้ได้องค์ประกอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปฏิบัติหน้าที่สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 7 คน

ขั้นตอนที่ 2 : การพัฒนาร่างกลยุทธ์ กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

ในขั้นตอนนี้ เป็นการพัฒนาร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อ 2 เพื่อกำหนดกรอบการพิจารณากลยุทธ์ โดยผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้ นำผลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบ ในขั้นตอนที่ 1 ทำตารางสังเคราะห์องค์ประกอบเพื่อเป็นพื้นฐานกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่มีองค์ประกอบที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สร้างแบบสอบถามโดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ และประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยนำผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดที่ 1 รวมกับข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร นำแบบสอบถามที่ได้ ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบและให้คะแนนแบบสอบถาม Index of Consistency: (IOC) โดยกำหนดประเด็นความสอดคล้องกับเนื้อหา และความเหมาะสมในการใช้ภาษา เพื่อปรับปรุงสำนวนภาษาให้มีความเหมาะสม และประเด็นข้อคำถามจะมี ความชัดเจนสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะต้องทำการวิจัย ค่า IOC รวมของผลรวมทุกด้านในภาพรวมทั้งหมดคือ 0.985 หรือประมาณ 98.5%

ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยในระดับที่ดีมากและใช้ได้ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา ในปีการศึกษา 2567 จำนวน 60 โรงเรียน เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยกำหนดให้สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาแต่ละแห่งเป็นชั้นภูมิ ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อย ๆ แบ่งเป็นชั้นภูมิ ก่อน โดยหน่วยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกัน (homogeneous) แล้วสุ่มตัวอย่างง่าย เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร หลังจากนั้นจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูป เครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, p. 607-610) ได้กลุ่มตัวอย่างของสถานศึกษาทั้งสิ้น จำนวน 60 โรงเรียน โดยมีผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู รวมทั้งสิ้น 353 คน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis: EFA) การสกัดองค์ประกอบ (factor extraction) ด้วยวิธีสกัดปัจจัย (principal component analysis: PCA) เพื่อลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลง และให้ได้ตัวแปรที่สำคัญ โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือ ความร่วมกัน (communality) ระหว่างตัวแปรเป็นฐานในการเปลี่ยนสภาพตัวแปรหลายตัวให้มารวมกัน สามารถนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ไปคำนวณค่าเมทริกสหสัมพันธ์ได้ค่าใกล้เคียง กับเมทริกสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวแปร (principal component analysis) เนื่องจากทำให้ได้องค์ประกอบจำนวนน้อยที่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้มากที่สุด วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor analysis: CFA) กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาโดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นนามบัญญัติ ด้วยสถิติขั้นพื้นฐานในรูปแจกแจงตารางความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลที่มีลักษณะเป็นมาตราอัตราส่วน (Ratio scale) และวัดได้จากแบบสอบถามระดับการปฏิบัติชนิดมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นำมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) รวมทั้งวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) สรุป โดยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis: EFA) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor analysis: CFA) สรุปผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบและความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ (ลิสเรล LISREL program) นำข้อมูลที่ได้กำหนดเป็นโครงร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา

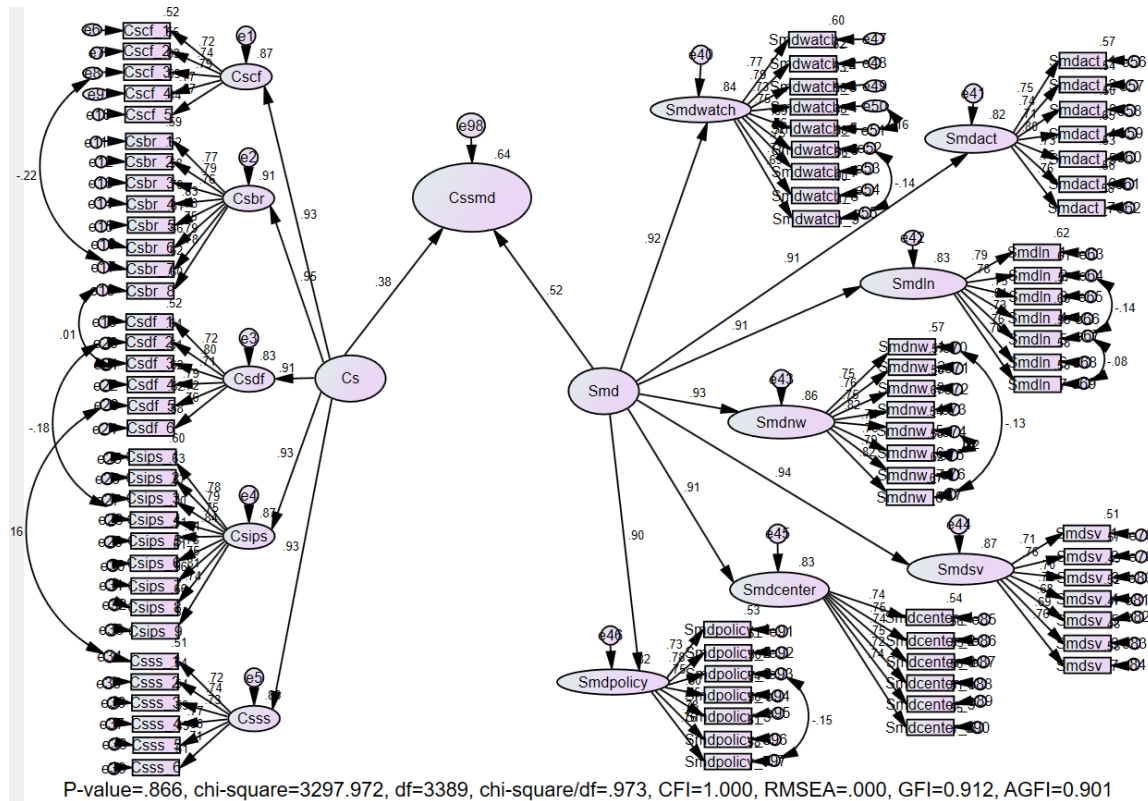
ขั้นตอนที่ 3: การประเมินกลยุทธ์ การประเมินกลยุทธ์ ในขั้นตอนที่ 3 นี้ เป็นการประเมินและรับรองโครงร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา ตามวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อ 3 โดยการประเมินและรับรองโครงร่างกลยุทธ์ต้นแบบที่สร้างขึ้น ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้ ในขั้นตอนนี้ดำเนินการประเมินและรับรองกลยุทธ์โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน โดยอาศัยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) จากผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย “กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา” พบว่า

1. กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก 12 องค์ประกอบย่อย และ 84 วิธีดำเนินการ

2. การพัฒนากลยุทธ์โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก ($P\text{-value} = 0.866$, $\chi^2 = 3297.97$, $df = 3389$, $\chi^2/df = 0.973$, CFI = 1.000, GFI = 0.921, AGFI = 0.901, RMSEA = 0.000) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ (Browne และ Cudeck, 1993, p. 136) ที่กำหนดว่า CFI ≥ 0.90 , GFI ≥ 0.90 , AGFI ≥ 0.90 , RMSEA ≤ 0.05 และ $\chi^2/df < 2.00$ จึงสรุปได้ว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงอย่างมีนัยสำคัญ



รูปที่ 2 แสดงกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

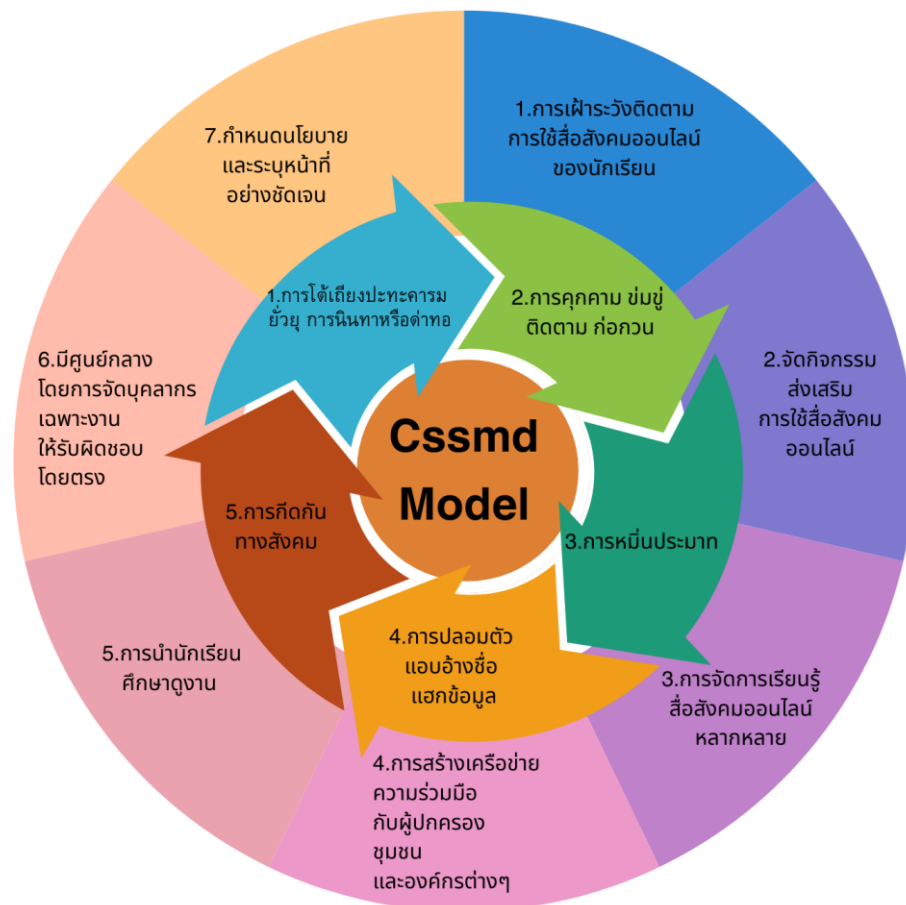
3. ผลประเมินกลยุทธ์พบว่ามีความเหมาะสมสำหรับนำไปประยุกต์ใช้ โดยคะแนนการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความถูกต้อง การใช้ประโยชน์ และการใช้ประโยชน์ของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา โดยรวม

องค์ประกอบของรูปแบบ	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความถูกต้อง			การใช้ประโยชน์		
	ค่าสถิติ		การแปลผล	ค่าสถิติ		การแปลผล	ค่าสถิติ		การแปลผล	ค่าสถิติ		การแปลผล
	(n=5)			(n=5)			(n=5)			(n=5)		
	χ^2	S.D.		χ^2	S.D.		χ^2	S.D.		χ^2	S.D.	
ภัยคุกคามทางไซเบอร์												
จำนวน 5 องค์ประกอบ												
1.การโต้เถียง ปะทะคารม	3.75	0.78	มาก	3.64	0.72	มาก	3.54	0.78	มาก	3.25	0.78	ปานกลาง
2.การฉ้อโกง	3.75	0.78	มาก	3.64	0.72	มาก	3.54	0.78	มาก	3.25	0.78	ปานกลาง
3.การขโมยข้อมูล	3.75	0.78	มาก	3.64	0.72	มาก	3.54	0.78	มาก	3.25	0.78	ปานกลาง
4.การหลอกลวง	3.75	0.78	มาก	3.64	0.72	มาก	3.54	0.78	มาก	3.25	0.78	ปานกลาง
5.การโจมตีทางไซเบอร์	3.75	0.78	มาก	3.64	0.72	มาก	3.54	0.78	มาก	3.25	0.78	ปานกลาง

องค์ประกอบของรูปแบบ	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความถูกต้อง			การใช้ประโยชน์		
	ค่าสถิติ (n=5)		การแปลผล	ค่าสถิติ (n=5)		การแปลผล	ค่าสถิติ (n=5)		การแปลผล	ค่าสถิติ (n=5)		การแปลผล
	χ^2	S.D.		χ^2	S.D.		χ^2	S.D.		χ^2	S.D.	
2.การคุกคาม ข่มขู่ ติดตาม ก่อวิน	4.27	0.74	มาก	4.45	0.79	มาก	4.47	0.72	มาก	4.67	0.74	มากที่สุด
3.การหมิ่นประมาท	3.90	0.66	มาก	3.82	0.60	มาก	3.90	0.66	มาก	3.90	0.66	มาก
4.การปลอมตัว แอบอ้าง ชื่อ แหกข้อมูล	4.00	0.85	มาก	4.10	0.65	มาก	4.00	0.85	มาก	4.00	0.85	มาก
5.การกีดกันทางสังคม	4.17	0.64	มาก	4.27	0.79	มาก	4.17	0.64	มาก	4.65	0.74	มากที่สุด
แนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมนักเรียนในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 7 องค์ประกอบ												
1.การเฝ้าระวังติดตาม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของนักเรียน	3.70	0.75	มาก	3.69	0.75	มาก	3.50	0.78	มาก	3.24	0.78	ปานกลาง
2.จัดกิจกรรมส่งเสริม การใช้สื่อสังคมออนไลน์	4.32	0.75	มาก	4.48	0.79	มาก	4.45	0.72	มาก	4.67	0.74	มากที่สุด
3.การจัดการเรียนรู้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลาย	3.95	0.68	มาก	3.85	0.60	มาก	3.95	0.66	มาก	3.95	0.68	มาก
4.การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ปกครอง ชุมชน และองค์กรต่างๆ	4.10	0.95	มาก	4.20	0.65	มาก	4.25	0.85	มาก	4.10	0.85	มาก
5.การนำนักเรียนศึกษา ดูงาน	4.10	0.69	มาก	4.25	0.79	มาก	4.17	0.74	มาก	4.85	0.65	มากที่สุด
6.มีศูนย์กลางโดยการจัด บุคลากรเฉพาะงานให้ รับผิดชอบโดยตรง	3.85	0.79	มาก	3.64	0.72	มาก	3.50	0.78	มาก	3.24	0.78	ปานกลาง
7.กำหนดนโยบายและระบุ หน้าที่อย่างชัดเจน	4.17	0.74	มาก	4.40	0.79	มาก	4.40	0.72	มาก	4.67	0.74	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.02	0.75	มาก	4.06	0.73	มาก	4.06	0.74	มาก	4.10	0.75	มาก

จากตาราง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินทุกหัวข้อได้รับการประเมินในระดับมาก ถึงมากที่สุด หมายความว่ากลยุทธ์เหล่านี้มีความเหมาะสม ใช้ได้จริง ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ ด้านที่เด่นชัดที่สุดคือ การคุกคาม ข่มขู่ ติดตาม ก่อวิน ด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือ การโต้เถียง ปะทะคารม ยั่วยุ การนินทาหรือด่าทอ แนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมนักเรียนในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านที่เด่นชัดที่สุด คือ กำหนด นโยบายและระบุหน้าที่อย่างชัดเจน กำหนดนโยบายและระบุหน้าที่อย่างชัดเจน ด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือ



รูปที่ 3 โมเดลแสดงกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

Cssmd Model เป็นโมเดลที่ออกแบบมาเพื่อ สร้างความปลอดภัยไซเบอร์ของนักเรียน ใช้แนวทางแบบองค์รวม ครอบคลุม การเฝ้าระวัง → การป้องกัน → การจัดการปัญหา → การสร้างความร่วมมือ เชื่อมโยงทั้ง นักเรียน ครู ผู้ปกครอง ชุมชน และองค์กรต่างๆ ในการดูแล เป้าหมายหลักคือการทำให้นักเรียนใช้สื่อออนไลน์อย่างปลอดภัย มีทักษะรู้เท่าทัน และมีภูมิคุ้มกันทางดิจิทัล

สรุปและอภิปรายผล

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษาผลการวิจัยได้ดังนี้

งานวิจัยนี้พบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา พบว่าองค์ประกอบของกลยุทธ์ ประกอบด้วย 12 องค์ประกอบหลัก และ 84 องค์ประกอบย่อย ตรงกับ (Bauman, 2014, p. 99) ได้จัดแบ่งประเภทการกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ไว้ 7 ประเภท ดังนี้ การโต้เถียงอย่างรุนแรง การคุกคาม หรือโทรศัพท์มือถือมีลักษณะคล้ายกับการคุกคาม การหมิ่นประมาท การปลอมตัว การเผยแพร่และการล่อลวงให้เปิดเผยข้อมูล การกีดกันทางสังคม การเฝ้าติดตามทางไซเบอร์ สอดคล้องกับ (Gordon, 2019, p. 68) กล่าวว่า ลักษณะการกลั่นแกล้งรังแกแบ่งเป็น

6 ลักษณะ ดังต่อไปนี้ 1. การกลั่นแกล้งรังแกทางร่างกาย 2. การกลั่นแกล้งรังแกโดยคำพูด 3. การคุกคามในเชิงสัมพันธ์ภาพ 4. การกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ 5. การกลั่นแกล้งทางเพศ 6. การกลั่นแกล้งโดยอคติและนการรณ อาชาเพชร (2560, หน้า 15) ได้ศึกษาเรื่อง การรังแกผ่านโลกไซเบอร์ ความรุนแรงที่ต้องแก้ไขและนวัตกรรมการจัดการปัญหา พบว่า เยาวชนเป็นกลุ่มที่มีปัญหาการรังแกผ่านโลกไซเบอร์มากที่สุด การอยู่ในวัยที่อารมณ์ไม่คงที่ การใช้เวลากับสื่อสังคมมากไป และลักษณะเฉพาะของการสื่อสาร ในโลกไซเบอร์ที่ทำให้ทุกคนมีสถานะเท่าเทียมกัน รวมทั้งการไม่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่และเวลา เมื่อเกิดปัญหาคนกลุ่มนี้จึงอาจแสดงอารมณ์ที่รุนแรงและใช้วิธีการโพสต์ข้อความทำร้ายผู้อื่น ซึ่งหากผู้ถูกทำร้ายเกิดความโกรธแค้นก็อาจใช้วิธีการเดียวกันรังแกกลับทำให้เกิดวงจรความรุนแรงก่อเป็นผลกระทบด้านต่าง ๆ เช่น ผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจ ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ฯลฯ การป้องกันและแก้ไขปัญหการรังแกผ่านโลกไซเบอร์สามารถทำได้โดยใช้นวัตกรรมที่ก้าวทันปัญหา เช่น การใช้แอปพลิเคชัน ReThink หรือ StopIt! การมีความรู้เท่าทัน และเชี่ยวชาญต่อการใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งการมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย และ พ.ร.บ. การกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ ส่วนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา พบว่าองค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สามารถรวมกันเป็นองค์ประกอบเดียวได้อย่างกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($P\text{-value}=0.866$, $\chi^2=3297.970$, $df=3389$, $\chi^2/df=0.973$, $CFI=1.000$, $GFI=0.921$, $AGFI=0.901$, $RMSEA=0.000$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นิจารัตน์ ลิ้มปิ่นเทวินทร์, 2562, หน้า 37-54) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยพยากรณ์ด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ด้านพฤติกรรมความเสี่ยงต่อการโดนโจรกรรมข้อมูลและด้านความรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของกลุ่ม Generation Y พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีพฤติกรรมชอบโพสต์ข้อมูลส่วนตัวลงสื่อสังคมออนไลน์และมีพฤติกรรมชอบส่งและแชร์ข้อมูลส่วนตัวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีช่วงเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดตั้งแต่ 19:00 - 23:59 น. ด้านความสัมพันธ์ พบว่า ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านตัวแปรพยากรณ์มีเพียงสองตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์และความรู้เท่าทันสื่อเท่านั้นที่สามารถใช้พยากรณ์ร่วมกันได้กับความปลอดภัยทางไซเบอร์ ทั้งนี้ (สุริษภู่ เกียรติธนะกุล, 2565, หน้า 126-135) ได้ศึกษา การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการภัยคุกคามรูปแบบใหม่ของโรงเรียน มัธยมศึกษา ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พบว่า 1. กลยุทธ์การบริหารจัดการภัยคุกคามรูปแบบใหม่ของโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์หลัก 10 กลยุทธ์รอง และ 72 วิธีดำเนินการ 2. ผลการประเมินกลยุทธ์ในภาพรวมมีความเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความเป็นไปได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3. ผลการทดลองใช้กลยุทธ์พบว่ามีความสมบูรณ์สามารถนำไป ประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภัยคุกคามรูปแบบใหม่ของโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกได้

สำหรับประเมินกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา พบว่า กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย 12 องค์ประกอบหลัก ผลการประเมินกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา พบว่า มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ มีความถูกต้อง และมีประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ (จันทร์จิรา บุญมี ทิพย์พัฒน์ สันตะวัน และนันทิยา น้อยจันทร์, 2564, หน้า 27-40) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า 1) สภาพที่เป็นจุดแข็งสูงสุดคือ ด้านโครงสร้างและนโยบาย จุดอ่อนสูงสุดคือ ด้านบุคลากร โอกาสสูงสุดคือ ด้านสังคม วัฒนธรรม อุปสรรคสูงสุดคือ ด้านเทคโนโลยี สภาพการบริหารแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) กลยุทธ์การบริหารแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ที่ได้ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 2.1) ส่งเสริมการจัดการระบบข้อมูล

สารสนเทศ 2.2) ส่งเสริมความสามารถในการนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ 2.3) สนับสนุนกระบวนการติดตามประเมินผล ทบทวน และการนำผลการปฏิบัติงานไปใช้ 2.4) พัฒนาความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการสนับสนุนทรัพยากร เพื่อการบริหาร 2.5) พัฒนาความรู้ และทักษะ เรื่องระบบการบริหารแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย 2.6) พัฒนาการจัดทำแผนกลยุทธ์ของสถานศึกษาให้มีคุณภาพ และ 3) ผลการประเมินกลยุทธ์การบริหารแบบมุ่งเน้น ผลสัมฤทธิ์ ของสถานศึกษา พบว่า กลยุทธ์ที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ และวิทวัส สุขชีพ และจรัญ แสนราช (2556, หน้า 34) ได้ศึกษาเรื่อง การตระหนักรู้ ถึงภัยคุกคามและอาชญากรรมไซเบอร์ของผู้ใช้งาน ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ผู้ใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในสถานศึกษา จังหวัดสุรินทร์ มีประสบการณ์เกี่ยวกับภัยคุกคาม และอาชญากรรมทางไซเบอร์อยู่ในระดับน้อย และมีความรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามและอาชญากรรมทางไซเบอร์ อยู่ในระดับน้อย และมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามและอาชญากรรมทางไซเบอร์ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า อายุ และประสบการณ์ทำงานที่ต่างกันจะมีระดับความตระหนักรู้ ด้านถึงภัยคุกคามและอาชญากรรมไซเบอร์ที่แตกต่างกัน และผู้ใช้งานที่มีประสบการณ์ และมีความรู้เกี่ยวกับภัยคุกคาม และอาชญากรรมไซเบอร์ในระดับมากจะมีความตระหนักถึงภัยคุกคามและอาชญากรรมไซเบอร์ในระดับมากขึ้นกัน โดยผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในออกแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมเพื่อป้องกันภัยคุกคามและอาชญากรรมไซเบอร์ ที่สอดคล้องเหมาะสมกับปัจจุบัน ตามรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้ผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในสถานศึกษารู้เท่าทันและป้องกันตนเองได้ก่อนที่จะเกิดความไม่ปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินจากภัย และอาชญากรรมไซเบอร์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สถานศึกษาควรจัดทำแผนเสริมสร้างความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์และดำเนินการอย่างต่อเนื่องสำหรับครู และบุคลากร โดยควรเน้นการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้แพลตฟอร์ม ออนไลน์ และเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับนักเรียนและบริบทของสถานศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของนักเรียน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) สถานศึกษาควรส่งเสริมครู บุคลากรและนักเรียน ให้พัฒนาความรู้และทักษะด้านความปลอดภัย ทางเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง จนสามารถเป็นต้นแบบในการใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัยและสนับสนุน บุคลากรให้ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง

2) สถานศึกษาควรพัฒนาแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลด้านความปลอดภัยในการใช้งานให้กับบุคลากร ควรจัดทำแผนการพัฒนาทักษะดิจิทัลด้านความปลอดภัยในการใช้งานอย่างต่อเนื่องสำหรับครูและบุคลากร โดยควรเน้น การอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ และเครื่องมือดิจิทัล ที่เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเรียนการสอนและเสริมสร้าง ความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาประสิทธิภาพของกลยุทธ์ในสถานการณ์จริง ควรมีการวิจัยเพื่อทดสอบประสิทธิภาพ ของกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นในสถานศึกษาจริง โดยใช้รูปแบบ การวิจัยเชิงทดลองหรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อประเมินผล กระทบของกลยุทธ์ต่อการลดลงของปัญหาความไม่ปลอดภัยทางไซเบอร์การเพิ่มขึ้นของความตระหนักรู้ของนักเรียน

และความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง การศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุงของ กลยุทธ์รวมถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการนำ กลยุทธ์ไปใช้

2) การศึกษาเปรียบเทียบในบริบทที่แตกต่างกัน ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ในสถานศึกษาที่มีบริบทแตกต่างกัน เช่น โรงเรียนใน เขตเมืองและชนบท โรงเรียนขนาดใหญ่และขนาดเล็ก หรือโรงเรียนที่มีระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน การศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้ทราบถึงความเหมาะสมของกลยุทธ์ในบริบทต่างๆ และ แนวทางการปรับใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์เฉพาะ

3) การศึกษาผลกระทบระยะยาว ควรมีการศึกษาติดตามผลกระทบระยะยาวของการใช้กลยุทธ์ต่อพฤติกรรม และทัศนคติของนักเรียนเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้ทราบถึงความยั่งยืนของผลกระทบและความจำเป็นในการปรับปรุงหรือพัฒนากลยุทธ์เพิ่มเติม

4) การศึกษาการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีสนับสนุน ควรมีการวิจัยและพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีที่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ เช่น ระบบการติดตามและเฝ้าระวังออนไลน์ แอปพลิเคชัน สำหรับการรายงานปัญหา หรือเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงทางไซเบอร์ การพัฒนาเครื่องมือเหล่านี้ จะช่วยให้การดำเนินงานตาม กลยุทธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์จิรา บุญมี, ทิพย์พัฒน์ สันตะวัน, & นันทิยา น้อยจันทร์. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารแบบมุ่งเน้น ผลสัมฤทธิ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารสังคมศาสตร์ และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(2), 27-40.
- ณิชาธิม ลิ้มปิ่นเทวินทร์. (2562). ปัจจัยพยากรณ์ด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ด้านพฤติกรรมความเสี่ยง ต่อการโดนโจรกรรมข้อมูลและด้านความรู้เท่าทันสื่อกับความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ของกลุ่ม Generation Y. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิติ*, 6(1), 37-54.
- นภาพร อาษาเพชร. (2560). การรังแกผ่านโลกไซเบอร์ ความรุนแรงที่ต้องแก้ไข และนวัตกรรมการจัดการปัญหา. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 1(9), 100-106.
- ทัน ไทงาม, และคณะ. (2560). องค์ประกอบของการบริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะครูในโรงเรียน สังกัดสำนัก บริหารงานการศึกษาพิเศษ กลุ่มภาคกลางและภาคตะวันออก. *Veridian e-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 1(10), 519-532.
- วรางคณา ผลประเสริฐ. (2565). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการบริหาร: หน่วยที่ 1*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สืบค้น 3 สิงหาคม 2568, จาก <https://www.stou.ac.th/Schools/Shs/upload/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%201.pdf>
- วิทวัส สุขชีพ, & จริญญา แสนราช. (2556). พฤติกรรมการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 8(1), 1-12.
- ศูนย์ประสานงานความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ. (2566). *รายงานภาพรวมสถานการณ์ภัยคุกคามไซเบอร์ประเทศไทย ประจำปี 2566*. สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. กรุงเทพมหานคร: พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2563). *รายงานการศึกษาเกี่ยวกับการรับมือการถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์* (น. 59). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ.
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, & สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). *รายงานสถานการณ์ดิจิทัลประเทศไทย ปี 2565*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุรศิษฐ์ เกียรติชนะกุล. (2565). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการภัยคุกคามรูปแบบใหม่ของโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สัมมา รณิธย์. (2560). *การบริหารการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิษฐา ทักษานนตรียะ. (2565). การพัฒนาแบบวัดความรู้การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Bauman, S. (2014). *Cyberbullying: What counselors need to know*. John Wiley & Sons.
- Coulter, M. (2005). *Strategic management in action*. New Jersey: Pearson Education.
- Gordon, S. (2019, October 31). 6 types of bullying every parent should know about. Verywell Family.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Livingstone, S., & Smith, P. K. (2014). Annual research review: Harms experienced by child users of online and mobile technologies: The nature, prevalence and management of sexual and aggressive risks in the digital age. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 55(6), 635–654.
- Lee, Y., & Park, R. (2021). A study on the factors influencing the social exclusion of youth. *Korean Journal of Social Welfare*, 73(3), 91-121.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2019). *Strategic management and business policy* (15th ed.). Pearson Education.

นวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ในพื้นที่ภาคตะวันตก

Innovative Service Quality Management for Pet-Friendly Hotels in Western Thailand

สาวิตรี ใจแจ้ง¹ กาญจนา พันธุ์เอี่ยม² และชัยฤทธิ์ ทองรอด³

Sawittree Jaijaeng¹, Kanjana Punoiam² and Chairit Thongrawd³

¹นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรการจัดการคุณภาพบัณฑิต (นวัตกรรมการจัดการ) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{2,3}อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการคุณภาพบัณฑิต (นวัตกรรมการจัดการ) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹Doctor of Management (Management Innovation), College of Innovation Management, Rajamangala University
of Technology Rattanakosin

^{2,3}Lecturer of the Doctor of Management (Management Innovation), College of Innovation Management,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: Sawittree.jai@mutar.ac.th¹, Kanjana.pun@mutr.ac.th² and drchairit@hotmail.com³

Received: Jul. 31, 2025; Revised: Sep. 19, 2024; Accepted: Sep. 25, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพรรณนาปัญหาและอุปสรรคของการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก 2) เพื่อวิเคราะห์การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก เป็นการศึกษาแบบเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากผู้ให้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง จำนวน 12 ราย และผู้ให้บริการ จำนวน 10 ราย ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระโดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง ด้วยวิธีการกำหนดคุณสมบัติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการคุณภาพการบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการและทำให้มาตรฐานไม่สม่ำเสมอ ทั้งปัญหาด้านสุขอนามัยและการจัดการมูลฝอยผลกระทบต่อสภาพลักษณะหากขาดระบบรองรับที่ชัดเจน ข้อจำกัดด้านบุคลากร ระบบ และพื้นที่ 2) การจัดการคุณภาพบริการสร้างสมดุลระหว่างมาตรฐานสุขอนามัย ความปลอดภัย และความพึงพอใจ แม้กฎหมายยังไม่มีข้อบังคับที่ชัดเจน แต่โรงแรมต่าง ๆ ใช้วิธีการออกนโยบายภายในเพื่อกำกับดูแล เช่น การแบ่งโซนสัตว์เลี้ยง และการทำความสะอาดเชิงลึก ทั้งนี้การสร้างที่น่าเชื่อถือและภาพลักษณ์มักเชื่อมโยงกับความจริงใจ ความโปร่งใส และการให้บริการที่ยืดหยุ่นซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ 3) รูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองความคาดหวัง คุณภาพการบริการชี้ให้เห็นว่าการรู้จักและเข้าใจ และ ความเชื่อมั่นในบริการคือมิติสำคัญ ขณะที่การบูรณาการกับกรอบ 7S ของแมคคินซีสะท้อนว่า ค่านิยมร่วมและกลยุทธ์ภายในองค์กรเป็นกลไกหลักในการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและปลอดภัย งานวิจัยนี้เสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการแบบบูรณาการประกอบด้วยสามแกนหลัก ได้แก่ นวัตกรรมเชิงความน่าเชื่อถือ นวัตกรรมเชิงประสบการณ์ และนวัตกรรมเชิงระบบ ซึ่งเชื่อมโยงและเกื้อกูลกันภายใต้ค่านิยมว่าสัตว์เลี้ยงคือสมาชิกครอบครัว อันเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างคุณภาพการบริการที่โดดเด่นและยั่งยืนของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง รูปแบบนวัตกรรม

Abstract

This research article has three main objectives: (1) to describe the problems and obstacles in managing service quality in pet-friendly hotels in the western region of Thailand; (2) to analyze service quality management practices in these hotels; and (3) to propose an innovative model for managing service quality in pet-friendly hotels in the western region. The study employed a qualitative research design using in-depth interviews with 22 key informants, including 12 hotel users and 10 service providers. Data were collected through a semi-structured interview form and analyzed using thematic analysis. Purposive sampling was applied based on predetermined criteria to ensure the suitability of participants.

The research found three key results. First, problems and obstacles in service quality management undermine customer confidence and result in inconsistent standards. In particular, hygiene and waste management issues negatively affect hotel image when clear support systems are lacking. Constraints in personnel, systems, and physical space further challenge long-term sustainability and quality differentiation. Second, service quality management requires balancing hygiene, safety, and customer satisfaction. In the absence of clear regulations, hotels adopt internal policies—such as pet zoning and deep cleaning to maintain standards. Building trust and reputation is strongly associated with sincerity, transparency, and flexible service delivery, which in turn foster customer confidence and repeat patronage. Third, innovative service quality management models are needed to meet customer expectations. Analysis through the SERVQUAL framework highlights empathy and assurance as crucial dimensions, while integration with McKinsey's 7S framework emphasizes shared values and internal strategies as key mechanisms for creating differentiated and safe customer experiences. The study proposes an Integrated Service Quality Innovation Model comprising three interrelated pillars: credibility-oriented innovation, experience-oriented innovation, and system-oriented innovation. These pillars are mutually supportive and grounded in the shared value that pets are family members, serving as the foundation for outstanding and sustainable service quality in pet-friendly hotels.

Keywords: Service quality, Pet-friendly hotels, Innovation model

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เป็นอุตสาหกรรมบริการสำคัญที่สามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้เป็นจำนวนมาก สถานการณ์การท่องเที่ยวปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น ชาวไทยและชาวต่างชาติทยอยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566, หน้า 41) ธุรกิจโรงแรมถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมบริการผู้ประกอบการมีการปรับปรุง วางแนวทางของโรงแรมให้ดูดีและมีคุณภาพ (โพสดี ทูเดย์, 2566)

ปรากฏการณ์หนึ่งที่โดดเด่นคือกระแสการท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยงเดบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเจ้าของสัตว์เลี้ยงจึงมองหาที่พักที่สามารถมอบประสบการณ์ที่ราบรื่นและตอบสนองทุกความต้องการระหว่างการเดินทาง (Siam, 2023, pp. 225–237) นิเวศธุรกิจและการตลาดใหม่มีโอกาสด้านการตลาดที่ชัดสำหรับผู้ประกอบการที่ปรับตัวได้คือการเดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงกลายเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่กำลังเติบโต ซึ่งผู้ประกอบการสามารถได้เปรียบตรงกับความต้องการ (Marmolejo-Martin et al., 2023, pp. 387-390) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้คาดหวังเพียงการเข้าพักเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ครอบคลุมทั้งเจ้าของและสัตว์เลี้ยง ความต้องการนี้สอดคล้องกับปรากฏการณ์ระดับโลกที่จำนวนครอบครัวที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง

มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Ramos-Ruiz, Aguilar-Rivero, Aja-Valle, and Castaño-Prieto, 2024, pp. 1–15) ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับบริการให้ตอบสนองทั้งในด้านความสะดวก ความปลอดภัย และการสร้างความทรงจำเชิงบวก นอกจากนี้ การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงยังกลายเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเสริมความพึงพอใจ ความภักดี และการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Hoy, Stangl, and Morgan, 2023, pp. 784–812)

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวร่วมกับสัตว์เลี้ยงก่อให้เกิดทั้งผลดีและข้อจำกัด ด้านหนึ่ง หากโรงแรมสามารถตอบสนองความคาดหวังได้ ก็จะสร้างความพึงพอใจ กระตุ้นการบอกต่อ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Çevrimkaya and Zengin, 2023, pp. 61–72) แต่ในอีกด้านหนึ่ง การเข้าพักร่วมสัตว์เลี้ยงอาจเพิ่มภาระต้นทุนด้านสุขอนามัย และการบำรุงรักษา ตลอดจนความไม่สะดวกต่อผู้เข้าพักรายอื่น (Koufodontis and Melissourgou, 2024) ประเด็นดังกล่าวสะท้อนความซับซ้อนของการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งต้องคำนึงถึงทั้งผู้ใช้บริการที่มีสัตว์เลี้ยงและผู้ให้บริการทั่วไปควบคู่กันเน้นมิติสำคัญของคุณภาพบริการ (Ezeh, Okeke, & Nkamnebe, 2022, pp. 2542–2562) สอดคล้องกับ มิติความเชื่อมั่นและความเอาใจใส่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความภักดีของลูกค้า (Kanyama, Nurittamont, and Siripipatthanakul, 2022, pp. 1–20) ขณะเดียวกัน กรอบ McKinsey 7S ช่วยสะท้อนมิติภายในขององค์กร ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกบริหารที่เชื่อมโยงกับความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างรอบด้าน (Kim et al., 2025, pp. 2366–2370)

เมื่อบูรณาการคุณภาพบริการและการบริหารจัดการ 7S McKinsey จะช่วยให้สามารถอธิบายทั้งประสบการณ์ของลูกค้าและโครงสร้างการจัดการขององค์กรควบคู่กันไป อีกทั้งยังสะท้อนถึงการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่สัตว์เลี้ยงถูกมองในฐานะสมาชิกครอบครัว (Moral-Cuadra et al., 2025, pp. 127–141) ที่ช่วยให้เข้าใจปัญหาเชิงลึกและสามารถออกแบบกลยุทธ์การจัดการที่ตอบสนองความคาดหวังและการบริหารจัดการจริงได้

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาและนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก โดยบูรณาการกรอบแนวคิดคุณภาพบริการ และการบริหารจัดการ 7S McKinsey เข้าด้วยกัน ในการวิเคราะห์ปัญหา อธิบายกลไกการจัดการ และสร้างแบบจำลองเชิงนวัตกรรม ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมเข้าใจปัญหาเชิงโครงสร้างและประสบการณ์ลูกค้าอย่างรอบด้าน สามารถกำหนดกลยุทธ์พัฒนาระบบ และเสริมสร้างคุณภาพบริการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ อันจะนำไปสู่ การสร้างความพึงพอใจ ความภักดี และความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพรรณนาปัญหาและอุปสรรคของการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก
2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง โดยวิเคราะห์ความสอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการได้รับตลอดจนการรับรู้คุณภาพการบริการโดยตรง ทั้งนี้ทำให้สามารถมองเห็นทั้งภาพรวมของเส้นทางประสบการณ์ลูกค้าและผลการประเมินคุณภาพบริการจากมุมมองผู้ใช้บริการ

1) ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) เป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการประเมินคุณภาพของการให้บริการ โดยพิจารณาจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้บริโภคมีต่อบริการกับประสบการณ์ที่ได้รับจริง ซึ่งจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985, pp. 41-50) ประกอบด้วยมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเชื่อมั่น (Assurance) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) องค์ประกอบที่เป็น

รูปธรรม (Tangibles) และการตอบสนอง (Responsiveness) การประยุกต์ใช้มิติทั้งห้าในการพัฒนาและประเมินคุณภาพบริการ จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในบริบทที่ผู้บริโภคมีทางเลือกจำนวนมาก และมีแนวโน้มเปลี่ยนพฤติกรรมตามประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Baumann et al. (2017, pp. 62–74) ที่ชี้ว่า การให้บริการที่มีคุณภาพจะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจ กระตุ้นความภักดี และส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้คุณภาพการบริการที่รับรู้ของผู้เข้าพักในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง โดยมุ่งเน้นการสะท้อนประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการได้รับจริงในแต่ละมิติของการบริการ เปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง เพื่อสะท้อนประสบการณ์ของลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัสบริการ (Service Touchpoints) และชี้ให้เห็นระดับคุณภาพบริการที่ลูกค้ารับรู้

2) แนวคิดบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซี เป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและความสอดคล้องในทุกด้านขององค์กรประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 7 ประการ (Waterman, Peters, and Phillips, 1980, pp. 14-26) ได้แก่ โครงสร้าง (Structure), กลยุทธ์ (Strategy), ระบบ (Systems), ทักษะ (Skills), พนักงาน (Staff), สไตล์การบริหาร (Style), และค่านิยม (Shared Values) ช่วยให้สามารถวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ขององค์กรได้อย่างครบถ้วนปรับให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดและสภาพแวดล้อมธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งด้วยค่านิยมที่ชัดเจนสนับสนุนกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร ตรวจสอบความสอดคล้องกับคุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ ซึ่งช่วยให้สามารถระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และกำหนดแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมจัดการคุณภาพการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าพักได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรม

ในมิติของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเฉพาะเจาะจงแตกต่างจากผู้เข้าพักทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดและความปลอดภัยของพื้นที่ การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะ การกำหนดนโยบายที่ยืดหยุ่น หรือการสนับสนุนกิจกรรมร่วม สิ่งเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ อีกทั้งยังเพิ่มความเต็มใจในการยอมจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูงขึ้น (Kim et al., 2025, pp. 2366–2370) ที่สำคัญตลาดบริการที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพในการสร้างรายได้สูงจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ยินดีจ่ายเพื่อบริการที่ตรงใจและมีคุณค่าเชิงอารมณ์ (Buhalis & Chan, 2023, pp. 4224–4234) ดังนั้น การบริหารจัดการโดยใช้แนวคิด 7S ร่วมกับการตอบสนองความคาดหวังเฉพาะกลุ่มจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการและสร้างความยั่งยืนให้กับโรงแรมในระยะยาว

ดังนั้นการวิเคราะห์ประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับควบคู่กับการรับรู้คุณภาพบริการช่วยให้เห็นภาพรวมของเส้นทางประสบการณ์ลูกค้าได้อย่างชัดเจน โดยแต่ละจุดสัมผัส (Touchpoint) ตั้งแต่ก่อนเข้าพัก ระหว่างเข้าพัก ไปจนถึงหลังการให้บริการ ล้วนสะท้อนคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้จริง ๆ ซึ่งประสบการณ์เชิงบวกส่งผลโดยตรงต่อความภักดีและการรับรู้คุณภาพเหนือความคาดหวัง (Jaakkola & Terho, 2021, pp. 1–17) การบูรณาการมุมมองดังกล่าวเข้ากับกรอบ 7S ของแมคคินซีช่วยให้องค์กรเข้าใจทั้งมุมมองลูกค้าและกลไกภายในไปพร้อมกัน อันจะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมจัดการบริการที่มีความยั่งยืน สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าและบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างสมดุล

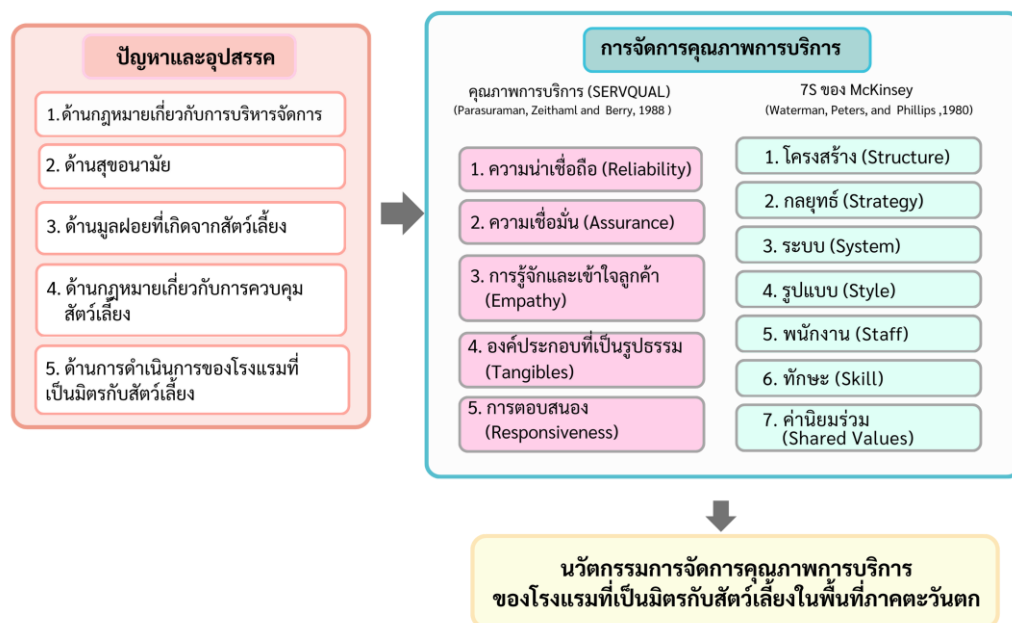
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษานวัตกรรมจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก โดยศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ ทฤษฎีคุณภาพการบริการและ แนวคิดการบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซี เชื่อมโยงเข้าด้วยกันจะทำให้การวิเคราะห์ครอบคลุมทั้งมุมมองลูกค้าและมุมมององค์กร

ในด้านคุณภาพบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985, pp. 41-50) อธิบายคุณภาพการบริการผ่าน 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น การรู้จักและเข้าใจ องค์กรประกอบที่เป็นรูปธรรม และการตอบสนอง โดยมุ่งสะท้อน ประสบการณ์ของลูกค้า ในแต่ละจุดสัมผัสบริการ และเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังไว้กับสิ่งที่ได้รับจริง เพื่อสะท้อนถึงระดับคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้

ในด้านแนวคิดการบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซี (Waterman, Peters, & Phillips, 1980, pp. 14–26) เน้นองค์ประกอบภายในองค์กร 7 ประการ ได้แก่ โครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ระบบงาน (Systems) รูปแบบการบริหาร (Style) บุคลากร (Staff) ทักษะ (Skills) และ ค่านิยมร่วม (Shared Values) ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสนับสนุนให้การส่งมอบคุณภาพบริการเกิดขึ้นจริงอย่างมีมาตรฐานและต่อเนื่อง

การเชื่อมโยงสองกรอบนี้ทำให้การวิเคราะห์สะท้อนทั้ง มุมมองภายนอกที่สะท้อนจากประสบการณ์ และคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ และมุมมองภายในที่สะท้อนจากปัจจัยการบริหารจัดการภายในองค์กร ซึ่งช่วยให้เห็นชัดเจนว่าคุณภาพบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงเกิดจากทั้งการรับรู้ของลูกค้าและการจัดการภายในองค์กรอย่างสอดคล้องกัน และนำไปสู่การพัฒนาวัฒนธรรมการจัดการคุณภาพการบริการที่ยั่งยืน



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดและการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพรรณนาปัญหาและอุปสรรค 2) วิเคราะห์การจัดการ และ 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงที่ใช้บริการไม่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าพักพร้อมสัตว์เลี้ยงและสามารถสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ได้รับจำนวน 12 ราย 2) ผู้ให้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ได้แก่ ผู้ประกอบการ หรือ ผู้บริหารสถานประกอบการ ผู้จัดการที่มีบทบาทด้านการบริหารจัดการด้านบริการและนวัตกรรมของโรงแรม จำนวน 10 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง ด้วยวิธีการกำหนดคุณสมบัติ

2. พื้นที่การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในเขตพื้นที่ภาคตะวันตก ประกอบด้วย 2 จังหวัด ได้แก่ เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากทั้งสองจังหวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่มีศักยภาพสูงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มการขยายตัวของกลุ่มลูกค้าที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น

3. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ครอบคลุมคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการจัดการ และนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก รวมทั้งใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเป็นทางการ (Formal In-depth Interview) ในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ 2) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) 3) การค้นคว้าผ่านเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาผ่านเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นยังศึกษาผ่านเว็บไซต์ ผลงานทางวิชาการ งานวิจัย และงานศึกษาต่าง ๆ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) รวบรวมข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ข้อมูลถูกวิเคราะห์ผ่านการสกัดประเด็นสำคัญที่พบ เพื่อสะท้อนความหมายของเนื้อหา ความรู้สึก และหาประเด็นที่ต้องการคำอธิบายเพิ่ม สังเคราะห์ความหมาย และจัดเรียงเนื้อหาให้สะท้อนประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลอย่างลึกซึ้ง

ผลการวิจัย

1. วรรณยาปัญหาและอุปสรรคของการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก

ด้านกฎหมายเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการจัดการคุณภาพบริการ เนื่องจากความไม่ชัดเจนสร้างความไม่มั่นใจทั้งก่อนและระหว่างการเข้าพัก โรงแรมใหญ่มีศักยภาพวางมาตรฐานใกล้เคียงสากล แต่โรงแรมเล็กมักดำเนินงานอย่างยืดหยุ่นและไม่เป็นระบบ ทำให้บริการขาดความสม่ำเสมอ ทั้งสองฝ่ายสะท้อนตรงกันว่า ความไม่ชัดเจนของกฎหมายบั่นทอนความเชื่อมั่น ขณะที่กรอบกฎหมายที่ชัดเจนจะช่วยสร้างเสถียรภาพและยกระดับคุณภาพบริการในระยะยาว ทั้งนี้ด้านการจัดการมูลฝอยจากสัตว์เลี้ยงและสุขอนามัยถูกมองว่าเป็นหัวใจสำคัญ เพราะผู้ใช้บริการคาดหวังความสะอาดที่สัมผัสได้จริง ขณะที่ผู้ให้บริการเผชิญภาระต้นทุนและงานดูแลสูงชัน จำเป็นต้องใช้มาตรการเข้มข้น เช่น ห้องพักสะอาด สวมหน้ากากที่ได้รับการดูแล และถึงขยะเฉพาะสัตว์เลี้ยง โรงแรมขนาดใหญ่สามารถลงทุนระบบมาตรฐานสากล อาศัยความใส่ใจของบุคลากรจัดการที่สมดุลระหว่างความเข้มงวดกับบรรยากาศที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง

ด้านกฎหมายควบคุมสัตว์เลี้ยง ผู้ใช้บริการคาดหวังกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนและสื่อสารตั้งแต่ขั้นตอนการจองถึงการเช็คอิน เช่น การใส่สายจูง การห้ามเข้าพื้นที่เฉพาะ และการแบ่งโซน เพื่อสร้างความมั่นใจ โดยเน้นความร่วมมือจากเจ้าของสัตว์เลี้ยง ไม่ใช่ภาระของโรงแรมฝ่ายเดียว ผู้ประกอบการกำหนดนโยบายสัตว์เลี้ยงภายในด้วยโครงสร้างระบบ และการตรวจสอบ พร้อมทั้งใช้การสื่อสารที่ยืดหยุ่นและเป็นมิตร เช่น การรับฝากสัตว์เลี้ยงหรือป้ายแนะนำกฎเกณฑ์ที่ออกแบบด้วยความเข้าใจทำให้คุณภาพบริการและความเชื่อมั่นของลูกค้าได้รับการยกระดับอย่างแท้จริง

กล่าวโดยสรุป การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตกพบว่าอุปสรรคสำคัญคือ ความไม่ชัดเจนของกฎหมายและมาตรฐานกลาง ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความสม่ำเสมอของบริการ ขณะเดียวกัน สุขอนามัย มาตรการที่โปร่งใส และบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้าน ถูกยืนยันว่าเป็นเงื่อนไขหลักที่กำหนดคุณภาพบริการและความไว้วางใจของผู้เข้าพัก โรงแรมที่สามารถบูรณาการ นโยบาย ระบบ และบุคลากร

เข้าด้วยกันอย่างสมดุล จะสามารถส่งมอบคุณภาพที่ทั้งตรวจสอบได้และยืดหยุ่นต่อสถานการณ์จริง อันนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ ความภักดี และความยั่งยืนในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม

2. การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงครอบคลุม ตั้งแต่กระบวนการก่อนเข้าพัก ระหว่างเข้าพักไปจนถึงหลังการเข้าพัก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนกำหนดการรับรู้คุณภาพ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการ

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ โดยคาดหวังมาตรฐานบริการที่สม่ำเสมอ ความโปร่งใสของข้อมูล และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว เช่น การสื่อสารเงื่อนไขการเข้าพัก การแยกโซนสัตว์เลี้ยง และการทำความสะอาดเชิงลึก ส่วน ความเชื่อมั่น สะท้อนผ่านทัศนคติและทักษะของพนักงานที่รักสัตว์เลี้ยง การสื่อสารสุภาพ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และบรรยากาศที่ปลอดภัย ผู้ใช้บริการมองว่ารายละเอียดเล็กน้อย เช่น การดูแลเป็นรายบุคคลหรือการต้อนรับด้วยความอบอุ่น มีผลต่อการเกิดความไว้วางใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ในด้านการรู้จักและเข้าใจ (Empathy) พบว่าโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงต้องตอบสนองทั้งเจ้าของและสัตว์ เลี้ยงในฐานะสมาชิกครอบครัวซึ่งสะท้อนผ่านการใส่ใจรายบุคคล การออกแบบพื้นที่และกิจกรรมร่วม ตลอดจนมาตรการ ป้องกันเหตุไม่คาดคิด ขณะเดียวกันการตอบสนอง (Responsiveness) ถูกเน้นย้ำจากความรวดเร็วและความเต็มใจใน การให้บริการไม่จะเป็นการแก้ปัญหาห้องพัก สุขอนามัย หรือกรณีฉุกเฉิน ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับท่าทีที่สุภาพ และการสื่อสารที่ชัดเจนทันเวลา

ด้านองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) ผู้ใช้บริการคาดหวังห้องพักที่สะอาดและปลอดภัย รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง เช่น ขามน้ำ ถังเก็บมูล จุดล้างเท้า หรือสนามหญ้า โดยมองว่ารายละเอียดเล็กน้อยเหล่านี้ สะท้อนถึงความใส่ใจและมาตรฐานการบริการที่ตรวจสอบได้จริง

เมื่อพิจารณาในระดับโครงสร้าง พบว่าผู้ให้บริการคาดหวังโครงสร้างที่ชัดเจนแต่ยืดหยุ่นครอบคลุมขั้นตอน เฉพาะสำหรับผู้เข้าพักที่มีสัตว์เลี้ยง โรงแรมขนาดเล็กโดดเด่นด้านความคล่องตัวส่วนโรงแรมขนาดใหญ่เน้นมาตรฐานซ้ำได้ ขณะที่ด้านกลยุทธ์ผู้ประกอบการใช้การจัดโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยง การสร้างสิทธิพิเศษ และการสื่อสาร ผ่านประสบการณ์จริงเพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว

ในด้านระบบการจัดการ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความโปร่งใสตั้งแต่ขั้นตอนการจอง เงื่อนไขการเข้าพัก และมาตรการด้านสุขอนามัย โรงแรมบางแห่งเริ่มใช้เทคโนโลยี เช่น แบบฟอร์มข้อมูลสัตว์เลี้ยงหรือแชทบอตสำหรับการ สื่อสาร ขณะที่รูปแบบการบริหารที่ผู้ให้บริการคาดหวังคือความเป็นมิตร โปร่งใส และยืดหยุ่น โดยให้ความสำคัญ กับการสื่อสารกฎเกณฑ์ที่จริงใจและการปรับตัวตามสถานการณ์

ด้านบุคลากรและทักษะ ผู้ใช้บริการเห็นว่าพนักงานต้องมีทั้งทักษะด้านการบริการ การดูแลสัตว์เลี้ยง สุขอนามัย การจัดการข้อขัดแย้ง และทักษะเชิงอารมณ์ เช่น ความอดทนและความเข้าใจหัวใจของคนรักสัตว์ เจตคติ ของพนักงาน เช่น ความเอื้ออาทร ความสุภาพ และความเป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ ผู้ใช้บริการรู้สึกยอมรับและไว้วางใจ

สุดท้าย ในด้านค่านิยมร่วมกัน พบว่าทั้งผู้บริการและผู้ประกอบการต่างยืนยันค่านิยมที่มองว่าสัตว์เลี้ยง คือสมาชิกในครอบครัว โรงแรมที่สะท้อนค่านิยมนี้ผ่านนโยบาย การอบรมบุคลากร และการออกแบบบริการ จะได้รับการยอมรับมากกว่าในฐานะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและประสบการณ์ร่วมของผู้เข้าพัก ทุกกลุ่มการจัดการคุณภาพบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงไม่ได้จำกัดอยู่ที่สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน แต่ครอบคลุมถึงการออกแบบประสบการณ์แบบองค์รวม ตั้งแต่ก่อนเข้าพัก ระหว่างเข้าพัก ไปจนถึงหลังการเข้าพัก ปัจจัยสำคัญคือ ความใส่ใจต่อสัตว์เลี้ยง การบริการเฉพาะบุคคล ความโปร่งใส และความยืดหยุ่น ซึ่งส่งผลโดยตรง ต่อความพึงพอใจ ความภักดี และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

โดยสรุป การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงมีลักษณะเป็นการบูรณาการทั้งมิติ ทางกายภาพ ระบบการบริหารจัดการ และมิติทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการ ภายใต้ค่านิยมร่วมที่มองว่าสัตว์เลี้ยง คือ สมาชิกครอบครัว ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริการให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส การตอบสนอง

ที่ทันท่วงที และการรู้จักเข้าใจในความต้องการทั้งของเจ้าของและสัตว์เลี้ยง ซึ่งทั้งหมดมีบทบาทต่อการสร้างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี อันเป็นเงื่อนไขสำคัญของการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก นอกจากนี้ ยังสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมบริการที่ตอบสนองทั้งด้านฟังก์ชันและด้านอารมณ์ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความยั่งยืนและความแตกต่างทางการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในอนาคต

3. รูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสะท้อนว่านวัตกรรมการจัดการคุณภาพบริการในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงครอบคลุมถึงการสร้างระบบบริการที่บูรณาการทั้งประสบการณ์ของลูกค้าและกลไกภายในองค์กร สามารถจัดออกเป็นสามแกนหลัก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) นวัตกรรมเชิงความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ (Credibility & Assurance) ผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มสะท้อนตรงกันว่า นโยบายที่โปร่งใสและมาตรการที่จับต้องได้จริง เช่น การแจ้งประเภทและขนาดสัตว์เลี้ยงที่อนุญาต หลักฐานการฉีดวัคซีน ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม ข้อจำกัดในการใช้พื้นที่ และการสื่อสารที่ครบถ้วนตั้งแต่ขั้นตอนการจอง การจัดโซนห้องพักสัตว์เลี้ยงแยก การทำความสะอาดใช้อุปกรณ์ฆ่าเชื้อหรืออบโอโซน และการมีถังขยะหรืออุปกรณ์สุขาภิบาล ขณะที่ผู้ประกอบการยอมรับว่ามีต้นทุนสูง แต่ช่วยป้องกันปัญหาระยะยาวและลดข้อร้องเรียน ผู้ใช้บริการให้คุณค่ากับการสื่อสารผลการดำเนินงานที่ชัดเจนซึ่งสร้างความเชื่อมั่นและลดความกังวล

(2) นวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกและประสบการณ์ (Convenience & Experience) ผลการวิจัยชี้ว่าครอบคลุมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อุปกรณ์และพื้นที่เฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น ที่นอน ถ้วยน้ำ ถูเก็บมูล สนามหญ้า หรือโซนเล่นที่ปลอดภัย และการสร้างประสบการณ์ร่วม เช่น จุดถ่ายภาพ กิจกรรมเดินเล่นริมชายหาด หรือคาเฟ่ที่สัตว์เลี้ยงเข้าร่วมได้ ข้อมูลจากผู้ใช้บริการสะท้อนว่า สิ่งเหล่านี้ทำให้รู้สึกที่โรงแรมดูแลทั้งสัตว์เลี้ยงและเจ้าของอย่างรอบด้าน อีกทั้งยังลดความกังวลระหว่างการเข้าพัก ในทำนองเดียวกัน ผู้ประกอบการชี้ว่า การผสมผสานสิ่งอำนวยความสะดวกที่จับต้องได้กับบุคลากรที่เข้าใจและไม่กลัวสัตว์เลี้ยงช่วยให้ผู้เข้าพักรับรู้ถึงความใส่ใจและเกิดความผูกพันเชิงอารมณ์มากกว่าการพักผ่อนทั่วไป

(3) นวัตกรรมเชิงระบบและการบริหารจัดการ (System & Management) เน้นการสื่อสารใกล้ชิดและข้อตกลงร่วมกับผู้ให้บริการมีระบบมาตรฐานที่ตรวจสอบได้ กำหนดโซนสัตว์เลี้ยงแยกจากพื้นที่ทั่วไป การรับมือปัญหาเฉพาะหน้า หรือการมีแผนฉุกเฉินสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วย สร้างสมดุลระหว่างความยืดหยุ่นและระบบมาตรฐานและความต่อเนื่อง ขณะที่บุคลากรคือพลังขับเคลื่อนที่ทำให้ระบบสัมผัสได้จริงในประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป นวัตกรรมทั้งสามแกนถูกหล่อเลี้ยงด้วย ค่านิยมร่วมที่แสดงถึงสัตว์เลี้ยงคือสมาชิกในครอบครัว อีกทั้งยังสะท้อนว่า การจัดการความคาดหวังของผู้ใช้บริการแทรกอยู่ในข้อไม่ว่าจะเป็นการประกาศนโยบายที่ชัดเจนก่อนเข้าพัก การออกแบบประสบการณ์ระหว่างเข้าพัก หรือการจัดการเชิงระบบเพื่อสร้างความมั่นใจหลังการเข้าพัก ผลการวิจัยนี้จึงยืนยันว่าโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงต้องขับเคลื่อนคุณภาพบริการทั้งในมิติรูปธรรมและมิติอารมณ์ เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เข้าพักอย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผล

1. สภาพการณ์ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก

ผลการวิจัยสะท้อนอย่างเด่นชัดว่า ความไม่ชัดเจนของกฎหมายและมาตรฐานกลางเป็นหนึ่งในอุปสรรคหลักของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดที่ระบุชัดเจนเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงไม่ว่าจะเป็นเกณฑ์ด้านการรับสัตว์เลี้ยง ข้อจำกัดด้านความรับผิดชอบ หรือมาตรฐานสุขอนามัย ส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายต้องกำหนดนโยบายขึ้นเอง โดยเฉพาะกลยุทธ์ และโครงสร้างที่สะท้อนว่าการขาดกรอบนโยบายกลางทำให้แต่ละโรงแรมกำหนดมาตรการแตกต่างกัน ทั้งในด้านรูปแบบการบริการและมาตรฐานความปลอดภัย

ส่งผลให้เกิดความไม่สม่ำเสมอและบันทึกมิตินำเชื่อถือของคุณภาพบริการ สอดคล้องกับ Çiki, Tanrıverdi, Çiki, & Uyğun (2025, pp. 1–15) ที่พบว่ากรอบกฎหมายช่วยสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่น และ Wei, Leung, & Xu (2023, pp. 812–824) ที่ยืนยันว่ามาตรการควบคุมพฤติกรรมสัตว์เลี้ยวและสิ่งแวดล้อมเชิงระบบส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ทั้งนี้ในด้านสุขอนามัย ซึ่งทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างเห็นว่าเป็นเงื่อนไขหลักของคุณภาพบริการให้คุณค่ากับสิ่งที่จับต้องได้ สอดคล้องอย่างชัดเจนกับมิตินำเชื่อถือ และองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรม ผู้ใช้บริการเห็นคุณค่ากับสิ่งที่จับต้องได้เช่น ห้องพักที่ปลอดกลิ่นและขนสัตว์ สนามหญ้าที่ดูแลอย่างดี หรือจุดล้างเท้าสัตว์เลี้ยวเป็นหลักฐานที่สร้างความน่าเชื่อถือ ขณะเดียวกันยังเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของระบบ และพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมเฉพาะด้าน สอดคล้องกับงานของ Wei, Leung, & Xu (2023, pp. 812–824) ที่ชี้ว่า ความมั่นใจด้านสุขอนามัยเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่กำหนดความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง ซึ่งมีทิศทางเดียวกับ Çiki, Tanrıverdi, Çiki, & Uyğun (2025, pp.1-15) ที่วิเคราะห์วิธีผู้เข้าพักโรงแรม พบว่าสุขอนามัยและความสะอาดถูกจัดเป็นคุณลักษณะเด่นที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการประเมินคุณภาพของโรงแรม

ในมุมของการบริหารจัดการ โดย Koufodontis and Melissourgou (2024) เสนอว่า สุขอนามัยเป็นองค์ประกอบวิกฤติของความพึงพอใจลูกค้าในโรงแรม หากขาดมาตรการที่ชัดเจนโรงแรมจะไม่สามารถรักษาภาพลักษณ์และไม่นำเชื่อถือในตลาดการท่องเที่ยวได้เลย สอดคล้องกับ Buhalis & Chan (2023, pp. 4217–4237) ที่เสนอว่าการออกแบบบริการที่รองรับทั้งผู้ไม่มีสัตว์เลี้ยงและไม่มีสัตว์เลี้ยง ยังชี้ว่าสุขอนามัยในโรงแรมสัตว์เลี้ยงมีใช้เพียงมาตรการทางกายภาพ แต่เป็นสัญญาณของการเคารพและให้เกียรติต่อทั้งเจ้าของและสัตว์เลี้ยง

การจัดการมูลฝอยจากสัตว์เลี้ยงเป็นหนึ่งในความท้าทายสำคัญแม้หลายแห่งจะกำหนดให้เจ้าของจัดการเองพร้อมถังขยะเฉพาะ เช่น ขาดจุดทิ้งขยะเฉพาะ อีกทั้งยังไม่มีระบบรองรับทรายแมวอย่างเหมาะสมหลายคนจึงเสนอให้มีถุงเก็บมูลฟรี จุดล้างมือ หรือป้ายเตือน เพื่อสร้างบรรยากาศที่สะอาดและสะอาดมากขึ้น ผู้ใช้บริการรับรู้คุณภาพการบริการผ่านสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ถังขยะเฉพาะที่สะอาด การจัดพื้นที่ชัดเจน และพื้นที่ส่วนกลางที่ปราศจากสิ่งปนเปื้อน ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการจัดเก็บที่มีมาตรฐานและการสร้างวินัยร่วมระหว่างพนักงานกับลูกค้า ตลอดจน ค่านิยมร่วมที่มุ่งสร้างพื้นที่สะอาดและปลอดภัย

จะเห็นได้ว่าสัมพันธภาพกับการรู้จักและเข้าใจและการตอบสนอง เพราะการจัดการความหลากหลายของลูกค้าต้องอาศัยทั้งความเข้าใจในความแตกต่าง และการตอบสนองที่รวดเร็ว สะท้อนความสำคัญของรูปแบบการบริหารและค่านิยมร่วม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim et al. (2025, pp. 2359-2380) ที่กล่าวว่าโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงต้องเผชิญความท้าทายจากการบริหารลูกค้าที่มีความหลากหลาย และความเข้าใจของบุคลากรเป็นกุญแจสำคัญในการลดความขัดแย้ง ไม่ต้องการให้โรงแรมจำกัดสัตว์เลี้ยงมากเกินไป ต่างจากงานวิจัยต่างประเทศที่มักชี้ว่าผู้เข้าพักทั่วไปต้องการมาตรการเข้มงวดเพื่อควบคุมสัตว์เลี้ยง Çiki, Tanrıverdi, Çiki, & Uyğun, (2025, pp. 1-15) ความแตกต่างนี้สะท้อนว่าการตีความคำว่าโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในไทยยังเน้นความสัมพันธ์อันอบอุ่นมากกว่าการควบคุมเชิงกฎระเบียบ

ดังนั้น งานวิจัยนี้พบว่าการจัดการลูกค้าที่มีความหลากหลายในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงไม่สามารถอาศัยมาตรการแยกโซนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องผสาน ระบบการสื่อสารที่โปร่งใส บุคลากรที่มีความเข้าใจ และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการอยู่ร่วมกันอย่างเคารพ

2. การจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก

การวิเคราะห์คุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก สะท้อนว่ามิติการรู้จักและเข้าใจ (Empathy) และมิตินำเชื่อถือ (Assurance) มีบทบาทสูงสุดในการสร้างความพึงพอใจและความภักดี ขณะที่ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) และองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) ยังคงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ผู้เข้าพักได้รับสอดคล้องกับสิ่งที่โรงแรมให้คำมั่น ทั้งนี้การรับรู้คุณภาพของลูกค้าขึ้นอยู่กับการปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา

ในอีกด้านหนึ่ง กรอบการบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซีช่วยอธิบายกลไกภายในที่สนับสนุนคุณภาพบริการ โดยมีค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่ยึดถือว่าส่วเกี่ยวข้องคือสมาชิกครอบครัวเป็นแกนกลาง ขับเคลื่อนให้องค์ประกอบทั้งเจ็ดทำงานสอดประสานกันเพื่อสร้างมาตรฐานที่ต่อเนื่องและยั่งยืน เมื่อบูรณาการทั้งกรอบคุณภาพบริการ (SERVQUAL) และการบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซีเข้าด้วยกัน จะเห็นแนวโน้มการพัฒนาสู่นวัตกรรมเชิงบูรณาการ (Integrative Innovation) ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารเชิงรุก การออกแบบกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะส่วเกี่ยวข้อง หรือการสร้างชุมชนผู้ใช้บริการที่กระตุ้นการบอกต่อเชิงบวก (Word of Mouth) ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงคุณภาพบริการที่ลูกค้ารับรู้และเสริมสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างรอบด้าน

ในอีกด้านหนึ่งประสบการณ์ลูกค้าเน้นว่าประสบการณ์ของผู้บริโภคสร้างจากการรับรู้ในทุกจุดสัมผัส (Touchpoints) ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการใช้บริการ (Lemon & Verhoef, 2016, pp. 69–96) ซึ่งผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าหากโรงแรมสามารถส่งมอบคุณภาพบริการได้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งในมิติทางกายภาพและในมิติทางจิตวิทยา เช่น ความอบอุ่น ความมั่นใจ ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของโรงแรมในการจัดการประสบการณ์โดยเฉพาะในบริบทโรงแรมที่เป็นมิตรกับส่วเกี่ยวข้องซึ่งลูกค้าไม่ได้คาดหวังเพียงที่พักแ่รวมถึงการดูแลส่วเกี่ยวข้องที่ถูกมองว่าเป็นสมาชิกครอบครัว (Forbes, Trafford, & Surie, 2018, pp. 1–5) การจัดการเชิงบูรณาการในลักษณะนี้จึงมีความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าทั้งเชิงอารมณ์และเชิงประสบการณ์ให้แก่ผู้ใช้บริการ

การออกแบบการบริการเชิงประสบการณ์จะเกิดประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อบุคลากรมีค่านิยมร่วมที่ให้ความสำคัญกับการดูแลส่วเกี่ยวข้องอย่างใส่ใจ และได้รับการสนับสนุนจากกลยุทธ์ (Strategy) รูปแบบการบริหาร (Style) บุคลากร (Staff) และทักษะ (Skills) การบูรณาการองค์ประกอบเหล่านี้สร้างคุณค่าในการแลกเปลี่ยนและนำไปสู่การบอกต่อเชิงบวกบนฐานประสบการณ์จริงสอดคล้องกับ นันทวัฒน์ พรเลิศกษกร (2565, หน้า 209) ที่ระบุว่า กลยุทธ์ รูปแบบการบริหาร พนักงาน ทักษะ และค่านิยมร่วม เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถพยากรณ์ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมได้ เช่น ความสุขในการทำงานของบุคลากร ซึ่งเมื่อเชื่อมโยงกับการบริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับส่วเกี่ยวข้อง ยืนยันย่นว่า หากบุคลากรมีความสุขและยึดมั่นในค่านิยมร่วม การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพและการสร้างประสบการณ์ที่ยั่งยืนก็เกิดขึ้นได้จริง นอกจากนี้ งานวิจัยของ Mlakar and Zupan Korže (2022, pp. 221–242) กล่าวว่าองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรมชี้ให้เห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกและนโยบายเฉพาะส่วเกี่ยวข้อง เช่น เครื่องนอน ของเล่น โซนอาบน้ำและเป่าขน ชุดข้อมูลบริการส่วเกี่ยวข้อง รวมถึงการออกแบบห้องพักและระเบียง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรม

ซึ่งสะท้อนตรงกับผลการวิจัยที่ยืนยันบทบาทของสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ของคุณภาพบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim et al. (2025, pp. 2359–2380) ที่ชี้ว่าคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมที่เป็นมิตรกับส่วเกี่ยวข้องมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเฉพาะมิติการรู้จักและเข้าใจและความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นแกนสำคัญของการรับรู้คุณภาพ ในมิติระบบบริการ Buhalis and Chan (2023, pp. 4217–4237) เน้นว่าการมีกระบวนการโปร่งใสและการจัดสรรพื้นที่เฉพาะช่วยสร้างมาตรฐานที่ยั่งยืน แนวคิดนี้สอดคล้องกับการบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซีที่วางค่านิยมร่วมเป็นศูนย์กลางในการประสานกลยุทธ์ โครงสร้าง และระบบปฏิบัติการ

กล่าวโดยสรุป การบูรณาการคุณภาพบริการกับกลไกภายในองค์กรทำให้โรงแรมสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย เกิดความไว้วางใจ ความภักดี และการบอกต่อเชิงบวก ซึ่งเป็นฐานรากของความยั่งยืน

3. รูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับส่วเกี่ยวข้องในพื้นที่ภาคตะวันตก

(1) นวัตกรรมเชิงความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ (Credibility & Assurance) การสร้างความน่าเชื่อถือของโรงแรมที่เป็นมิตรกับส่วเกี่ยวข้องมิได้ขึ้นอยู่กับการประกาศนโยบายเพียงอย่างเดียว แต่ต้องสะท้อนผ่านมาตรการที่ตรวจสอบได้จริง เช่น การจัดโซนส่วเกี่ยวข้อง การทำความสะอาดเชิงลึก และการสื่อสารผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความมั่นใจของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับ Ezech, Okeke & Nkamnebe (2022, pp. 2542–2562) มิติความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่น มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูง อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Çevrimkaya & Zengin (2023, pp. 61–72) ที่ยืนยันว่าความโปร่งใสในการสื่อสารและการจัดการพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ เมื่อพิจารณาในกรอบ 7S McKinsey สัมพันธ์กับการจัดวางระบบ

และโครงสร้างที่ชัดเจน เช่น การกำหนดขั้นตอนการทำความสะอาด การใช้เทคโนโลยีอบโอโซน และการแบ่งโซนสัตว์เลี้ยงออกจากพื้นที่สาธารณะเพื่อลดความขัดแย้ง ขณะเดียวกัน บทบาทของบุคลากรและทักษะก็มีความสำคัญต่อการแปลงมาตรการให้เกิดขึ้นจริงในประสบการณ์ของผู้เข้าพัก องค์ประกอบเหล่านี้ยังเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ (Strategy) ที่กำหนดทิศทางการดูแลสัตว์เลี้ยง ระบบ (Systems) ที่สนับสนุนการปฏิบัติการ และการพัฒนาทักษะบุคลากร เช่น ความสามารถในการปฐมพยาบาลหรือการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทั้งหมดถูกหล่อหลอมด้วยค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่ยึดสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกครอบครัวและต้องได้รับการดูแลอย่างรับผิดชอบสูงสุด

กล่าวโดยสรุป กลไกการสร้างควมไว้วางใจของลูกค้าไม่ได้เกิดจากการอนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าพักเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลลัพธ์จากมาตรการที่ตรวจสอบได้จริง ระบบที่เป็นมาตรฐาน และการสื่อสารที่โปร่งใส เมื่อนำทั้งหมดมาบูรณาการกับกลไกภายในองค์กร จะก่อให้เกิดวงจรคุณค่าที่ต่อเนื่อง ได้แก่ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ ความภักดีต่อแบรนด์ และการบอกต่อเชิงบวก ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของความยั่งยืนในธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง

(2) นวัตกรรมเชิงอำนวยความสะดวกและประสบการณ์ (Convenience & Experience) การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น ที่นอน ถ้วยน้ำ สနามหย้า รวมถึงการออกแบบกิจกรรมร่วม อาทิ จุดถ่ายภาพหรือคาเฟ่สัตว์เลี้ยง ไม่เพียงตอบสนองต่อความสะดวกเชิงฟังก์ชัน แต่ยังสร้างคุณค่าทางอารมณ์และความทรงจำที่มีความหมายต่อผู้เข้าพัก ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Alves et al. (2022, pp. 16–24) ที่ยืนยันว่าความผูกพันเชิงอารมณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยว pet-friendly tourism มีผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า

ในกรอบคุณภาพการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมสำหรับสัตว์เลี้ยงสะท้อนมิติองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) และการตอบสนอง (Responsiveness) ที่บ่งชี้ถึงความพร้อมและความรวดเร็วในการบริการ ขณะเดียวกัน การออกแบบบรรยากาศอบอุ่นและกิจกรรมที่เอื้อต่อการใช้เวลาาร่วมกันยังสอดคล้องกับมิติการรู้จักและเข้าใจ (Empathy) ทำให้ผู้เข้าพักรับรู้ว่าทั้งตนเองและสัตว์เลี้ยงได้รับการดูแลเสมือนเป็นสมาชิกครอบครัว สอดคล้องกับ Moral-Cuadra et al. (2025, pp. 127–141) แสดงว่าปรากฏการณ์ pet humanization กำลังผลักดันให้โรงแรมต้องพัฒนาบริการที่สร้างความหมายมากกว่าการเข้าพักเพียงอย่างเดียว

เมื่อพิจารณาในกรอบการบริหาร 7S McKinsey เชื่อมโยงกับโครงสร้าง (Structure) ที่กำหนดโซนใช้งานอย่างเป็นระบบเพื่อลดความขัดแย้ง รูปแบบการบริหาร (Style) ที่เน้นความอบอุ่นและเป็นมิตร ตลอดจนพนักงานและทักษะ (Staff & Skills) ที่ต้องพัฒนาความสามารถเฉพาะด้านเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม ทั้งหมดนี้ถูกหล่อหลอมด้วยค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่ยึดถือว่าสัตว์เลี้ยงคือสมาชิกครอบครัว

กล่าวโดยสรุป การทำให้แนวคิด “Pets are Family” ปรากฏเป็นประสบการณ์ที่จับต้องได้ สร้างทั้งความสะดวก ความผูกพัน และคุณค่าเชิงอารมณ์ที่เหนือกว่าการเข้าพักทั่วไป อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง

(3) นวัตกรรมเชิงระบบและการบริหารจัดการ (System & Management) สมดุลระหว่าง ความยืดหยุ่นแบบครอบครัว และ ความเป็นระบบมาตรฐาน เช่น ข้อมูลสัตว์เลี้ยง คู่มือปฏิบัติงานและแผนฉุกเฉิน ความพร้อมของระบบและบุคลากรเป็นดัชนีสำคัญที่ทำให้รู้สึกมั่นใจ สะท้อนชัดเจนในมิติหน้าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นซึ่งเกี่ยวข้องกับการรักษาคำมั่นและการสร้างความมั่นใจผ่านความเชี่ยวชาญของบุคลากร ตรงนี้สอดคล้องกับงานของ Kanyama, Nurittamont, & Siripipatthanakul (2022, pp. 1–20)

การวิเคราะห์พบว่ามิติคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความภักดีของลูกค้า และเมื่อเทียบกับกรอบการบริหารจัดการ 7S ของแมคคินซี ระบบถูกมองว่าเป็นโครงสร้างหลักในการสร้างมาตรฐาน ขณะที่บุคลากรคือพลังขับเคลื่อนให้มาตรการเหล่านี้สัมฤทธิ์ผล สอดคล้องกับ Kim et al. (2025, pp. 2366–2370) ที่ยืนยันว่าความพร้อมของพนักงานและมาตรการสุขอนามัยเป็นปัจจัยชี้ขาดในการสร้างความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ

เมื่อนำทั้งสามแกนนวัตกรรมมาพิจารณาร่วมกัน จะเห็นได้ว่าการจัดการความคาดหวังของลูกค้าเป็นองค์ประกอบแทรกอยู่ในทุกมิติ ตั้งแต่ความโปร่งใสของนโยบาย สิ่งอำนวยความสะดวก ไปจนถึงระบบและบุคลากรที่รับประกันมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับ Buhagiar et al. (2024, pp. 207–226) ที่ชี้ว่าการจัดการความคาดหวังเป็นปัจจัยกำหนดพฤติกรรมและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

กล่าวโดยสรุป โรงแรมที่สามารถบูรณาการกรอบ SERVQUAL เข้ากับ 7S McKinsey ได้อย่างครบถ้วน จะไม่เพียงทำหน้าที่เป็นที่พักที่อนุญาตสัตว์เลี้ยงแต่ยังสร้างความไว้วางใจและประสบการณ์เชิงบวกที่ครอบคลุมทั้งเจ้าของและสัตว์เลี้ยง นำไปสู่ความมั่นคง ความยั่งยืน และความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว

ผู้วิจัยนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันตก รายละเอียด ดังรูปที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ในพื้นที่ภาคตะวันตก โดยแสดงการบูรณาการสามแกนหลัก ภายใต้ค่านิยมร่วมสัตว์เลี้ยงคือสมาชิกครอบครัว

1) นวัตกรรมเชิงความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ (Credibility & Assurance)

เงื่อนไขตั้งต้นของประสบการณ์ลูกค้าเชิงบวก ผู้ใช้บริการคาดหวัง มาตรฐานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสื่อสารชัดเจน ตั้งแต่ก่อนการจองจนถึงหลังเช็คอิน

(1) นโยบายสัตว์เลี้ยงที่ชัดเจน เช่น ระบุประเภท น้ำหนัก จำนวนสัตว์ วัคซีนที่ต้องฉีด ค่าธรรมเนียม และเงื่อนไขความเสียหาย จัดทำ เอกสารคู่มือผู้เข้าพัก แจกตั้งแต่เช็คอิน

(2) ควบคุมคุณภาพเชิงป้องกัน เช่น ตรวจสอบวัคซีน รอบตรวจความสะอาด ทำความสะอาดเชิงลึก มีการอบโอโซนหลังการเข้าพักสัตว์เลี้ยง

(3) การสื่อสารอย่างซื่อสัตย์

โรงแรมที่สามารถสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใสและแสดงมาตรการดูแลที่จับต้องได้ จะสร้างความไว้วางใจตั้งแต่ก่อนเข้าพักและเมื่อเกิดปัญหา หากพนักงานสามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว สุภาพ และเป็นมืออาชีพ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการกลับ เพิ่มขึ้นแทนที่จะลดลง นี่คือหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สะท้อนว่า การจัดการเชิงตอบสนอง (Responsive Management) มีผลต่อการรับรู้คุณภาพมากพอ ๆ กับมาตรการเชิงป้องกัน

2) นวัตกรรมเชิงอำนวยความสะดวกและประสบการณ์ (Convenience & Experience)

คุณค่าที่จับต้องได้ควบคู่คุณค่าเชิงอารมณ์ ยกระดับการให้บริการจากการอนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยง เข้าไปสู่การออกแบบประสบการณ์ร่วมของเจ้าของและสัตว์เลี้ยง โดยเจตนารมณ์คือ ทำให้รู้สึกว่าการเข้าพักที่โรงแรมเป็นเหมือนการพักผ่อนที่สมบูรณ์แบบ

(1) สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง เช่น ที่นอน ถ้วยน้ำ ถูเก็บมูล ผ้าเช็ดตัว จุดล้างเท้า

(2) การออกแบบพื้นที่ หรือ บรรยากาศ เช่น สนามหญ้า วัสดุทำความสะอาดง่าย มีระบบระบาย

จัดแผนผัง (3) กิจกรรมร่วมและบริการเสริม เช่น กิจกรรมถ่ายภาพสัตว์เลี้ยง กิจกรรมเดินเล่นทำให้ผู้เข้าพัก รู้สึกว่าโรงแรมมอบประสบการณ์ร่วม การจัดโซน Pet Playground หรือสนามเล็ก ๆ ใช้วัสดุที่ปลอดภัยและทำความสะอาดง่าย สร้างคุณค่าด้านความสะดวกและสุขอนามัย บริการฝากเลี้ยง สปาสัตว์เลี้ยง ร่วมเครือข่ายคลินิกสัตวแพทย์เมื่อผู้บริการได้รับประสบการณ์เชิงบวก พวกเขามีแนวโน้มที่จะแชร์ประสบการณ์เหล่านี้ผ่าน Word of Mouth ในเชิงบวก ส่งผลให้โรงแรมสามารถดึงดูดทั้ง ลูกค้าซ้ำและ ลูกค้าใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) นวัตกรรมเชิงระบบและการบริหารจัดการ (System & Management)

โครงสร้างพื้นฐานของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ความพร้อมของโรงแรมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การจอง การเข้าพัก ไปจนถึงการจัดการเหตุฉุกเฉิน

(1) ระบบที่เป็นมาตรฐาน เช่น ฐานข้อมูลสัตว์เลี้ยง เพื่อบันทึกวัคซีน ประวัติสุขภาพ และข้อจำกัดเฉพาะ ระบบจองที่บันทึกข้อมูลสัตว์เลี้ยงไว้ล่วงหน้า

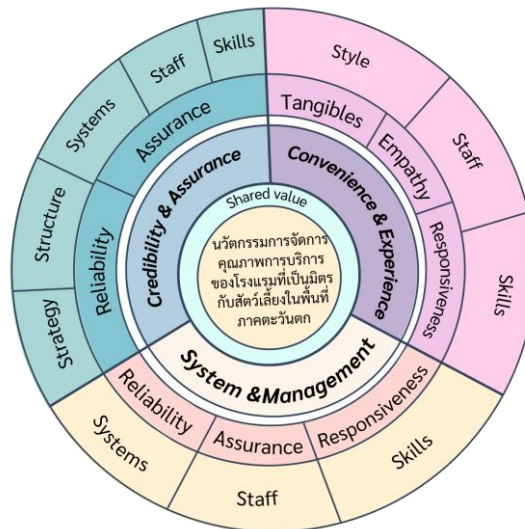
(2) การจัดการภาวะวิกฤต เช่น เตรียม Emergency Kit และเครือข่ายคลินิกสัตวแพทย์ แผนฉุกเฉิน สำหรับสถานการณ์ไม่คาดคิด

(3) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ เช่น จัดทำคู่มือ การจัดวางถูงเก็บมูลและถังขยะเฉพาะ แผนผังการใช้พื้นที่

(4) การจัดการความคาดหวัง เช่น สื่อสารอย่างโปร่งใส ข้อกำหนดเรื่องขนาดสัตว์เลี้ยง ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม หรือบริการที่มีให้

นวัตกรรมในมิตินี้จึงสะท้อนถึงสำคัญของการมี ระบบที่มั่นคงและ บุคลากรที่มีทักษะและความพร้อม เป็นหัวใจในการสร้างมาตรฐานบริการที่ยั่งยืน และเชื่อมโยงโดยตรงกับการรับรู้คุณภาพการบริการ และประสบการณ์ ของลูกค้า

กล่าวโดยสรุป เมื่อนำมาพิจารณาวัตกรรมการนี้เชื่อมโยกับคุณภาพการบริการ ผ่านความน่าเชื่อถือที่ทำให้ลูกค้า มั่นใจว่าบริการซ้ำได้ทุกครั้ง ความเชื่อมั่นและการตอบสนองอย่างชัดเจน การเปลี่ยนจากความไว้วางใจสู่ความจงรักภักดี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืนสำหรับโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในตลาด เฉพาะกลุ่ม ทั้งสามแกนถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วย ค่านิยมร่วม (Shared Values) ซึ่งเป็นจุดยืนสำคัญที่ว่าสัตว์เลี้ยงคือ สมาชิกครอบครัว



รูปที่ 2 นวัตกรรมการจัดการคุณภาพการบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ภาคตะวันออก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านการจัดการระบบ การยกระดับคุณภาพบริการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงควรมุ่งเน้นการจัดทำ มาตรฐานการปฏิบัติที่สามารถตรวจสอบและปฏิบัติได้จริง ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการทำความสะอาดเชิงลึก การใช้เทคโนโลยีด้านสุขอนามัย ตลอดจนการจัดทำฐานข้อมูลสัตว์เลี้ยงที่ระบุตัวตนและประวัติการเข้าพัก การมีระบบ เชิงป้องกันที่ชัดเจนควบคู่กับแผนฉุกเฉินสำหรับสถานการณ์ไม่คาดคิด

2. ด้านบุคลากร บุคลากรมีบทบาทสำคัญในการแปลงนโยบายและมาตรการให้เป็นประสบการณ์ที่จับต้องได้ การเสริมสร้างทักษะที่เกี่ยวข้องทั้งทักษะทางวิชาชีพ และทักษะเชิงอารมณ์การสื่อสารอย่างสุภาพในการสร้างความแตกต่างเชิงคุณภาพที่โรงแรมทั่วไปไม่สามารถทดแทนได้

3. ด้านการตลาด การสื่อสารเชิงรุกและโปร่งใสเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น โรงแรมควรกำหนด กลยุทธ์การตลาดที่นำเสนอข้อมูลครบถ้วน เช่น นโยบายสัตว์เลี้ยง ค่าธรรมเนียม และมาตรการสุขอนามัย ตลอดจน สร้างเครือข่ายทางการตลาดร่วมกับคลินิกสัตวแพทย์ ร้านอาหาร หรือคาเฟ่สัตว์เลี้ยง เพื่อสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ ที่ช่วยขยายฐานลูกค้าและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

4. ด้านประสบการณ์ลูกค้าการออกแบบบริการควรผสมผสานทั้งมิติฟังก์ชันและอารมณ์ โดยเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ควบคู่กับการสร้างกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น จุดถ่ายภาพหรือคาเฟ่สัตว์เลี้ยง ทั้งนี้ควรตั้งอยู่บน ค่านิยมร่วม ที่มองว่าสัตว์เลี้ยงคือสมาชิกครอบครัว เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความผูกพันทางอารมณ์ และการบอกต่อในเชิงบวก ซึ่งนำไปสู่ความภักดีและความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การขยายพื้นที่การวิจัย มีการดำเนินแตกต่างกันตามลักษณะภูมิศาสตร์และเศรษฐกิจ เช่น พื้นที่ภาคเหนือที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ พื้นที่ภาคใต้ที่มีศักยภาพด้านชายหาดและหมู่เกาะ หรือพื้นที่เมืองใหญ่ที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยและกฎระเบียบท้องถิ่น ขยายการศึกษาไปยังภูมิภาคอื่น เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการและวิเคราะห์บริบทที่แตกต่างกัน อันจะช่วยให้เกิดองค์ความรู้เชิงเปรียบเทียบที่มีคุณค่าต่อการกำหนดนโยบายในระดับชาติ
2. การศึกษาในกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่าง สำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พาสัตว์เลี้ยงเข้าพัก กลุ่มผู้สูงอายุที่พึ่งพาสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนทางอารมณ์ หรือกลุ่มครอบครัว การศึกษาความแตกต่างเหล่านี้จะช่วยให้โรงแรมสามารถออกแบบบริการที่ตอบโจทย์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม
3. การขยายไปสู่รูปแบบที่พักและบริการใหม่ ศึกษารูปแบบการจัดการคุณภาพบริการของที่พักรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม เช่น โฮมสเตย์ รีสอร์ท หรือที่พักแบบ short-term rental (Airbnb, Serviced Apartment) ที่เปิดรับสัตว์เลี้ยงเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านมาตรการ ระบบบริหารจัดการ และประสบการณ์ของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- นันทวัฒน์ พรเลิศกษกร. (2565). *การบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- โพสต์ทูเดย์. (2566). *หลังโควิด-19 ธุรกิจโรงแรม โฮสเทล และร้านอาหาร กลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง*. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.posttoday.com/lifestyle/689365>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*. ผู้แต่ง.
- Alves, H. M., Sousa, B., Carvalho, A., Santos, V., Dias, Á. L., & Valeri, M. (2022). Encouraging brand attachment on consumer behaviour: Pet-friendly tourism segment. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 8(2), 16–24. . Retrieved August 20, 2025, from <https://doi.org/10.5281/zenodo.7357978>
- Baumann, C., Hoadley, S., Hamin, H., & Nugraha, A. (2017). Competitiveness vis-à-vis service quality as drivers of customer loyalty mediated by perceptions of regulation and stability in steady and volatile markets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 36, 62–74.
- Buhagiar, K., Pace, L. A., & Dingli, S. M. (2024). Defining attributes of boutique hotels: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 207–226. . Retrieved August 5, 2025, from <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2022-0435>
- Buhalis, D., & Chan, J. (2023). Traveling with pets: Designing hospitality services for pet owners/parents and hotel guests. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4217–4237. Retrieved August 10, 2025, from <https://www.emerald.com/ijchm/article-pdf/35/12/4217/1110607/ijchm-10-2022-1192.pdf>
- Çevrimkaya, M., & Zengin, B. (2023). The mediating role of memorable tourism experience on tourist behavior: A perspective on organised tours. *Tourism & Management Studies*, 19(2), 61–72. Retrieved September 10, 2024, from <https://doi.org/10.18089/tms.2023.190205>
- Çıki, K. D., Tanrıverdi, H., Çıki, S., & Uygun, N. (2025). Staying in pet-friendly hotels: Examining the experiences of pet-friendly hotel customers in Turkey. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 20(3), 359–373. Retrieved August 27, 2025, from <https://doi.org/10.1108/CBTH-09-2024-0319>

- Ezeh, P. C., Okeke, T. C., & Nkamnebe, A. D. (2022). Moderating role of religion in the relationship between SERVQUAL dimensions and hotel guest satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 13(12), 2542–2562. Retrieved August 27, 2025, from <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0271>
- Forbes, S. L., Trafford, S., & Surie, M. (2018). Pet humanisation: What is it and does it influence purchasing behavior. *Journal of Dairy & Veterinary Sciences*, 5(2), 1–5.
- Hoy, L. S., Stangl, B., & Morgan, N. (2023). Dog-friendly accommodation: Specialty OTAs and decision-making. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 26(4), 784–812. Retrieved August 27, 2025, from <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2264509>
- Jaakkola, E., & Terho, H. (2021). Service journey quality: Conceptualization, measurement and customer outcomes. *Journal of Service Management*, 32(6), 1–27.
- Kanyama, J., Nurittamont, W., & Siripipatthanakul, S. (2022). Hotel service quality and its effect on customer loyalty: The case of Ubon Ratchathani, Thailand during COVID-19 pandemic. *Journal of Management in Business, Healthcare, and Education*, 1(2), 1–20. Retrieved August 15, 2025, from <https://ssrn.com/abstract=4004388>
- Kim, J. J., Baah, N. G., Kim, S. (S.), Han, H., Meng, B., & Chi, X. (2025). Pet-friendly hotels: Distinctive attributes and their influence on customer behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(6), 2359–2380. Retrieved August 27, 2025, from <https://www.emerald.com/jhti/article-abstract/8/6/2359/1252998/Pet-friendly-hotels-distinctive-attributes-nd?redirectedFrom=PDF>
- Koufodontis, N. I., & Melissourgou, P. (2024). Improving travel experience for hotel guests: Policy recommendations for pet-friendly hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 122, 103828. Retrieved August 15, 2025, from <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103828>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journeys. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. Retrieved August 15, 2025, from https://pure.rug.nl/ws/files/81733365/Understanding_Customer_Experience_Throughout_the_Customer_Journey.pdf
- Marmolejo-Martín, J. A., Moral-Cuadra, S., Aguilar-Rivero, M., & López-Guzmán, T. (2023). Travelling with pets: A perspective from the tourist demand. *Cuadernos de Turismo*, 51, 1–18. Retrieved August 15, 2025, from <https://doi.org/10.6018/turismo.571441>
- Mrakar, N., & Korže, S. Z. (2022). New tourism trend: Travelling with pets or pet sitting at a pet hotel. *Contemporary Issues in Tourism*, 6, 221–240. <https://doi.org/10.18690/um.ft.6.2022.12>
- Moral-Cuadra, S., Solano-Sánchez, M. Á., Aguilar-Rivero, M., & López-Guzmán, T. (2025). Travelling with dogs: Modelling tourist profiles through attitudes and behaviours. *Tourism & Management Studies*, 21(2), 127–141. Retrieved August 15, 2025, from <https://doi.org/10.18089/tms.20250209>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Ramos-Ruiz, J. E., Aguilar-Rivero, M., Aja-Valle, J., & Castaño-Prieto, L. (2024). An analysis of the demand for tourist accommodation to travel with dogs in Spain. *Societies*, 14(2), 1–15. Retrieved August 25, 2025, from <https://doi.org/10.3390/soc14020018>
- Siam, R. I. (2023). Egypt as a pet-friendly destination: A constraint analysis of pet’s owners in Egypt. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 24(2), 225–237. Retrieved August 15, 2025, from <https://doi.org/10.21608/JAAUTH.2023.199636.1433>

- Waterman, R. H., Peters, T. J., & Phillips, J. R. (1980). Structure is not organization. *Business Horizons*, 23(3), 14–26.
- Wei, Z., Leung, X. Y., & Xu, H. (2024). Examine pet travel experiences from human–pet interaction: The moderating role of pet attachment. *Tourism Review*, 79(4), 812–824. Retrieved August 15, 2025, from <https://doi.org/10.1108/TR-01-2023-0002>

นวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน

Innovation in the Management of Co-working Space Business

ดวงธิดา ทารพันธ์¹ สุพัตรา ยอดสุรางค์² และชัยฤทธิ์ ทองรอด³

Duangthida Tarapun¹, Suphattra Yodsurang² and Chairit Thongrawd³

¹นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรการจัดการสุขุพันธ์บัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{2,3}อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการสุขุพันธ์บัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹Doctor of Management Program, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

^{2,3}Lecturer of the Doctor of Management Program, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: duangthida.tar@rmutr.ac.th¹, Suphattra.yod@rmutr.ac.th² and drchairit@hotmail.com³

Received: Jul. 30, 2025; Revised: Sep. 16, 2025; Accepted: Sep. 22, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพบริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวิเคราะห์การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร ตามมิติผู้ประกอบการและมิติผู้ใช้บริการ 3) เพื่อเสนอรูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันกับบริบทย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบทฤษฎีคุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจงด้วยวิธีการกำหนดคุณสมบัติคือ ผู้ประกอบการพื้นที่ทำงานร่วมกันระดับผู้บริหารในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจจำนวน 7 ราย และผู้ใช้บริการ 14 ราย ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการระดับปานกลาง จาก 7 เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพบริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร มีจุดร่วมด้านภูมิศาสตร์และเศรษฐกิจ ความหนาแน่นของแรงงานอิสระ ธุรกิจสตาร์ทอัพ และองค์กร การเดินทางสะดวกด้วยระบบขนส่งสาธารณะ แต่กลุ่มผู้ใช้บริการแต่ละย่านแตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะพื้นที่ 2) การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ประกอบการใช้แพ็คเกจที่ยืดหยุ่น ประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล และสร้างบรรยากาศเอื้อต่อการทำงาน ขณะที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของประสบการณ์ ความสะดวกสบาย และการบริการที่เอาใจใส่ ส่งผลต่อความผูกพันและการใช้บริการซ้ำ 3) รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันกับบริบทย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร เป็นรูปแบบโมเดลเชิงโครงสร้าง 3 ระดับเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย (1) ปัจจัยหลัก คือ ความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น สิ่งที่ต้องได้ และการตอบสนอง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างประสบการณ์ตรงแก่ผู้ใช้บริการ (2) ปัจจัยรอง คือ บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด ช่วยขับเคลื่อนและยกระดับคุณภาพบริการ และ (3) ปัจจัยสนับสนุน คือ ราคาและสถานที่จัดจำหน่าย เพื่อเสริมประสบการณ์

คำสำคัญ: นวัตกรรมการจัดการ พื้นที่ทำงานร่วมกัน ย่านศูนย์กลางธุรกิจ คุณภาพการบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Abstract

This research aims 1) to study the context of co-working space business in the central business district of Bangkok 2) to analyze the management of co-working space business in Bangkok according to the dimension of entrepreneurs and the dimension of service users 3) to propose an innovation

management model of co-working space business with the context of the central business district of Bangkok under the framework of service quality theory and service marketing mix. The qualitative research methodology was used. Data were collected from in-depth interviews. The key informants were purposively selected by criteria, namely seven executives of co-working space business in the central business district and fourteen service users who are medium-level users from seven districts of Bangkok. The research instrument was a semi-structured interview. Data were analyzed by thematic analysis.

The research results found that 1) the context of co-working space business in the central business district of Bangkok has common geographic and economic characteristics, high density of freelancers, start-up businesses, and organizations, convenient travel by public transportation, but service user groups in each district are different. Therefore, entrepreneurs must adjust management strategies to suit the specific area context. 2) The analysis of co-working space business management in Bangkok found that entrepreneurs use flexible packages, apply digital technology, and create an atmosphere conducive to work, while service users give importance to value of experience, comfort, and attentive service, resulting in engagement and repeated use. 3) The innovation management model of co-working space business with the context of the central business district (CBD) of Bangkok is a three-level structural model connected to create value, satisfaction, and loyalty of service users. It consists of (1) core factors: empathy, reliability, assurance, tangibles, and responsiveness, which are key to creating direct experience for service users, (2) secondary factors: people, physical evidence, process, product, and promotion, which help drive and enhance service quality, and (3) supporting factors: price and place, to reinforce the experience.

Keywords: Innovative management, Co-working space, Central business district, Service quality, Marketing mix of services

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ได้ก่อให้เกิดรูปแบบการทำงาน และพฤติกรรมของแรงงานที่แตกต่างไปจากอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวของแรงงานจำนวนมากหันมาเลือกประกอบอาชีพอิสระ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ หรือทำงานในลักษณะไม่ขึ้นตรงต่อองค์กรในรูปแบบเดิม (Gig Economy) การเปลี่ยนผ่านนี้สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการพื้นที่ทำงานที่มีความยืดหยุ่น ต้นทุนต่ำ เชื่อมต่อได้สะดวก และเอื้อต่อการสร้างสรรค์ รวมถึงการพบปะและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (นฤมล อรุโณทัย และคณะ, 2565, หน้า 1-5) ส่งผลให้พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Coworking Space) กลายเป็นทางเลือกสำคัญในยุคใหม่ โดยเฉพาะในบริบทของเมืองหลวงที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของแรงงาน

ธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันจึงมีบทบาทเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมที่เอื้อต่อการทำงานแบบอิสระและการสร้างทุนทางปัญญา พื้นที่ลักษณะนี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ที่เน้นคุณค่าที่ผู้ใช้ได้รับผ่านการปฏิสัมพันธ์กับบริการและสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District: CBD) ของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รวม 7 เขตพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่สีลม พื้นที่สาทร พื้นที่ถนนพระรามที่ 4 พื้นที่เพลินจิต พื้นที่ถนนวิสุทธิ และ พื้นที่สุขุมวิท (Pongprasert, 2022, pp. 167-182) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างพื้นฐานครบถ้วน เชื่อมต่อระบบขนส่งสาธารณะ และเป็นที่ตั้งของบริษัทข้ามชาติ องค์กรเอกชน และธุรกิจสตาร์ทอัพ สถานการณ์นี้เปิดโอกาสให้ธุรกิจ พื้นที่ทำงานร่วมกัน เติบโตอย่างรวดเร็ว เกิดการแข่งขันที่รุนแรง และสร้างแรงกดดันให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและพัฒนานวัตกรรมในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของนโยบายแรงงานไทย กล่าวคือ จาการาชกิจจานุเบกษา (2566) พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 8) พ.ศ. 2566 ที่บัญญัติให้รองรับการทำงานนอกสถานที่ในสถานประกอบการเอกชน ถือเป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่ส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ (พิมพ์ธัญญา ช้องเสนาะ, 2561, หน้า 1-13) โดยเฉพาะการเกิดความตื่นตัวในเรื่องการทำงานทางไกล (Remote Work) และการบริหารจัดการต้นทุนองค์กรให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น ขณะเดียวกัน ความคาดหวังของผู้ใช้บริการก็เปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมยุคดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการต้องแสวงหากลยุทธ์ใหม่ในการสร้างความพึงพอใจ ประสบการณ์ที่ดี และความภักดีในระยะยาว (พรรัตน์ พงษ์ประเสริฐ, 2564, หน้า 49) ในการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืน จึงต้องอาศัยการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีนวัตกรรมเป็นแกนกลางในด้านเทคโนโลยี กระบวนการบริการ การออกแบบพื้นที่ และการตลาด (Berbegal-Mirabent, 2021, pp. 1-30)

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการทำความเข้าใจลักษณะของนวัตกรรมการจัดการด้านการบริการที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจบริการในบริบทเมืองใหญ่ที่พฤติกรรมผู้บริโภคมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การนำนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบบริการช่วยเพิ่มทั้งคุณภาพ ประสิทธิภาพ และคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้และตีความได้อย่างมีความหมาย ซึ่งถูกนำมาใช้โดยผู้ประกอบการพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร ผ่านการวิเคราะห์จากทั้งมุมมองของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ทั้งนี้นวัตกรรมด้านบริการรวมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน การจัดการบุคลากร และการสร้างคุณค่าในมิติสังคมและอารมณ์ (Mahavarpour, Marvi, & Foroudi, 2023, pp. 373-398)

แม้ว่าธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาเชิงโครงสร้างในสองมิติ ได้แก่ มิติด้านผู้ใช้บริการซึ่งมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงความคาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์การทำงาน และมิติด้านผู้ประกอบการซึ่งต้องรับมือกับการแข่งขัน ความผันผวนของตลาด และการบริหารจัดการที่ต้องครอบคลุมตั้งแต่ราคา การบริการ พื้นที่ ไปจนถึงบุคลากร การตลาด และการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่น เข้าใจบริบทของตลาดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและสร้างความคุ้มค่าในการลงทุน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพบริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร ตามมิติผู้ประกอบการและมิติผู้ใช้บริการ
3. เพื่อเสนอรูปแบบนวัตกรรมจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันกับบริบทย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานวัตกรรมจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) จำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดเชิงกลยุทธ์และบริการที่สามารถอธิบายมิติของการตลาด การจัดการ และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจบริการยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูงและความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว งานวิจัยฉบับนี้ได้นำกรอบแนวคิดหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) โดยวิเคราะห์ทั้งกระบวนการให้สอดคล้องกับจุดสัมผัสประสบการณ์ลูกค้า (Touchpoint) ตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการจนสิ้นสุดการใช้บริการ เพื่อวิเคราะห์การจัดการนวัตกรรมในพื้นที่ทำงานร่วมกันได้อย่างลึกซึ้ง ดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps) ในบริบทของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยทั้งผลิตภัณฑ์เชิงกายภาพและประสบการณ์ของผู้ใช้ องค์ประกอบของ ส่วนประสม

ทางการตลาดบริการ (7Ps) มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการนวัตกรรม เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยืดหยุ่น (Product) การตั้งราคาแบบยืดหยุ่นหรือรายชั่วโมง (Price) การเลือกทำเล (Place) ในเขตศูนย์กลางเศรษฐกิจ (CBD) การใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสาร (Promotion) การคัดเลือกบุคลากรที่มีบทบาทเป็นเจ้าบ้าน (People) การใช้เทคโนโลยี จอระบบสมาชิกอัตโนมัติ (Process) และการจัดสภาพแวดล้อมให้ส่งเสริมแรงบันดาลใจ (Physical Evidence) (Nguyen et al., 2025, pp. 578–619)

2. ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) เป็นแบบจำลองวัดคุณภาพการบริการ ซึ่งแบ่งคุณภาพการบริการ ออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) (2) ความมั่นใจ (Assurance) (3) การตอบสนอง (Responsiveness) (4) การเอาใจใส่ (Empathy) และ (5) สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) โดยมุ่งเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ กับประสบการณ์จริงที่ได้รับในธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน แนวคิด SERVQUAL ช่วยอธิบาย คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ผู้ใช้รับรู้ เช่น ความสามารถของระบบอัตโนมัติที่ทำให้บริการตรงเวลา (Reliability) การมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำอย่างมืออาชีพ (Assurance) การปรับบริการให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะบุคคล (Empathy) ความรวดเร็วในการตอบข้อซักถาม (Responsiveness) และการออกแบบพื้นที่อย่างมีคุณภาพ (Tangibles) ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นมิติที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและสามารถนำมาใช้ประเมินประสบการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, pp. 12-40)

ความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการกับลักษณะของปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ มักไม่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับระบบเทคโนโลยีขององค์กร ด้วยเหตุนี้ การประเมินคุณภาพในมิติดังกล่าวจึงไม่สามารถวัดหรือประเมิน ได้อย่างชัดเจนตามเกณฑ์ทางกายภาพ ทั้งนี้ลักษณะเฉพาะของบริการอยู่ที่การที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการ ให้บริการและสามารถรับรู้ถึงคุณภาพของบริการได้โดยตรงในระหว่างที่ได้รับบริการ (Alemu, 2023, pp. 1-15) ในแง่นี้ ความคาดหวังของลูกค้าจึงกลายเป็นกรอบอ้างอิงสำคัญในการประเมินระดับคุณภาพของบริการ หากประสบการณ์ ที่ได้รับมีคุณภาพเทียบเท่าหรือสูงกว่าความคาดหวังนั้น ลูกค้าจะรับรู้ว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม การรับรู้ ดังกล่าวไม่ได้อาศัยเฉพาะเพียงปัจจัยเชิงวัตถุเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงประสบการณ์ เช่น ความรู้สึกของลูกค้า ในระหว่างการใช้บริการ และการรักษาคำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการ ซึ่งทั้งหมดล้วนมีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า และอาจกลายเป็นข้อจำกัดที่ทำให้การประเมินคุณภาพการบริการในบางกรณีไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ถึงแม้ ความคาดหวังจะมีบทบาทสำคัญในการรับรู้คุณภาพ แต่ก็ไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่กำหนดคุณภาพบริการโดยตรงเสมอไป (Amerta & Madhavi, 2023, pp. 1-16)

3. การออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าผ่านการระบุจุดสัมผัส (Touchpoints) ที่เกิดขึ้นระหว่างลูกค้า และธุรกิจในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างการใช้บริการ และหลังการซื้อ โดยแสดงถึงเส้นทางการตัดสินใจของลูกค้า ในรูปแบบที่มีลำดับขั้นตอน ตั้งแต่การรับรู้ การพิจารณา การตัดสินใจซื้อ ไปจนถึงพฤติกรรมหลังการบริโภค ซึ่งครอบคลุมทั้งประสบการณ์ที่เป็นบวก ลบ หรือเป็นกลางในทุกช่องทางที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับบริการ (Berman, 2020, pp. 84–100) ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจความต้องการ ความรู้สึก และความคาดหวังของลูกค้า ในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของกระบวนการบริการ พร้อมทั้งพัฒนากลยุทธ์ การตลาดและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และยังสะท้อนมูลค่าของแต่ละจุดสัมผัส ในเชิงคุณภาพ โดยพิจารณาจากผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพ ความพึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าต่อธุรกิจ (Lahadani, Zulkifli, & Sekar, 2024, pp. 1–12) จึงถือเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างการจัดการประสบการณ์ ลูกค้า การพัฒนานวัตกรรมบริการ และการสร้างความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคในทุกมิติ

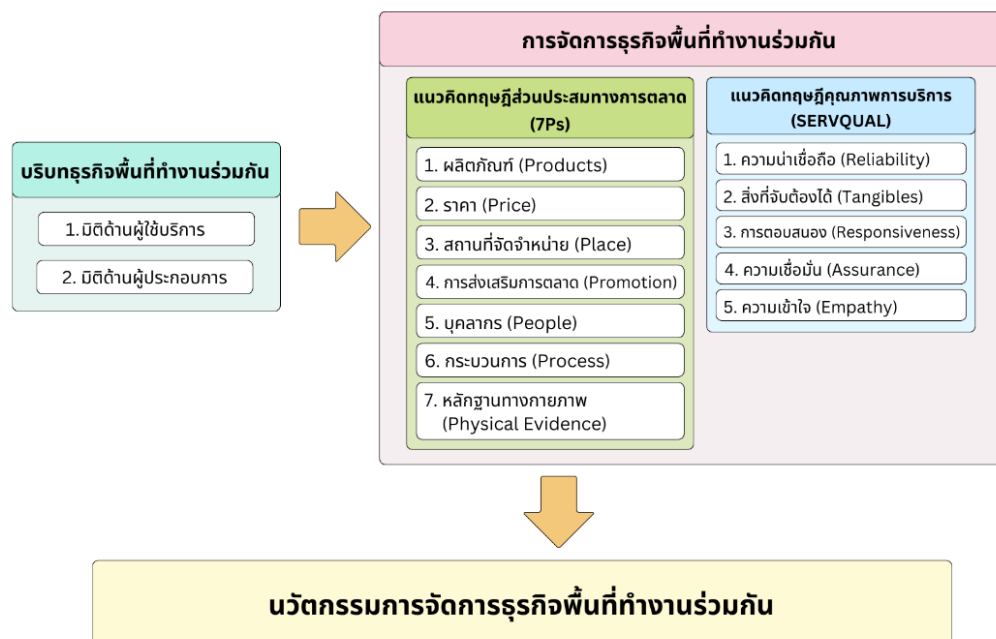
ความแตกต่างของพื้นที่ทำงานรูปแบบเดิมมีความแตกต่างกับพื้นที่ทำงาน ประเมินได้จากความสำเร็จของพื้นที่ ทำงานร่วมกันในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับการออกแบบพื้นที่ที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการเน้นว่าความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในพื้นที่ทำงานร่วมกันสมัยใหม่อยู่ที่ความสามารถ ในการนำเทคโนโลยีมาสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล ส่วนในบริบทไทยระบุว่า ผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นด้านเวลา ความสะอาดของสถานที่ และระบบจองที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งล้วนสอดคล้อง กับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ และแนวคิดคุณภาพการบริการ (Mariotti & Micek, 2024, pp. 73-82)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวัตรกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดเชิงกลยุทธ์และพฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านมุมมองของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านผู้ใช้บริการ และมิติด้านผู้ประกอบการ

ในมิติของผู้ใช้บริการ มุ่งศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ กระบวนการตัดสินใจ และระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกันโดยเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์เข้าใช้บริการในพื้นที่ CBD มากกว่า 2 ครั้ง ในระดับปานกลางถึงสูง ส่วนมิติของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน มุ่งศึกษาปัจจัยภายนอก เช่น สภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง และเทคโนโลยี ตลอดจนปัจจัยภายในองค์กร

ทั้งนี้ กรอบการวิเคราะห์สำคัญประกอบด้วย ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการเข้าถึง (Place) การสื่อสารการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการบริการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ร่วมกับการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1991, pp. 420-450) ซึ่งประกอบด้วยมิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) เพื่อวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับของผู้บริโภค ทั้งนี้ ในบริบทของประเทศไทย ผู้ใช้บริการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน ยังอยู่ภายใต้กฎหมายแรงงานที่รองรับการทำงานนอกสถานที่และความคุ้มครองในฐานะลูกจ้าง (ราชกิจจานุเบกษา, 2566)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบกรณีศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพบริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร ตามมิติผู้ประกอบการและมิติผู้ใช้บริการ และเสนอรูปแบบวัตรกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันกับบริบทย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยเกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง ด้วยวิธีการกำหนดคุณสมบัติ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ใช้บริการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน จำนวน 14 คน ซึ่งใช้บริการมากกว่า 2 ครั้ง ต่อเดือน และ (2) ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน จำนวน 7 ราย ที่มีประสบการณ์บริหารจัดการ พื้นที่ทำงานร่วมกันในพื้นที่ CBD ซึ่งได้รับการรีวิวในระดับ 4 ดาวขึ้นไปบนโซเซียลมีเดีย รวมทั้งสิ้น 21 คน

2. พื้นที่การวิจัย

พื้นที่วิจัยครอบคลุมเขต CBD ที่สำคัญของกรุงเทพฯ 7 แห่ง ได้แก่ สีลม สาทร ถนนพระรามที่ 4 เพลินจิต ถนนวิฑู โศก และสุขุมวิท ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง

3. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ได้รับการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยมีประเด็นคำถามในส่วนผู้ประกอบการ ครอบคลุมบริบทธุรกิจ การจัดการ และนวัตกรรมในพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในขณะที่คำถามส่วนผู้ให้บริการมุ่งเน้นไปที่ ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการทั้งมิติทางกายภาพและความคุ้มค่าจากประสบการณ์ที่ได้รับรวมทั้ง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน

4. การเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลประกอบด้วย 3 วิธี ได้แก่ (1) การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเป็นทางการ (Formal In-depth Interview) ในบรรยากาศไม่เป็นทางการ (2) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) และ (3) การศึกษาข้อมูลจากเอกสารทั้งในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อเสริมความสมบูรณ์ของข้อมูล และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Triangulation) โดยวิธีการเก็บข้อมูล คือ การวิจัยแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้เนื้อหาเชิงลึกมีความน่าเชื่อถือและมีเหตุผล เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

ประการแรก ใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยดำเนินการในลักษณะการสัมภาษณ์ แบบเป็นทางการ (Formal Interview) แต่สร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง เพื่อเอื้อต่อการเปิดเผยข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยได้ จัดทำแนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ครอบคลุมประเด็นด้านการบริหารจัดการ กลยุทธ์ การตลาด การสร้างนวัตกรรมบริการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน รวมถึงพฤติกรรมและประสบการณ์ การใช้บริการของผู้บริโภค โดยในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ทั้ง ผู้ประกอบการ และ ผู้ใช้บริการ เพื่อเปรียบเทียบ และตรวจสอบความสอดคล้องของมุมมองทั้งสองฝ่าย

ในส่วนของผู้ประกอบการ เกณฑ์การคัดเลือกคือ ต้องเป็นผู้มีบทบาทในการบริหารหรือจัดการพื้นที่ทำงาน ร่วมกัน และมีประสบการณ์ดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถถ่ายทอดมุมมองที่สะท้อนถึงการจัดการเชิงลึกได้ โดยครอบคลุม ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ CBD ได้แก่ สีลม สาทร โศก สุขุมวิท เพลินจิต และพระราม 4 ที่ได้รับการรีวิวระดับดีมาก (4 ดาวขึ้นไป) จากโซเซียลมีเดีย ส่วนของผู้ใช้บริการ ได้คัดเลือกจากกลุ่มที่มีประสบการณ์ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในระดับปานกลาง หรือใช้บริการมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไปใน 1 เดือน และมีความหลากหลายด้านอาชีพ เพศ และอายุ เพื่อให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจำนวนผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย และผู้ให้บริการจำนวน 14 ราย ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลดำเนินไปจนถึง จุดอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) ซึ่งเป็นหลักประกันว่าข้อมูลที่ได้เพียงพอและครอบคลุมต่อการวิเคราะห์เชิงลึก

ประการที่สอง ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อให้เห็นถึงพฤติกรรม ตามธรรมชาติของผู้ให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยเข้าไปอยู่ในสถานที่จริงโดยไม่เข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรม อาศัยการสังเกต ลักษณะการจัดการพื้นที่และการให้บริการของผู้ประกอบการ ขณะเดียวกันก็สังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ข้อมูลที่ได้ จากการสังเกตถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลการสัมภาษณ์ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความลึกซึ้งของผลการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตถูกนำมาถอดความ และวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) และและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

คือ SERVQUAL และ 7Ps เพื่อให้ได้ข้อค้นพบเชิงลึกสำหรับการเสนอแนวทางนวัตกรรมในการจัดการธุรกิจ พื้นที่ทำงานร่วมกัน อย่างครอบคลุมและสอดคล้องกับบริบทไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ภายใต้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กระบวนการมี 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1.เปิดประเด็นที่พบ โดยทวนบทสัมภาษณ์ซ้ำเพื่อสะท้อนความหมายและค้นหาประเด็นที่ต้องการอธิบายเพิ่ม
- 2.แยกประเด็นที่โดดเด่น วิเคราะห์จากการอ่านภาพรวม การจับวลีสำคัญ และการอ่านละเอียดทุกบรรทัด พร้อมตรวจสอบข้อมูลสามเ้าเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือ
- 3.ตกแต่งภาษา เพื่อถ่ายทอดประเด็นสำคัญให้ชัดเจนและสละสลวย สะท้อนประสบการณ์เชิงลึก
- 4.รวบรวมคำอธิบายด้วยการสังเคราะห์และเลือกเนื้อหาที่อธิบายแก่นสาระได้ชัดเจน
- 5.เรียบเรียงรายงาน จัดโครงสร้างและเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อรายงานผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1. บริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร

ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในกรุงเทพมหานครดำรงอยู่ภายใต้บริบทแวดล้อมที่หลากหลายและซับซ้อน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อแนวทางการบริหารจัดการ การวางตำแหน่งทางธุรกิจ และการพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหนึ่งในบริบทที่สำคัญ คือ ลักษณะทางภูมิศาสตร์และเศรษฐกิจของเมือง โดยเฉพาะย่านธุรกิจใจกลางกรุงเทพมหานคร ที่มีความหนาแน่นของแรงงานอาชีพอิสระ ธุรกิจสตาร์ทอัพ และองค์กรขนาดเล็กสูง ประกอบกับความสะดวกในการเดินทางผ่านระบบขนส่งสาธารณะ เช่น BTS และ MRT ทำให้พื้นที่ดังกล่าวเอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน

เมื่อพิจารณาบริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตกรุงเทพมหานคร จะพบว่าทุกพื้นที่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) มีความเหมือนกันตรงที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง เชื่อมโยงด้วยระบบขนส่งมวลชน เช่น BTS และ MRT รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัลที่เน้นความยืดหยุ่นและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม แต่ละย่านกลับมีความแตกต่างเชิงลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และกลุ่มผู้ใช้บริการที่ชัดเจน เช่น ย่านสีลมและสาทรโดดเด่นด้านเครือข่ายธุรกิจการเงินและองค์กรข้ามชาติ ส่วนพระรามที่ 4 เชื่อมโยงกับแวดวงการศึกษาและกลุ่มอาชีพใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) พื้นที่เพลินจิตและถนนวิภาวดีภูมิภาคลักษณะเน้นกลุ่มผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่ให้ความสำคัญกับความหรูหราและคุณภาพชีวิต ในขณะที่อโศกและสุขุมวิทสะท้อนบรรยากาศที่แตกต่างออกไป โดยอโศกเน้นความสะดวกและการแข่งขันสูงในตลาดคนรุ่นใหม่ ธุรกิจสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนสุขุมวิทมีลักษณะเป็นย่านที่ผสมผสานการทำงานเข้ากับการพักผ่อนและกิจกรรมทางสังคม โดยแม้พื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานครจะมีเป้าหมายร่วมคือการรองรับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการทำงานยุคใหม่ แต่ความหลากหลายของแต่ละย่านได้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องเลือกกลยุทธ์การออกแบบบริการและการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างคุณค่าและได้เปรียบในการแข่งขันภายใต้บริบทเฉพาะพื้นที่นั้น

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบระหว่างเขตพื้นที่ เพื่อแสดงความแตกต่างของบริบทพื้นที่ทำงานร่วมกัน

ย่าน	ความเหมือนร่วมกับเขตพื้นที่อื่น	ความต่างเฉพาะเขตพื้นที่
สีลม	- ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) - เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน - ศูนย์กลางธุรกิจ - บริษัทข้ามชาติและองค์กรขนาดใหญ่	- ย่านธุรกิจการเงินดั้งเดิม - ผู้ใช้บริการหลักคือพนักงานประจำ ธุรกิจสตาร์ทอัพและผู้ประกอบการธุรกิจด้านการเงิน - เน้นความเป็นทางการ เช่น ห้องประชุมและพื้นที่สำหรับการเจรจาธุรกิจ
สาทร	- ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) - เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน - บริษัทข้ามชาติและองค์กรขนาดใหญ่	- รองรับผู้ใช้บริการต่างชาติที่มีความหลากหลาย - สิ่งอำนวยความสะดวกในระดับหรูหรา

ย่าน	ความเหมือนร่วมกับเขตพื้นที่อื่น	ความต่างเฉพาะเขตพื้นที่
พระรามที่ 4	• แหล่งสถานทูต • ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) • เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน • พื้นที่ขยายตัวของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน	• ผสมผสานระหว่างย่านธุรกิจกับพื้นที่การศึกษาและผู้ประกอบอาชีพใช้ความคิดสร้างสรรค์ • ผู้ใช้บริการหลัก ได้แก่ นักศึกษา คนรุ่นใหม่ และธุรกิจสตาร์ทอัพด้านสื่อเทคโนโลยี • ราคาเช่าอเนกประสงค์และการออกแบบพื้นที่ยืดหยุ่น
เพลินจิต	• ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) • เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน • แหล่งธุรกิจ	• ภาพลักษณ์เชิงหรูหรา มีระดับ • ผู้ใช้บริการหลัก คือ ผู้บริหารระดับสูงต่างชาติ • เน้นสำนักงานส่วนตัว (Private Office) และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยหรูหรา
ถนนวิฑู	• ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) • เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน • แหล่งธุรกิจ	• ออกแบบเพื่อสมดุลชีวิต (Work-Life Balance) • เน้นสิ่งแวดล้อมที่ดีและใส่ใจสุขภาพของผู้ใช้บริการเป็นหลัก
โอโศก	• ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) • เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน • แหล่งธุรกิจ	• เน้นสร้างความเป็นชุมชนและจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจ • แพ็กเกจราคาและบริการที่หลากหลาย
สุขุมวิท	• ระบบขนส่งมวลชน (BTS/MRT) • เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการทำงาน • แหล่งธุรกิจ	• เน้นสร้างชุมชนสะท้อนวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่และชาวต่างชาติ • บรรยากาศไม่เป็นทางการ เน้นกิจกรรมทางสังคมควบคู่กับการทำงาน

กล่าวโดยสรุป จากองค์ประกอบทั้งหมดข้างต้นจะเห็นว่าพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานครสะท้อนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่หลอมรวมเข้ากับวิถีการทำงานของคนรุ่นใหม่ โดยมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ

2. การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร ตามมิติผู้ประกอบการและมิติผู้ใช้บริการ

การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อมิติของเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินกลยุทธ์โดยยึดผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลางเป็นหลัก โดยลักษณะเด่นของการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร คือ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเชิงลึกและออกแบบบริการให้สอดคล้องกับลักษณะการทำงานที่หลากหลาย ตลอดจนมีการออกแบบพื้นที่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการทำงานแบบไร้พรมแดน ซึ่งการวางตำแหน่งทางการตลาด ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญ ผู้ประกอบการจะกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจง จากนั้นจะออกแบบบริการและกิจกรรมให้ตรงกับวิถีชีวิตและความต้องการของแต่ละกลุ่ม

เมื่อพิจารณาตารางเชื่อมโยงคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) กับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) จะเห็นได้ว่า การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานครมุ่งเน้นไปที่การจัดการเชิงปฏิบัติที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการจริงของผู้ใช้บริการ กลยุทธ์ที่ปรากฏ เช่น การรักษามาตรฐานบริการ การกำหนดราคาอย่างยืดหยุ่น การออกแบบพื้นที่ที่เหมาะสม การพัฒนาทักษะของบุคลากร และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความปลอดภัย ล้วนมีผลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งในมิติของความเชื่อมั่น ความสะดวกสบาย ความคุ้มค่า และความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนว่า การบูรณาการแนวคิดทั้งสองข้างต้นสามารถแปลงเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน

ตารางที่ 2 ตารางแสดงความเชื่อมโยงของคุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ความเชื่อมโยง		มิติผู้ประกอบการ	มิติผู้ใช้บริการ
คุณภาพการบริการ	ส่วนประสมทางการตลาดบริการ		
• ความน่าเชื่อถือ (Reliability) • ความเชื่อมั่น (Assurance)	• ผลิตภัณฑ์ (Product) • กระบวนการ (Process)	• รักษามาตรฐานการบริการด้วยระบบเทคโนโลยีที่เสริมความปลอดภัยและความน่าเชื่อถืออย่างสม่ำเสมอ	• มีมาตรฐานการบริการในพื้นที่ด้วยระบบเทคโนโลยี • มีระบบรักษาความปลอดภัย • มีการให้บริการเป็นมืออาชีพ
• การตอบสนอง (Responsiveness)	• ราคา (Price) • การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	• กำหนดแพ็คเกจยืดหยุ่น มีราคาหลากหลาย ตรงกับความต้องการจริง • การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที	• สามารถการเลือกบริการที่เหมาะสมกับตนเอง • ได้รับบริการของพนักงานที่รวดเร็ว
• สิ่งจับต้องได้ (Tangibles)	• สถานที่จัดจำหน่าย (Place) • หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	• พื้นที่โปร่ง แสงธรรมชาติ • เฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสม • ออกแบบพื้นที่ใช้งานให้เหมาะสมกับความต้องการที่หลากหลาย	• มีความรู้สึกสะดวกสบายเมื่อเข้าใช้บริการ • มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการใช้งาน
• ความเข้าใจ (Empathy)	• บุคลากร (People)	• แนวปฏิบัติเพื่อให้บุคลากรใส่ใจความต้องการของลูกค้ารายบุคคล • บริการเป็นมิตร	• ได้รับความเป็นส่วนตัวในขณะทำงาน • ได้รับสิทธิพิเศษเมื่อเข้าใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลและนวัตกรรมในการบริหาร โดยเฉพาะการใช้ระบบดิจิทัล นอกจากนี้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับบรรยากาศของพื้นที่ทำงาน ทั้งในมิติของกายภาพ จิตวิทยา และสังคม มิติทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ซึ่งสะท้อนถึงการผสมกันระหว่างกลยุทธ์เชิงธุรกิจและการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องบริหารจัดการด้วยความยืดหยุ่น มีความเข้าใจในความคาดหวังและพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่ และสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของบริบทเมืองและเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันกับบริบทย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่านวัตกรรมด้านบริการ ในการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร เกิดจากการบูรณาการระหว่างกรอบแนวคิด คุณภาพการบริการ (SERVQUAL) และส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) โดยได้จากการวิเคราะห์เชิงลึกของ ผู้ให้ข้อมูลสองกลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ ซึ่งต่างสะท้อนมุมมองที่เกื้อหนุนกัน และเมื่อสังเคราะห์รวมกันแล้วสามารถอธิบายได้ว่า การสร้างนวัตกรรมเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ผู้ใช้บริการรับรู้กับเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการออกแบบ

ธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานครสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเมือง รูปแบบการจัดการ และพฤติกรรมผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ทั้งในมิติของการตลาด การบริการ และประสบการณ์ลูกค้า โดยการตีความผ่านกรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทฤษฎีคุณภาพการบริการ และทุกจุดสัมผัสของผู้ใช้บริการ (Kraus et al., 2021) ช่วยให้เข้าใจนวัตกรรมการจัดการในธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างเป็นระบบและลึกซึ้ง

ในมิติของ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผลวิจัยยืนยันว่าผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ทำงานร่วมกันรวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์ความยืดหยุ่น เช่น ห้องประชุม บริเวณพักผ่อน และแฟ็กเกจที่ปรับได้ตามเวลา หรือราคา โดยมีสถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจซึ่งสะท้อนความได้เปรียบเชิงทำเล การสื่อสาร และการสร้างการรับรู้ ฟังพาช่องทางดิจิทัลเป็นหลัก ขณะที่บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ เนื่องจากบุคลากร ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้าน ที่สร้างความรู้สึกต้อนรับได้รับการสนับสนุนด้วยระบบดิจิทัล เช่น ระบบจองผ่านแอปพลิเคชัน และระบบแจ้งซ่อมแบบทันที (Real Time) และหลักฐานทางกายภาพสะท้อนผ่านการออกแบบพื้นที่ที่สะอาด ปลอดภัย และสร้างบรรยากาศเอื้อต่อแรงบันดาลใจ (Mourad, Shafik, & El-Husseiny, 2021, pp. 1-17) ทั้งหมดนี้ทำให้ส่วน ประสมทางการตลาดบริการ ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการตลาด และเป็นกรอบในการพัฒนาวัตรกรรมบริการที่สอดคล้อง กับบริบทของเมืองใหญ่

ในมิติของ คุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือ เช่น ความตรงต่อเวลาและความเสถียรของอินเทอร์เน็ต และสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ความสะอาดและการออกแบบพื้นที่ ที่สะดวกสบาย ขณะเดียวกันความเชื่อมั่น สะท้อนผ่านความมั่นใจในทักษะและท่าทีมีอาชีพของบุคลากร ส่วนการตอบสนอง ปรากฏชัดเจนในความรวดเร็วของการแก้ปัญหา และความเข้าใจ สะท้อนผ่านการให้บริการที่ยืดหยุ่น และใส่ใจต่อความต้องการเฉพาะบุคคล (Ighomereho, Omoyele, & Olabode, 2022, pp. 1-15) การรับรู้คุณภาพจึง เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวังและประสบการณ์จริง ที่ผู้บริโภคได้รับ

สอดคล้องกับผลวิจัยในมิติประสบการณ์ลูกค้าในแต่ละจุดสัมผัส (Touchpoint) มีอิทธิพลโดยตรง ต่อการประเมินคุณภาพบริการ โดยในช่วงก่อนการใช้บริการ ผู้บริโภคมักพิจารณาจากรีวิวออนไลน์ โปรโมชัน และภาพลักษณ์สถานที่ ขณะที่ระหว่างการใช้บริการ สิ่งแวดล้อม เช่น แสง อุณหภูมิ ความเงียบ หรือการเข้าถึง เทคโนโลยี มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการทำงาน และการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานเป็นตัวชี้ขาดสำคัญในการสร้างความพึงพอใจ สุดท้ายในหลังการใช้บริการ หากธุรกิจมีระบบติดตามข้อเสนอแนะหรือการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน จะช่วยสร้างความ เชื่อมั่นและความภักดีในระยะยาว (Zimmermann et al., 2022, pp. 52-60)

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้ตอกย้ำว่าความสำเร็จของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร เป็นวัตรกรรมด้านบริการที่เน้นผลลัพธ์ของการบูรณาการระหว่าง กลยุทธ์การตลาดบริการ (7Ps) คุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ซึ่งสอดคล้องกับจุดสัมผัสประสบการณ์ลูกค้าที่ร่วมกันสร้างพื้นที่บริการเชิงนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ ทั้งเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และการสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ของผู้บริโภคในเมืองยุคดิจิทัลได้อย่างครบถ้วน

สรุปและอภิปรายผล

1. บริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ในย่าน CBD มีทั้งความเหมือนและความแตกต่าง โดยทุกพื้นที่มีข้อได้เปรียบ ด้านทำเลและระบบขนส่งสาธารณะ แต่แตกต่างกันไปตามกลุ่มผู้ใช้บริการและภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ย่านสีลม-สาทรเน้นกลุ่มธุรกิจการเงิน ส่วนโอศก-สุขุมวิทตอบโจทย์กลุ่มสตาร์ทอัพและคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้ CBD มีความได้เปรียบเชิงทำเล และเป็นจุดศูนย์กลางที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจบริการสมัยใหม่ รวมถึงธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน

ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Klinmalai (2024) ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มการขยายตัวของโครงการขนาดใหญ่จาก CBD ไปยังพื้นที่ชานเมือง โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลัก คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งมวลชน ได้แก่ BTS, MRT, BRT รวมถึงนโยบายรัฐ และมาตรการลดภาษีอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเชื่อมโยงได้กับงานวิจัย ของ Khumpaisal, Ratanapetch, & Bunnaga, (2025) ที่พบว่าพื้นที่ CBD เป็นมากกว่าพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ เพราะเป็น ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจที่มีผลต่อกลยุทธ์การลงทุน การวางตำแหน่งตลาด และการออกแบบบริการของธุรกิจพื้นที่ทำงาน ร่วมกัน ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อโอกาสและการแข่งขันที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านมูลค่า ที่ดินและการเข้าถึงระบบขนส่ง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ Teeramungcalanon, & Rattanaprichavej (2025) ที่พบว่า การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจบริการต่างสะท้อนการพึ่งพาทำเล CBD เป็นฐานสร้างคุณค่า ได้แก่

การเพิ่มราคาทุน หรือการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยทั้งสองชี้ร่วมกันว่า ความหนาแน่นของกิจกรรมเศรษฐกิจและความสะดวกในการเดินทาง คือ ปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อน CBD ทำให้พื้นที่นี้ยังคงมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ต่อทั้งภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจบริการ โดยธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน เกี่ยวพันกับความท้าทายด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และการพัฒนาพื้นที่เมือง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Srisuwon & Anantsuksomsri (2025) ที่ชี้ว่าบริบทของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพฯ ครอบคลุมปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และภูมิศาสตร์เมือง ที่มีผลต่อกลยุทธ์ของผู้ประกอบการโดยตรงและพึ่งพาความหนาแน่นของผู้ใช้ภายใน CBD ทั้งนี้ยังมีการเปลี่ยนผ่านธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันจากย่าน CBD ไปสู่การเป็นเครือข่ายของ ธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันนอก CBD

ในขณะที่มีประเด็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริบทธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในงานวิจัยของ Fai, Tomlinson, & Barzotto (2024) พบว่า ในเขต CBD ของกรุงเทพมหานคร ทำหน้าที่เป็นจุดศูนย์กลางนวัตกรรมและเครือข่ายธุรกิจที่เติบโตภายใต้แรงกดดันของเศรษฐกิจเมืองและการแข่งขันระดับสากล รวมทั้งมีบทบาทในฐานะเครื่องมือเชิงนโยบายและการฟื้นฟูเมือง จึงสะท้อนข้อเท็จจริงร่วมกันว่าธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ทำงาน แต่เป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเมืองสมัยใหม่ โดยเฉพาะในย่านเศรษฐกิจสำคัญอย่าง CBD ซึ่งงานวิจัยของ Monrattanachai, Nilsook & Wannapiroon (2025) ได้กล่าวถึงประเด็นที่ใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันเป็นโครงสร้างพื้นฐานหลัก โดยสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในย่าน CBD ของกรุงเทพฯ ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนทำงานรุ่นใหม่และผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ที่ให้ความสำคัญกับ เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างเครือข่าย และความยืดหยุ่นในการทำงาน

2. การจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพมหานคร ตามมิติผู้ประกอบการและมิติผู้ใช้บริการ

ผลการวิจัยสะท้อนว่า ผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ ใช้กลยุทธ์เชิงยืดหยุ่น การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงาน โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับประสบการณ์และความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับ Pitri et al. (2025) ที่เสนอว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้จริง หมายความว่า การเข้าใจลักษณะและพฤติกรรมผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มจะช่วยให้กลยุทธ์บริการมีประสิทธิภาพและนำไปสู่การใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ Siregar & Saputri (2023) พบว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยว่าผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของส่วนประสมทางการตลาดส่งผลโดยตรงต่อเจตนาซื้อของลูกค้า เป็นการตอกย้ำแนวคิดว่าการเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคและการปรับกลยุทธ์บริการให้ตรงตามความต้องการจริง จะช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีความยืดหยุ่นและใช้เทคโนโลยีในการบริหาร

สอดคล้องกับที่ Kitsios et al. (2023) สะท้อนว่าผู้ประกอบการสามารถแปลงกลยุทธ์ดิจิทัลให้เป็นคุณค่าเชิงประสบการณ์และความภักดีของลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม และสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Rohit, Ranjan & Shainesh (2025) ที่ชี้ว่าองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ และบุคลากรมีความสำคัญในการสร้างการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการในแต่ละย่านจำเป็นต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างบุคลากรให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของลูกค้าในพื้นที่

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sroyetch, Rangsunognoen & Caldicott (2025) ที่พบว่า ผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ มีหลักการจัดการธุรกิจโดยใช้ ความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยผ่านการยืดหยุ่นแพ็คเกจ การใช้ดิจิทัล และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ตอบสนองประสบการณ์ผู้ใช้ บ่งชี้ว่าการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าในทุกมิติของคุณภาพบริการ เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความพึงพอใจและความยั่งยืนในระยะยาว รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Abdi, Abolmakarem, & Yazdi (2025) ที่สามารถประยุกต์ให้ตรงกับบริบทของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในย่าน CBD ที่มีการแข่งขันรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการแต่ละย่าน การเลือกทำเลและการตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคต้องมีความเข้าใจตลาดและสร้างความแตกต่างผ่านคุณภาพบริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการ

เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Palamidovska-Sterjadovska et al. (2025) ที่ได้กล่าวว่าคุณภาพบริการ มีผลสำคัญต่อความเชื่อมั่นและการใช้งานของลูกค้า เชื่อมโยงกับผลการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ เพราะบริบทของย่าน CBD ในกรุงเทพฯ ที่มีความหลากหลายทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และพฤติกรรมผู้ใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า

ผู้ประกอบการต้องออกแบบบริการ และพัฒนาบุคลากรให้ตรงกับบริบทเฉพาะของแต่ละย่าน เพื่อสร้างความไว้วางใจ
บริการที่ตอบโจทย์ และจะต้องมีคุณภาพสูงเพื่อดึงดูดผู้ใช้ให้ใช้งานจริงและบ่อยขึ้น

3. รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันกับบริบทย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร

โมเดลเชิงโครงสร้างคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ถูกจัดวางไว้ในวงในเพื่อทำหน้าที่เป็นแกนกลาง
แสดงถึงคุณภาพบริการที่ผู้ใช้บริการสัมผัสโดยตรง ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุดต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า
ขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ถูกวางไว้ในวงนอกเพื่อทำหน้าที่เป็นกรอบเชิงกลยุทธ์ที่หล่อหลอมประสบการณ์
ได้แก่ บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ การส่งเสริมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการที่ถูกยกระดับด้วย
เทคโนโลยีดิจิทัล

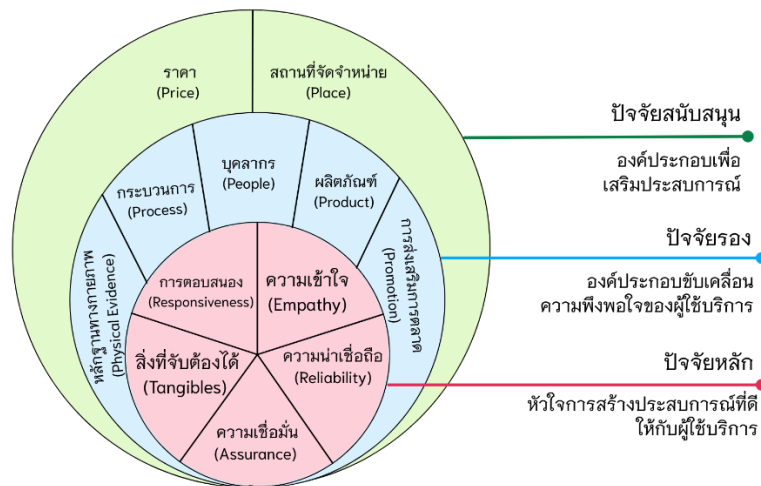
ทั้งนี้แกนกลางของโมเดลสอดคล้องกับงานวิจัยของ Weippert (2025) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสร้างประสบการณ์ที่
มีคุณค่าเกิดจาก การบริหารจัดการจุดสัมผัสระหว่างลูกค้าและธุรกิจในทุกช่วง ที่ช่วยขับเคลื่อนการรับรู้คุณค่า ความเชื่อมั่น
และความผูกพันในระยะยาว ซึ่งแนวคิดนี้สามารถเชื่อมโยงกับโมเดล ในการอธิบายว่าแต่ละมิติของคุณภาพบริการทำ
หน้าที่เป็นจุดสำคัญที่ลูกค้าสัมผัสโดยตรง และเมื่อได้รับการสนับสนุนจากกลยุทธ์การตลาดบริการภายนอก
ก็จะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่อเนื่องและสอดคล้องกับความคาดหวัง

จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งสองกลุ่มพบว่าความเข้าใจเป็นมิติที่สำคัญที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการ
ความรู้สึกเป็นส่วนตัวและการได้รับการดูแลเอาใจใส่ โดยมีคู่มือการรองรับลูกค้า รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ และสิ่งที่
จับต้องได้ที่สะท้อนมาตรฐานของระบบการจอง ความเสถียรของอินเทอร์เน็ต และคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
ขณะที่การตอบสนองและความเชื่อมั่นมีบทบาทเสริมในเชิงการตอบสนองอย่างทันท่วงทีและการสร้างความมั่นใจใน
ทักษะของบุคลากร สอดคล้องกับ Kopalle, Kumar & Subramaniam (2020) ที่ให้ข้อมูลเชื่อมโยงกับความเข้าใจลูกค้า
กับการใช้เทคโนโลยี ว่าการใช้ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า มาสร้างความเข้าใจพฤติกรรม ความคาดหวัง และประสบการณ์ใน
โลกดิจิทัล การสร้างความเข้าใจ รวมถึงการออกแบบระบบดิจิทัล บริการออนไลน์ ที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าอย่างเป็น
ส่วนตัวและราบรื่น ซึ่งทั้งหมดเป็นแกนหลักของกลยุทธ์การเป็นศูนย์กลางลูกค้า

ที่สำคัญ ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างเชิงเขตพื้นที่และราคา ระหว่างย่านใน CBD ของกรุงเทพมหานคร
เพราะทุกเขตมีจุดร่วมเดียวกันคือการตั้งอยู่ในศูนย์กลางธุรกิจซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดเงื่อนไขการใช้บริการร่วมกัน
กล่าวคือ การเข้าถึงระบบขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน และเครือข่ายทางธุรกิจ ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับราคาและข้อจำกัด
เชิงพื้นที่ได้ ตราบเท่าที่บริการสามารถมอบคุณภาพและประสบการณ์ที่เหนือกว่า

ขณะเดียวกัน องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ถูกวางในฐานะกลไกเชิงกลยุทธ์ที่โอบล้อม
SERVQUAL โดยผลวิจัยพบว่า บุคลากร มีความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ หลักฐานทางกายภาพ และ กระบวนการ
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiong (2025) ที่เน้นว่า บุคลากร มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความพึงพอใจและ
สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ผ่านการอบรมพนักงาน การสร้างแรงจูงใจ และการใช้เทคโนโลยีเสริมการบริการ
ซึ่งประเด็นนี้สะท้อนโดยตรงกับธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในเขต CBD ของกรุงเทพฯ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ
ทักษะ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองอย่างทันท่วงทีของบุคลากร (Fai, Tomlinson, & Barzotto, 2024)
ซึ่งถือเป็นจุดเชื่อมที่ทำให้เห็นว่า คุณภาพบุคลากรและการสื่อสารอย่างเข้าใจผู้ใช้บริการ เป็นแกนกลางของนวัตกรรม
การจัดการ

กล่าวโดยสรุป ผลวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งสองกลุ่มยืนยันว่า ความสำเร็จของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน
เกิดจากการเชื่อมโยงอย่างสมดุลระหว่างสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้จริง คือ คุณภาพการบริการ และกลยุทธ์การตลาดของ
ผู้ประกอบการ ซึ่งทั้งหมดนำไปสู่นวัตกรรมจัดการที่สร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ในเมืองยุคดิจิทัลได้อย่างครบถ้วน



รูปที่ 2 นวัตกรรมจัดการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางเชิงนโยบายและเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกัน ในเขตย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. การพัฒนาระบบบริการและการออกแบบพื้นที่ด้วยดิจิทัลและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม โดยผู้ประกอบการควรลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เช่น ระบบจองออนไลน์แบบเรียลไทม์ ระบบชำระเงินไร้เงินสด และการจัดการข้อมูลสมาชิก

2. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่มและการบูรณาการส่วนประสมทางการตลาดบริการกับคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยชี้ว่า ความสำเร็จของธุรกิจพื้นที่ทำงานร่วมกันในกรุงเทพฯ เกิดจากการผสมผสานกลยุทธ์การตลาด (7Ps) กับคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ผู้ประกอบการจึงควรกำหนดกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากข้อจำกัดที่การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพฯ ซึ่งมีการแข่งขันสูงและกลุ่มผู้ใช้ที่เฉพาะตัว งานวิจัยในอนาคตควรขยายกรอบการศึกษาไปยังพื้นที่รอบนอกเมืองหรือจังหวัดอื่น เพื่อสะท้อนรูปแบบการจัดการนวัตกรรมที่แตกต่าง และควรมีการเปรียบเทียบเชิงภูมิภาคหรือระหว่างประเทศ เพื่อเรียนรู้แนวทางสากลที่สามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- นฤมล อรุโณทัย และคณะ. (2565). *โครงการวิจัยสำรวจสถานการณ์แรงงานนอกระบบ: บทสำรวจเครือข่าย สถานะองค์ความรู้ ความเสี่ยง และแนวปฏิบัติ*. (รายงานวิจัย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- พรรัตน์ พงษ์ประเสริฐ. (2564). ตัวชี้วัดของความพึงพอใจในการใช้บริการ co-working space ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง*, 3(2), 47–63.
- พิมพ์ธัญญา ช้องเสนาะ. (2561). *Gig economy: ระบบเศรษฐกิจใหม่กับวิถีการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม*. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2566, มีนาคม 18). *พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 8) พ.ศ. 2566*. ราชกิจจานุเบกษา, 140(20ก).

- Abdi, F., Abolmakarem, S., & Yazdi, A. K. (2025). Forecasting car repair shops customers' loyalty based on SERVQUAL model: An application of machine learning techniques. *Spectrum of Operational Research*, 2(1), 180–198.
- Alemu, A. (2023). Assessing service quality in tertiary education using adapted SERVQUAL scale. *Cogent Education*, 10(2), 1–15.
- Amerta, L., & Madhavi, I. (2023). Exploring service quality and customer satisfaction in the service industry: A mixed-methods analysis. *Journal on Economics, Management and Business Technology*, 2, 1–16.
- Berbegal-Mirabent, J. (2021). What do we know about co-working spaces? Trends and challenges ahead. *Sustainability*, 13(3), 1416. <https://doi.org/10.3390/su13031416>
- Berman, B. (2020). Paths to purchase: The seven steps of customer purchase journey mapping. *Rutgers Business Review*, 5(1), 84–100.
- Fai, F. M., Tomlinson, P. R., & Barzotto, M. (2024). Coworking spaces and regional development: A role for policy. *Regional Studies*, 59(1), 1–17.
- Ighomereho, O. S., Ojo, A., Omoyele, O. S., & Olabode, O. S. (2022). From service quality to e-service quality: Measurement, dimensions, and model. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(1), 1–15.
- Khumpaisal, S., Ratanapetch, I., & Bunnaga, K. (2025). Predicting the vacant land price of Ratchadapisek Road, the Bangkok new central business district. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 14(2), 369–378.
- Kitsios, F., Kamariotou, M., & Mavromatis, A. (2023). Drivers and outcomes of digital transformation: The case of public sector services. *Information*, 14(1), 1–14.
- Klinmalai, S. (2024). Transformative physical attribution of mixed-use project development in Bangkok Metropolitan Area, Thailand. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies (JARS)*, 22(1), Article 268137.
- Kopalle, P. K., Kumar, V., & Subramaniam, M. (2020). How legacy firms can embrace the digital ecosystem via digital customer orientation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 114–131.
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. *SAGE Open*, 11, 1–15.
- Lahadnci, R., Zulkifli, S., & Sekar, T. (2024). The development of customer journey mapping in digital-based start-up businesses. *Innovation, Technology, and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 1–12.
- Mariotti, I., & Micek, G. (2024). Theoretical framework of the location of coworking spaces. In I. Mariotti, E. Tomaz, G. Micek, & C. Méndez-Ortega (Eds.), *Evolution of new working spaces* (pp. 73–82). Cham: Springer.
- Monrattanachai, P., Nilsook, P., & Wannapiroon, P. (2025). A virtual experiential learning platform through intelligent co-working spaces to promote entrepreneurship and happiness learning. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 103(2), 672–691.
- Mourad, H., Shafik, Z., & El-Husseiny, M. (2021). Space-time mapping of co-working spaces in Cairo: Shifting paradigms from openness to technologically controlled spaces. *Bulletin of the Faculty of Engineering*, 68(1), 39.1–17.

- Nguyen, K. M., Dinh, L. T. K., Ngo, T. T., Phan, T. T. T., Nguyen, P. D. H., Tran, H. P. M., & Nguyen, N. T. (2025). The impact of 7Ps green marketing mix on customer commitment and willingness to pay a premium price: Evidence from Vietnam. *Journal of Promotion Management*, 31(4), 578–619.
- Palamidovska-Sterjadovska, N., Rasul, T., Lim, W. M., Ciunova-Shuleska, A., Ladeira, W. J., Santini, F. O., & Bogoevska-Gavrilova, I. (2025). Service quality in mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 43(6), 1195–1230.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420–450.
- Pitri, T., Firmansyah, I., Rijanto, R., & Firmansyah, D. (2025). The evolving marketing mix in the digital age and customer mix: How does it affect purchase intention? *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(1), 364–376.
- Pongprasert, P. (2022). Determinants of luxurious condominium prices in Bangkok CBD: A case study of encouraging housing affordability in Bangkok, Thailand. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 10(1), 167–182.
- Rohit, S., Ranjan, K. R., & Shainesh, G. (2025). Service marketing mix and customer engagement: A meta-analysis. *Journal of Business Research*, 194, 115363.
- Siregar, A. N., & Saputri, A. (2023). Unlocking buyer intent: How the marketing mix shapes purchasing decisions at Ummah Cahaya Restaurant. *Journal of Business Integration and Competitive*, 1(1), 9–16.
- Srisuwon, S., & Anantsuksomsri, S. (2025). Impacts of COVID-19 on coworking spaces in Bangkok. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 13(2), 111–128.
- Sroyetch, S., Rangsunnoen, G., & Caldicott, W. R. (2025). A co-generated analysis of Thai homestays: Overcoming SERVQUAL deficiencies and sustainability barriers. *Advances in Southeast Asian Studies*, 18(1), 31–58.
- Teeramungcalanon, M., & Rattanaprichavej, N. (2025). A location effect on the capital gains of condominium investment. *Real Estate Management and Valuation*, 33(1), 70–84.
- Weippert, M. (2025). Customer and managerial perspectives on personalization along the customer journey. *Synthesis*, 177, 1–13.
- Xiong, M. (2025). Case study analysis of 7P marketing strategy application. *Trends in Social Sciences and Humanities Research*, 63, 63–67.
- Zimmermann, R., Weitzl, W., & Auinger, A. (2022). Identifying sales-influencing touchpoints along the omnichannel customer journey. *Procedia Computer Science*, 196, 52–60.

Improving the Logistics for Shipping Second-hand Mobile Phones from China to Thailand

Zhanpeng Gao¹ and Bavornwit Rojsuwan²

¹Student of the Master of Science Program Management of Logistics Graduate School Rangsit University

²Lecturer of the Master of Science Program Management of Logistics Graduate School Rangsit University

Email: 775577688@qq.com, dr.bavornwit@gmail.com

Received: Mar. 18, 2025; **Revised:** Oct. 1, 2025; **Accepted:** Oct. 3, 2025

Abstract

This study investigates the optimization of cross-border logistics for shipping second-hand mobile phones from China to Thailand, focusing on logistical bottlenecks, cultural and regulatory constraints, and the effectiveness of innovative solutions. Using a qualitative case study approach stakeholder interviews, field simulations of ten shipments, and comparative benchmarks we identify inefficiencies in mode selection, customs clearance (including IMEI and HS-code misclassification), and reverse logistics (i.e., returns and repair flows). Evaluated strategies include IMEI pre-registration, blockchain-enabled customs processing, augmented reality (AR) inspection support, and rail-centered multimodal logistics with a Chiang Mai smart-warehouse node.

Results show measurable performance gains: IMEI pre-registration reduces order-change rates by 67% and accelerates clearance by up to 40%; blockchain shortens processing time from 96 to 36 hours ($\approx 62.5\%$); AR cuts physical-inspection time and port delays by $>60\%$; rail lowers line-haul cost by 18%, while warehouse sorting efficiency improves by 40%. Comparative benchmarks indicate Thailand's competitive rework capability but higher unit cost (\$0.38/kg vs. \$0.25/kg to Vietnam) and slower clearance (76%), highlighting scope for policy and process reform. We recommend aligning HS codes to distinguish refurbished devices from e-waste, mandating digital preprocessing (IMEI + blockchain), and localizing last-mile operations; together, these measures provide a practical roadmap for a more resilient, efficient, and culturally adaptive logistics framework for the circular electronics trade.

Keywords: Cross-border logistics, Second-hand mobile phones, Customs clearance

Introduction

The second-hand mobile phone industry has emerged as a vital pillar of the global circular economy, driven by consumers seeking affordable alternatives to new devices and a rising focus on sustainable consumption. In 2022, global shipments of refurbished and second-hand smartphones increased by 11.5%, reaching approximately 282.6 million units, and are projected to maintain a 10.3% compound annual growth rate (CAGR) through 2026 (Digital Information World, 2023). In 2023, sales exceeded 310 million units worldwide, accounting for roughly 23% of total smartphone sales, with the Asia-Pacific region leading this growth by contributing more than 45% of global transactions (Market Growth Reports, 2023).

Within Southeast Asia, Thailand has emerged as a particularly important market, supported by its expanding middle class, high levels of digital connectivity, and policies promoting green technology and e-waste reduction. At the same time, the country has strengthened its environmental safeguards. In June 2025, Thailand implemented a sweeping ban on electronic waste imports, broadening the list of prohibited hazardous items under new ministerial regulations (Nation Thailand, 2025; and HKTDC Research, 2025). Before this ban, loopholes had allowed the import of nearly 28.85 million kilograms of used electronics into Thailand between late 2021 and early 2022 (Fair Planet, 2022).

Thailand plays a pivotal role in regional second-hand mobile-phone flows, with many used devices arriving from China. In July 2017, China notified the WTO that it would restrict imports of multiple categories of solid waste, with measures taking effect from late 2017 (WTO, 2017; Reuters, 2017). China then completed a nationwide ban on all solid-waste imports effective 1 January 2021 (Ministry of Ecology and Environment of the PRC, 2020; Ministry of Ecology and Environment of the PRC, 2022). Evidence from international monitoring indicates these restrictions re-routed transboundary movements of used electronics and e-waste toward Southeast Asia (Forti et al., 2020). Despite Thailand's significance in the sector, the China–Thailand logistics corridor faces persistent challenges. These include underdeveloped transport infrastructure in segments of the China, Laos, Myanmar routes, regulatory complexities in Thai customs procedures including stringent standards and certification requirements and relatively high rates of cargo damage and delays. These constraints reduce supply chain reliability and increase operational costs.

While cultural and religious compliance is a distinctive consideration, the dominant constraints are logistical. Road–rail flows from China to Thailand frequently traverse the China–Laos corridor, where segments in Northern Laos and adjacent crossings remain underdeveloped, driving up cargo damage, lengthening transit times, and weakening network connectivity. Illustratively, the estimated cargo loss rate on the China–Laos–Thailand corridor is 5.7% versus 3.2% on the China–Vietnam route (Sun & Mei, 2025). At the maritime end, Laem Chabang Port despite being Thailand's primary deep-water gateway faces operational delays, with average demurrage times exceeding Haiphong Port by about 1.8 days (UNCTAD, 2023), further eroding schedule reliability and raising costs. Given these logistical inefficiencies, the need for a tailored, market-specific logistics model becomes clear. A Thailand-specific logistics evaluation framework is essential to quantify performance gaps, streamline transport and customs processes, and develop innovative logistics solutions. Addressing these bottlenecks will not only reduce costs and improve delivery timelines but also support sustainable trade practices aligned with global green economy goals (César Tadeo & Medina-Solís, 2020). Therefore, this research is both timely and necessary, offering insights and practical strategies for enhancing the efficiency and reliability of second-hand mobile phone trade between China and Thailand. Thus, this study aims to provide a comprehensive analysis of logistics bottlenecks and propose practical

innovations to improve the efficiency and sustainability of the China–Thailand second-hand mobile phone trade.

To address these issues, this study proposes the development of a Thailand-specific logistics evaluation framework to assess transport and customs performance and identify opportunities for innovation. By resolving key bottlenecks, the framework seeks to improve cost efficiency, enhance delivery reliability, and foster sustainable practices aligned with global green economy and circular economy objectives.

Research Objectives

1. To explore logistics bottlenecks (transportation, reverse logistics, customs clearance)
2. To identify the impact of cultural and regulatory constraints.
3. To evaluate the effectiveness of optimization strategies (e.g., blockchain customs, IMEI systems, AR inspections).
4. To recommend solutions for improving logistics performance in the cross-border second-hand electronics trade.

Literature Review

Analysis of the Current Situation

The logistics framework for second-hand mobile phone trade between China and Thailand is undergoing considerable pressure due to rapid market expansion, yet it remains constrained by outdated infrastructure, fragmented regulations, and inconsistent customs processes. Despite growing demand in Thailand driven by affordability and digital inclusion policies, the logistics system lacks synchronization between trade partners. According to Statista (2023), second-hand mobile phone circulation in Southeast Asia is rising at a CAGR of 11.7%, but infrastructure and regulatory adaptation have not kept pace. The customs process is heavily reliant on manual documentation and suffers from delays due to IMEI mismatches, missing invoices, and misclassification of used phones as e-waste (Thailand Customs Report, 2023). From ERIA, 2023; Euro Commerce, 2023 Studies show reverse logistics in ASEAN remain underdeveloped and fragmented (e.g., heavy reliance on informal collection and limited formal take-back systems), leading to slower return cycles; by contrast, European merchants typically process refunds within 10 days of a return, setting a faster benchmark. Transport inefficiencies such as underutilized rail corridors and recurring delays at Laem Chabang Port further impact delivery performance (UNCTAD, 2023). The logistics cost per unit remains high at \$0.38/kg compared to \$0.25/kg in Vietnam. Additionally, religious holidays, such as Songkran, and cultural sensitivities regarding Buddhist imagery contribute to disruptions and rework costs. Stakeholders face additional burdens due to the absence of centralized transit and return hubs, limited digital tracking, and poor real-time coordination. These structural limitations reveal a pressing need for digitized customs systems, improved multimodal transport integration, and cultural adaptation strategies. Without systemic reform, the China–Thailand second-hand electronics corridor risks losing competitiveness despite strong market demand and regional trade potential.

Optimizing the Logistics Transportation Methods

Optimizing logistics transportation methods for second-hand mobile phones between China and Thailand requires a shift toward multimodal and technology-enhanced solutions. Rail transport via the China–Laos–Thailand corridor can cut transport costs by about one-third (and over 40% in some scenarios) relative to all-road trucking on the Kunming–Laem Chabang route, while emitting far less CO₂ per tonne-kilometre than road freight (World Bank, 2018; International Energy Agency, 2023). Integrating smart transit warehouses, especially in Chiang Mai, improves cargo sorting speed and supports regional distribution. Additionally, combining sea freight with last-mile delivery via bilingual logistics teams boosts customer satisfaction in rural areas. Real-time tracking and IMEI pre-recording further expedite customs processes. A flexible, data-driven transport network aligned with trade volumes and market priorities is essential to enhance reliability, efficiency, and sustainability.

Customs Clearance Optimization

Customs clearance optimization is crucial to improving cross-border logistics efficiency in the second-hand mobile phone trade between China and Thailand. Key challenges include delays caused by manual IMEI verification, outdated HS code usage, and cultural inspection requirements. Implementing digital customs preprocessing such as blockchain and IMEI pre-registration—has been shown to reduce clearance time by up to 40% (UNCTAD, 2024a, 2024b, and World Customs Organization & World Trade Organization, 2022, and Department of Telecommunications [India], 2023). AR-based inspections allow customs officers to verify device conditions remotely, minimizing physical handling and damage. Misclassification of goods as e-waste remains a major barrier, with 42.6% of shipments affected in 2023 (Thai Customs Department, 2023). AI-powered tagging systems can help accurately classify goods before shipment. Harmonizing Thailand's regulatory standards with international norms will improve predictability and reduce compliance costs. A shift toward automated, transparent, and synchronized customs systems is essential for accelerating the clearance process and supporting sustainable trade flows.

Transport Network

The transport network plays a crucial role in determining the efficiency and reliability of cross-border logistics between China and Thailand. The China–Laos–Thailand railway, while offering cost advantages and lower emissions, remains underutilized due to limited frequency, customs bottlenecks, and weak integration with local distribution hubs (Sun & Mei, 2025). Road transport remains dominant but faces challenges from congestion and border delays, particularly at Nong Khai and Mohan checkpoints. Sea transport via Laem Chabang Port is used for high-volume shipments but suffers from delays and demurrage costs that exceed regional averages (UNCTAD, 2023). Air transport, though fastest, is expensive and avoided by most SMEs. The fragmented nature of multimodal links reduces overall responsiveness. Moreover, poor coordination among stakeholders weakens network resilience during disruptions. Transport losses and delivery variances remain high due to inadequate infrastructure in Laos and Northern Thailand. Strategic investments in multimodal hubs and smart logistics corridors are essential to optimize the transport network.

Research Framework

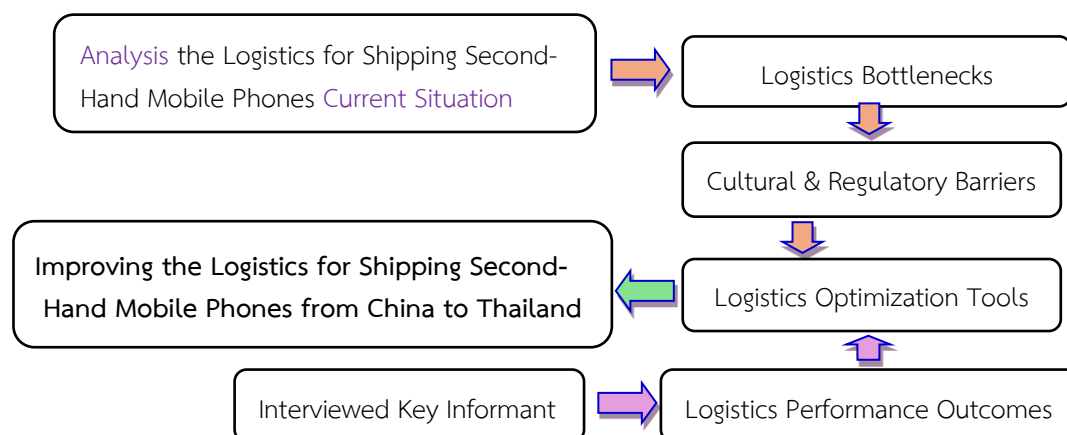


Figure 1 Research Framework (Researcher, 2025)

This framework explains how contextual conditions in the China–Thailand corridor namely regulatory requirements, cultural factors, and infrastructure/network capacity shape the feasibility and payoff of three operational drivers: (i) digital preprocessing (pre-arrival IMEI and e-invoice submission; secure EDI/blockchain), (ii) technology-assisted inspection (AR/AI), and (iii) network design (rail paired with a smart transit warehouse, plus consolidation/backhaul planning).

These interventions primarily work by lowering exception incidence, represented by the exception loop (*IMEI mismatch* → *HS reclassification* → *cultural/imagery rework*). Breaking this loop produces better process outcomes (shorter inspections, reduced dwell/demurrage) and, in turn, improves six performance indicators: time, cost, security, connectivity, clearance efficiency, and service quality. The magnitude of these effects is moderated by AEO/broker accreditation, ASEAN Single Window/ACTS usage, seasonality, and firm IT/compliance capability. Finally, demonstrated performance gains feed back into wider adoption and supportive policy for logistics of second-hand mobile phone shipments between China and Thailand.

Research Methodology

Research Design

This study employs a qualitative case study design to investigate the optimization of logistics for shipping second-hand mobile phones from China to Thailand. The purpose is to understand logistical inefficiencies and evaluate strategies that can enhance customs clearance, transportation efficiency, and service quality. The research incorporates empirical data, expert insights, and cross-border logistics performance benchmarks to formulate actionable recommendations.

The design integrates field-based evidence collection with comparative analysis, enabling a deeper understanding of cultural, regulatory, and infrastructural influences unique to the China-Thailand corridor.

Data Sources and Collection

To ensure comprehensive insights according to research framework, the study utilizes both primary and secondary data sources:

Primary data:

Semi-structured interviews with seven key Informants (stakeholders), including logistics managers, customs officials, and second-hand mobile phone traders. These interviews provided nuanced perspectives on cultural constraints, customs delays, and route optimization, and field simulations of 10 shipment batches from Shenzhen to Bangkok, Ho Chi Minh City, and Dubai, which were tracked for comparative analysis. (Krueger & Casey, 2015, p. 6)

Secondary Data:

Analysis of the Logistics for Shipping Second-Hand Mobile Phones Current Situation to find out the logistics bottlenecks, cultural & regulatory barriers and logistics optimization tools as below.

1. WTO Cross-border Electronic Trade Reports (2023)
2. Thailand Customs Reports (2023)
3. Academic literature (2015–2025)
4. Company-level documentation from Siam Express, Mingwei Electronics, and Kesun Group

Evaluation Metrics

To assess the effectiveness of proposed logistics improvements, the study uses a custom Thailand-specific logistics evaluation model based on six indicators 1) Transportation Time, 2) Transportation Cost, 3) Cargo Security, 4) Logistics Network Connectivity, 5) Customs Clearance Efficiency, and 6) Service Quality and Customer Satisfaction

Data Analysis

1. The data collected from document studies were analyzed using content analysis and presented in a descriptive format.
2. The data obtained from interviewed Key Informant were analyzed through analytic induction. The data was systematically organized and classified, and the collected information was summarized and analyzed to address the research questions.

Comparative Methodology

The study benchmarks Thailand's logistics performance against other trade corridors such as China–Vietnam, China–Europe (Railway Express), and China–Middle East

Comparisons use four key dimensions: timeliness, cost, compliance, and reliability. These data-driven comparisons are supported by charts and tables, such as clearance rates, rework frequency, port capacity, and last-mile costs (from WTO Cross-border Electronic Trade Report 2023).

Validity and Reliability

We enhanced the credibility of our research by employing a triangulation method that included interviews, field simulations, administrative records, and existing literature. We verified our sample sizes (7 interviews and 10 shipping batches) with participants through key informant checks. To ensure reliability and dependability, we maintained an audit trail that included a codebook,

analytical memos, and versioned logs. Additionally, we provided detailed, context-rich descriptions to support the transferability of our findings.

Ethical Considerations

All interview participants were briefed on the study purpose, and informed consent was obtained. Data was anonymized to protect confidentiality, and findings were used solely for academic analysis.

Scope and Limitations

The study is confined to the second-hand mobile phone logistics route between China and Thailand. While comparative benchmarks were gathered from other regions, the primary data are specific to China-Thailand trade. Limitations include evolving customs policies and restricted access to internal customs system data

Research Results

This research results of this study according to research objectives by following:

1. The explore logistics bottle necks:

Underutilization of Truck Transport Utilization: Interviews indicated operational constraints at land borders (document checks, inspection queues), driver shortages, and fuel-price volatility, Lack of synchronized cross-border procedures and checkpoint variability along the China–Laos–Thailand route were frequently reported, Survey data on 2023 showed 29% of trucks returned empty due to limited backhaul arrangements, contributing to higher per-trip costs and vehicle idle time, and For short-haul segments, respondents noted potential speed advantages of road, but cited inconsistent scheduling and limited consolidation points.

Underutilization of Air Transport Utilization: Reported barriers: higher average freight rates (e.g., $\approx$ \$3.20/kg vs \$0.38/kg by road in cited examples), priority allocation to perishables/medical goods, and limited specialized handling for used electronics, Interviews referenced 48–72 hours of average airport-clearance time at Suvarnabhumi for this product category, reducing the nominal transit-time advantage, and Air carried <12% of corridor volume (IATA, 2023).

Port and Corridor Performance: Laem Chabang Port recorded longer operational delays than Haiphong, with demurrage averaging +1.8 days (UNCTAD, 2023) and Corridor loss/damage and connectivity issues were noted on the China–Laos–Thailand route; one estimate placed the cargo loss rate at 5.7% versus 3.2% on the China–Vietnam route (Sun & Mei, 2025).

Reverse Logistics (Returns); Interview and diagnostic evidence described fragmented take-back channels and limited formal return infrastructure (ERIA, 2023), Country-level assessments reported low formal collection rates and system bottlenecks for ICT returns (ITU & UNITAR, 2024), The average return/exchange cycle $\approx$ 27 days (field reports), compared with a 14-day European benchmark cited in documentation, and Reported contributors included unclear return documentation, limited reverse-flow capacity, re-entry treatment of returns as new imports, reclassification, and repeated IMEI checks.

2. The impact of Cultural and Regulatory Constraints:

The logistics operations between China and Thailand are uniquely impacted by cultural sensitivities and stringent regulatory requirements, making compliance both complex and costly. This study identified the following key constraints:

Content screening: Requirements to remove religious imagery/symbols on devices and packaging were reported by interviewees and trade documents; firms described manual inspection steps prior to export (TISI Report, 2023).

Holiday effects: Religious/national holidays (e.g., Songkran) coincided with temporary delivery and port slowdowns; delays of up to ~72 hours were reported in peak periods (Thailand Transport Ministry, 2023).

Documentation: IMEI pre-submission and original invoices were commonly cited as causes of delay when incomplete; one source reported 41% of shipments affected in 2023 (Thailand Customs Report, Q2 2023).

Certification: TISI certification requirements for used phones add safety compliance steps beyond identity verification.

HS coding: Continued use of older HS versions was associated with misclassification as e-waste, with one audit citing 42.6% of 2023 entries affected (Thailand Customs Audit, 2023).

3. Evaluate the Effectiveness of Optimization Strategies:

Multiple innovative strategies were proposed and evaluated based on interview feedback and document reviews:

IMEI pre-recording: Reported order-change reductions (~67%) and clearance time improvements (up to ~40%) in pilot contexts.

Blockchain-based customs flows: Documentation described transparency gains and a shift from ~96h to ~36h processing in test lanes.

AR visual inspection: Reduced open-box inspections and handling risk; applied mainly to model/grade/accessory verification.

Multimodal (Rail + Chiang Mai warehouse): Reported cost reductions (~18%) on selected lanes and ~40% faster sorting at a smart-warehouse pilot.

Localized delivery practices: Temple/community drop-off points and bilingual teams were associated with higher acceptance rates and improved last-mile satisfaction in regional districts.

4. Recommend solutions for improving logistics performance in the cross-border second-hand electronics trade:

One of the most disruptive regulatory bottlenecks in the China–Thailand second-hand mobile phone trade is the persistent misclassification of devices during customs clearance, which directly stems from the continued use of outdated Harmonized System (HS) codes and lack of clarity in categorizing refurbished electronics.

Using the Thailand-specific evaluation model, the study compared logistics performance across four corridors as show on table 1:

Table 1 Results from Comparative Benchmarks

Corridor	Time Lag (Days)	Clearance Rate	Cost/KG	Rework Rate
China–Thailand	8–12	76%	\$0.38	2.3%
China–Vietnam	5–7	63%	\$0.25	4.1%
China–Europe	18–22	91%	\$0.42	1.2%
China–Middle East	10–14	88%	\$0.42	1.8%

These comparisons highlight that while Thailand has competitive rework rates, it lags in clearance speed and transport costs.

- o Common reports across roles: pre-recorded IMEI accelerated clearance; holiday periods required proactive scheduling; e-waste misclassification produced significant delays and added costs; bilingual teams and centralized return hubs supported service quality.
- o Technology mentions included AI document tagging, AR-assisted inspection, and tracking visibility for returns.

Conclusion Discussion and Recommendations

Conclusion

This study set out to improve the logistics of shipping second-hand mobile phones from China to Thailand by addressing key objectives: identifying logistics bottlenecks, examining cultural and regulatory constraints, evaluating optimization strategies, and proposing viable recommendations. The findings confirm that while the second-hand mobile phone market is growing due to circular economy trends, significant logistical inefficiencies still hinder the full realization of trade potential in the China–Thailand corridor.

In response to Objective 1.2.1, the study revealed that transportation bottlenecks persist, particularly the underutilization of rail and air transport, inefficiencies at Laem Chabang Port, and reverse logistics delays due to inadequate infrastructure and customs re-entry barriers. Customs clearance inefficiencies especially misclassification and lack of IMEI integration further compound delivery delays.

Regarding Objective 1.2.2, cultural and regulatory constraints play a non-trivial role. Religious content filtering and disruptions during Buddhist holidays, along with stringent TISI certification, IMEI documentation, and outdated HS codes, contribute to high compliance burdens and logistical unpredictability.

To meet Objective 1.2.3, the study examined optimization strategies such as IMEI pre-recording, blockchain-based customs systems, AR visual inspection, and multimodal logistics integration via the China-Laos-Thailand railway. Results showed significant improvement in clearance speed, cost reduction, and customer satisfaction.

Finally, in response to Objective 1.2.4, strategic recommendations were proposed to streamline customs processes, improve transportation mode usage, localize logistics operations,

and strengthen reverse logistics. These actions collectively aim to enhance the efficiency, reliability, and sustainability of cross-border second-hand electronics logistics.

Discussion

The discussion below links the empirical results to those objectives, situates them in relevant theory (trade facilitation, multimodal/network design, circular economy/reverse logistics), and aligns with prior evidence while grounding all points in the corridor's regulatory, cultural, and infrastructural realities.

1) Customs modernization and digital preprocessing (Objective i & ii)

Persistent delays around IMEI registration and invoice verification corroborate regional findings that uneven adoption of trade-facilitation and cross-border paperless trade measures sustains friction and raises costs (UNESCAP & ASEAN Secretariat, 2023; ERIA, 2023; World Bank, 2023). Within this context, Thailand's consumer-protection and cultural-safeguard rules are legitimate yet add procedural steps that stretch clearance time. The study's recommended countermeasures—pre-arrival IMEI and e-invoice submission, secure EDI/blockchain, and technology-assisted inspections—mirror global customs-modernization practice and the evidence base on advanced technologies in border management (WCO & WTO, 2022; UNCTAD, 2024; Department of Telecommunications, Government of India, 2023). These findings are consistent with Panitda Saiyarod, (2023). found that the Mekong region has seen an increase in infrastructure projects aimed at improving transportation and connectivity between China and neighboring countries. These projects feature border control points, customs checkpoints, and security forces, leading to state control over cross-border trade mobility. Logistical power has gradually penetrated the social life in border trading, selectively facilitating certain groups while excluding others. Despite the overarching influence of state control, local traders still assert their agency in shaping cross-border trade practices, and consistent with The Study Report on Disruptive Technologies (WCO, 2019) shows that a few advanced technologies that have completely changed the way things are done (i.e. disruptive technologies) have had a significant impact on customs procedures. These technologies will continue to benefit the work of customs authorities in the future and include developments in blockchain, IoT, big data analytics, AI and machine learning, biometrics, drones, virtual and augmented reality, and 3-D printing of these, three areas of advanced technology in particular play a significant role in the future work of customs authorities and in facilitating cross-border trade

2) Theoretical contribution: embedding culture as an operational variable (Objective ii)

A core theoretical contribution is treating cultural constraints (e.g., religious-imagery screening; holiday slowdowns) as model inputs that influence exception probability, last-mile outcomes, and rework. This extends logistics and circular-economy theory traditionally technical and infrastructure-centric by showing that culturally responsive operating practices (e.g., community/temple pickup points, bilingual Thai Chinese teams) can raise service quality and compliance in settings where cultural

norms are operationally salient. These findings are consistent with Mentzer et al. (2001), described transportation as the most visible logistics component to customers, directly impacting their perception of service quality., and consistent with Rushton et al. (2014) assert that optimized distribution supports service quality, even if not always directly visible to customers.

3) Multimodal integration and network resilience (Objective ii)

Under-utilization of the China–Laos–Thailand Railway and gateway delays are consistent with literature on weak multimodal integration in emerging corridors. The proposed smart transit warehouse in Chiang Mai coupled with rail–truck scheduling and digital yard/process visibility fits network-design principles that buffer variability, shorten domestic lead times, and shift flows from road-only patterns toward more reliable combinations (World Bank, 2023). These findings are consistent with Panitda Saiyarod, (2023). found that the dynamic relationship between state control and various actors in cross-border trade in the Mekong region. It calls for an inclusive strategy in developing border infrastructure, aiming to ensure equitable benefit distribution and actively integrate the voices and experiences of those most impacted by these changes into the planning and execution of regional projects., and consistent with Bowersox et al. (2013) and Christopher (2016), who argued that integrated logistics processes enhance operational efficiency, reduce variability, and raise service expectations.

4) Reverse logistics and circular value retention (Objective i & ii)

Comparisons with European benchmarks highlight under-developed reverse-logistics infrastructure in Southeast Asia, with fragmented take-back channels and low formal collection rates (ERIA, 2023; ITU & UNITAR, 2024). The study’s practical measures certified return centers, IMEI-linked return tracking, and clearer re-entry procedures are consistent with circular-economy logic: faster loops, higher recovery value, and improved customer experience. These findings are consistent with Rushton et al. (2014) assert that optimized distribution supports service quality, even if not always directly visible to customers., and Zeithaml et al. (2020) emphasized that consistent service performance enhances trust and emotional confidence, both essential to long-term relationships.

5) Thailand-specific evaluation model (Objective iii)

The six-indicator framework (time, cost, security, connectivity, clearance efficiency, service quality) answers calls for localized performance measurement in heterogeneous corridors, enabling office-/node-level benchmarking rather than relying on national averages (World Bank, 2023; UNESCAP & ASEAN Secretariat, 2023). It operationalizes the corridor’s exception loop (IMEI mismatch → HS reclassification → cultural/imagery rework) as a mediator linking interventions to outcomes. These findings are consistent with Gatton (2015) suggested, modern supply chains must adapt to rising customer expectations for fast, transparent, and reliable service. Organizations that invest in real-time tracking, inventory visibility, and delivery precision will be better equipped to deliver superior experiences.

6) Policy implications (Thailand and ASEAN)

Thailand: Institutionalize pre-arrival paperless submission (IMEI lists, e-invoices), expand risk-management lanes, and deploy AR-enabled inspections at high-volume gateways (WCO & WTO, 2022; UNCTAD, 2024). Issue guidance/sub-headings distinguishing refurbished devices from e-waste; broaden AEO/broker accreditation for refurbished-device chains.

ASEAN/regional: Accelerate ASEAN Single Window (ASW) interoperability for device documentation; use ACTS for multimodal transit; pursue mutual recognition of refurbishment/testing certificates and AEO MRAs; align with the UNESCAP Framework on Cross-border Paperless Trade to standardize data elements (UNESCAP & ASEAN Secretariat, 2023; ERIA, 2023).

7) Limitations and future research (scope & generalizability)

The evidence base is corridor-specific and relies on a small, purposefully selected sample during a period of evolving regulations, which may limit external validity. To strengthen generalizability, future work should build multi-year shipment-level panels across modes and gateways; use Difference-in-Differences/Triple-Difference designs around digital policy rollouts; and integrate mixed-methods (interviews, time-and-motion) to validate mechanisms and quantify heterogeneous effects.

Recommendations

Recommendations for the Business

To improve logistics performance in the cross-border second-hand mobile phone trade, the following recommendations are presented:

1. Streamline Customs Processes (Pilot); Launch a pre-arrival data pilot: mandatory IMEI pre-recording + e-invoices; run a blockchain/secure-EDI proof-of-concept with one broker + one refurbishes; create HS-code quick guides for entries most at risk of misclassification.
2. Integrate pre-arrival pipelines with the national single window; full blockchain/secure-EDI rollout across suppliers; connect IMEI verification to national CEIR/telecom databases where available.
3. Enhance Reverse Logistics Infrastructure (Start); Stand up two certified return centers (Bangkok, Chiang Mai) with standardized RMA intake, diagnostic benches, and grade-repacking; contract regional carriers for scheduled return sweeps.
4. Promoting Multimodal Transport; Shift selected lanes to rail + short-haul truck; align with China–Laos–Thailand timetables; start transit cross-dock in Chiang Mai for northern distribution.
5. Integrate Cultural Sensitivity in operations; Train bilingual Thai Chinese dispatch & customer care; pilot community parcel points (e.g., permitted community/temple centers) with clear SOPs; pre-check for culturally sensitive imagery in listings/packaging.
6. Develop the Chiang Mai transit hub into a bonded facility (as feasible); negotiate rail block-space agreements; create sea-rail routings for peak smoothing.

7. Build an HS/IMEI/TISI playbook (device grades, sample photos, accessory lists); enforce documentation checklists with suppliers; map HS extensions likely to apply to refurbished vs. waste categories; keep evidence folders per SKU.

8. Update HS codes to differentiate refurbished devices from e-waste and harmonize TISI and IMEI requirements with ASEAN partners.

9. Adopt AR and AI Technologies Scale; AR-assisted checks for grade verification and accessories; AI tagging of invoices/packing lists to flag HS & IMEI anomalies before handover to brokers.

With implementation roadmap priorities.

- Quarter 1–2: Pre-arrival pilot (IMEI + e-invoice), AR lane at one gateway, set up Bangkok/Chiang Mai return centers, initiate ASW/ACTS coordination.

- Quarter 3–4: Rail block-space agreements, expand AR to second gateway, publish first KPI bulletin; begin AEO/broker accreditation intake.

- Year 2–3: Full blockchain/EDI rollout, bonded Chiang Mai hub, ASEAN MRAs progress, national dashboard public release, scale green corridors.

Recommendations for Future Research

1. Conduct quantitative modeling of logistics cost savings by adoption intensity; business case (NPV/IRR) under conservative vs. aggressive rollouts; policy brief on clearance-time reductions from AR and blockchain implementation.

Extending research scope to include other second-hand electronics such as multinomial/conditional logit for mode choice (air/rail/sea-road) as a function of value density, delivery SLAs, and inspection risk.

2. Develop a national logistics performance dashboard (Thailand-specific model) by set up a secure ETL pipeline ingesting customs EDI, port/rail terminal logs, and broker/carrier milestones; publish open, aggregated KPIs with privacy safeguards or establish a data dictionary and API for monthly corridor metrics; align with national digital-customs standards.

New knowledge gained from research studies

1. Empirical contribution. This study moves beyond generic “digitalization” to show where and how targeted changes deliver measurable gains. We identify structural causes of under-utilization (e.g., 29% empty backhauls, 48–72 h airport clearance), node-specific reliability gaps (Laem Chabang demurrage; China–Laos–Thailand loss rates), and a hidden reverse-logistics bottleneck (~27 days). Mechanistically, we surface an exception-loop triad—IMEI mismatch → HS reclassification → cultural/imagery rework—that better explains tail delays than volume alone. Tested interventions—pre-arrival IMEI/e-invoices, blockchain/secure-EDI, AR inspection, and rail + inland smart warehousing—reduce time and cost while improving service.

2. Theoretical & methodological contribution. We position culture as an operational variable and foreground tail-risk (P95) performance as a core efficiency metric, extending logistics and circular-economy models beyond purely technical constraints. Methodologically, a Thailand-specific,

six-indicator evaluation model links qualitative mechanisms to operational KPIs, enabling office- and node-level benchmarking.

3. Policy & managerial implications. Immediate priorities include clarifying HS codes for refurbished vs. e-waste, institutionalizing pre-arrival paperless trade, deploying AR lanes at high-volume gateways, and advancing ASEAN harmonization (ASW/ACTS interoperability, mutual recognition of refurbishment/testing certificates, AEO MRAs). For managers: prioritize pre-arrival + AR at delay hot spots, establish certified return hubs, and shift eligible flows to rail + cross-dock.

References

- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply Chain Logistics Management* (4th ed.). McGraw-Hill Education.
- César Tadeo, M., & Medina-Solís, C. E. (2020). Community-centered logistics in Southeast Asia: Adapting delivery networks to cultural infrastructure. *Journal of Asian Logistics*, 12(3), 145–158.
- César Tadeo, R., & Medina-Solís, J. A. (2020). Culture-driven logistics strategies in Asia: A supply chain perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(5), 1023–1039. doi:10.1108/APJML-01-2020-0055
- Christopher, M. (2016). *Logistics and Supply Chain Management* (5th ed.). Pearson Education.
- Department of Telecommunications, Government of India. (2023). *Indian Counterfeited Device Restriction (ICDR) system—User manual (CEIR)*. Retrieved August 28, 2025, from <https://icdr.ceir.gov.in/IVSDATA/MANUAL/CEIR-ICDR-HELP-DOC-04012023.pdf>
- Digital Information World. (2023). *Data shows demand of second-hand smartphones is on the rise*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.digitalinformationworld.com/2023/01/data-shows-demand-of-second-hand.html>
- Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA). (2023). *Circular value chains of electrical and electronic equipment in ASEAN (ERIA Research Project Report FY2023 No. 18)*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.eria.org/uploads/Circular-Value-Chains-of-Electrical-and-Electronic-Equipment-ASEAN.pdf>
- Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA). (2023). *Follow-up ASEAN seamless trade facilitation indicators (ASTFI–TTC)*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.eria.org/uploads/Follow-up-ASEAN-Seamless-Trade-Facilitation-Indicators-comp.pdf>
- EuroCommerce. (2023). *European e-commerce continues to grow despite shifting economic environment*. Retrieved September 28, 2025, from <https://ecommerce-europe.eu/press-item/european-e-commerce-continues-to-grow-despite-shifting-economic-environment/>
- FairPlanet. (2022). *Can Thailand stem the flow of foreign e-waste?* Retrieved August 28, 2025, from <https://www.fairplanet.org/story/can-thailand-stem-the-flow-of-foreign-e-waste/>

- Forti, V., Baldé, C. P., Kuehr, R., & Bel, G. (2020). *The Global E-waste Monitor 2020: Quantities, flows and the circular economy potential*. United Nations University (UNU)/UNITAR–SCYCLE; International Telecommunication Union (ITU); & International Solid Waste Association (ISWA). Retrieved August 28, 2025, from https://ewastemonitor.info/wp-content/uploads/2020/11/GEM_2020_def_july1_low.pdf
- Gattorna, J. (2015). *Dynamic Supply Chains: Delivering Value Through People* (3rd ed.). Pearson.
- Hong Kong Trade Development Council (HKTDC). (2025). *Thailand further tightens import restrictions on e-waste*. Retrieved August 28, 2025, from <https://research.hktdc.com/en/article/MjA4NzY3MDM4Ng>
- International Air Transport Association (IATA). (2023). *Air cargo market analysis: December 2023*. Montreal: IATA. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/air-cargo-market-analysis-december-2023/>
- International Energy Agency. (2023). *Rail*. Retrieved February 10, 2025, from <https://www.iea.org/energy-system/transport/rail>
- International Telecommunication Union (ITU), & United Nations Institute for Training and Research (UNITAR). (2024). *The Global E-waste Monitor 2024*. Retrieved August 28, 2025, from https://ewastemonitor.info/wp-content/uploads/2024/03/GEM_2024_18-03_web_page_per_page_web.pdf
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lai, K. H., Ngai, E. W. T., & Cheng, T. C. E. (2009). Logistics service quality and supplier-customer relationship. *International Journal of Production Economics*, 120(1), 59–73. Retrieved August 28, 2025, from <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2008.08.003>
- Market Growth Reports. (2023). *Refurbished and used mobile phones market*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.marketgrowthreports.com/market-reports/refurbished-and-used-mobile-phones-market-105484>
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment-customized process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82–104. Retrieved August 28, 2025, from <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.4.82.18390>
- Ministry of Ecology and Environment of the PRC. (2020). *In green milestone, China to end solid waste imports*. Retrieved August 28, 2025, from https://english.mee.gov.cn/News_service/media_news/202012/t20201208_811909.shtml
- Ministry of Ecology and Environment of the PRC. (2022). *Report on the state of the ecology and environment in China 2019* (English ed.). (Confirms zero import of solid waste by end-2020.) Retrieved August 28, 2025, from <https://english.mee.gov.cn/Resources/Reports/soe/SOEE2019/202204/P020220407417638702591.pdf>

- Ministry of Transport (Thailand). (2023). *Summary report on travel and accident situations on the Ministry of Transport's network during festival periods (Songkran 2023)*. Retrieved August 28, 2025, from <https://datagov.mot.go.th/en/dataset/festival>
- Nation Thailand. (2025). *Thailand bans more e-waste imports in a bid to protect environment*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.nationthailand.com/sustaination/40051739>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Reuters. (2017). China says it won't take any more foreign garbage. *Reuters*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.reuters.com/article/business/environment/china-says-it-wont-take-any-more-foreign-garbage-idUSKBN1A31JH/>
- Rossi, R., Accorsi, R., & Manzini, R. (2020). A sustainable road freight transport system: A carbon footprint perspective. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 85, 102447. doi:10.1016/j.trd.2020.102447
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2014). *The Handbook of Logistics and Distribution Management* (5th ed.). Kogan Page.
- Saiyarod, P. (2023). The deviated route: Navigating the logistical power landscape of the Mekong border trade. *ASEAS—Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 16(2), 189–208. Retrieved August 28, 2025, from <https://aseas.univie.ac.at/index.php/aseas/article/download/7951/8535/24369>
- Shao, W., & Ye, Q. (2022). Research on the construction of intelligent transit warehouses in cross-border e-commerce logistics. *China Logistics and Procurement Journal*, 8, 22–27. (Verify publisher authenticity if using in academic work.)
- Snappy Gifts. (2024). *Unwrapped: 2024 Customer Loyalty Study*. Retrieved August 28, 2025, from <https://blog.snappy.com/press-release/unwrapped-2024-customer-loyalty-study-snappy-gifts>
- Statista. (2023). *Second-hand smartphone market – worldwide revenue 2020–2027*. Retrieved February 10, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/1253033/second-hand-smartphone-market-revenue-worldwide/>
- Sun, W., & Mei, J. (2025). Multimodal transport inefficiencies in the China–Laos–Thailand corridor: A comparative analysis. *Asia-Pacific Logistics Review*, 14(1), 44–61.
- Thai Customs Department. (2023). *Quarterly performance report: Customs clearance of used electronics*. Bangkok, Thailand: Author.
- Thai Customs Department. (2023). *Time Release Study (TRS) report for FY 2023*. Bangkok: Author. Retrieved February 10, 2025, from https://www.customs.go.th/data_files/8ddceea88c477807618b9a26d35f2100.pdf
- Thai Customs Department. (2025). *Annual report FY 2566 (Oct 1, 2022–Sep 30, 2023)*. Retrieved August 28, 2025, from https://www.customs.go.th/list_strc_annual_report.php?ini_content=annual_report

- Thai Industrial Standards Institute (TISI). (n.d.). *List of compulsory Thai Industrial Standards* [Web page, in Thai]. Retrieved October 2, 2025, from https://www.tisi.go.th/website/standardlist/comp_thai/th
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2023). *Review of maritime transport 2023*. Retrieved February 10, 2025, from <https://unctad.org/webflyer/review-maritime-transport-2023>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2024). *ASYCUDA report 2024: Innovation for a changing world*. Retrieved August 28, 2025, from https://unctad.org/system/files/official-document/dtlasycuda2024d1_en.pdf
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2024). *Making trade faster, safer and more resilient: Four decades of innovation (ASYCUDA)*. Retrieved August 28, 2025, from <https://unctad.org/news/making-trade-faster-safer-and-more-resilient-four-decades-innovation>
- United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UNESCAP), & ASEAN Secretariat. (2023). *Digital and sustainable trade facilitation in ASEAN 2023*. Retrieved August 28, 2025, from <https://asean.org/wp-content/uploads/2023/08/UNTF-ASEAN-report-FINAL.pdf>
- World Bank. (2018). *From landlocked to land-linked: Unlocking the potential of Lao–China rail connectivity*. Washington, DC: World Bank. Retrieved February 10, 2025, from <https://documents1.worldbank.org/curated/en/648271591174002567/pdf/Main-Report.pdf>
- World Bank. (2022). *Logistics Performance Index and AEO efficiency analysis*. Retrieved August 28, 2025, from <https://lpi.worldbank.org>
- World Bank. (2023). *Connecting to compete 2023: Trade logistics in an uncertain global economy (Logistics Performance Index)*. Retrieved August 28, 2025, from https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/2023-04/LPI_2023_report_with_layout.pdf
- World Customs Organization, & World Trade Organization. (2022). *The role of advanced technologies in cross-border trade: A customs perspective*. doi:10.30875/9789287071002
- World Trade Organization (WTO). (2023). *Cross-border electronic trade report: Trends, barriers, and policy implications*. doi:10.1234/wto.cbet2023
- World Trade Organization. (2017). *China's import ban on solid waste queried at WTO committee on import licensing*. Retrieved August 28, 2025, from https://www.wto.org/english/news_e/news17_e/impl_03oct17_e.htm
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ ในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

Logistics Factors Affecting the Efficiency of Ready-Mixed Concrete Transportation In Concrete Plants In Phuket Province

ภูวิศา ฉวาง¹ และบวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ²

Poowisa Chawang¹ and Bavornwit Rojsuwan²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ Student of the Master of Science Program Management of Logistics Graduate School Rangsit University

² Lecturer of the Master of Science Program Management of Logistics Graduate School Rangsit University

Email: spammy.pam@icloud.com¹, dr.bavornwit@gmail.com²

Received: Jul. 31, 2025; Revised: Jun. 11, 2025; Accepted: Jun. 13, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญของปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัท ห้างร้าน หน่วยงานราชการผู้รับเหมาก่อสร้าง ช่างก่อสร้าง หรือเจ้าของบ้านที่อำนาจในการตัดสินใจซื้อที่เคยสั่งซื้อหรือมีประสบการณ์ในการใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตไม่น้อยกว่า 1-2 ปี ที่ผ่านมา จำนวน 134 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และการทดสอบความเชื่อมั่น โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยสำคัญทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งมากที่สุด คือ การคาดการณ์ความต้องการ รองลงมาคือ กิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง ส่วนปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพที่สำคัญที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่าย 2) ปัจจัยทางโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และ 3) ปัจจัยทางโลจิสติกส์ด้านการคาดการณ์ความต้องการมีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับปัจจัยด้านเวลาของการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง ($X^2 = 355.798$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงระบบการคาดการณ์ความต้องการและการบริหารต้นทุนการขนส่งช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการโรงงานคอนกรีตและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: การคาดการณ์ความต้องการ ปัจจัยทางโลจิสติกส์ การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง คอนกรีตผสมเสร็จ

Abstract

This research aims to: 1) Study the key logistics factors and those that enhance the efficiency of ready-mixed concrete transportation from a concrete factory in Phuket Province. 2) Study the relationship between logistics factors and elements that improve transportation efficiency., and 3) To study the relationship between logistics factors and transportation optimization factors. The sample group

consists of companies, shops, government agencies, construction contractors, construction workers, and homeowners with decision-making authority to purchase and who have ordered or have experience using ready-mixed concrete from concrete factories in Phuket Province for at least 1-2 years. A total of 134 individuals participated in the study. Taro Yamane's calculation method was utilized with a 95% confidence level. The research instruments included online questionnaires, which were tested for content validity and reliability. Data analysis was conducted using descriptive statistics, including percentages, means, standard deviations, and one-way analysis of variance.

The findings indicate that: 1. The most significant logistics factor affecting the efficiency of transportation was demand forecasting, followed by transportation activities. The most critical factor for increasing efficiency was identified as cost. 2. All logistics factors were found to be related to the various aspects of enhancing transportation efficiency, with statistical significance ($p < 0.05$). and 3. The logistics factor of demand forecasting has the highest relationship with the time factor of transportation optimization., with a chi-squared value (X^2) of 355.798, also statistically significant ($p < 0.05$). Overall, the research suggests that enhancing the demand forecasting system and managing transportation costs can boost the competitiveness of concrete plant operators, serving as a guideline for developing a more efficient logistics management system.

Keywords: Demand forecasting, Logistics factors, Transportation efficiency enhancement, Ready-mix concrete

บทนำ

คอนกรีตเป็นวัสดุก่อสร้างชนิดหนึ่งที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยประกอบด้วยส่วนผสมพื้นฐาน ได้แก่ ปูนซีเมนต์ น้ำ สารผสมเพิ่ม มวลละเอียด หินทราย และกรวด ซึ่งคุณภาพของคอนกรีตขึ้นอยู่กับ การเลือกใช่วัสดุอย่างเหมาะสม การควบคุมสัดส่วนผสม และการบริหารกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ คอนกรีตที่มีความแข็งแรง ทนทาน และมีต้นทุนที่เหมาะสม (CPAC Academy, n.d.) ซึ่งในช่วงปี 2020–2024 อุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านการ ท่องเที่ยว เศรษฐกิจและการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้ความต้องการใช้คอนกรีตผสมเสร็จในงานก่อสร้าง เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในโครงการของรัฐและเอกชน เช่น ถนน สนามบิน โรงแรม รีสอร์ทและที่อยู่อาศัยระดับพรีเมียม (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2566) และ (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2566) และจากข้อมูลของสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดภูเก็ต (2565) จังหวัดภูเก็ตมีโรงงานที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ (ร.ง.4) รวม 269 โรงงาน คิดเป็นเงินลงทุน รวม 10,221.80 ล้านบาท และมีแรงงานประมาณ 7,000 คน โดยมีโรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จและผลิตภัณฑ์ คอนกรีตอื่นๆ อยู่จำนวนหนึ่ง เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ แม้จังหวัดอื่นในภาคใต้ เช่น นครศรีธรรมราชหรือสงขลาจะมีจำนวนโรงงานมากกว่า แต่ภูเก็ตกลับมีความต้องการวัสดุก่อสร้างต่อหัวสูงกว่า เนื่องจากลักษณะพื้นที่ซึ่งเน้นโครงการก่อสร้างแนวตั้งและโครงสร้างขนาดใหญ่ (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต, 2565) อีกทั้งจากรายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างในปี 2566 พบว่า ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์คอนกรีต และปูนซีเมนต์ปรับตัวสูงขึ้น 1.9% และ 1.4% ตามลำดับ อันเป็นผลจากต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น เช่น แร่ยิปซัม ซึ่งมีผล ต่อราคาคอนกรีตผสมเสร็จในตลาด และทำให้การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และต้นทุนขนส่งกลายเป็นปัจจัยสำคัญใน การรักษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ (Krungsri Research, 2024) แม้ว่าจังหวัดภูเก็ตจะมีผู้ผลิต คอนกรีตผสมเสร็จไม่มากแต่การแข่งขันด้านราคายังคงมีอยู่ทำให้ราคาขายของแต่ละโรงงานใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนกรีตกลับกลายเป็นประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความสามารถในการ

การจัดส่งตรงเวลา เนื่องจากงานก่อสร้างต้องอาศัยการประสานงานที่แม่นยำ หากการขนส่งคอนกรีตล่าช้าจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของงานก่อสร้าง รวมถึงต้นทุนของผู้รับเหมา โรงงานที่สามารถจัดส่งได้ตรงเวลาและมีความน่าเชื่อถือจึงได้รับความไว้วางใจมากกว่า (พรศิริ คำหล้า และคณะ, 2564)

อย่างไรก็ตาม ระบบโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมคอนกรีตของจังหวัดภูเก็ตยังเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน เช่น การจราจรติดขัดในช่วงโม่งเร่งด่วน การขาดแผนการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพและการจัดการคำสั่งซื้อที่ยังไม่เป็นระบบ โรงงานบางแห่งยังใช้ระบบภายในแบบเดิม ให้ฝ่ายผลิตและฝ่ายขนส่งดำเนินการประสานงานกันเอง ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที จากสถานการณ์ดังกล่าว การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งศึกษาโครงสร้างการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดส่ง เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของโรงงานให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญของปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์ (Logistics Concepts)

ความหมายและความสำคัญของโลจิสติกส์

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กระบวนการวางแผน การดำเนินงานและการควบคุมการ เคลื่อนย้ายทั้งไปและกลับ การเก็บรักษาสินค้าบริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง การจัดการการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ ข้อมูล และการเงินระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โลจิสติกส์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทที่เกิดขึ้นภายในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ฝ่ายจัดหา การผลิต การจัดส่ง และลูกค้า ได้แก่ 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบจาก แหล่งกำเนิดไปสู่บริษัทที่ทำการผลิต 2) โลจิสติกส์การผลิต (Internal Logistics) เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ภายในโรงงานหรือคลังสินค้าภายในบริษัท และ 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ออกจากโรงงานไปยังลูกค้า การดำเนินงานดังกล่าว มีการไหลของสินค้า การไหลของข้อมูลและการไหลของเงินทั้งไปและกลับ

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ

การขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อความต่อเนื่องและประสิทธิภาพของงานก่อสร้าง เนื่องจากต้องดำเนินการภายในระยะเวลาที่จำกัดเพื่อป้องกันไม่ให้คอนกรีตแข็งตัวก่อนถึงหน้างาน ดังนั้น การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบจึงจำเป็นต้องครอบคลุมกิจกรรมหลัก 9 ประการ ได้แก่ 1) การพยากรณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) เป็นกระบวนการวางแผนความต้องการคอนกรีตจากลูกค้าล่วงหน้า เพื่อให้การผลิตและการจัดส่งสอดคล้องกับระยะเวลาก่อสร้าง และลดความสูญเสียจากการผลิตเกินความจำเป็น (อนุสรณ์ ศรีสูงเนิน, 2566) 2) การบริหารคำสั่งซื้อ (Order Management) การรับคำสั่งซื้อที่ชัดเจนและแม่นยำจะช่วยให้การผลิตและการจัดส่งดำเนินไปตามกำหนดการที่ลูกค้าคาดหวัง และลดข้อผิดพลาดในการขนส่ง

(วงจิตร ภูวก & วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2557) 3) การจัดซื้อวัตถุดิบ (Procurement) การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เช่น ปูนซีเมนต์ ทราย และหิน เป็นปัจจัยพื้นฐานต่อคุณภาพของคอนกรีต และส่งผลต่อความสามารถในการผลิตได้ตามแผน 4) การบริหารคลังสินค้า (Inventory Management) การจัดการวัตถุดิบและสินค้าให้มีเพียงพอและเหมาะสมจะช่วยให้โรงงานสามารถตอบสนองคำสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว และไม่เกิดการขาดแคลนหรือสำรองเกินจำเป็น (อนุสรณ์ ศรีสูงเนิน, 2566) 5) การขนส่ง (Transportation): กิจกรรมนี้เป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากคอนกรีตมีอายุการใช้งานสั้นหลังการผสม การเลือกเส้นทางที่เหมาะสม การบริหารยานพาหนะ และการติดตามสถานะการขนส่งแบบเรียลไทม์จะช่วยลดโอกาสเกิดความล่าช้าและคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (พรศิริ คำหล้า และคณะ, 2564) 6) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) แม้คอนกรีตจะไม่ได้ใช้บรรจุภัณฑ์ในลักษณะดั้งเดิม แต่การใช้รั่วไม่ผสมที่มีมาตรฐาน ถือเป็นรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพระหว่างการขนส่งเช่นกัน 7) การบริการลูกค้า (Customer Service) การให้ข้อมูลสถานะการจัดส่ง การตอบข้อซักถาม และการให้บริการหลังการขาย ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว 8) โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) ในบางกรณีที่ถูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อ หรือมีของเหลือจากการใช้งาน อาจต้องมีการบริหารจัดการสินค้าคืนหรือวัสดุรีไซเคิล และ 9) การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT Management) การใช้ระบบติดตามรถขนส่ง การจัดการข้อมูลคำสั่งซื้อผ่านซอฟต์แวร์ และการวางแผนเส้นทางด้วยระบบ GPS เป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมประสิทธิภาพการขนส่งและลดต้นทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ (อนุสรณ์ ศรีสูงเนิน, 2566)

ทฤษฎีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Efficiency Improvement Theories)

การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

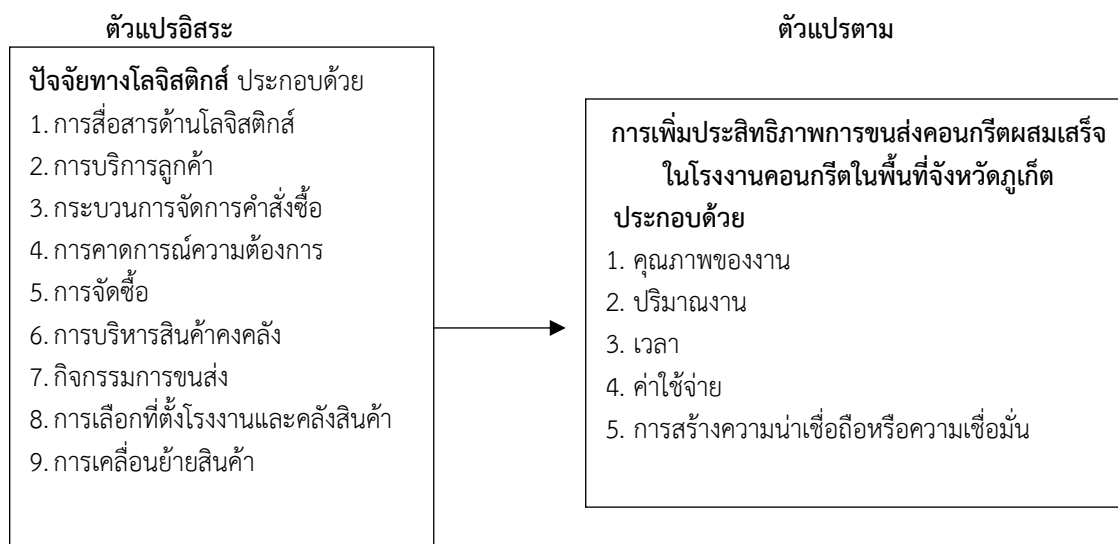
ประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร หมายถึง ความสามารถความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานที่ได้ผลดี มีความรวดเร็ว มีคุณภาพได้ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพนั้น ประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร (วิเชียร ติเรกอุดมศักดิ์, 2560) ได้แก่ 1) กลยุทธ์ (strategy) คือ กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดภารกิจ การพิจารณาจุดอ่อน จุดแข็งภายในองค์กร โอกาสและอุปสรรคภายนอก 2) โครงสร้าง (structures) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสม จะช่วยในการปฏิบัติงาน 3) ระบบ (systems) ระบบขององค์กรที่จะบรรลุเป้าหมาย 4) แบบ (styles) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร 5) บุคลากร (staff) ผู้ร่วมองค์กร 6) ความสามารถ (skill) และ 7) ค่านิยม (shared values) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิดของ Peterson and Plowman ที่กล่าวถึง การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา ค่าใช้จ่าย นำมารวมกับแนวคิดของ Paul H. Robbins ที่กล่าวว่าสิ่งสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรควรเริ่มจากการสร้างความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่น เพื่อนำมาสร้างเป็นตัวแปรในการศึกษา

การประเมินความสำเร็จขององค์กร

แนวคิดการประเมินความสำเร็จขององค์กรในด้านคุณภาพการบริการนั้น SERVQUAL Model ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากสามารถใช้วัดคุณภาพบริการจากมุมมองของลูกค้าได้อย่างเป็นระบบ โดยโมเดลนี้แบ่งออกเป็น 5 มิติหลัก ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถขององค์กรในการให้บริการอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอตามที่สัญญาไว้ (2) ความมั่นใจ (Assurance) สะท้อนถึงความรู้ ความสามารถ และความสุภาพของพนักงานที่สามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า (3) สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) เช่น สภาพแวดล้อม อุปกรณ์ เครื่องแบบ และเอกสารประกอบการให้บริการ (4) ความเอาใจใส่ (Empathy) คือความใส่ใจและความเข้าใจในความต้องการเฉพาะของลูกค้า และ (5) การตอบสนอง (Responsiveness) คือความเต็มใจและรวดเร็วในการให้บริการหรือแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้า (Zeithaml et al., 2018) และ (Hapsari et al., 2016) การใช้โมเดลนี้ช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระยะยาว (Al-Ababneh, 2017) และ (Wang, & Yang, 2020)

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา “ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต” มีรายละเอียดดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ผู้วิจัย, 2557)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการคาดการณ์ความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญของปัจจัยทางโลจิสติกส์และปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งทุกด้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรเป้าหมาย (Target Population) คือ บริษัท ห้างร้าน หน่วยงานราชการผู้รับเหมาก่อสร้างช่างก่อสร้าง หรือเจ้าของบ้านที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อที่เคยสั่งซื้อหรือมีประสบการณ์ในการใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตไม่น้อยกว่า 1-2 ปี ที่ผ่านมา จำนวน 200 คน (ไทยโฮมทาวน์, 2567) และ (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2566)

2. การเลือกตัวอย่าง (sampling) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ทราบจำนวนแน่นอน โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 0.05

$$\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n)} = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ N = จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (0.05)

$$N = \frac{200}{1 + 200(0.05)^2} = \frac{200}{1 + 5} = \frac{200}{6} = 33.3$$

$$1+200(0.05)^2 \quad 1+0.5 \quad 1.5$$

ดังนั้น จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 134 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

1. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลา 3 เดือน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งจัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารทางวิชาการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำเครื่องมือและวิเคราะห์แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของจังหวัดภูเก็ต โดยแบ่งเนื้อหาในแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบคัดกรองเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้บริการคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะการใช้บริการ โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) ใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยทางโลจิสติกส์และการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ โดยใช้คำถามปลายปิดที่วัดระดับความคิดเห็นด้วย มาตราวัดอันดับ (Interval Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert's 5 ระดับ ได้แก่ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนใช้ค่าเฉลี่ยและตีความตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 เท่ากับ เห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = เห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = เห็นด้วยน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

1.การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1.1 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากกรอบแนวคิด 7R และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาแต่ละข้อคำถาม โดยใช้วิธีการประเมินดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC: Index of Item-Objective Congruence) ซึ่งผลการประเมินพบว่า ค่าดัชนีของแต่ละข้ออยู่ในช่วง 0.67 ถึง 1.00 แสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับที่เหมาะสม

1.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามเท่ากับ 0.975 โดยค่าแอลฟาที่มากกว่า 0.70 ถือว่ามีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (Crutzen, Peters, & Noijen, 2024)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำคำตอบจากแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (ร้อยละ) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ด้วยการหาค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยข้อมูลเชิงกลุ่มของตัวแปรมากกว่า 2 ตัวเลือก (One-Way Analysis of Variance, F-Test)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

จากการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญของปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ดังแสดงในตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยทางโลจิสติกส์มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง

ปัจจัยทางโลจิสติกส์	ระดับการตัดสินใจ (เห็นด้วย)			
	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผล	ลำดับ
1. การสื่อสารด้านโลจิสติกส์	3.75	0.51	มาก	6
2. การบริการลูกค้า	3.22	0.65	ปานกลาง	8
3. กระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ	3.88	0.61	ด้วยมาก	5
4. การคาดการณ์ความต้องการ	4.63	0.73	มากที่สุด	1
5. กระบวนการจัดซื้อ / จัดหา	3.97	0.52	มาก	3
6. การบริหารจัดการวัตถุดิบและเครื่องจักรอุปกรณ์	3.30	0.63	ปานกลาง	7
7. กิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง	4.01	0.48	มาก	2
8. การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จและคลังสินค้า	3.89	0.56	มาก	4
9. การเคลื่อนย้ายสินค้า	3.30	0.65	ปานกลาง	7
เฉลี่ยรวม	3.77	0.51	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยสำคัญของปัจจัยทางโลจิสติกส์ คือ การคาดการณ์ความต้องการ ($\bar{X} = 4.63$) รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง ($\bar{X} = 4.01$) กระบวนการจัดซื้อ / จัดหา ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ

ปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง	ระดับการตัดสินใจ (เห็นด้วย)			
	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผล	ลำดับ
1. คุณภาพของงาน	3.91	0.53	มาก	2
2. ปริมาณงาน (ต่อเที่ยว)	3.90	0.50	มาก	3

ปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง	ระดับการตัดสินใจ (เห็นด้วย)			
	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผล	ลำดับ
3. เวลา	3.16	0.56	มาก	5
4. ค่าใช้จ่าย	4.64	0.73	มากที่สุด	1
5. การสร้างความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่น	3.24	0.60	ปานกลาง	4
เฉลี่ยรวม	3.77	0.58	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยสำคัญของปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต คือ ค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.91$) ปริมาณงาน (ต่อเที่ยว) ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

จากการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่	การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง					
	สถิติ	คุณภาพของงาน	ปริมาณงาน (ต่อเที่ยว)	เวลา	ค่าใช้จ่าย	การสร้างความน่าเชื่อถือ
1. การสื่อสารด้านโลจิสติกส์	F	20.115	28.976	3.341	21.751	3.219
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
2. การบริการลูกค้า	F	23.198	29.743	162.055	7.527	68.678
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
3. กระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ	F	157.668	70.946	13.187	60.887	10.137
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
4. การคาดการณ์ความต้องการ	F	62.109	54.776	13.827	116.369	12.199
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
5. กระบวนการจัดซื้อ / จัดหา	F	34.256	18.930	32.833	65.609	58.565
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
6. การบริหารจัดการวัตถุดิบและเครื่องจักรอุปกรณ์	F	14.097	15.768	45.083	19.993	155.922
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
7. กิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง	F	30.291	23.377	25.113	81.106	37.855
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
	F	50.754	86.758	41.015	59.865	24.448

ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่	การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง					
	สถิติ	คุณภาพ ของงาน	ปริมาณงาน (ต่อเที่ยว)	เวลา	ค่าใช้จ่าย	การสร้างความ น่าเชื่อถือ
8. การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานคอนกรีต ผสมเสร็จและคลังสินค้า	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
9. การเคลื่อนย้ายสินค้า	F	12.240	10.929	90.759	16.270	213.342
	Sig.	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***

หมายเหตุ *P < 0.05 **P < 0.01 ***P < 0.001 Sig** = 0.001

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

จากการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางโลจิสติกส์กับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยทางโลจิสติกส์	การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีต ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต						
	ค่าสถิติ	คุณภาพ ของงาน	ปริมาณ งาน	เวลา	ค่าใช้จ่าย	การสร้างความ น่าเชื่อถือ	ภาพรวม
การสื่อสารด้านโลจิสติกส์	Pearson Chi-Square	75.517	110.044	55.485	62.483	39.146	68.535
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
การบริการลูกค้า	Pearson Chi-Square	116.440	170.163	271.717	97.494	155.616	162.286
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
กระบวนการจัดการ คำสั่งซื้อ	Pearson Chi-Square	297.134	220.015	100.016	206.682	73.297	179.429
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
การคาดการณ์ ความต้องการ	Pearson Chi-Square	117.948	129.323	355.798	241.622	187.428	206.424
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
กระบวนการจัดซื้อ / จัดหา	Pearson Chi-Square	184.917	144.286	99.721	105.291	225.050	151.853
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
การบริหารจัดการวัตถุดิบ และเครื่องจักรอุปกรณ์	Pearson Chi-Square	101.574	110.638	112.398	202.491	257.578	156.936
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
กิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง	Pearson Chi-Square	144.519	138.895	94.826	264.617	189.402	166.452

ปัจจัยทางโลจิสติกส์	การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต						
	ค่าสถิติ	คุณภาพของงาน	ปริมาณงาน	เวลา	ค่าใช้จ่าย	การสร้างความน่าเชื่อถือ	ภาพรวม
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า	Pearson Chi-Square	161.713	276.871	175.164	227.668	188.3914	205.961
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***
การเคลื่อนย้ายสินค้า	Pearson Chi-Square	73.204	106.973	164.418	180.423	270.138	159.031
	Sig	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***	0.001***

หมายเหตุ *P < 0.05 **P < 0.01 ***P < 0.001 Sig** = 0.001

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยทางโลจิสติกส์ด้านการคาดการณ์ความต้องการมีความสัมพันธ์สูงสุดกับปัจจัยด้านเวลาของการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง ($X^2 = 355.798$) รองลงมาคือกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อกับด้านคุณภาพของงาน ($X^2 = 297.134$) และการเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้ากับปริมาณงาน ($X^2 = 276.871$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จมากที่สุด คือ การคาดการณ์ความต้องการ ($x = 4.63$) รองลงมาคือกิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง ($x = 4.01$) และกระบวนการจัดซื้อ/จัดหา ($x = 3.97$) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งที่สำคัญที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่าย ($x = 4.64$) รองลงมาคือด้านคุณภาพของงาน ($x = 3.91$) และด้านปริมาณงาน ($x = 3.90$)

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย พบว่า ปัจจัยทางโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.652 ถึง 0.899 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาปัจจัยทางโลจิสติกส์ส่งผลเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จ

3. ปัจจัยทางโลจิสติกส์ด้านการคาดการณ์ความต้องการมีความสัมพันธ์สูงสุดกับปัจจัยด้านเวลาของการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง ($X^2 = 355.798$) รองลงมาคือ กระบวนการจัดการคำสั่งซื้อกับด้านคุณภาพของงาน ($X^2 = 297.134$) และการเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้ากับปริมาณงาน ($X^2 = 276.871$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการคาดการณ์ความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญทางโลจิสติกส์ เนื่องจากมีบทบาทโดยตรงต่อการวางแผนการผลิต การบริหารสินค้าคงคลังและการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเวลาและต้นทุนของการดำเนินงาน (สภาพร ชูเชิด, 2563) และ (MDPI, 2021) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวลิ เนียมศิริ (2565) ได้วิเคราะห์ต้นทุนการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพื่อการส่งออกในเส้นทาง R3A โดยเน้นถึงความสำคัญของการวางแผนและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง

2. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งที่สำคัญที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของพรศิริ คำหล้า และคณะ (2564) พบว่า งานก่อสร้างต้องอาศัยการประสานงานที่แม่นยำ หากการขนส่งคอนกรีตล่าช้าจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของงานก่อสร้าง รวมถึงต้นทุนของผู้รับเหมา โรงงานที่สามารถจัดส่งได้ตรงเวลาและมีความน่าเชื่อถือจึงได้รับความไว้วางใจมากกว่า ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา ช่องหม และกุลณัฐ ทิพย์ขุนทด (2565) ศึกษาการลดความล่าช้าในการขนส่งของรถคอนกรีตผสมเสร็จในจังหวัดสมุทรสาคร โดยพบว่าการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและการปรับปรุงกระบวนการขนส่งสามารถลดความล่าช้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งได้อย่างมีนัยสำคัญ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริ เนียมศิริ (2565) ที่ระบุว่า การวางแผนความต้องการที่แม่นยำสามารถลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพด้านเวลาในกระบวนการโลจิสติกส์ได้อย่างมีนัยสำคัญ

3. ปัจจัยทางโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับทุกด้านของปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งคอนกรีตผสมเสร็จในโรงงานคอนกรีตแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพการทำงานของพนักงาน การสร้างความเชื่อมั่น และการบริหารเทคโนโลยีร่วมกับการวางแผนอย่างมีระบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกษราภรณ์ งานสุวรรณฉาย และคณะ (2564) ที่เสนอว่า การฝึกอบรมบุคลากรให้มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและการวางแผนแบบองค์รวมจะช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา มุสิงาม (2564) ที่พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการขนส่งสามารถประยุกต์ใช้การประเมินประสิทธิภาพการขนส่งของบริษัทได้ รวมถึงการประเมินโดยองค์การภายนอก โดยการประยุกต์ใช้สามารถดำเนินงานได้เป็นระยะๆ

4. ปัจจัยด้านการคาดการณ์ความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญทางโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์สูงสุดกับปัจจัยด้านเวลาของการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา หวังเจริญ และคณะ (2564) ที่พบว่า การคาดการณ์ความต้องการมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับปัจจัยด้านเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการด้านเวลาจะมีประสิทธิภาพได้ต้องเริ่มจากการคาดการณ์ที่ดี ยังสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จซึ่งมีข้อจำกัดด้านอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ การคาดการณ์ความต้องการที่รวดเร็วถูกต้องช่วยให้สามารถจัดการเวลาในการผลิตและขนส่งได้อย่างเหมาะสม (อนุสรณ์ ศรีสูงเนิน, 2566) และ (Chopra & Meindl, 2019) และยังสอดคล้องกับ การพยากรณ์ที่แม่นยำสามารถลดเวลาการตอบสนองและเพิ่มความเชื่อถือของซัพพลายเชนได้อย่างมีนัยสำคัญ (Schmid et al., 2023), (Ye et al., 2025) และ (Ivanov, 2023)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านการคาดการณ์ความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญทางโลจิสติกส์ โรงงานคอนกรีตควรศึกษาเปรียบเทียบแบบจำลองการคาดการณ์ความต้องการ (เช่น Moving Average, Exponential Smoothing, ARIMA) กับผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านเวลาและต้นทุนในธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อพัฒนาแนวทางการคาดการณ์ที่เหมาะสมที่สุด และควรมีการพัฒนาแผนการจัดส่งแบบยืดหยุ่น (Flexible Delivery Planning) โดยเชื่อมโยงการคาดการณ์กับตารางการผลิต เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อที่เปลี่ยนแปลงได้ทันเวลาลดการสูญเสียจากคอนกรีตที่หมดอายุ

จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งที่สำคัญที่สุด โรงงานคอนกรีตควรลงทุนในระบบ Forecasting Software ที่สามารถรวบรวมข้อมูลจากยอดขาย โครงการก่อสร้าง และสภาพอากาศ เพื่อใช้วิเคราะห์แนวโน้มความต้องการในแต่ละช่วงเวลา และควรมีการฝึกอบรมบุคลากรด้านวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้เครื่องมือวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ เช่น Excel Analytics, Power BI หรือโปรแกรม ERP ที่มีโมดูล Forecasting จะช่วยเพิ่มความแม่นยำในการวางแผน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. แนะนำให้ขยายการศึกษาวิจัยไปยังอุตสาหกรรมที่มีข้อจำกัดด้านอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง เช่น อุตสาหกรรมอาหารสด หรือวัสดุก่อสร้าง เพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลทางโลจิสติกส์ที่พัฒนาขึ้น
2. ควรมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างการคาดการณ์ความต้องการกับตัวชี้วัดโลจิสติกส์อื่น เช่น ต้นทุนการขนส่ง ความแม่นยำในการส่งมอบ และระดับสินค้าคงคลัง เพื่อสร้างสมการทำนายที่ครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

- กรมโยธาธิการและผังเมือง. (2566). รายงานแผนพัฒนาพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2566–2570. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://url.in.th/oJjgF>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). “โลจิสติกส์” นิยามและความหมาย. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://dol.dip.go.th/en/category/2019-02-08-08-57-30/2019-07-21-16-50-25>
- กุลธิดา หวังเจริญ, สุกัญญา แก้วสว่าง, และจิตติมา ล้อมวนิช. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 15(1), 121–135. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/reru/article/download/255077/177567>
- เกวลิณ เรือนาค. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งโรงงานของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat17/6214060006.pdf>
- เกษราภรณ์ งานสุวรรณฉาย, ชุตีระ ระบอบ, และพิษณุ วรรณกุล (2564). การพัฒนาทักษะการสื่อสารของพนักงานบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่งสินค้าข้ามแดนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น. 18(2), 14-26.
- จรัสลักษณ์ ภูตรนาง และกาญจนา กาญจนสุนทร. (2563). การศึกษาแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน. เอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- เจษฎา มุสิงาม. (2564). การประเมินและการปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า กรณีศึกษา ฮอนด้า โลจิสติกส์ เอเชีย จำกัด. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2564-2-1_1643686560.pdf
- ไทยโฮมทาวน์. (2567). ศูนย์รวมผู้รับเหมาก่อสร้างในจังหวัดภูเก็ต ปี 2567. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://www.thaihometown.com/contractors/province/จังหวัดภูเก็ต/>
- ปิยะภรณ์ ทรัพย์คำจันทร์. (2559). การจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการผลิตถ้วยเตี๊ยมเสก. Veridian E-Journal, 8(2), 1799–1811.
- พรศิริ คำหล้า, สุเมธ พุ่มพวง, และชนาธิป แสงอรุณ. (2564). การเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์ในการจัดส่งคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิศวกรรมสารสนเทศและเทคโนโลยี, 8(2), 45–56.
- ภัทรพร กิจชัยนุกูล, และพาชิตชนัด ศิริพานิช. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. จันทรเกษมสาร, 20(38), 88–105. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/crujournal/article/view/28792>
- วิเชียร ติเรกอุดมศักดิ์. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2566). แนวโน้มการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จังหวัดภูเก็ต ปี 2566. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://reic.or.th/News/RealEstate/468744>
- สถาพร ชูเชิด. (2563). การพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการจัดการโลจิสติกส์. *วารสารบริหารธุรกิจ ม.ธรรมศาสตร์*, 43(127), 147–164. สืบค้นจาก <https://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba127/Column/JBA127SathapornC.pdf>
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2566). รายงานสถิติจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2566. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://phuket.nso.go.th/reports-publications/provincial-statistics-report.html>
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต. (2565). รายงานความเคลื่อนไหวของการลงทุนอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต ปี 2565. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://phuket.industry.go.th/th/cms-of-21105/download?did=200306&filename=รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรมเดือนกรกฎาคม 2565.pdf>
- สิวลี เนียมศิริ. (2565). การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่งวัสดุก่อสร้างเพื่อการส่งออกในเส้นทาง R3A. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. สืบค้น 14 มีนาคม 2567., จาก <https://url.in.th/rPAHd>
- อนุสรณ์ ศรีสูงเนิน. (2566). การพัฒนาเครือข่ายโลจิสติกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการโลจิสติกส์ไทย*, 19(1), 45–59.
- อัจฉรา ช่องผม และกุลณัฐ ทิพย์ขุนทด. (2565). การลดความล่าช้าในการขนส่งของรถคอนกรีตผสมเสร็จในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารวิจัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน*, 15(3), 63–75.
- Al-Ababneh, M. (2017). Service quality and its impact. *International Journal of Business and Management*, 12(2), 188–195.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (7th ed.). Pearson.
- CPAC Academy. (n.d.). *คอนกรีตวัสดุสำหรับโครงสร้าง บทที่ 1*. Retrieved March 14, 2023, from https://www.cpacacademy.com/download/cpacacademy_com/E-CEMENTAPP%20U08.pdf
- Crutzen, R., Peters, G.-J. Y., & Noijen, J. (2024). An aberrant abundance of Cronbach's alpha values at .70. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, 7(2). Retrieved March 14, 2023, from <https://doi.org/10.1177/25152459241287123>
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2016). The Mediating Role of Perceived Value on the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: Evidence from Indonesian Airline Passengers, 35, 388–395. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00048-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00048-4)
- Ivanov, D. (2023). *Demand Forecasting in Supply Chain: A Comprehensive Guide*. Trinetix Insights. Retrieved March 14, 2023, from <https://www.trinetix.com/insights/demand-forecasting-in-supply-chain>
- Krungsri Research. (2024). *Construction Materials Industry Outlook 2024*. Retrieved March 14, 2023, from <https://www.krungsri.com/th/research>
- MDPI. (2021). Logistics Improvement in a Northern Thai Factory: A Case Study. *Logistics*, 8(3), 88. Retrieved March 14, 2023, from <https://www.mdpi.com/2305-6290/8/3/88>
- Schmid, L., Roidl, M., & Pauly, M. (2023). *Comparing statistical and machine learning methods for time series forecasting in data-driven logistics—A simulation study*. arXiv. Retrieved March 14, 2023, from <https://arxiv.org/abs/2303.07139>

- Wang, Y., Lo, H. P., & Yang, Y. (2020). The impact of service quality... *International Journal of Marketing Studies*, 12(3), 35–45.
- Ye, T., Hijazi, A., & Van Hentenryck, P. (2025). *Conformal Predictive Distributions for Order Fulfillment Time Forecasting*. arXiv. Retrieved March 14, 2023, from <https://arxiv.org/abs/2505.17340>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

อิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามต่อความไม่ผูกพันในงาน
ของบุคลากร ในมหาวิทยาลัยเซินทรัลไชน่าออร์มอล ประเทศจีน
The Influence of Effort-reward Imbalance on Work Disengagement
of Employees in China

หวาง ยูเว่ย¹ และสำเรียง ไกยวงศ์²

Wang Yuwei¹ and Samroeng Kaiyawong²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

¹ Master of Business Administration Student in Business and Innovation Management, Chaiyaphum Rajabhat University

² Lecturer of Master of Business Administration Program in Business and Innovation Management, Chaiyaphum Rajabhat University

E-mail: 315882260@qq.com¹, weartheworldsong@gmail.com²

Received: Apr. 1, 2025; Revised: Jun. 7, 2025; Accepted: Jun. 13, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามที่มีต่อความไม่ผูกพันในงานพนักงานสายวิชาการและสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเซินทรัลไชน่าออร์มอล 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความหมายของงานที่มีต่อความไม่ผูกพันในงาน และ 3) เพื่อศึกษาบทบาทของความหมายของงานในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามกับความไม่ผูกพันในงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือพนักงานสายวิชาการและสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเซินทรัลไชน่าออร์มอล จำนวน 541 คน โดยสุ่มเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความไม่ผูกพันในงานในแบบจำลองที่ 1 แต่ไม่มีนัยสำคัญในแบบจำลองที่ 2 ความหมายของงานมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความไม่ผูกพันในงานทั้งในแบบจำลองที่ 1 และแบบจำลองที่ 2 นอกจากนี้ 2) ผลการวิจัยในแบบจำลองที่ 2 พบว่าความหมายของงานมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามและความไม่ผูกพันในงาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน ในขณะที่ความหมายของงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับซึ่งช่วยลดผลกระทบเชิงลบของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน และ 3) ผลการวิจัยนี้ช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ความหมายของงานซึ่งมีบทบาทในการช่วยลดผลกระทบของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน นอกจากนี้ยังเสนอแนวทางให้องค์กรพัฒนานโยบาย และกลยุทธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้ความหมายของงาน เพื่อช่วยเพิ่มความผูกพันในงานของพนักงาน

คำสำคัญ: ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม ความหมายของงาน ความไม่ผูกพันในงาน

Abstract

This research article has three objectives: 1) To examine the influence of effort-reward imbalance on job disengagement behavior among academic and administrative staff at Central China Normal University; 2) To investigate the influence of work meaning on job disengagement behavior; and 3) To explore the role of work meaning as a moderating variable in the relationship between effort-reward imbalance and job disengagement behavior. The sample consisted of 541 academic and

support staff at Central China Normal University, selected using stratified random sampling. Data was collected through questionnaires and analyzed using multiple regression analysis.

The study revealed that effort-reward imbalance significantly influenced work disengagement in 1) model 1 but showed no significant effect in model 2. Meaningful work had a significant negative impact on work disengagement in both models. Additionally, 2) model 2 demonstrated that meaningful work moderated the relationship between effort-reward imbalance and work disengagement. The results suggest that effort-reward imbalance tends to promote work disengagement, while meaningful work functions as a moderator, buffering the negative effects of effort-reward imbalance on work disengagement. And 3) This research enhances understanding of the psychological factors that influence work engagement, particularly the role of meaningful work in mitigating the adverse effects of effort-reward imbalance. It also offers implications for organizations to develop policies that promote meaningful work to foster long-term employee engagement.

Keywords: Effort-reward imbalance, Meaningful work, Work disengagement

บทนำ

ความไม่สมดุลระหว่างความพยายามของพนักงานและผลตอบแทนที่พนักงานได้รับ (Effort-Reward Imbalance: ERI) เป็นโมเดลที่ได้รับการศึกษาอย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์ความเครียดในที่ทำงานและผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมของพนักงาน ERI เป็นโมเดลทางทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาโดย Siegrist (1996a) ซึ่งเน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม (effort) และผลตอบแทน (reward) ในบริบทของการทำงาน โดยใช้ให้เห็นว่า หากพนักงานรู้สึกว่าการทำงานไม่เหมาะสมกับผลตอบแทน จึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพจิต สุขภาพกาย และประสิทธิภาพการทำงาน โมเดลนี้มีบทบาทสำคัญในหลากหลายมิติ โมเดล ERI ช่วยให้องค์กรตระหนักถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานและความพึงพอใจในงาน การที่พนักงานรู้สึกว่าการทุ่มเทในการทำงานได้รับการตอบแทนที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ ค่าจ้าง การยอมรับในความสำเร็จ หรือโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ อาจนำไปสู่การลดความมุ่งมั่นในการทำงาน การลาออกจากงาน หรือการทำงานแบบเฉยชา (Schaufeli, 2017) องค์กรที่นำ ERI มาใช้ในการประเมินสภาพการทำงานสามารถพัฒนานโยบายที่ช่วยลดปัญหาความไม่สมดุล เช่น การปรับปรุงระบบค่าตอบแทน การจัดการระบบการให้รางวัลที่ยุติธรรมและโปร่งใส การสร้างโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ และการให้การสนับสนุนทางอารมณ์ผ่านการให้คำปรึกษาหรือการพัฒนาทีมงานที่มีประสิทธิภาพ (Kinman & Jones, 2008) ในด้านสุขภาพจิต ERI อาจทำให้พนักงานประสบกับความเครียดเรื้อรัง ความรู้สึกไม่พอใจ และความเหนื่อยล้าทางอารมณ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญของการ มีแนวโน้มหมดไฟในการทำงาน รวมทั้งปัญหาสุขภาพกาย เช่น ความเสี่ยงต่อโรคหัวใจและหลอดเลือด เนื่องจากระดับฮอร์โมนความเครียดที่สูงขึ้นจากความรู้สึกไม่ยุติธรรมในที่ทำงาน (van Vegchel et al., 2005)

มหาวิทยาลัยเซ็นทรัลไชน่า นอร์มอล (Central China Normal University: CCNU) ได้รับการตั้งอย่างเป็นทางการจากต้ง เสี่ยวผิง ตั้งอยู่ในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน เป็นมหาวิทยาลัยด้านครุศาสตร์ชั้นนำที่อยู่ภายใต้การบริหารโดยตรงของกระทรวงศึกษาธิการแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน และเป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยที่อยู่ในโครงการ "211 National Education Priority Project" และโครงการ "Double First-Class" ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติที่มุ่งส่งเสริมคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยเซ็นทรัลไชน่า นอร์มอลได้ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพกว่า 600,000 คน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปัจจุบันมีนักศึกษาปริญญาตรีกว่า 18,700 คน และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา 12,900 คน โดยในจำนวนนี้มีนักศึกษาต่างชาติกว่า 1,000 คน มีบุคลากรและเจ้าหน้าที่มากกว่า 3,000 คน ที่มุ่งมั่นสร้างความเปลี่ยนแปลงผ่านการเรียนรู้ การแก้ปัญหา นวัตกรรม และการสร้างสรรค์ชุมชน โดยยึดมั่นในคำขวัญที่ว่า "แสวงหาความจริงและนวัตกรรม สร้างคุณธรรมและพัฒนาบุคลากร" รวมทั้งรักษาประเพณีแห่ง "ความรอบรู้ การศึกษา

ที่ลึกซึ้ง และความรักอันเป็นสากล" (Central China Normal University, 2524) แม้ว่างานวิจัยหลายชิ้นจะศึกษาเกี่ยวกับ Effort-Reward Imbalance (ERI) และผลกระทบต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Work Disengagement Behavior) ในกลุ่มพนักงานองค์กร (Bakker & Demerouti, 2017) แต่การศึกษาที่มุ่งเน้นบริบทของสถาบันอุดมศึกษา ยังมีจำนวนจำกัด งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นไปที่บุคลากรทางการแพทย์ ภาควิชาการ และการบริการ (Schaufeli, Bakker, & Salanova, 2006) ขณะที่บุคลากรในมหาวิทยาลัย เช่น อาจารย์ และเจ้าหน้าที่สายสนับสนุน มักเผชิญกับแรงกดดันที่แตกต่างออกไป เช่น ภาระงานที่เพิ่มขึ้น ความไม่แน่นอนของสัญญาจ้าง และความคาดหวังด้านผลงานวิจัย แต่ยังไม่ได้รับการศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของ ERI ต่อพฤติกรรมการถอนตัวจากงานหรือการไม่มีความผูกพันในงาน อีกประเด็นที่ขาดการศึกษาอย่างชัดเจนคือกลไกเชื่อมโยงระหว่าง ERI และการไม่มีความผูกพันในงานในสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยเช่นทรูล์โซน่านอร์มอล แม้ว่างานวิจัยหลายเรื่องจะศึกษาเกี่ยวกับ ERI และพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน แต่ยังไม่ครอบคลุมการวิจัยที่จำเป็นต้องสำรวจเพิ่มเติม (Vilser, et al., 2022) จากการทบทวนวรรณกรรม ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามในบริบทของมหาวิทยาลัยเช่นทรูล์โซน่านอร์มอล ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดช่องว่างสารสนเทศในเรื่องดังกล่าว

งานวิจัยบางเรื่องระบุว่าปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น การรับรู้ความหมายของงาน (Meaningful Work) อาจมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่าน (mediator) หรือมีบทบาทในการกำกับ (moderator) ความสัมพันธ์ระหว่าง ERI และพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Van den Broeck et al., 2011) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีหลักฐานการวิจัยที่เพียงพอในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา อีกทั้งสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งยังขาดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามของบุคลากร การกำหนดค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ มักไม่ได้สะท้อนถึงภาระงานที่แท้จริง โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยที่มีข้อกำหนดด้านการวิจัยที่เข้มงวด ขณะเดียวกัน ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานในบางประเทศยังให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดทางวิชาการ เช่น จำนวนงานวิจัยที่ตีพิมพ์ มากกว่าคุณภาพของการสอนและการให้คำปรึกษานักศึกษา ซึ่งอาจส่งผลให้บุคลากรรู้สึกว่าการพยายามของตนไม่ได้รับการตอบแทนอย่างเป็นธรรม (Marginson, 2017) อีกปัญหาหนึ่งคือขาดมาตรการป้องกันหรือบรรเทาผลกระทบของ ERI ในกลุ่มบุคลากรของมหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยหลายแห่งยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ เช่น การลดภาระงานที่ไม่จำเป็น (Gillespie et al., 2001) ซึ่งทำให้บุคลากรที่จะเกิดพฤติกรรมไม่มีความผูกพันในงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่น หดใจในการทำงานหรือทำงานแบบขาดความกระตือรือร้น นอกจากนี้ ยังมีความจำเป็นในการพัฒนาวิธีการวัดและประเมิน ERI ที่เหมาะสมกับบริบทของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้สามารถระบุและจัดการกับปัญหานี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Vilser et al., 2022) การวิจัยเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากขึ้นจะช่วยให้สถาบันระดับอุดมศึกษาสามารถพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร (Coll et al., 2019) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามที่มีต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานของพนักงานสายวิชาการและสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเช่นทรูล์โซน่านอร์มอล การวิจัยนี้จะช่วยให้มหาวิทยาลัยเช่นทรูล์โซน่านอร์มอล สามารถพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามที่มีต่อความไม่ผูกพันในงานของพนักงานสายวิชาการและสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเช่นทรูล์โซน่านอร์มอล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความหมายของงานที่มีต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน
3. เพื่อศึกษาบทบาทของความหมายของงานในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามกับความไม่ผูกพันในงาน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม

แนวคิด ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (Effort-Reward Imbalance: ERI) ได้รับพัฒนาโดย Johannes Siegrist ในช่วงปี 1990s เพื่ออธิบายความเครียดและผลกระทบต่อสุขภาพที่เกิดจากความไม่สมดุลระหว่างความพยายามที่ทำงานและผลตอบแทนที่ได้รับจากงาน การพัฒนาแนวคิดนี้มีพื้นฐานจากการวิเคราะห์การแลกเปลี่ยนทางสังคมในที่ทำงาน ซึ่งมองว่าผลตอบแทนจากการทำงานควรจะสอดคล้องกับความพยายามที่พนักงานทุ่มเทไป การขาดความสมดุลนี้สามารถนำไปสู่ผลกระทบทางสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์ได้ (Siegrist, 1996a, 1996b) โดยชี้ให้เห็นว่า ความพยายามที่ทุ่มเทในการทำงานควรได้รับผลตอบแทนในรูปของเงิน ความเคารพ และโอกาสในการพัฒนาอาชีพ หากผลตอบแทนที่ได้รับไม่สอดคล้องกับความพยายามที่ทำได้ พนักงานจะรู้สึกถึงความไม่ยุติธรรม ซึ่งอาจนำไปสู่ความเครียดและปัญหาสุขภาพต่าง ๆ (Siegrist, 1996a) โมเดลนี้ได้รับการพัฒนาและทดสอบในหลายการศึกษาตลอดหลายปีที่ผ่านมาซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามกับผลกระทบทางสุขภาพ (Siegrist, 2000; Siegrist, 2002) สาเหตุสำคัญของแนวคิด การทุ่มเทความพยายาม (Effort) หมายถึง ความมุ่งมั่นที่พนักงานทุ่มเทในการทำงาน ซึ่งอาจรวมถึงเวลา ความพยายามทางกายภาพและจิตใจ ในขณะที่ผลตอบแทน (Reward) เป็นสิ่งตอบแทนที่พนักงานคาดหวัง ซึ่งรวมถึงเงิน ความเคารพ และโอกาสทางอาชีพ โดยการไม่สมดุลระหว่างความพยายามและผลตอบแทนจะส่งผลให้เกิดความเครียดที่สะสมในระยะยาว และอาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพ เช่น ความเครียดทางจิตใจหรือปัญหาหัวใจ (Siegrist, 1996b; Siegrist, 2000) นอกจากนี้ ยังได้เสนอว่าความไม่สมดุลนี้ มักเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่พนักงานไม่สามารถควบคุมสภาวะการทำงานของตนเองได้ เช่น การทำงานในตำแหน่งที่มีความรับผิดชอบสูงแต่ไม่ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม หรือการที่พนักงานไม่มีทางเลือกในการย้ายงานเนื่องจากข้อจำกัดด้านทักษะหรือสถานการณ์ทางการเงิน (Siegrist, 2002) จึงเห็นได้ว่า ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งทางร่างกาย เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด (Chandola et al., 2006)

2. แบบจำลองความต้องการ-ทรัพยากรของงาน

ในโลกแห่งการทำงานที่เต็มไปด้วยความท้าทายและความผันผวน แบบจำลองข้อเรียกร้องของงานและทรัพยากรสนับสนุนการทำงาน (Job Demands-Resources Model) ซึ่งริเริ่มโดย Demerouti และคณะ ในปี ค.ศ. 2001 ได้ช่วยอธิบายอย่างชัดเจนเกี่ยวกับกระบวนการต่าง ๆ ที่มีผลต่อสุขภาพและความผูกพันของพนักงาน (Demerouti et al., 2001) ทฤษฎีนี้เปรียบเทียบเสมือนเข็มทิศที่ช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างความท้าทายจากงานกับสิ่งที่คอยสนับสนุนและช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีขวัญและกำลังใจ Bakker & Demerouti ในปี ค.ศ. 2007 ได้อธิบายไว้ว่า ข้อเรียกร้องของงานเปรียบเสมือนคลื่นที่โถมเข้าใส่โดยเป็นข้อเรียกร้องทั้งทางกายภาพ จิตใจ และอารมณ์ที่บุคลากรต้องเผชิญในการปฏิบัติงาน (Bakker & Demerouti, 2007) หากคลื่นเหล่านี้สูงและต่อเนื่องเกินกำลังที่จะรับมือได้ ย่อมก่อตรวนพลังกายและใจ จนนำไปสู่ภาวะหมดไฟอันเป็นภัยเงียบที่คุกคามความสุขในการทำงาน (Demerouti et al., 2001) ในอีกด้านหนึ่ง ทรัพยากรสนับสนุนการทำงาน เปรียบเสมือนเกราะกำบังและสายใยที่โอบอุ้มจิตใจ เป็นปัจจัยเชิงบวกในสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีเพียงช่วยให้พนักงานสามารถเผชิญหน้ากับความต้องการของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังเป็นเชื้อเพลิงที่จุดประกายแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Bakker & Demerouti, 2007) ยิ่งไปกว่านั้น Bakker & Demerouti ในปี ค.ศ. 2017 ยังได้ต่อยอดองค์ความรู้นี้โดยมุ่งเน้นไปที่พลวัตอันละเอียดอ่อนระหว่างข้อเรียกร้องของงานและทรัพยากรสนับสนุนการทำงาน เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการที่ซับซ้อนซึ่งส่งผลต่อความเป็นอยู่ของพนักงานในบริบทขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง (Bakker & Demerouti, 2017) ในปี ค.ศ. 2017 Schaufeli ได้ต่อยอดถึงคุณูปการของ Job Demands-Resources Model ในฐานะเครื่องมืออันทรงพลังสำหรับการประเมินและยกระดับสภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อส่งเสริมความผูกพันอันแนบแน่นและความผาสุกของพนักงาน อันเป็นรากฐานสำคัญสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน (Schaufeli, 2017)

3. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ (Homans, 1958) โดยมองว่ามนุษย์มีแนวโน้มที่จะแสวงหาผลประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในขณะเดียวกันก็พยายามลดต้นทุนและความไม่พึงพอใจให้น้อยที่สุด (Blau, 2017) แนวคิดหลักของทฤษฎีนี้คือ ความสัมพันธ์ทางสังคมเกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้ก็ต่อเมื่อคู่กรณีทั้งสองฝ่ายได้รับผลประโยชน์ที่เป็นที่น่าพอใจจากการแลกเปลี่ยน (Thibaut & Kelley, 1959) การแลกเปลี่ยนอาจเป็นได้ทั้งสิ่งของ วัตถุ หรือสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความรัก ความไว้วางใจ การสนับสนุน หรือข้อมูลข่าวสาร (Emerson, 1976) นอกจากนี้ ทฤษฎียังให้ความสำคัญกับ "บรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยน" ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ทางสังคมที่ควบคุมการแลกเปลี่ยนให้เป็นไปอย่างยุติธรรมและสมเหตุสมผล (Gouldner, 1960) โดยทั่วไป ผู้คนมักจะคาดหวังการแลกเปลี่ยนที่สมดุล กล่าวคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับควรจะสอดคล้องกับสิ่งที่ตนเองได้ลงทุนไป อย่างไรก็ตาม การแลกเปลี่ยนที่ไม่สมดุลก็อาจเกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ

4. แนวคิดความไม่ผูกพันในงาน

พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Work Disengagement) มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น ภาวะหมดไฟในการทำงาน พฤติกรรมการถอนตัวออกจากงาน พฤติกรรมการลาออกจากงานทางอ้อม พฤติกรรมการไม่ทุ่มเทกับงาน พฤติกรรมการละเลยงาน พฤติกรรมการทำงานอย่างไร้แรงจูงใจ พฤติกรรมการไม่ใส่ใจในงาน พฤติกรรมการลดความผูกพันต่อองค์กร พฤติกรรมการทำงานแบบขาดความมุ่งมั่น ซึ่งเป็นภาวะที่พนักงานรู้สึกแยกตัวออกจากงาน ขาดความกระตือรือร้น และไม่ผูกพันกับองค์กร (Maslach & Leiter, 1997) ภาวะนี้เป็นผลมาจากความเครียดเรื้อรังในการทำงาน ซึ่งทำให้พนักงานรู้สึกเหนื่อยล้าทั้งทางร่างกายและจิตใจ สูญเสียความเชื่อมั่นในตนเอง และมองงานในเชิงลบ (Schaufeli & Bakker, 2004) พนักงานที่อยู่ในภาวะหมดไฟมักจะมีประสิทธิภาพในการทำงานลดลง มีแนวโน้มที่จะลาออกจากงาน และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ (Lee & Ashforth, 1996) การไม่มีความผูกพันในงานเป็นกระบวนการที่ค่อย ๆ สะสม โดยมีปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะงานที่น่าเบื่อหน่าย ความกดดันในการทำงานที่สูง ความไม่ยุติธรรมในที่ทำงาน หรือการขาดการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน (Demerouti et al., 2001) พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานเป็นแนวคิดที่อธิบายถึงพฤติกรรมของพนักงานที่แสดงออกถึงการถอนตัวออกจากงานทั้งทางร่างกายและจิตใจ (Mitra et al., 2005) พฤติกรรมเหล่านี้อาจรวมถึงการมาทำงานสาย การลาป่วยบ่อยครั้ง การหลีกเลี่ยงงานที่ได้รับมอบหมาย การไม่เข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร หรือแม้กระทั่งการลาออกจากงาน (Hanisch & Hulin, 1991) เกิดขึ้นเมื่อพนักงานรู้สึกไม่พอใจกับงาน หรือองค์กร เช่น รู้สึกว่างานที่ทำไม่มีความหมาย ไม่ได้รับการยอมรับ หรือไม่ได้รับความเป็นธรรม นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ความเครียด ภาวะหมดไฟ หรือความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน ก็อาจเป็นสาเหตุได้เช่นกัน การศึกษาพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานจึงมีความสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

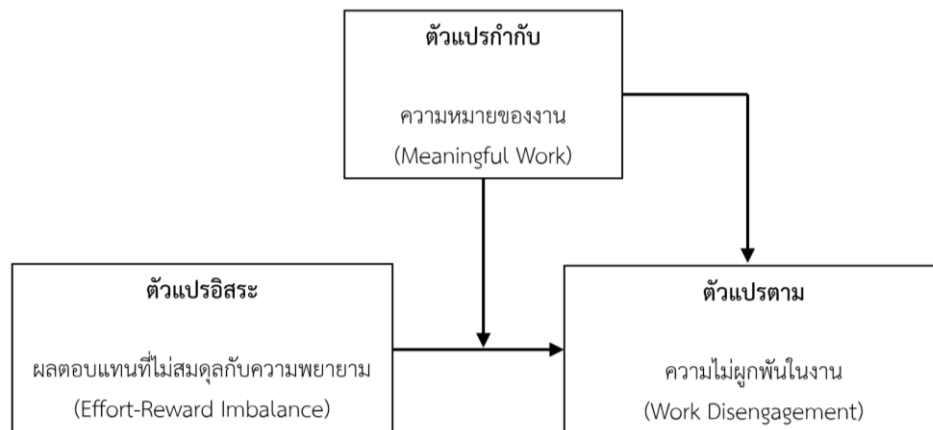
5. แนวคิดความหมายของงาน

ความหมายของงานหรืองานที่มีความหมาย (Meaningful Work) เป็นแนวคิดที่มีรากฐานจากศาสตร์หลายแขนง ทั้งจิตวิทยา องค์กรศึกษา และปรัชญา โดยเฉพาะจากแนวคิดในจิตวิทยาเชิงบวกและทฤษฎี Self-Determination Theory ซึ่งเน้นว่ามนุษย์มีความต้องการพื้นฐานในการมีความเป็นอิสระ ความสามารถ และความสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมการรับรู้ว่ามีงานมีความหมาย (Deci & Ryan, 2000) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึคว่างานที่ทำนั้นมีคุณค่าและมีจุดมุ่งหมาย โดยผู้ปฏิบัติงานเข้าใจว่างานของตนเองมีส่วนช่วยในการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามหรือบรรลุเป้าหมายที่สำคัญ (Hackman & Oldham, 1980) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากผู้คนในยุคปัจจุบันไม่ได้แสวงหางานเพียงเพื่อผลตอบแทนทางการเงิน แต่ยังคาดหวังว่างานที่ทำงานจะส่งผลดีต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม รวมถึงสะท้อนถึงตัวตนและค่านิยมภายในของตนเอง (Rosso, Dekas, & Wrzesniewski, 2010) งานที่มีความหมายคืองานที่บุคคลรับรู้ว่ามีคุณค่า มีจุดมุ่งหมาย และมีผลกระทบเชิงบวกต่อผู้คนหรือสิ่งแวดล้อม โดย Steger, Dik & Duffy (2012) ได้เสนอว่าองค์ประกอบหลักของงานที่มีความหมายประกอบด้วย จุดมุ่งหมาย (Purpose) ความสำคัญหรือคุณค่า (Significance) และความสอดคล้องกับตัวตน (Authenticity)

ซึ่งทั้งหมดส่งผลให้บุคคลรู้สึกทำงานของตนมีความสำคัญและน่าภาคภูมิใจ นอกจากนี้ งานที่มีความหมายยังสร้างผลกระทบเชิงบวก โดยผู้ปฏิบัติงานรู้สึกทำงานของตนเองมีประโยชน์ต่อผู้อื่น หรือสังคมโดยรวม (Brief & Nord, 1990)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ตัวแปรหลัก คือ ความหมายของงาน ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) และพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน โดยอิงจากแนวคิดและทฤษฎีหลากหลาย เช่น ทฤษฎี ERI ของ Siegrist (1996a) ทฤษฎีการกำหนดตนเองของ Ryan & Deci (2000) ทฤษฎีความเสมอภาคของ Adams (1963) และทฤษฎีการอนุรักษ์ทรัพยากรของ Hobfoll (1989)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย สามารถเขียนสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1: ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามมีอิทธิพลต่อความไม่ผูกพันในงานของพนักงานสายวิชาการและสายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเซินทรัลไชน่าออร์มอล
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2: ความหมายของงานมีอิทธิพลต่อความไม่ผูกพันในงาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3: ความหมายของงานมีบทบาทในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) และความไม่ผูกพันในงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงสำรวจครั้งนี้ คือ พนักงานสายวิชาการและพนักงานสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเซินทรัลไชน่าออร์มอล เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน จำนวน 3,500 คน (Central China Normal University, 2024) ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 5% ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 359 คน แต่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากเพียงพอต่อการอนุมานไปยังประชากร ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 541 คน จากนั้นสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยประยุกต์ใช้เทคนิคการสุ่มเลือกแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ด้วยการจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ชั้น ได้แก่ พนักงานสายวิชาการและพนักงานสายสนับสนุน ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานสายวิชาการจำนวน 333 คน และเป็นพนักงานสายสนับสนุนจำนวน 208 คน รวม 541 คน

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โครงสร้างของแบบสอบถามจำแนกออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน

ตอนที่ 2 ความไม่สมดุลของความพยายามและผลตอบแทน ข้อคำถามมีจำนวน 16 ข้อ แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้ ด้านความพยายาม (Effort) จำนวน 8 ข้อ และด้านผลตอบแทน (Reward) จำนวน 8 ข้อ มาตรวัดคำถามมี 5 ระดับ ดังนี้ 1 หมายถึง น้อยที่สุด 2 หมายถึง น้อย 3 หมายถึง ปานกลาง 4 หมายถึง มาก และ 5 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 3 ความหมายของงาน ข้อคำถามมีจำนวน 11 ข้อ มาตรวัดคำถามมี 5 ระดับซึ่งเหมือนกันกับตอนที่ 2

ตอนที่ 4 พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน ข้อคำถามมีจำนวน 17 ข้อ แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านความมีชีวิตชีวา (Vigor) จำนวน 6 ข้อ ด้านความทุ่มเท (Dedication) จำนวน 5 ข้อ และ ด้านการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง (Absorption) จำนวน 6 ข้อ มาตรวัดคำถามมี 5 ระดับ ซึ่งเหมือนกันกับตอนที่ 2 และตอนที่ 3

3. การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อใช้ในการศึกษาอิทธิพลของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามต่อพฤติกรรมการไม่มีส่วนร่วมของพนักงานซึ่งมีความหมายของงานเป็นตัวแปรกำกับ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา และได้กำหนดคำนิยามของตัวแปรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างคำถาม

2. พัฒนาแบบสอบถามโดยประยุกต์ใช้ข้อคำถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำนิยามของตัวแปร

3. ส่งร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

4. ปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของคำถามแต่ละข้อ ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ IOC (Item-Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 1.00

6. ทดลองใช้แบบสอบถามจำนวน 35 ฉบับ เพื่อประเมินความคงเส้นคงวาหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของชุดคำถามที่ใช้วัดแต่ละตัวแปร ดัชนีที่ใช้วัดความคงเส้นคงวาของชุดคำถาม ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ตามแนวคิดของ Hair et al. (2010) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่ายอมรับได้และแสดงว่ามีความสอดคล้องภายในที่ดี ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปแสดงว่ามีความสอดคล้องภายในที่สูงมาก ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปรความพยายาม (Effort) เท่ากับ 0.91 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปรผลตอบแทน (Reward) เท่ากับ 0.95 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปรความหมายของงาน (Meaningful work) เท่ากับ 0.97 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของชุดคำถามที่ใช้วัดพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Disengagement behavior) เท่ากับ 0.96 ซึ่งจะเห็นว่าทุกตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามเกณฑ์มาตรฐานและมีความสอดคล้องภายในที่สูงมาก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ โดยเริ่มต้นจาก 1) การติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเซ็นทรัลไชน่าออร์มอล ในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ 2) อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล และ 3) ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณาจารย์และเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนของมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ WeChat และ QQ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง และการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอนุมาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1. ข้อมูลภูมิหลังส่วนบุคคล (Personal background) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และตำแหน่งงาน วิเคราะห์โดยใช้ร้อยละ (Percentage)

2. ระดับพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน และความหมายของงาน วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และกำหนดเกณฑ์ในการตีความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ ค่าเฉลี่ยในช่วง 1.00 – 1.79 หมายถึง น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยในช่วง 1.80 – 2.59 หมายถึง น้อย ค่าเฉลี่ยในช่วง 2.60 – 3.39 หมายถึง ปานกลาง ค่าเฉลี่ยในช่วง 3.40 – 4.19 หมายถึง มาก ค่าเฉลี่ยในช่วง 4.20 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3. ระดับผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และอัตราส่วนระหว่างความพยายามและผลตอบแทน (Effort-reward Ratio: ERR) ถ้า ERR มีค่ามากกว่า 1 เช่น $ERR = \text{Effort/Reward} = 6/3 = 2$ หมายความว่า พนักงานคนนั้นมองว่าเขาได้ใช้ความพยายามโดยการทุ่มเทความรู้ความสามารถ สติปัญญา เวลา และทรัพยากรต่าง ๆ ให้กับงานในระดับมากแต่กลับได้รับผลตอบแทนน้อยและไม่คุ้มค่า ถ้า $ERR < 1$ เช่น $ERR = \text{Effort/Reward} = 3/6 = 0.50$ หมายความว่า พนักงานคนนั้นมองว่าตนเองได้ใช้ความพยายามในระดับน้อยแต่ได้ผลตอบแทนมากและคุ้มค่า

ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

1. การศึกษาอิทธิพลของการได้รับผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามที่มีต่อการไม่มีความผูกพันในงานของพนักงานโดยมีความหมายของงานเป็นตัวแปรกำกับ วิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 541 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (72%) เพศชาย (29%) กลุ่มอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ 31-40 ปี (41%) รองลงมาคืออายุไม่เกิน 30 ปี (26%) และ 41-50 ปี (24%) ส่วนกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปีมีจำนวนน้อย (8%) และน้อยที่สุดคืออายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป (2%) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (68%) รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี (27%) และน้อยที่สุดคือระดับปริญญาโทขึ้นไป (5%) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป (63%) รองลงมาคือ 4-5 ปี (11%) และ 6-9 ปี (18%)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานและความหมายของงานโดยใช้สถิติพรรณนา

ตัวแปรที่ศึกษา	Minimum	Maximum	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
Work disengagement behavior	1.00	5.00	2.28	0.86	น้อย
Meaningful work	1.00	5.00	3.83	0.80	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่ศึกษาโดยใช้ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ย 2.28 โดยมีค่าต่ำสุด 1.00 และค่าสูงสุด 5.00 ซึ่งบ่งชี้ว่าโดยเฉลี่ยแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานอยู่ในระดับ "น้อย" แต่มีความแปรปรวนและแตกต่างกันอย่างมากในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ดังจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานของพนักงานบางคนมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 1.00 แต่บางคนมีค่าสูงสุดเท่ากับ 5.00 ด้านความหมายของงาน พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 1.00 และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 5.00 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ถึงความหมายของงานอยู่ในระดับ "มาก" แต่ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดก็ได้แสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างกันอย่างมากในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อัตราส่วนระหว่างความพยายามและผลตอบแทนโดยใช้ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

อัตราส่วนระหว่างความพยายามและผลตอบแทน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผลตอบแทนมากกว่าความพยายาม ($ERR \leq 1$)	306	56.56
2. ผลตอบแทนน้อยกว่าความพยายาม ($ERR > 1$)	235	43.43
รวม	541	100
$\bar{x} = .85$, $SD = .379$, $Min = .20$, $Max = 3.00$		

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 306 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 56.56 มีค่า $ERR \leq 1$ พนักงานกลุ่มนี้รู้สึกว่าการตอบแทนที่ได้รับจากผู้บังคับบัญชามีความคุ้มค่าและน่าพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับความพยายามที่ทุ่มเทไปในการทำงาน อย่างไรก็ตาม ยังมีพนักงานอีกจำนวน 235 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.43 ที่มีค่า $ERR > 1$ พนักงานกลุ่มนี้มีความรู้สึกว่าการตอบแทนที่ได้รับจากผู้บังคับบัญชาไม่สอดคล้องกับความพยายามที่ตนเองได้ทุ่มเทไปในการทำงาน กล่าวคือผลตอบแทนที่ได้รับน้อยกว่าความพยายามที่ทุ่มเทให้กับการทำงาน อัตราส่วนระหว่างความพยายามและผลตอบแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.20 และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 3.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอัตราส่วนระหว่างความพยายามและผลตอบแทนมีความแปรปรวนและแตกต่างกันอย่างมากในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 การทำนายพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานด้วย ERI และความหมายของงาน

Model 1	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.412	0.219	-	15.570	0.000
ความหมายของงาน	-0.459	0.042	-0.427	-10.935	0.000
ผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายาม (ERI)	0.693	0.094	0.288	7.376	0.000
R-Squared = 0.391, Adjust R-Squared = 0.389, F = 172.546, p-value = 0.000					

ตารางที่ 4 การทำนายพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานด้วย ERI ความหมายของงาน และปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับความหมายของงาน

Model 2	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.000	0.367	-	10.905	0.000
ผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายาม (ERI)	0.054	0.333	0.023	0.163	0.870
ความหมายของงาน	-0.610	0.086	-0.567	-7.064	0.000
ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI และความหมายของงาน	0.171	0.086	0.238	1.996	0.046
R-squared = 0.395, Adjusted R-squared = 0.392, F = 116.997, p-value = 0.000					

จากตารางที่ 3 (Model 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำนายพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (พฤติกรรม การละเลยงาน) โดยใช้ตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้แก่ ความหมายของงาน และผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) พบว่าเมื่อตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวมีค่าเป็นศูนย์ พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานจะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 หน่วย ซึ่งมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ค่าสถิตินี้อธิบายให้ทราบว่า ถึงแม้ว่าพนักงานจะไม่ได้รับผลกระทบจากตัวแปรอิสระเลย พนักงานก็ยังมีพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานที่ชัดเจนในระดับหนึ่ง

ความหมายของงาน (Meaningful work) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ -0.459 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าความหมายของงานมีผลกระทบเชิงลบต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน กล่าวคือ ยิ่งพนักงานงานรับรู้ว่างานของตนเองมีความหมายมากเท่าไร พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานก็จะยิ่งลดลง

ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.693 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า ERI มีผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานหมายความว่า ยิ่งพนักงานงาน รับรู้ถึงผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามมากเท่าไร พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น

R-squared คือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of determination) มีค่าเท่ากับ 0.391 แสดงให้ เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวคือความหมายของงานและ ERI สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมความไม่ ผูกพันในงานได้ 39.1% ส่วน Adjusted R-squared ซึ่งเป็นค่าที่ปรับแก้ R-squared ด้วยจำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้ใน การทำนายมีค่าเท่ากับ 0.389 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับ R-squared ที่ยังไม่ได้ปรับแก้ แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองนี้มีความเหมาะสมในการทำนายพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานของพนักงานซึ่งเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยเซ็นทรัล ไซน่านอร์มอล

จากตารางที่ 4 (Model 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำนายพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานโดยใช้ตัวแปร อิสระ 3 ตัว ได้แก่ ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) ความหมายของงาน และปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับความหมายของงาน พบว่า เมื่อตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเป็นศูนย์ พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (พฤติกรรม การหมดไฟในการทำงาน) จะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.000 หน่วย ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสถิตินี้ หมายความว่าในกรณีที่พนักงานไม่ได้รับผลกระทบจากตัวแปรอิสระ พนักงานก็ยังมีพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน อย่างมีนัยสำคัญ

ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.054 ซึ่งบ่งชี้ว่า ERI มีอิทธิพลเชิงบวก ต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.870$) กล่าวคือ ERI เพียงอย่างเดียวไม่สามารถ ทำนายพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานได้อย่างมีนัยสำคัญ

ความหมายของงาน (Meaningful work) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.61 ซึ่งบ่งชี้ว่าความหมายของงานมี อิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของ ตนเองมีความหมาย มีคุณค่า และมีความสำคัญมากขึ้น พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานจะลดน้อยลง ตรงกันข้าม เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของตนเองไม่มีความหมาย ไม่มีคุณค่า หรือไม่มีความสำคัญน้อยลง พฤติกรรมความไม่ผูกพันใน งานจะเพิ่มขึ้น

ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI และความหมายของงาน มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.171 ซึ่งบ่งชี้ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI และความหมายของงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแสดงให้เห็นว่าผลกระทบของ ERI ต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานจะแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ ความหมายของงาน ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ความหมายของงานมีบทบาทเป็นตัวแปรปรับ (Moderator) ในความสัมพันธ์ระหว่าง ERI และพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน โดยทั่วไป ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามจะ ส่งผลกระทบเชิงลบต่อพนักงาน ทำให้พนักงานรู้สึกผิดหวัง ขาดแรงจูงใจ และมีแนวโน้มที่จะลดความทุ่มเทในการทำงาน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า หากพนักงานรับรู้ว่างานของตนเองมีความหมายสูง แม้ว่าจะเผชิญกับผลตอบแทนที่ ไม่สมดุลกับความพยายามที่สูงขึ้น แต่ผลกระทบเชิงลบต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันจะลดลง กล่าวคือ ความหมาย ของงานสามารถเป็นปัจจัยป้องกัน (Buffering effect) ที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบของผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับ

ความพยายาม ทำให้พนักงานยังคงมีแรงจูงใจและไม่ถอนตัวจากการทำงาน แม้ว่าพนักงานจะรู้สึกว่าได้ผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายามก็ตาม

R-squared คือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of determination) มีค่าเท่ากับ 0.395 หรือ 39.5% หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร คือ 1) ผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายาม 2) ความหมายของงาน และ 3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความหมายของงานกับ ERI สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานได้ 39.5% ส่วนที่เหลืออีก 60.5% เป็นความแปรปรวนที่เกิดจากปัจจัยเหตุอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ในแบบจำลองนี้ ในการตีความหมายของค่า R-Squared นั้นมีเกณฑ์กำหนดไว้ว่า ถ้า R-squared มีค่าต่ำกว่า 0.30 หมายความว่าแบบจำลองอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ในระดับน้อย ถ้า R-squared มีค่าระหว่าง 0.30 ถึง 0.60 หมายความว่าแบบจำลองอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ระดับปานกลาง และถ้า R-squared มีค่ามากกว่า 0.60 หมายความว่าแบบจำลองอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ในระดับมาก (Hair et al., 2010; Field, 2009) ดังนั้น จึงแปลผลได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรในสมการถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานพนักงานในมหาวิทยาลัยเซ็นทรัลไชน่า นอร์มอลได้ในระดับปานกลาง (R-squared = 0.30)

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายามและความไม่ผูกพันในงาน

การที่ตัวแปรผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายาม (ERI) มีนัยสำคัญใน Model 1 แต่กลับไม่มีนัยสำคัญใน Model 2 นั้น สามารถอธิบายได้ด้วยผลกระทบของตัวแปรร่วม (Interaction effect) ซึ่งใน Model 2 มีการเพิ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับความหมายของงานเข้ามาในแบบจำลอง ตัวแปรปฏิสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การเพิ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์เข้ามาในแบบจำลอง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน กล่าวคือ ผลกระทบของ ERI ต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานไม่ได้คงที่ แต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามระดับของความหมายและความสำคัญของงาน เมื่อมีการพิจารณาตัวแปรปฏิสัมพันธ์ร่วมด้วย ผลกระทบหลัก (Main effect) ของ ERI เพียงอย่างเดียวอาจลดลงหรือหมดไป เนื่องจากผลกระทบที่แท้จริงของ ERI เกิดขึ้นผ่านปฏิสัมพันธ์กับความหมายของงาน นอกจากนี้ การเพิ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์ใน Model 2 ทำให้แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานได้มากขึ้น โดยจะเห็นได้ว่า R-Squared มีค่าเพิ่มขึ้นจาก 0.391 เป็น 0.395 ความแปรปรวนที่อธิบายได้เพิ่มเติมนี้ส่วนหนึ่งมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับความหมายของงาน ซึ่งอาจส่งผลให้ความแปรปรวนที่ ERI อธิบายได้โดยตรงมีค่าลดลง โดยสรุป การที่ ERI มีนัยสำคัญใน Model 1 แต่ไม่มีนัยสำคัญใน Model 2 เป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับความหมายของงาน การเพิ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์เข้ามาในแบบจำลองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน โดยที่ผลกระทบของ ERI จะแตกต่างกันไปตามระดับของความหมายของงาน

ผลการวิจัยที่พบว่าผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายาม (ERI) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานนั้น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้ พนักงานที่รับรู้ว่าคุณค่าของตนเองทุ่มเทความพยายามในการทำงานมากเกินไป แต่ได้รับผลตอบแทนที่ไม่เหมาะสมจะเกิดความรู้สึกเครียดและเหนื่อยล้า ซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกหมดไฟ ความไม่พอใจในงาน และพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Siegrist, 1996a) นอกจากนี้ ผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายามยังทำให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำงาน ซึ่งนำไปสู่ความไม่พอใจ ความไม่ไว้วางใจ และความไม่ผูกพันกับองค์กร (Adams, 1963) ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kamal et al., (2022) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายาม (ERI) กับความผูกพันต่องานในกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ผลการศึกษาพบว่า ค่าอัตราส่วนผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายามมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับความผูกพันในงาน กล่าวคือผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายามส่งผลให้ระดับความผูกพันต่องานลดลง โดยรางวัลผลตอบแทนในรูปแบบของการได้รับการยอมรับ (Esteem) และโอกาสเลื่อนตำแหน่ง (Promotion) รวมถึงอายุเป็นตัวแทนที่ดีของความผูกพันในงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Aali & Ahmed (2022) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับความพยายามและตัวแปรเหล่านี้คือ ความพึงพอใจในการทำงาน

ความตั้งใจลาออก และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมบริการของประเทศบราซิล ผลการศึกษาพบว่า ERI ส่งผลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน นอกจากนี้ ผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามยังมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการทำงาน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hwang et al. (2019) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม การทุ่มเทให้กับงานมากเกินไป (Over-commitment) ความผูกพันในงาน (Engagement) ภาวะหมดไฟ (Burnout) และอารมณ์ด้านลบ (Negative Affect) โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาแพทย์จำนวน 79 คนจากวิทยาลัยแพทยศาสตร์แห่งหนึ่งในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วน ERI มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับความผูกพันในงาน นอกจากนี้ อัตราส่วน ERI ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะหมดไฟ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการอนุรักษ์ทรัพยากร (Conservation of resources theory) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลมีแรงจูงใจที่จะปกป้องและสะสมทรัพยากรที่มีค่าของตนเอง (Hobfoll, 1989) ในบริบทของการทำงาน ทฤษฎีการอนุรักษ์ทรัพยากรถูกใช้ในการอธิบายความเครียดในการทำงาน ความเหนื่อยหน่าย (Burnout) และความผูกพันต่อองค์กร (Engagement) โดยเน้นว่าการเสริมสร้างทรัพยากร เช่น การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ความมั่นคงในหน้าที่การงาน เวลาพักผ่อนเพียงพอ และรางวัลผลตอบแทนที่ยุติธรรม จะช่วยลดความเครียด เพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันในงานได้ ปัญหาเกี่ยวกับผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามทำให้พนักงานรู้สึกว่าการจ้างงานกำลังสูญเสียทรัพยากร (เช่น พลังงาน เวลา ความทุ่มเท) โดยไม่ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม ซึ่งนำไปสู่ความเครียดและพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความเสมอภาค (Equity theory) ที่อธิบายว่าบุคคลจะเปรียบเทียบความพยายามและผลตอบแทนของตนเองกับผู้อื่น หากรับรู้ว่าตนเองไม่ได้รับความเป็นธรรม พวกเขาจะรู้สึกไม่พอใจและมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ (Adams, 1963) และสอดคล้องกับทฤษฎีการอนุรักษ์ทรัพยากร (Conservation of resources theory) ที่อธิบายว่าบุคคลมีแรงจูงใจที่จะปกป้องและสะสมทรัพยากรที่มีค่าของตนเอง เมื่อทรัพยากรถูกคุกคามหรือสูญเสีย บุคคลจะรู้สึกเครียดและมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ (Hobfoll, 1989)

2. ความหมายของงานและความไม่ผูกพันในงาน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความหมายของงาน (Meaningful work) มีผลกระทบเชิงลบต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Work disengagement behavior) กล่าวคือ ยิ่งพนักงานรับรู้ว่าการงานของตนเองมีความหมายมากเท่าไร พฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานก็จะยิ่งลดลง พนักงานที่รับรู้ว่าการงานของตนเองมีคุณค่าและสอดคล้องกับคุณค่าส่วนตัว จะเกิดแรงจูงใจภายในที่จะทำงานให้ดีขึ้น ซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกผูกพันกับงานและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Ryan & Deci, 2017) พนักงานที่รับรู้ว่าการงานของตนเองมีความหมายจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของงานและมีความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของงานมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่ความทุ่มเทในการทำงานและความปรารถนาที่จะทำงานให้สำเร็จ งานที่มีความหมายส่งผลกระทบเชิงลบต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน เนื่องจากพนักงานรู้สึกว่างานของตนเองมีคุณค่าและส่งผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กรหรือสังคม จึงมีความมุ่งมั่นและมีแรงจูงใจในการทำงานสูงขึ้น (Lips-Wiersma & Wright, 2012) การที่พนักงานรับรู้ถึงความหมายของงานช่วยให้เกิดความผูกพันทางอารมณ์และความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตน ส่งผลให้เกิดการลดลงของพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน (Bailey et al., 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมโดย Tan et al. (2023) ได้ข้อสรุปว่า การรับรู้ถึงความหมายของงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสามารถลดพฤติกรรมถอนตัวจากงานได้ Zanabazar, Dugersuren, & Maligar (2024) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความหมายของงานกับความผูกพันในงานของพนักงานจำนวน 149 คนจากโรงเรียนอนุบาลเอกชน 4 แห่งในกรุงอุลันบาตอร์ ประเทศมองโกเลียพบว่า ผลการวิเคราะห์พบว่าความหมายของงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับองค์ประกอบทั้งสามด้านของการความผูกพันในงานของพนักงาน โดยมีผลกระทบในระดับปานกลางต่อความผูกพันด้านการคิด ด้านอารมณ์ และด้านพฤติกรรม Karatas & Özdemir (2022) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างงานที่มีความหมาย (Meaningful Work) กับความผูกพันในงาน (Job Engagement) โดยใช้ข้อมูลจากครูจำนวน 452 คนในประเทศตุรกี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในเชิงบวกและมีนัยสำคัญระหว่างงานที่มีความหมายกับความผูกพันในงาน โดยงานที่มีความหมายสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันในงานของครูได้ร้อยละ 47 การวิจัยโดย Albrecht et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่า การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการรับรู้

ถึงความหมายของงานสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของพนักงานและลดความเสี่ยงของการหมดไฟในการทำงาน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-determination theory) ที่อธิบายว่าเมื่องานตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสามารถ และความสัมพันธ์ พนักงานจะเกิดแรงจูงใจภายในและมีความผูกพันกับงาน (Deci & Ryan, 2000) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีลักษณะงาน (Job characteristics theory) ที่อธิบายว่าลักษณะงานที่สำคัญ 5 ประการ คือ ความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) เอกลักษณ์ของงาน (Task identity) ความสำคัญของงาน (Task significance) อิสระในการทำงาน (Autonomy) และการได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานและแรงจูงใจในการทำงาน (Hackman & Oldham, 1980)

3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ERI กับความหมายของงาน

การที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม (ERI) กับความหมายของงาน ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงานนั้นเนื่องจากความหมายของงานทำหน้าที่เป็น "บัฟเฟอร์" หรือตัวบรรเทาผลกระทบของ ERI ต่อพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของตนเองมีความหมายสูง พวกเขาจะมองว่าความพยายามที่ทุ่มเทไปนั้นมีคุณค่าและคุ้มค่า แม้ว่าจะได้รับผลตอบแทนที่ไม่สมดุล ความหมายของงานช่วยให้พนักงานมองข้ามความไม่สมดุลของผลตอบแทน และมุ่งเน้นไปที่ความสำคัญและคุณค่าของงานที่ตนเองทำในทางกลับกัน เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของตนเองมีความหมายต่ำ พวกเขาจะรู้สึกถึงความพยายามที่ทุ่มเทไปนั้นไร้ค่าและไม่คุ้มค่า เมื่อเผชิญกับ ERI พวกเขาจะรู้สึกหมดกำลังใจและไม่มีความผูกพันกับงานมากขึ้น นอกจากนี้ เมื่อ ERI และการรับรู้ความหมายของงานต่ำเกิดขึ้นพร้อมกัน จะเป็นการเสริมสร้างความรู้สึกเชิงลบต่อการทำงาน พนักงานจะรู้สึกว่าตนเองกำลังถูกเอาเปรียบและงานที่ทำนั้นไม่มีความหมาย ซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกสิ้นหวังและความไม่ผูกพันกับงานอย่างรุนแรง ความหมายของงานมีอิทธิพลต่อมุมมองและพฤติกรรมของพนักงาน เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของตนเองมีความหมาย พวกเขาจะมีความอดทนต่อความไม่สมดุลของผลตอบแทนมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ในทางกลับกัน เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของตนเองไม่มีความหมาย พวกเขาจะมีความอดทนต่อความไม่สมดุลของผลตอบแทนน้อยลง และมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การลาออก หรือการลดความทุ่มเทในการทำงาน (Adams, 1963; Hobfoll, 1989) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2019) ที่พบว่า ERI มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเครียดในการทำงานและความไม่ผูกพันในงาน และความหมายของงานมีบทบาทในการบรรเทาผลกระทบเชิงลบของ ERI ต่อความเครียดในการทำงานและความไม่ผูกพันในงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ

- 1) แม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่าผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความไม่ผูกพันในงาน แต่องค์กรภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญกับการสร้างระบบค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเหมาะสมกับความพยายามของพนักงาน เพื่อป้องกันปัญหาความรู้สึกไม่ยุติธรรมที่อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อความผูกพันในงาน
- 2) จากผลการวิจัยที่พบว่า ความหมายของงานมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความไม่ผูกพันในงาน องค์กรภาครัฐและเอกชนควรส่งเสริมให้พนักงานรับรู้ว่างานที่ตนเองทำนั้นมีคุณค่า สอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคล และมีเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงสื่อสารให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกของงานที่มีต่อองค์กร ผู้อื่น และสังคม
- 3) เนื่องจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายาม และความหมายของงานมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น องค์กรภาครัฐและเอกชนควรใช้กลยุทธ์แบบผสมผสานโดยลดผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้ในความหมายของงาน เช่น การจัดเวิร์กช็อปเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับคุณค่าของงาน
- 4) เนื่องจากความหมายของงานมีบทบาทในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามกับความไม่ผูกพันในงาน ดังนั้น องค์กรภาครัฐและเอกชนควรกำหนดมาตรการหรือแนวทางในการยกย่องพนักงานที่สร้างคุณูปการต่อองค์กร เพื่อเสริมสร้างความภาคภูมิใจในหน้าที่การงานและการรับรู้ถึงคุณค่าที่แท้จริงของงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาตัวแปรทางจิตวิทยาอื่น ๆ ที่อาจทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator) หรือสื่อกลาง (Mediator) ในความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนที่ไม่สมดุลกับความพยายามกับพฤติกรรมความไม่ผูกพันในงาน เพื่อเพิ่มความเข้าใจในกลไกเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความไม่ผูกพันในงาน
- 2) ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมองค์กรหลากหลายประเภททั้งในภาครัฐ เอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของความหมายของงานในบริบทที่แตกต่างกัน
- 3) ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed methods) โดยเพิ่มเติมการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาว่าพนักงานเข้าใจและรับรู้ความหมายของงานอย่างไร และปัจจัยใดในองค์กรที่เอื้อต่อการสร้างความหมายของงาน
- 4) ควรศึกษาความหมายของงานในมิติต่าง ๆ เช่น มิติด้านจุดมุ่งหมาย (Purpose) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social contribution) และการเติบโตส่วนบุคคล (Personal growth) เพื่อระบุองค์ประกอบที่มีผลต่อการลดพฤติกรรมความไม่ผูกพันได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- Adams, J. S. (1963). Toward an understanding of inequity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422-436.
- Al-Aali, L., & Ahmed, U. (2022). Examining the consequences of effort-reward imbalance: An empirical study. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 28(1), 29-43.
- Albrecht, S. L., Green, C. R., & Marty, A. (2021). Meaningful work, job resources, and employee engagement. *Sustainability*, 13(7), 1-14.
- Bailey, C., Madden, A., Alfes, K., & Fletcher, L. (2017). The meaning, antecedents and outcomes of employee engagement: A narrative synthesis. *International Journal of Management Reviews*, 19(1), 31-53.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands-resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(3), 273-285.
- Blau, P. M. (2017). *Exchange and power in social life*. New York: Routledge
- Brief, A. P., & Nord, W. R. (1990). *Meanings of occupational work: A collection of essays*. Toronto: Lexington Books.
- Central China Normal University. (2024). *About Central China Normal University*. Retrieved July 25, 2024 from <https://www.chinauniversityjobs.com/employer/central-china-normal-university/>
- Chandola, T., Brunner, E., & Marmot, M. (2006). Chronic stress at work and the metabolic syndrome: prospective study. *British Medical Journal*, 332(7540), 521-525.
- Coll, K. M., Niles, S. G., Coll, K. A., Ruch, C. P., & Stewart, R. A. (2019). Academic deans: Perceptions of effort-reward imbalance, over-commitment, hardiness, and burnout. *International Journal of Higher Education*, 8(4), 124-133.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The what and why of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 499-512.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335-362.

- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). London: Sage.
- Gillespie, N. A., Walsh, M., Winefield, A. H., Dua, J., & Stough, C. (2001). Occupational stress in universities: Staff perceptions of the causes, consequences, and moderators of stress. *Work & Stress*, 15(1), 53-72.
- Gouldner, A.W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, 161-178.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1980). *Work redesign*. MA: Addison-Wesley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
- Hanisch, K. A., & Hulin, C. L. (1991). General attitudes and organizational withdrawal: An evaluation of a causal model. *Journal of Vocational Behavior*, 39(1), 110-128.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Hwang, J. E., Kim, N. J., Kwon, N., & Kim, S. Y. (2019). An effort-reward imbalance model to study engagement and burnout: A pilot study. *Journal of Education and Development*, 3(2), 1-15.
- Karataş, E., & Özdemir, M. (2022). Examining the relationship between meaningful work and job engagement. *Journal of Theoretical Educational Science*, 15(3), 676-698.
- Kinman, G., & Jones, F. (2008). Effort-reward imbalance, overcommitment and work-life conflict in UK academics. *Journal of Managerial Psychology*, 23(2), 236-251.
- Lee, R. T., & Ashforth, B. E. (1996). A meta-analytic examination of the correlates of the three dimensions of job burnout. *Journal of Applied Psychology*, 81(2), 123-133.
- Li, J., Wang, Y., & Liu, Y. (2019). Effort-reward imbalance and work engagement among Chinese technology employees: The mediating role of psychological capital. *Psychology Research and Behavior Management*, 12, 1053-1062.
- Lips-Wiersma, M., & Wright, S. (2012). Measuring the meaning of meaningful work: Development and validation of the comprehensive meaningful work scale (CMWS). *Group & Organization Management*, 37(5), 655-685.
- Marginson, S. (2017). Limitations of human capital theory. *Studies in Higher Education*, 44(3), 1-15.
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it*. CA: Jossey-Bass.
- Mitra, A., Jenkins, G. D., & Gupta, N. (2005). A meta-analytic review of the relationship between absence and turnover. *Journal of Applied Psychology*, 77(6), 879-889.
- Rosso, B. D., Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: A theoretical integration and review. *Research in Organizational Behavior*, 30, 91-127.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: Guilford publications.
- Schaufeli, W. B. (2017). Applying the Job demands-resources model: A 'how to' guide to measuring and tackling work engagement and burnout. *Organizational Dynamics*, 46(2), 120-132.

- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Siegrist, J. (1996a). Adverse health effects of high effort–low reward conditions at work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1(1), 27–43.
- Siegrist, J. (1996b). *Social crises and health*. Gottingen: Hogrefe.
- Siegrist, J. (2000). Place, social exchange and health: Proposed sociological framework. *Social Science & Medicine*, 51(9), 1283–1293.
- Siegrist, J. (2002). *Effort-reward Imbalance at Work and Health*. In P. L. Perrowe, & D. C. Ganster (Eds.), *Historical and current perspectives on stress and health* (pp. 261–291). Amsterdam: JAI Elsevier.
- Steger, M. F., Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: The work and meaning inventory (WAMI). *Journal of Career Assessment*, 20(3), 322–337.
- Tan, K., Sim, A., Sze-Nee, S., Vithayaporn, S., & Rachmawati, A. (2023). A systematic review of meaningful work unifying 20 years of theoretical and substantive contributions (2000–2020). *Journal of Advances in Management Research*, 20(3), 462-512.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. Minnesota: Wiley.
- Van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., Lens, W., & De Witte, H. (2010). Unemployed individuals' work values and job flexibility: An explanation from expectancy- value theory and self-determination theory. *Applied Psychology*, 59(2), 296–317.
- van Vegchel, N., de Jonge, J., Bosma, H. & Schaufeli, W. (2005). Reviewing the effort-reward imbalance model: Drawing up the balance of 45 empirical studies. *Social Science & Medicine*, 60(5), 1117-1131.
- Vilser, M., Rauh, S., Mausz, I., & Frey, D. (2022). The effort-reward-imbalance among PhD students – A qualitative study. *International Journal of Doctoral Studies*, 17, 401-432.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Zanabazar, A., Dugersuren, A., & Maligar, B. (2024). The impact of meaningful work on employee engagement: The case of Mongolian kindergarten teachers. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(2), 520–531.

การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการ
จากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์

คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

The Study of Service Efficiency Due to Expectation and Real Acquirement by
A General Administration Office, Department of Pre-clinic and Applied Animal
Science, Faculty of Veterinary Science, Mahidol University

วิภาภรณ์ แก้วเมืองกลาง¹ ศรีญญา ศรีมา² จราวรรณ ทวีรัชกุลไพศาล³ ปริญ สุวรรณประภา⁴

ปานวาด ปรียานนท์⁵ พรทิพย์ เสมฉาย⁶ และกาญจนา ประสงค์⁷

Wipaporn keawmunagklang¹, Sarinya Srirama², Jarawan Taweerutchakulpaisan³,

Parin Suwannaprapha⁴, Panwad Preeyanont⁵, Porntip Samechai⁶

and Kanjana Prasong⁷

¹ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

² เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

³ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

⁵ นักวิชาการการศึกษา คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

⁶ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

⁷ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

¹ General Administration Officer Faculty of Veterinary Science Mahidol University

² General Administration Officer Faculty of Veterinary Science Mahidol University

³ General Administration Officer Faculty of Veterinary Science Mahidol University

⁴ Asst. Prof Dr. Faculty of Veterinary Science Mahidol University

⁵ Educator Faculty of Veterinary Science Mahidol University

⁶ General Administration Officer Faculty of Veterinary Science Mahidol University

⁷ General Administration Officer Faculty of Veterinary Science Mahidol University

E-mail : wipaporn.keawmunagklang¹, sarinya.srirama², jarawan.taweerutchakulpaisan³,

parin.suwanprapha⁴, panwad.preeyanont⁵, porntip.samechai⁶, kanjana.prasong⁷

Received: Feb. 27, 2025; Revised: Jun. 11, 2025; Accepted: Jun. 17, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ความคาดหวังของผู้รับบริการถูกนำมาเปรียบเทียบกับที่ได้รับจริงในการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของบริการ (3) การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการการ (4) การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ และ (5) การให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ สมรรถนะของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปได้ถูกประเมินและใช้พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการและลดช่องว่างระหว่างการให้บริการและความคาดหวังของผู้รับบริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล 2) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากงานบริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และ 3) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาศักยภาพการให้บริการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ ตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการ

รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรได้แก่ (1) ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ (2) ภาควิชาเวชศาสตร์คลินิกและการสาธารณสุข (3) ศูนย์เฝ้าระวังและติดตามโรคจากสัตว์ป่า สัตว์ต่างถิ่นและสัตว์อพยพ (4) ศูนย์ตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์ (5) สำนักงานคณบดี (6) โรงพยาบาลสัตว์ประจวบ (7) โรงพยาบาลปศุสัตว์และสัตว์ป่า ปลายทางจำนวนทั้งสิ้น 183 คน กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลจำนวน 127 คน การศึกษาใช้วิธีคัดเลือกแบบสุ่มอย่างง่ายและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์เชิงสถิติประกอบด้วย paired t- test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยสรุปได้ 3 ประเด็นได้แก่ (1) ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริงในประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวัง (Mean = 4.36, S.D. = 0.44) และค่าที่ได้รับจริง (Mean = 4.38, S.D. = 0.44) (2) ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริงไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = -1.182, p = 0.239$) และ (3) การนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่พบว่าศักยภาพการให้บริการมีความสอดคล้องกับความคาดหวังและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ โดยข้อมูลที่ได้รับสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการให้บริการ ความคาดหวัง

Abstract

This research aims to study the service efficiency of general administrative officials. Department of Preclinical and Applied Animal Science Faculty of Veterinary Medicine Mahidol University The expectations of service recipients were compared with what was actually received in the service in 5 areas. Including 1) concreteness of the service, 2) reliability and trustworthiness of the service, 3) providing service that responds to needs, 4) providing service that builds confidence, and 5) providing service that is known and understood. Service receiver the competency of general administrative staff has been assessed and used to improve service efficiency and reduce the gap between service delivery and service recipients' expectations. The objectives are 1) to study the efficiency of service delivery according to the expectations and actual receipts of service recipients from the general administration staff, Department of Preclinical and Applied Animal Science, Faculty of Veterinary Science, Mahidol University 2) to compare the efficiency of service delivery according to the expectations and actual receipts of service recipients from the general administration work, Department of Preclinical and Applied Animal Science, Faculty of Veterinary Science, Mahidol University and 3) to use the obtained data to develop service potential to achieve the objectives and be efficient and meet the needs of service recipients

The research design is quantitative. The population groups were (1) Department of Preclinical and Applied Animal Sciences, (2) Department of Clinical Medicine and Public Health, (3) Disease Surveillance and Monitoring Center for Wild Animals, Invasive Animals and Migrant Animals, (4) Veterinary Diagnostic Center, (5) Dean's Office, (6) Prasuthorn Animal Hospital, (7) Pasupalan Livestock and Wildlife Hospital, totaling 183 people. The sample group is Faculty of Veterinary Medicine personnel Mahidol University, a total of 127 people. The study used a simple random selection method and the research instrument was a questionnaire. The data were analyzed with frequency distribution, mean, percentage, standard deviation (S.D.) and statistical analysis including paired t- test using the SPSS statistical package.

The research results can be summarized into 3 issues: (1) The expectation and actual results of service efficiency of general administrative staff were at a high level, with an average expectation (Mean =

4.36, S.D. = 0.44) and actual results (Mean = 4.38, S.D. = 0.44); (2) The comparison results between expectation and actual results did not show any statistically significant differences ($t = -1.182$, $p = 0.239$); and (3) The application of the research results to develop the potential of the staff found that the service potential was consistent with expectations and created satisfaction for service recipients. The obtained information can be used as a guideline for improving future services appropriately.

Keywords: service efficiency, expectation

บทนำ

ปัจจุบันคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มีภารกิจหลักหลายประการ อาทิ การผลิตบัณฑิตให้มีความรอบรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ที่สามารถนำไปประยุกต์ได้อย่างเหมาะสม การเสริมสร้างเผยแพร่ความรู้และวิชาการด้านต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และการศึกษาวิจัยด้านสุขภาพสัตว์ระดับประเทศและระดับเอเชีย เป็นศูนย์กลางการตรวจวินิจฉัย วิจัยติดตาม และเฝ้าระวังโรคสัตว์สู่คนและโรคอุบัติใหม่ อันมีผลต่อการสาธารณสุขและสุขภาพสัตว์โดยรวม เป็นศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแก่สัตวแพทย์และบุคลากรภายนอกที่เกี่ยวข้องในประเทศและภูมิภาค พร้อมทั้งเป็นศูนย์รับการส่งต่อทางสัตวแพทย์ เพื่อให้บริการตรวจวินิจฉัยรักษาโรคสัตว์ในระดับซับซ้อน ด้วยบุคลากรที่ทรงประสิทธิภาพและอุปกรณ์อันทันสมัยแก่สังคม ตลอดจนพัฒนาระบบกลไกการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อการขับเคลื่อนสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ ที่เป็นองค์กรชั้นนำและศูนย์กลางเครือข่ายการเรียนรู้ระดับนานาชาติในด้านสัตวแพทยศาสตร์และสัตวศาสตร์ประยุกต์ ซึ่งบุคลากรจะเป็นผู้ผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินการกิจในด้านต่าง ๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายและประสบความสำเร็จได้ การพัฒนาสมรรถนะความสามารถของบุคลากรในการปฏิบัติงานควรพัฒนาในด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ลักษณะเฉพาะตัว (Attribute) และแรงจูงใจ (Motive) ประกอบกันจะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตามภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่เกิดผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้ (กรกต ขาวสะอาด, 2559)

ดังนั้น จากภารกิจหลากหลายประการ การบริหารงานทุกด้านย่อมส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรโดยตรงงานบริหารงานทั่วไป ก็เป็นงานหนึ่งที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ ซึ่งมีหน้าที่และขอบข่ายครอบคลุมงานด้านต่างๆ ดังนี้

1. งานเกี่ยวกับสารบรรณ คือ การจัดทำ การรับ การส่ง การเก็บรักษา จนถึงการทำลาย
2. งานเกี่ยวกับการออกเลขที่หนังสือ ได้แก่ หนังสือภายนอก หนังสือภายใน คำสั่ง
3. งานเกี่ยวกับการประสานงาน คือ การติดต่อสื่อสารกับบุคลากรในองค์กรและนอกองค์กรผ่านช่องทางจดหมาย โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล หรือช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ
4. งานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ คือ การแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่บุคลากรภายในภาควิชาและหน่วยงานต่าง ๆ ที่อยู่ในองค์กร
5. งานเกี่ยวกับการจัดหา คือ การจัดหาของที่ระลึกในการเข้าร่วมการเข้าร่วมพิธีการต่าง เช่น พิธีไหว้ครู พิธีปัจฉิมนิเทศ ปฐมนิเทศนักศึกษา และการจัดอบรมโครงการต่าง ๆ
6. งานเกี่ยวกับการประชุม คือ การจัดเตรียมความพร้อมของงานประชุมต่าง ๆ
7. งานเกี่ยวกับวัสดุ คือ การจัดทำหนังสือขออนุมัติจัดซื้อวัสดุเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเรียนการสอน

ฉะนั้น จะเห็นได้ว่างานบริหารงานทั่วไป เป็นส่วนงานที่ให้บริการต่อบุคลากรในหน่วยงานต่าง ๆ และมีหน้าที่ในการประสานงานไปยังส่วนงานอื่นของคณะฯ มหาวิทยาลัย โดยรวมไปถึงส่วนราชการภายนอกของมหาวิทยาลัยด้วย จึงถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของทุกหน่วยและส่วนงานของคณะฯ ซึ่งงานบริหารงานทั่วไป มีบุคลากรจำนวนจำกัด การปฏิบัติงานของบุคลากรงานบริหารงานทั่วไป ต้องสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย แต่เนื่องจากการปฏิบัติงานยังมีปัญหาและอุปสรรค มีความล่าช้า ความผิดพลาดของเอกสาร การปฏิบัติงานไม่ทันตามกำหนดการ บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารหรือเอกสารไม่ทันต่อการใช้งาน ส่งผลต่อความรู้ลึก

ของผู้รับบริการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการคลังและสำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงการคลัง, 2562) คณะผู้วิจัยเป็นกลุ่มหนึ่งที่ปฏิบัติงานและเกี่ยวข้องโดยตรงกับงานบริหารงานทั่วไปของคณะสัตวแพทยศาสตร์ จึงมีความสนใจจะศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการงานบริหารงานทั่วไป ซึ่งเป็นผู้รับบริการเป็นผู้ประเมินการปฏิบัติงานบริหารงานทั่วไป ทั้งนี้ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการตามที่คุณรับบริการคาดหวัง และได้ที่ได้รับจริงของผู้รับบริการ เพื่อจะได้นำผลการวิจัยนี้มาปรับปรุง แก้ไข พัฒนางานให้เกิดผลดียิ่งขึ้น และสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายองค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปริคณียและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากงานบริหารงานทั่วไป ภาควิชาปริคณียและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาศักยภาพการให้บริการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ ตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

Kotler (2000) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและการรับรู้

Parasuraman et al. (1988) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ ลูกค้านำข้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะเจาะจงและลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังจะได้รับความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใจได้สำนึกของมนุษย์เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสภาพ

Gronroos (1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะคือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ

หลักการบริการที่มีประสิทธิภาพการให้บริการที่ดี การบริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นผลดีกับองค์กรและเปรียบเสมือน เบื้องหลังความสำเร็จของทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น องค์กรควรเสริมสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรในองค์กร มีจิตบริการเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุไร ดวงระหว่า (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา และคณะ/วิทยาลัยที่ศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันโดยรวมแตกต่างกันทุกปัจจัย ยกเว้น เพศ ส่วนปัจจัยการให้บริการ ด้านรูปแบบการให้บริการ และด้านระยะเวลาการให้บริการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง

พรทิพย์ สว่างเนตร (2555) ศึกษาคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงและที่คาดหวังของผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการสำนักวิทย

บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการและคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า โดยภาพรวมไม่พบความแตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงกับคุณภาพการให้บริการที่คาดหวังของผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าคุณภาพการบริการที่คาดหวังสูงกว่าคุณภาพการได้รับบริการจริง

พรทิพย์ เสมฉาย (2562) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการตามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการหน่วยงานธุรการและสารบรรณ งานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดี คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการหน่วยงานธุรการและสารบรรณงานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดีคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านคุณภาพบริการตามความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการให้บริการที่สร้างความมั่นใจ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของบริการ ด้านการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ ด้านการให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านคุณภาพบริการที่ได้รับจริงที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของบริการ รองลงมาคือ ด้านการให้บริการที่สร้างความมั่นใจ ด้านการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการหน่วยงานธุรการและสารบรรณงานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดี คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ทั้ง 5 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บุษริน เหลืองภัทรวงศ์ (2565) ได้ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ คุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความใส่ใจในการบริการ ด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ตามลำดับ และการทดสอบสมมติฐานทั้ง 5 ด้าน พบว่าส่งผลบวกอย่างมีนัยสำคัญซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

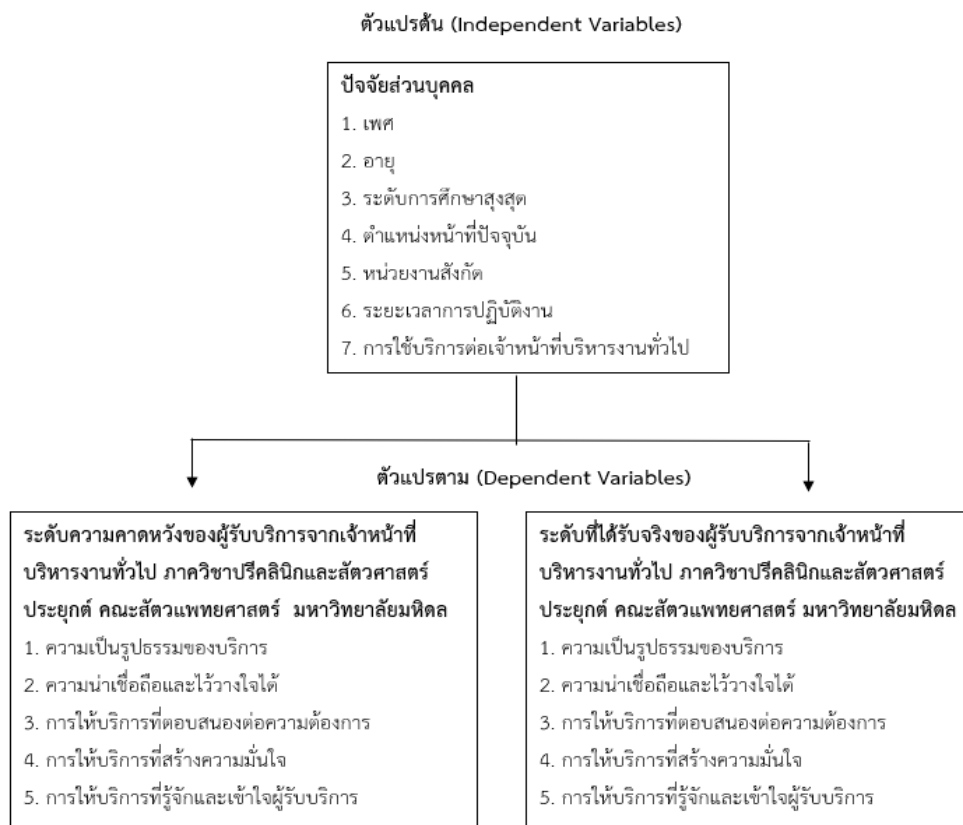
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุน คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล รวมทั้งสิ้น 183 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุน คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ประจำปี 2564 จำนวน 127 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จของเครซซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) โดยมีหน่วยงานที่ประสานงาน ดังนี้ 1) ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ 2) ภาควิชาเวชศาสตร์คลินิกและการสาธารณสุข 3) ศูนย์เฝ้าระวังและติดตามโรคจากสัตว์ป่า สัตว์ต่างถิ่นและสัตว์อพยพ 4) ศูนย์ตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์ 5) สำนักงานคณบดี 6) โรงพยาบาลสัตว์ประจักษ์ 7) โรงพยาบาลปศุสัตว์และสัตว์ป่า ปศุภัณฑ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน หน่วยงานสังกัดระยะเวลาการปฏิบัติงาน การใช้บริการต่อเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ตัวแปรตาม ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3. การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ 4. การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ 5. การให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งตัวแปรศึกษาเป็น 2 ประเภท คือตัวแปรต้น (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ตัวแปรต้น ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษาสูงสุด (4) ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน (5) หน่วยงานสังกัด (6) ระยะเวลาการปฏิบัติงาน (7) การใช้บริการต่อเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือระดับความความคาดหวัง และที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ตามการประเมินคุณภาพบริการ SERVQUAL (Service Quality) ทั้ง 5 ด้าน ตามแนวคิด พาราสูรามัน และคณะ (Parasuraman et al., 1988) คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของการบริการ ด้านการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ ด้านการให้บริการที่สร้างความมั่นใจ ด้านการให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

หลักการสำคัญของ SERVQUAL คือ มุ่งเน้นไปที่การวัดคุณภาพการบริการโดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการกับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง นอกจากนี้ SERVQUAL ยังมีกรอบแนวคิด 5 มิติ ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย รูปลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเชื่อมั่น และความเข้าใจเอาใจใส่ ดังนั้น หลักการของ SERVQUAL จึงอยู่ที่การทำความเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า วัดผลการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริงและวิเคราะห์ความแตกต่าง (ช่องว่าง) โดยใช้ 5 มิติเป็นกรอบ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎีแนวคิดของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) นำแบบสอบถามไปหาค่าความเที่ยงตรงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน นำผลมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.60-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรของคณะฯ จำนวน 30 คน นำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' s Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามเท่ากับ 1.00 และได้ผ่านการรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนส่วนกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล รหัสโครงการ MU-CIRB 2021/316.2206 วันที่ 19 กรกฎาคม 2564 ซึ่งเป็นแบบสอบถาม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน หน่วยงานที่สังกัด ระยะเวลาการปฏิบัติงาน การใช้บริการต่อเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการนำเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3. การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ 4. การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ 5. การให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามตามความคิดเห็นในการจัดลำดับความสำคัญของบริการต่าง ๆ จำนวน 5 ข้อ

ระดับความคาดหวังและได้รับจริง	คะแนนของตัวเลือก
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามมีคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นตัวเลขนัยเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาได้ ดังนั้น จึงกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดลำดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงโดยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ระดับความคาดหวังและที่ได้รับจริง จะมีการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์คาดหวังและได้รับจริง มากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.21 – 4.20 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์คาดหวังและได้รับจริง มาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์คาดหวังและได้รับจริง ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์คาดหวังและได้รับจริง น้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์คาดหวังและได้รับจริง น้อยที่สุด

วิธีทางสถิติ

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์สถิติ ดังนี้ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของประชากร ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร ค่า T-test ใช้เปรียบเทียบตัวแปรอิสระที่จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ค่า Paired Samples Test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบตัวแปรอิสระ และมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในระดับ 0.05

ผลการวิจัย

การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไป

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน n = 127	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	45	35.4
หญิง	82	64.6
2. อายุ		
20 - 30 ปี	12	9.4
31 - 40 ปี	56	44.1
41 - 50 ปี	53	41.7
51 ปีขึ้นไป	6	4.7
3. การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	7	5.5
อนุปริญญา หรือ ปวส.	14	11.0
ปริญญาตรี	49	38.6
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	14	11.0
ปริญญาเอก	43	33.9
4. ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน		
ผู้บริหาร (รองคณบดี / หัวหน้าภาควิชา / หัวหน้าศูนย์ / ผู้ช่วยคณบดี)	8	6.3
คณาจารย์ (อาจารย์ประจำคณะสัตวแพทยศาสตร์)	30	23.6
เจ้าหน้าที่ (ผู้ร่วมงาน)	89	70.1
5. หน่วยงานที่สังกัด		
ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์	30	23.6
ภาควิชาเวชศาสตร์คลินิกและการสาธารณสุข	6	4.7
ศูนย์เฝ้าระวังและติดตามโรคจากสัตว์ป่า สัตว์ต่างถิ่น และสัตว์อพยพ	18	14.2
ศูนย์ตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์	14	11.0
สำนักงานคณบดี	41	32.3
โรงพยาบาลสัตว์ประจำศูนย์	9	7.1
โรงพยาบาลปศุสัตว์และสัตว์ป่า ปศุपालัน	9	7.1
6. ปฏิบัติงานที่คณะสัตวแพทยศาสตร์		
น้อยกว่า 1 ปี	4	3.1

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน n = 127	ร้อยละ
1 – 5 ปี	16	12.6
6 - 10 ปี	37	29.1
11 - 15 ปี	43	33.9
16 - 20 ปี	23	18.1
21 ปีขึ้นไป	4	3.1
7. เคยใช้บริการเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป		
เคยใช้บริการ	120	94.5
ไม่เคยใช้บริการ	7	5.5

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ประจำภาควิชาปริศนิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.6) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 44.1) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 38.6) ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันระดับเจ้าหน้าที่ (ผู้ร่วมงาน) (ร้อยละ 70.1) หน่วยงานที่สังกัดสำนักงานคณบดี (ร้อยละ 32.3) ปฏิบัติงานที่คณะสัตวแพทยศาสตร์ ระหว่าง 11-15 ปี (ร้อยละ 33.9) เคยใช้บริการเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป (ร้อยละ 94.5)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคาดหวังและที่ได้รับจริงจำแนกโดยรวมและรายด้าน

ด้าน	ความคาดหวัง			ที่ได้รับจริง		
	Mean	S.D.	ระดับ	Mean	S.D.	ระดับ
ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.28	0.40	มาก	4.32	0.39	มาก
ด้านที่ 2 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของการบริการ	4.37	0.39	มาก	4.38	0.46	มาก
ด้านที่ 3 การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	4.38	0.43	มาก	4.43	0.42	มาก
ด้านที่ 4 การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ	4.39	0.43	มาก	4.42	0.44	มาก
ด้านที่ 5 การให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	4.33	0.46	มาก	4.36	0.47	มาก
รวม	4.36	0.44	มาก	4.38	0.44	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าทั้งความคาดหวังและที่ได้รับจริงทั้ง 5 ด้าน และรายด้านและรายรวมอยู่ในระดับมาก โดยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ ด้านที่ 4 การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ (Mean = 4.39 ตามลำดับ) และที่ได้รับจริงสูงสุด ได้แก่ ด้านที่ 3 การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ (Mean = 4.43 ตามลำดับ)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างของความหวังและที่ได้รับจริงจำแนกรายด้าน

กลุ่มตัวอย่าง	Mean	S.D.	df	t	p
ระดับความคาดหวังด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการระดับที่ได้รับจริง 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.28	0.40	126	-1.731	0.086
	4.32	0.39			

กลุ่มตัวอย่าง	Mean	S.D.	df	t	p
ระดับความคาดหวังด้านที่ 2 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของการบริการระดับที่ได้รับจริงด้านที่ 2	4.37	0.39	126	-0.357	0.722
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ของการบริการ	4.38	0.46			
ระดับความคาดหวังด้านที่ 3 การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับที่ได้รับจริงด้านที่ 3 การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ	4.38	0.43	126	-1.672	0.097
	4.43	0.42			
ระดับความคาดหวังด้านที่ 4 การให้บริการที่สร้างความมั่นใจระดับที่ได้รับจริงด้านที่ 4 การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ	4.39	0.43	126	-924	0.357
	4.42	0.44			
ระดับความคาดหวังด้านที่ 5 การให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการระดับที่ได้รับจริงด้านที่ 5 การให้บริการที่รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	4.33	0.46	126	-951	0.343
	4.36	0.47			
ความคาดหวังรวมที่ได้รับจริงรวม	4.36	0.44	126	-1.18	0.239
	4.38	0.44			

*p<0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าความคาดหวังและที่ได้รับจริงในรายด้านรวม ได้ 4.36 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และที่ได้รับจริงได้ 4.38 อยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสถิติ paired t- test พบว่า ได้ค่า t = -1.182 ค่า p=0.239 มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในความคาดหวังและที่ได้รับจริงไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ด้าน	Mean	S.D.	ระดับ
การให้บริการตามความคาดหวัง	4.36	0.44	มาก
การให้บริการตามที่ได้รับจริง	4.38	0.44	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าศักยภาพการให้บริการมีความสอดคล้องกับความคาดหวังและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ โดยข้อมูลที่ได้รับสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ประจำภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการ เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาศักยภาพการให้บริการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ ตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการ โดยสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ 1) ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริงในประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวัง (Mean = 4.36, S.D. = 0.44) และค่าที่ได้รับจริง (Mean = 4.38, S.D. = 0.44) 2) ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริงไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (t = -1.182, p = 0.239) และ 3) การนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่พบว่า ศักยภาพการให้บริการมี

ความสอดคล้องกับความคาดหวังและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ โดยข้อมูลที่ได้รับสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคตได้อย่างเหมาะสม และอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน โดยความคาดหวังและที่ได้รับจริงสูงสุด คือ ความคาดหวังสูงสุด คือ ด้านที่ 4 การให้บริการที่สร้างความมั่นใจ (Mean = 4.40) และที่ได้รับจริงสูงสุด ได้แก่ ด้านที่ 3 การให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ (Mean = 4.44) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการให้ความสำคัญต่อการให้บริการที่สร้างความมั่นใจ และการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ โชษิตา แก้วเกษ (2556) ได้ศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการแพทย์แผนไทยประยุกต์ ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าอยู่ในระดับมาก อีกทั้งสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ประดับเพชร (2558) ศึกษาเรื่อง บทบาทที่คาดหวังและบทบาทที่ปฏิบัติจริงของสำนักงานบริหารการศึกษาดูตามการรับรู้ของผู้รับบริการ คณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า ระดับบทบาทที่คาดหวังและระดับบทบาทที่ปฏิบัติจริงของผู้ปฏิบัติงานสำนักงานบริหารการศึกษาคณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับที่ได้รับจริงของผู้รับบริการจากงานบริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล การเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการทั้ง 5 ด้าน ไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบด้วยสถิติ paired t- test พบว่า ได้ค่า $t = -1.182$ ค่า $p = 0.239$ มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สะอาด ทองย้อย (2563) ได้ศึกษาความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการรับบริการของญาติผู้ป่วยผู้ป่วยเครื่องช่วยหายใจ โรงพยาบาลชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร พบว่าความคาดหวังและความเป็นจริงด้านการรักษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ในขณะที่ภาพรวมและรายด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิจัยไปใช้พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป พบว่าศักยภาพการให้บริการมีความสอดคล้องกับความคาดหวังและที่ได้รับจริงสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ โดยข้อมูลที่ได้รับสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคตได้อย่างเหมาะสม ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สฤณี ศรีโยธิน (2562) ได้ศึกษาการจัดการความคาดหวัง : เครื่องมือสร้างคุณภาพในองค์กรบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและจะเห็นได้ว่าผู้บริหารองค์กรบริการ สามารถจัดการกับความคาดหวังของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบก็จะสามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อจัดเตรียมบริการและส่งเสริมบริการที่มีคุณภาพได้ตรงกับความคาดหวัง จนกลายเป็นความจงรักภักดีของผู้รับบริการต่อองค์กรบริการนั้น ซึ่งความจงรักภักดีนี้เองที่เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการได้อย่างยั่งยืน หากผู้บริหารและพนักงานในองค์กรบริการทุกระดับเห็นถึงความสำคัญของการจัดการความคาดหวังของผู้บริการอย่างเป็นระบบตั้งแต่เริ่มจนจบกระบวนการ และมีการประยุกต์ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้รับบริการ ก็จะสามารถปรับรูปแบบการบริการให้ตอบสนองได้อย่างเหมาะสมกับความคาดหวังที่มีต่อองค์กรบริการ และส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและหากตอบสนองเกินกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวัง ก็จะเกิดความประทับใจในการบริการ ส่งผลให้องค์กรบริการของไทยนั้นมีความเข้มแข็ง สามารถเพิ่มศักยภาพโอกาสในการแข่ง กับองค์กรบริการอื่น ๆ ในประเภทเดียวกันได้อย่างยั่งยืน ตั้งแต่ระดับชาติไปจนถึงระดับนานาชาติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ผู้รับบริการให้ความคาดหวังในเรื่องการให้บริการที่สร้างความมั่นใจเป็นอันดับสูงสุด และผู้รับบริการที่รับจริงในเรื่องการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการเป็นอันดับสูงสุด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สังกัดภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์

คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล แล้วนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน และสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นฐานในการพัฒนารูปแบบการให้บริการแก่ผู้รับบริการทั้ง 5 ด้านอย่างเป็นระบบต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจจะมีผลกระทบต่อระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ภาควิชาปรีคลินิกและสัตวศาสตร์ประยุกต์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล หรืออาจมีการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาเก็บข้อมูล

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ สพ.ญ.ศิริพร ตั้งสุใจ คุณเอกนรินทร์ แซ่ฉิน (ผู้ชำนาญการพิเศษ) ที่ได้ตรวจสอบและให้คำแนะนำในการทำวิจัย และขอขอบคุณบุคลากรสายวิชาการ สายสนับสนุนทุกท่านให้ความกรุณาเข้าร่วมโครงการวิจัย เพื่อเก็บข้อมูล และขอขอบคุณคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้สนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรกต ขาวสะอาด. (2559). *สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตาม มาตรฐานวิชาชีพครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- กระทรวงการคลัง. (2562). ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย. สืบค้น 8 มิถุนายน 2568, จาก <https://shorturl.asia/vNeo7>
- จุฑารัตน์ ประดับเพชร. (2558). บทบาทที่คาดหวังและบทบาทที่ปฏิบัติจริงของสำนักงานบริหารการศึกษิตตามการรับรู้ของผู้รับบริการ. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(13), 33-45.
- โซชิตา แก้วเกษ. (2556). คุณภาพบริการตามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการแพทย์แผนไทยประยุกต์. *วารสารแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก*, 11(1), 41-53.
- นัตติยา ทองสร้อย. (2561). *ความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคน ในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุษรัตน์ เหลืองภัทรวงศ์. (2565). *อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์บริการยางรถยนต์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรทิพย์ เสมฉาย. (2562). คุณภาพบริการตามความคาดหวังและที่ได้รับจริงของผู้รับบริการหน่วยงานธุรการและสารบรรณงานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดี คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. *Journal of Applied Animal Scienc. (JAAS)*, 12(2), 23-32.
- พรทิพย์ สว่างเนตร. (2555). คุณภาพการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 26(79), 8-24.
- สฤกษ์ ศรีโยธิน. (2562). การจัดการความคาดหวัง : เครื่องมือสร้างคุณภาพในองค์กรบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. *วารสารร่วมพฤษภา มหาวชิราวุธวิทยาลัย*, 37, 132-143
- สะอาด ทองย้อย. (2563). ความคาดหวังและความเป็นจริงต่อการรับบริการของญาติผู้ป่วยหรือผู้ช่วยห่วยใจโรงพยาบาลชุมพรเขตรอุดมศักดิ์. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมทางสุขภาพ*, 3(2), 45-55.
- สำนักการศึกษาต่อเนื่อง. (2022). *หลักการให้บริการ*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2568, จาก <https://oce.stou.ac.th>
- อุไร ดวงระหว่า. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Conbach, L. J. (1984). *Essential of Psychology and Education*. NY: Mc-Graw Hill

- Gronroos, G. T. (1990). *Service management and marketing*. Massachusetts: Lexington.
- Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (Spring 1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.

ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

Persistence Factors of Teachers under Bang Khun Thian

District Office in Bangkok Metropolis

สาลิณี อ่อนหมื่นไวย¹ และดร.ณิ ปัญจรัตน์²

Salinee Oanmaunvai¹ and Darunee Panjarattanakorn²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

² อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

¹ Master of Education (Educational Administration), Ratchaphruek University

² Lecturer, Master of Education (Educational Administration), Ratchaphruek University

E-mail: salinee7601@gmail.com¹, daruneejim@gmail.com²

Received: May. 28, 2025; Revised: Jul. 12, 2025; Accepted: Jul. 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ และขนาดสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นครู จำนวน 259 คน โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นตามขนาดของสถานศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา ร้อยละ 0.67-1.00 และความเที่ยงเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบรายคู่แบบแอลเอสดี เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร ด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง ด้านนโยบายโรงเรียน ด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร ด้านค่าตอบแทน และความรับผิดชอบในงาน และในด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ตามลำดับ และ 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูที่มีต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร พบว่า ครูที่มีเพศ อายุ อายุราชการ และขนาดสถานศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวมและรายด้านไม่ต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมไม่ต่างกัน แต่ด้านนโยบายโรงเรียน ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร และด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยการคงอยู่ในงาน การคงอยู่ในงานของครู สำนักงานเขตบางขุนเทียนกรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this study were (1) to examine the persistence factors of teachers under the Bang Khun Thian District Office in the Bangkok Metropolis and (2) to compare these factors based on gender, age, education level, length of service, and school size. The sample comprised 259 teachers selected through stratified random sampling by school size. The research instrument was a questionnaire with content validity between 0.67–1.00 and a reliability coefficient of 0.98. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and LSD post hoc test.

The results of the research were as follows: (1) the overall persistence factors of teachers under Bang Khun Thian District Office in Bangkok Metropolis were rated at a high level, ranked from highest to lowest as executive support, organizational relationships, advancement and self-development opportunities, school policy, organizational recognition, compensation and job responsibilities, and working environment; and (2) comparisons of teachers' opinions revealed no significant differences overall or by specific dimensions across gender, age, length of service, and school size. However, significant differences at the 0.05 level were found by educational level in the aspects of school policy, executive support and organizational recognition.

Keywords: Persistence factors, Persistence factors of teachers, Bang khun thian district office in the bangkok metropolis

บทนำ

ครูเป็นทรัพยากรมนุษย์หลักในการยกระดับคุณภาพการศึกษา การรักษาครูที่มีคุณภาพไว้ในระบบจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ ช่วยลดต้นทุน สร้างความต่อเนื่องในการจัดการเรียนรู้ และส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน อย่างไรก็ตามหลายโรงเรียนในไทยรวมถึงเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร กำลังเผชิญปัญหาครูลาออกและโอนย้าย ส่งผลต่อความมั่นคงทางการจัดการศึกษา โดยจากรายงานของสำนักงานเขตบางขุนเทียน (2566) พบว่าภายใน 3 ปี มีครูลาออกหรือโอนย้ายรวม 54 คน สะท้อนถึงปัญหาการคงอยู่ในวิชาชีพอย่างชัดเจน

ปัจจัยที่นำไปสู่การลาออกหรือโอนย้ายของครูในเขตบางขุนเทียน ได้แก่ ภาระงานที่เพิ่มขึ้น สภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการทำงาน โอกาสพัฒนาวิชาชีพที่จำกัด และการขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร สอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก ที่ระบุว่าทั้งปัจจัยจูงใจ (Motivators) เช่น ความสำเร็จ โอกาสก้าวหน้า และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene factors) เช่น ค่าตอบแทน นโยบายองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน ล้วนมีผลต่อการคงอยู่ในงาน (Jiang et al., 2023; Darling-Hammond et al., 2017) ในบริบทของเขตบางขุนเทียน ข้าราชการครูต้องเผชิญกับความพึงพอใจในงานที่ลดลงและขาดการสนับสนุนที่เพียงพอ ส่งผลให้อัตราการลาออกและโอนย้ายเพิ่มสูงขึ้น โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีครูลาออกหรือโอนย้ายรวม 54 คน (สำนักงานเขตบางขุนเทียนฝ่ายการศึกษา, 2566)

จากแนวโน้มที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เกิดความจำเป็นในการศึกษาปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางเชิงนโยบายและพัฒนากลไกการบริหารงานบุคลากรที่เหมาะสม อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ครูมีความสุขในการทำงาน เกิดความมั่นคงในอาชีพ และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นผลดีต่อระบบการศึกษาโดยรวมในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ และขนาดสถานศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยการคงอยู่ในงานของครูเป็นประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงคุณภาพของระบบการศึกษาในระยะยาว เพราะครูที่มีแรงจูงใจและเต็มใจอยู่ในวิชาชีพย่อมส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการเรียนรู้ในสถานศึกษา โดยทั่วไป ปัจจัยดังกล่าวหมายถึงความผูกพันในองค์กร ความพึงพอใจในงาน การได้รับการยอมรับ และแรงจูงใจ ซึ่งล้วนเชื่อมโยงกับโครงสร้าง หน้าที่ และบรรยากาศในการทำงาน (สัทธิพร เขาวนชัย และชนกานต์ เอี่ยมสะอาด, 2564; จิราพร โสตแก้ว, 2565)

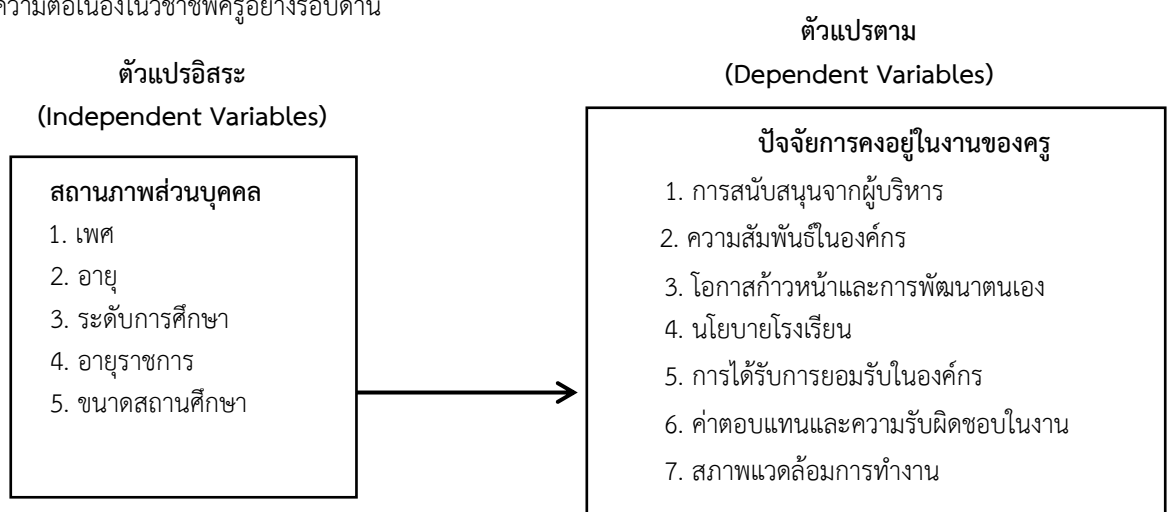
ทฤษฎีที่ใช้อธิบายปัจจัยการคงอยู่ในงานของครูคือ ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's Two-Factor Theory) ซึ่งยังคงได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการอธิบายแรงจูงใจในการทำงาน โดย Bhattacharyya (2019) ยืนยันว่าทฤษฎีนี้สามารถอธิบายทั้งความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกี่ยวข้องโดยตรงกับแรงขับในการคงอยู่ในอาชีพครู ทฤษฎีนี้แบ่งปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ปัจจัยจูงใจ (Motivators) เช่น ความสำเร็จ การได้รับการยอมรับ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ โอกาสก้าวหน้า และการเติบโตส่วนบุคคล ซึ่งส่งเสริมความพึงพอใจและความผูกพันในวิชาชีพ และ 2) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เช่น ค่าตอบแทน นโยบายองค์กร ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความมั่นคงในงาน และการบริหารจัดการ ซึ่งหากขาดสิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจและอาจนำไปสู่การลาออก

ในบริบทโรงเรียนไทย การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ถือว่าเหมาะสม เนื่องจากกระบวนการศึกษามุ่งผลิตผู้เรียนที่มีคุณภาพ จึงจำเป็นต้องรักษาครูที่มีคุณภาพไว้ในระบบ โดยทฤษฎีนี้ช่วยจำแนกปัจจัยการคงอยู่ในงานของครูออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมการทำงาน นโยบายโรงเรียน ค่าตอบแทนและความรับผิดชอบ การสนับสนุนจากผู้บริหาร โอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง การได้รับการยอมรับ และความสัมพันธ์ในองค์กร (พัฒนฉัตร พรหมหงษ์ และธีรภัทร กุโลภาส, 2562) นอกจากนี้ Cuervo และ Vera-Toscano (2025) พบว่า ภาระงานที่ไม่เกี่ยวกับการสอน การขาดทรัพยากร และนโยบายที่ไม่ชัดเจน เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจและการลาออกของครู ขณะที่ Weerasinghe et al. (2025) ชี้ว่า โรงเรียนที่มีนโยบายสนับสนุนครู การพัฒนาวิชาชีพ และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสอน จะสามารถรักษาคูไว้ในระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครูเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา โดยเกี่ยวข้องกับทั้งความพึงพอใจในงานและความผูกพันในวิชาชีพ ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) ชี้ว่าการอยู่รอดในวิชาชีพครูขึ้นอยู่กับทั้งปัจจัยจูงใจ เช่น ความสำเร็จและการยอมรับ และปัจจัยค้ำจุน เช่น ค่าตอบแทน ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งจำเป็นต้องบริหารจัดการอย่างสมดุลเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุน และส่งเสริมจิตวิญญาณความเป็นครูอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้นำแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959, อ้างใน Bhattacharyya, 2019) มาเป็นกรอบหลักในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของครู โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดและผลการศึกษาของนักวิชาการหลายราย ได้แก่ Sutcher et al. (2016), Darling-Hammond et al. (2017), Lochmiller (2020), Allen et al. (2025) และ Weerasinghe et al. (2025) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านบริบทการทำงานที่มีผลต่อความต่อเนื่องในวิชาชีพครูอย่างรอบด้าน



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก
สมมติฐานที่ 2: ครูที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีระดับปัจจัยการคงอยู่ในงานแตกต่างกัน และครู ในสถานศึกษา
ขนาดต่างกันมีระดับปัจจัยการคงอยู่ในงานแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ครูในสังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2567 จำนวนทั้งสิ้น 692 คน จากสถานศึกษา 16 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 259 คน ซึ่งกำหนดตาม ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงใน ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2562) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เนื่องจากสถานศึกษาในเขตบางขุนเทียนมีความหลากหลายในด้านขนาดและจำนวนครู การแบ่งชั้นตามขนาด สถานศึกษาช่วยให้กลุ่มตัวอย่างมีความครอบคลุมและเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดได้อย่างเหมาะสม สะท้อน ลักษณะของประชากรได้อย่างแท้จริง ลดความเอนเอียง และเพิ่มความแม่นยำของผลการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ลักษณะแบบตรวจรายการข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ลักษณะแบบสอบถามมาตราประมาณค่า 5 ระดับเกี่ยวกับ ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหาร 2) ความสัมพันธ์ในองค์กร 3) โอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง 4) นโยบายของโรงเรียน 5) การได้รับการยอมรับในองค์กร 6) ค่าตอบแทนและความรับผิดชอบในงาน และ 7) สภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า ได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหาารายข้อระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.98

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตเก็บข้อมูลจากหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ถึงผู้อำนวยการสถานศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง
2. ขอความอนุเคราะห์สถานศึกษาจัดส่งแบบสอบถามผ่านระบบสารสนเทศบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมกำหนดวัน-เวลาตอบกลับ
3. ได้รับแบบสอบถามครบถ้วนจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 100
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งเป็น 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ t-test สำหรับตัวแปร 2 กลุ่ม และ One-way ANOVA สำหรับตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การทดสอบ LSD (Least Significant Difference) วิเคราะห์เพิ่มเติม

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ จากแบบสอบถามพบว่า ครูผู้สอนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (55.60%) มีอายุต่ำกว่า 31 ปีมากที่สุด (47.49%) รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี (36.29%) และอายุมากกว่า 50 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด (5.41%) ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (66.80%) และมีอายุราชการระหว่าง 1-5 ปีมาก

ที่สุด (49.81%) รองลงมาคือ 6-10 ปี (27.80%) ขณะที่กลุ่มที่มีอายุราชการเกิน 15 ปีมีจำนวนน้อย (8.11%) ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในโรงเรียนขนาดใหญ่ (69.88%) รองลงมาในโรงเรียนขนาดกลาง (18.53%)

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า	อันดับ
1.	ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	4.20	0.61	มาก	7
2.	ด้านนโยบายโรงเรียน	4.32	0.62	มาก	4
3.	ด้านค่าตอบแทนและความรับผิดชอบในงาน	4.29	0.56	มาก	6
4.	ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	4.35	0.59	มาก	1
5.	ด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง	4.33	0.54	มาก	3
6.	ด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร	4.30	0.65	มาก	5
7.	ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร	4.35	0.60	มาก	2
ภาพรวม		4.30	0.52	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ครูมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร ด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง ด้านนโยบายโรงเรียน ด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร ด้านค่าตอบแทนและความรับผิดชอบในงาน ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู	เพศ				t	Sig.
		ชาย		หญิง			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.	ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	4.22	0.62	4.18	0.61	0.51	0.61
2.	ด้านนโยบายโรงเรียน	4.37	0.57	4.29	0.65	1.06	0.29
3.	ด้านค่าตอบแทนและความรับผิดชอบในงาน	4.32	0.59	4.27	0.53	0.69	0.49
4.	ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	4.35	0.59	4.35	0.59	-0.08	0.94
5.	ด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง	4.32	0.55	4.33	0.54	-0.06	0.95
6.	ด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร	4.36	0.58	4.26	0.70	1.22	0.22
7.	ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร	4.41	0.56	4.29	0.63	1.61	0.11
	ภาพรวม	4.33	0.51	4.28	0.52	0.83	0.40

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูที่มีต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครูสังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ในงาน ของครู	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.	ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.03	3	0.34	0.92	0.43
		ภายในกลุ่ม	94.75	255	0.37		
		รวม	95.77	258			
2.	ด้านนโยบายโรงเรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.10	3	0.37	0.95	0.42
		ภายในกลุ่ม	98.08	255	0.38		
		รวม	99.18	258			
3.	ด้านค่าตอบแทนและความรับผิดชอบในงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.29	3	0.43	1.39	0.25
		ภายในกลุ่ม	79.18	255	0.31		
		รวม	80.47	258			
4.	ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	ระหว่างกลุ่ม	0.59	3	0.20	0.57	0.63
		ภายในกลุ่ม	88.23	255	0.35		
		รวม	88.82	258			
5.	ด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง	ระหว่างกลุ่ม	0.52	3	0.17	0.59	0.62
		ภายในกลุ่ม	75.68	255	0.30		
		รวม	76.20	258			
6.	ด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.15	3	0.72	1.73	0.16
		ภายในกลุ่ม	105.81	255	0.41		
		รวม	107.96	258			
7.	ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.20	3	0.07	0.18	0.91
		ภายในกลุ่ม	92.72	255	0.36		
		รวม	92.92	258			
ภาพรวม		ระหว่างกลุ่ม	0.64	3	0.21	0.81	0.49
		ภายในกลุ่ม	67.87	255	0.27		
		รวม	68.52	258	0.34		

จากตารางที่ 3 พบว่า ครูที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครูสังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ในงาน ของครู	ระดับการศึกษา				t	Sig.
		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.	ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	4.17	0.63	4.25	0.57	-1.09	0.28
2.	ด้านนโยบายโรงเรียน	4.26	0.65	4.44	0.53	-2.31*	0.03
3.	ด้านค่าตอบแทนและความ รับผิดชอบในงาน	4.26	0.58	4.35	0.51	-1.21	0.23
4.	ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	4.30	0.61	4.45	0.53	-2.03*	0.04
5.	ด้านโอกาสก้าวหน้าและการ พัฒนาตนเอง	4.29	0.56	4.40	0.50	-1.57	0.12
6.	ด้านการได้รับการยอมรับใน องค์กร	4.24	0.68	4.43	0.56	-2.29*	0.02
7.	ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร	4.32	0.63	4.40	0.54	-.95	0.34
ภาพรวม		4.26	0.54	4.39	0.45	-1.88	0.06

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูที่มีต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณา รายด้านพบ ด้านนโยบายโรงเรียน ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร และด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุราชการ

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ ในงานของครู	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.	ด้านสภาพแวดล้อมการ ทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.48	3	0.83	2.26	0.08
		ภายในกลุ่ม	93.29	255	0.37		
		รวม	95.77	258			
2.	ด้านนโยบายโรงเรียน	ระหว่างกลุ่ม	2.56	3	0.85	2.25	0.08
		ภายในกลุ่ม	96.62	255	0.38		
		รวม	99.18	258			
3.	ด้านค่าตอบแทนและความ รับผิดชอบในงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.30	3	0.10	.31	0.82
		ภายในกลุ่ม	80.17	255	0.31		
		รวม	80.47	258			
4.	ด้านการสนับสนุนจาก ผู้บริหาร	ระหว่างกลุ่ม	1.26	3	0.42	1.23	0.30
		ภายในกลุ่ม	87.56	255	0.34		
		รวม	88.82	258			

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ ในงานของครู	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5.	ด้านโอกาสก้าวหน้าและการ พัฒนาตนเอง	ระหว่างกลุ่ม	1.77	3	0.59	2.02	0.11
		ภายในกลุ่ม	74.44	255	0.29		
		รวม	76.20	258			
6.	ด้านการได้รับการยอมรับใน องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.08	3	0.69	1.67	0.17
		ภายในกลุ่ม	105.88	255	0.42		
		รวม	107.96	258			
7.	ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.41	3	0.14	0.38	0.77
		ภายในกลุ่ม	92.51	255	0.36		
		รวม	92.92	258			
ภาพรวม		ระหว่างกลุ่ม	1.17	3	0.39	1.48	0.22
		ภายในกลุ่ม	67.35	255	0.26		
		รวม	68.52	258			

จากตารางที่ 5 พบว่า ครูผู้มีอายุราชการต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู
สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงาน
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดสถานศึกษา

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ ในงานของครู	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.	ด้านสภาพแวดล้อมการ ทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.98	2	0.49	1.33	0.27
		ภายในกลุ่ม	94.79	256	0.37		
		รวม	95.77	258			
2.	ด้านนโยบายโรงเรียน	ระหว่างกลุ่ม	1.24	2	0.62	1.62	0.20
		ภายในกลุ่ม	97.94	256	0.38		
		รวม	99.18	258			
3.	ด้านค่าตอบแทนและความ รับผิดชอบในงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.42	2	0.21	0.68	0.51
		ภายในกลุ่ม	80.05	256	0.31		
		รวม	80.47	258			
4.	ด้านการสนับสนุนจาก ผู้บริหาร	ระหว่างกลุ่ม	0.69	2	0.35	1.00	0.37
		ภายในกลุ่ม	88.13	256	0.34		
		รวม	88.82	258			
5.	ด้านโอกาสก้าวหน้าและ การพัฒนาตนเอง	ระหว่างกลุ่ม	1.11	2	0.55	1.89	0.15
		ภายในกลุ่ม	75.10	256	0.29		
		รวม	76.20	258			
6.	ด้านการได้รับการยอมรับ ในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.77	2	0.38	0.92	0.40
		ภายในกลุ่ม	107.20	256	0.42		
		รวม	107.96	258			

ด้านที่	ปัจจัยการคงอยู่ ในงานของครู	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
7.	ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	1.03	2	0.52	1.44	0.24
		ภายในกลุ่ม	91.89	256	0.36		
		รวม	92.92	258			
	ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.67	2	0.34	1.27	0.28
		ภายในกลุ่ม	67.84	256	0.27		
		รวม	68.52	258			

จากตารางที่ 6 พบว่า ครูผู้สอนที่ทำงานในสถานศึกษาที่มีขนาดสถานศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความสัมพันธ์ในองค์กร โอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาตนเอง นโยบายโรงเรียน การได้รับการยอมรับ ค่าตอบแทนและความรับผิดชอบ และสภาพแวดล้อมการทำงาน ทั้งนี้อาจเนื่องจากครูได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีเพื่อนร่วมงานและนักเรียนที่ดี โอกาสพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นโยบายชัดเจน และได้รับการยอมรับจากองค์กร รวมถึงมีค่าตอบแทนและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานของลูกน้ำ เจนหัตถพล (2564) ที่พบว่าครูมีความผูกพันกับสถานศึกษาในระดับมาก เช่นเดียวกับจิราพร โสตะแก้ว (2565) และรัตนสินี รื่นนุสาน (2560) ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านความสมดุลชีวิตกับงานตำแหน่ง และบริบทองค์กร ส่งผลต่อการคงอยู่ในวิชาชีพครูในระดับมากเช่นกัน

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียนกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

2.1 ครูที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน โดยครูชายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงกว่าครูหญิงเพียงเล็กน้อย ซึ่งอาจเนื่องมาจากจำนวนครูชายและหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้สะท้อนว่าเพศ ไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน นโยบายโรงเรียน หรือการสนับสนุนจากผู้บริหารในบริบทของสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเอียรชวิญญ์ ทรัพย์ธณมัน (2565) ซึ่งพบว่า เพศไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ครูที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูทุกช่วงวัยปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่คล้ายคลึงกัน ทั้งในด้านนโยบายโรงเรียน ค่าตอบแทนตามมาตรฐานรัฐ การสนับสนุนจากผู้บริหาร โอกาสก้าวหน้า และความสัมพันธ์ในองค์กร ทำให้มีมุมมองสอดคล้องกัน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของนิดา หุ่นทอง (2562) ซึ่งพบว่า ครูต่างวัยในโรงเรียนเอกชนจังหวัดสงขลา ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อปัจจัยการคงอยู่โดยรวม ยกเว้นด้านความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุพัตรา ทองคำ (2563) ในจังหวัดนครปฐม ที่พบว่าอายุไม่สัมพันธ์กับการคงอยู่ในงานของครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ครูที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทุกระดับการศึกษาอยู่ในบริบทโรงเรียนและสภาพแวดล้อมการทำงานที่คล้ายกัน ทำให้ประสบการณ์และความคาดหวังในวิชาชีพใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านนโยบายโรงเรียน การสนับสนุนจากผู้บริหาร และการได้รับการยอมรับในองค์กร โดยครูที่มี

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มคาดหวังนโยบายที่ชัดเจน การสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ และการยอมรับในความสามารถมากกว่าระดับปริญญาตรี ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Berry et al. (2019) ที่ชี้ว่า ครูที่มีคุณวุฒิสูงต้องการสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและการสนับสนุนจากผู้บริหาร รวมถึง Nguyen and Springer (2021) ที่พบว่า ความชัดเจนของนโยบายและการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ส่งผลต่อความพึงพอใจและการคงอยู่ในงาน โดยเฉพาะในกลุ่มครูที่มีการศึกษาระดับสูง

2.4 ครูที่มีอายุราชการต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในบริบทของสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร มีนโยบายการบริหารงานบุคคลและสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีมาตรฐานและเป็นระบบ ทำให้ครูทุกช่วงอายุราชการได้รับการสนับสนุนและการประเมินในลักษณะใกล้เคียงกัน ส่งผลให้มุมมองเกี่ยวกับปัจจัยการคงอยู่ในงานไม่แตกต่างกันมาก นอกจากนี้ ครูที่มีอายุราชการมากหรือน้อยต่างมีระดับความรู้สึกคุณค่าในงาน (Professional value) และแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) ที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมการทำงานและความผูกพันกับองค์กร มากกว่าระยะเวลาการทำงาน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Chiong et al. (2017) ที่พบว่า การคงอยู่ในงานของครูในอังกฤษขึ้นอยู่กับความรู้สึกเชี่ยวชาญและแรงจูงใจทางอุดมคติ ไม่ใช่แค่ระยะเวลาทำงาน และสอดคล้องกับ Guthery and Bailes (2022) ที่ชี้ว่า ความมั่นคงในการบริหารโรงเรียนมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของครูมากกว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุราชการ

2.5 ครูที่ทำงานในสถานศึกษาที่มีขนาดสถานศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสำนักงานเขตบางขุนเทียนมีการบริหารและนโยบายที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งเขต ทำให้ครูได้รับการสนับสนุนและสิ่งแวดล้อมการทำงานที่คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในโรงเรียนขนาดใด นอกจากนี้ ความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรและแรงจูงใจภายในของครูอาจมีอิทธิพลมากกว่าขนาดของสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ Nguyen and Springer (2021) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงานและการสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อการคงอยู่ของครูมากกว่าปัจจัยด้านลักษณะโรงเรียน เช่น ขนาดของโรงเรียน ผลนี้ยังสอดคล้องกับงานของ สุกัญญา สิกะพงศ์ และจุริราพรรณ คงช่วย (2567) ที่พบว่า ครูในสถานศึกษาต่างขนาดในจังหวัดสงขลามีความคิดเห็นต่อการบริหารบุคคลที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

1. ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน โรงเรียนและเขตพื้นที่ควรลดภาระงานที่ไม่เกี่ยวกับการสอน ด้วยการเพิ่มเจ้าหน้าที่ธุรการ ใช้เทคโนโลยีช่วยงานซ้ำซ้อน และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครูมุ่งเน้นการสอนได้เต็มที่
2. ด้านนโยบายโรงเรียน โรงเรียนควรกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมสมดุลชีวิตและงาน เช่น ภาระงานที่เหมาะสม เวลาว่างมีคุณภาพ และกิจกรรมพัฒนาตนเอง พร้อมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพชีวิตส่วนตัว
3. ด้านค่าตอบแทนและความรับผิดชอบ ควรปรับค่าตอบแทนและสวัสดิการให้เหมาะสมกับภาระงาน เช่น เบี้ยขยันหรือรางวัล พร้อมพัฒนาระบบประเมินที่โปร่งใส และเชื่อมโยงกับการขึ้นเงินเดือนอย่างเป็นธรรม
4. ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ผู้บริหารควรสื่อสารบทบาทครูอย่างชัดเจน ให้ข้อเสนอแนะแบบสร้างสรรค์ และเปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมในการวางแผนงาน เพื่อสร้างความรู้สึกรับผิดชอบและผูกพันกับองค์กร
5. ด้านโอกาสก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง ควรจัดงบประมาณสนับสนุนการอบรม ศึกษาต่อ และกิจกรรมวิชาการ พร้อมกำหนดเป้าหมายพัฒนาร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการเติบโตในวิชาชีพ
6. ด้านการได้รับการยอมรับในองค์กร ควรยกย่องครูอย่างเป็นระบบ เช่น การประกาศเกียรติคุณ และเปิดโอกาสให้ครูได้รับคำชื่นชมในที่ประชุม เพื่อเสริมแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจ
7. ด้านความสัมพันธ์ในองค์กร ส่งเสริมความร่วมมือผ่านกิจกรรมกลุ่ม อบรมร่วม และโครงการข้ามสายงาน เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานแบบทีมและเครือข่ายที่เกื้อกูลกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการคงอยู่ในงานของครู สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานครกับเขตอื่น ๆ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในบริบทที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาโดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยนอกจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว ควรเสริมการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสาเหตุหรือปัจจัยเฉพาะที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของครูได้อย่างละเอียดและครบถ้วน

เอกสารอ้างอิง

- จิราพร โสธแก้ว. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอาชีพของข้าราชการครู สังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เจียรขวัญญ์ ทรัพย์ธมน์. (2565). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 8(2), 330-344.
- นิตา หุ่นทอง. (2562). ปัจจัยการคงอยู่ของครูโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสงขลา. วารสารการบริหารและนวัตกรรมการศึกษา, 2(3), 53-65.
- พัฒนฉัตร ปราบหงษ์ และ อธิภัทร กุโลภาส. (2562). แนวทางการส่งเสริมการคงอยู่ของครูโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา: กรณีศึกษา โรงเรียนปริยาโชติ จังหวัดนครสวรรค์. *An Online Journal of Education*, 14(2), 1-12
- รัตนสินี รื่นนุสาน. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของครูโรงเรียนประจำ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศการศึกษาและพัฒนาหลักสูตร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). ระเบียบวิธีการวิจัย (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- ลูกน้ำ เจนหัตถพล. (2564). ความผูกพันของครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีต่อสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี. ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สธิพร เชาวนชัย และ ชนกานต์ เอี่ยมสะอาด. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพิษณุโลก. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(6), 89-103.
- สำนักงานเขตบางขุนเทียนฝ่ายการศึกษา. (2566). รายงานสถานการณ์การลาออกและการโอนย้ายของข้าราชการครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน. สำนักงานเขตบางขุนเทียน.
- สุกัญญา ลิกะพงศ์ และ รุจิราพรรณ คงช่วย. (2567). การบริหารงานบุคคลของสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สงขลา เขต 3 ในจังหวัด สงขลา. *วารสาร มจร อุบล บริหารคน*, 9(2), 2437-2452.
- สุพัตรา ทองคำ. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการคงอยู่ในงานของครูโรงเรียนเอกชนในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Allen, A., Markou, S., Tebbutt, W., Requeima, J., Bruinsma, W. P., Andersson, T. R., & Turner, R. E. (2025). End-to-end data-driven weather prediction. *Nature*, 1-3.
- Berry, J. W., & Dasen, P. R. (2019). *Culture and cognition: Readings in cross-cultural psychology*. Routledge.
- Bhattacharyya, B. (2019). *Application of Herzberg's Two-Factor Theory in Assessing and Understanding Employee Motivation at Work: A Review of Literature*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/328303332>
- Chiong, C., Menzies, L., & Parameshwaran, M. (2017). Why do long-serving teachers stay in the teaching profession? Analysing the motivations of teachers with 10 or more years' experience in England. *British Educational Research Journal*, 43(6), 1083-1110.

- Cuervo, H., & Vera-Toscano, E. (2025). Teacher retention and attrition: understanding why teachers leave and their post-teaching pathways in Australia. *Asia Pacific Journal of Education*, 45(3), 1-18.
- Darling-Hammond, L., Hyler, M. E., Gardner, M. (2017). *Effective Teacher Professional Development*. Palo Alto, CA: Learning Policy Institute
- Guthery, S., & Bailes, L. P. (2022). Building experience and retention: The influence of principal tenure on teacher retention rates. *Journal of Educational Administration*, 60(4), 439–455.
- Jiang, J., Yao, J., Yu, K., & Li, C. (2023). An empirical study on “how to retain rural teachers with emphasis on hygiene or motivation factors”: A case of Western China. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1114107. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1114107>
- Lochmiller, C. R. (2020). Exploring the intersection of leadership practices and instructional coaching: A qualitative study. *Journal of Educational Change*, 21(3), 479–505.
- Nguyen, T. D., & Springer, M. G. (2021). A conceptual framework of teacher turnover: A systematic review of the empirical international literature and insights from the employee turnover literature. *Educational Review*, 73(3), 329–356.
- Sutcher, L., Darling-Hammond, L., & Carver-Thomas, D. (2016). *A coming crisis in teaching? Teacher supply, demand, and shortages in the U.S.* Palo Alto, CA: Learning Policy Institute.
- Weerasinghe, M. S. N., Nwoko, T., & Konkolewicz, D. (2025). Polymers and light: a love–hate relationship. *Chemical Science*, 16(13), 5326-5352.

ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์
(วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

Service Quality Factors Affecting to Revisit of Tourists at
Wat Boromracha Kanchanapisek Anusorn Temple,
Bangbuatong District Nonthaburi Province.

สุรียันต์ บุญเจิง¹ และยุทธนาท บุญยะชัย²

Suriyan Bunchoeng¹ and Yootanat Boonyachai²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

¹ Student, Master of Business Administration program, Faculty of Business Administration, Rajapruk University

² Lecturer, Master of Business Administration program, Faculty of Business Administration, Rajapruk University

E-mail: 66109610008@rpu.ac.th¹, Yoboona@rpu.ac.th²

Received: Feb. 15, 2025; Revised: Sep. 5, 2025; Accepted: Sep. 15, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 385 คน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก 2) การกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมา คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การกลับมาเยือนซ้ำ วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์

Abstract

The study on the factors of service quality affecting the revisit of Wat Borommaratcha Kanchanapisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province has the following objectives:

1) to study the factors of service quality of tourists visiting Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province, 2) to study the revisit of tourists visiting Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province, and 3) to study the service quality factors affecting the revisit of tourists visiting Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province. This research is a quantitative study. Data were collected through a questionnaire from 385 Thai tourists visiting Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province by using purposive sampling. The statistics used in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression equation.

The results of the research found that 1) the service quality factors of Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province were at high level overall. 2) the overall revisit to Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province was at the highest level and 3) the service quality factors, including the tangibility, followed by empathy, and reliability affected the revisit to Wat Borommaratchakanaphisek Anusorn (Wat Leng Noei Yi 2), Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Service quality, Revisit, Wat borommaratcha kanchana phisek anusorn

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจโลก รวมทั้งในประเทศไทยที่นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวไทยทุกมิติ ตามวิสัยทัศน์ของนายกรัฐมนตรี ในการผลักดันศักยภาพอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ก่อให้เกิดรายได้เป็น เงินมหาศาลหมุนเวียนในประเทศไทย โดยส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถนำไปพัฒนา ประเทศและท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าได้ และเป็นที่ประจักษ์ว่าประเทศไทยมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมี แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจอยู่หลายประเภท เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (ภคสุภา เพชรรัตนภาพร และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์, 2564) รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาซึ่งถือเป็นแกนหลักที่สนับสนุนสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยมีวัดเป็น ศูนย์กลางไม่เพียงแต่เป็นสถานที่สำหรับการปฏิบัติธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นจุดหมายปลายทางที่มีชีวิตชีวาและเต็มไปด้วย ศักยภาพ ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มองหาการผสมผสานความสงบทั้งกายและใจจากทั่วทุกมุมโลกมายังประเทศไทย (มนชนก จุลสิขี, 2562) การเพิ่มขึ้นของความสนใจต่อวัดและศาสนสถานจากผู้คนนั้นมาจากการสามารถในการรักษา สภาพความเป็นมาทางวัฒนธรรมและศาสนาไว้ได้ดี พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ทั้งการเดินทางมาเพื่อศึกษาสัมผัส หรือประทับใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมที่วัดเหล่านั้นยังคงอนุรักษ์ไว้ นอกจากนี้การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนายังเป็นการใช้ ทุนทางสังคมอย่างมีคุณภาพ สร้างโอกาสและตัวเลือกใหม่ ๆ ให้กับผู้มาเยือน

วัดเล่งเน่ยยี่ 2 หรือที่รู้จักอีกชื่อว่าวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2539 เพื่อเป็นการฉลอง ครบรอบ 50 ปี สิริราชสมบัติของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ด้วยสถาปัตยกรรมที่เลียนแบบจากพระราชวังสำคัญในปักกิ่ง โดดเด่นด้วยลักษณะที่คล้ายกับเมืองจีนโบราณ จึงเป็นที่นิยม ของชาวไทยและชาวไทยเชื้อสายจีนอย่างกว้างขวาง โดยมีการปฏิบัติพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางเทพเจ้า

รวมถึงพิธีกรรมสำหรับการแก้ปืขง และเสริมดวง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วัดนี้ไม่เพียงแต่เป็นจุดหมายปลายทางทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวที่สนใจในความเชื่อเฉพาะทางด้านพิธีกรรมต่าง ๆ ให้ความสนใจ (พัชรินทร์ บุณยะกร, 2566) จึงกล่าวได้ว่าเป็นหนึ่งในสถานที่ที่มีความสำคัญทั้งในด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสถานที่ที่รวมถึงความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรมของชุมชนจีนในไทย

การให้บริการที่มีคุณภาพจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัย การบริการของพนักงาน และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเยี่ยมชม (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990) โดยบริการที่ดีประกอบด้วยหลายองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยว หนึ่งในปัจจัยเหล่านี้คือความมั่นใจในความสามารถของผู้ให้บริการ ในการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยือน มักคาดหวังว่าจะได้รับการที่มีคุณภาพทั้งในด้านการให้ข้อมูล ความเป็นกันเอง และความรวดเร็วในการให้บริการ หากสถานที่ท่องเที่ยวสามารถให้บริการที่มีคุณภาพทั้งสองด้านนี้ จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและส่งเสริมความสัมพันธ์ระยะยาวกับนักท่องเที่ยว อันจะส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับสถานที่ท่องเที่ยว และเพิ่มโอกาสในการกลับมาเยือนซ้ำ มีงานวิจัยของกนกพร กิ่งเกตุ และวรรณารักษ์ จันทรเพ็ญ (2565) และ Ishmael & Rebecca (2018) ที่พบว่าปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวอีกในอนาคตของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-39 ปี เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเดินทางไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา โดยเฉพาะวัดเล่งเน่ยยี่ 2 เพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในพิธีกรรมเฉพาะด้าน การเสริมดวง และการถ่ายภาพเชิงวัฒนธรรมเพื่อแบ่งปันในสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง สาเหตุหนึ่งมาจากข้อจำกัดด้านสุขภาพและการเดินทาง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายมากขึ้น ซึ่งข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในเรื่องปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมุ่งเน้นถึงการศึกษาวิธีให้บริการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งหลากหลายและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยผลการศึกษาจะช่วยทำให้สามารถจัดทำแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผล สนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัดและชุมชนให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักกันอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่ง เน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรม ราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานงานวิจัย

ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการดูแลเอาใจใส่ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีโดยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน
3. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตด้านเวลาที่ทำการศึกษาตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2567 ถึง เดือน พฤศจิกายน 2567
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ทำวิจัยมีการกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ คือ วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

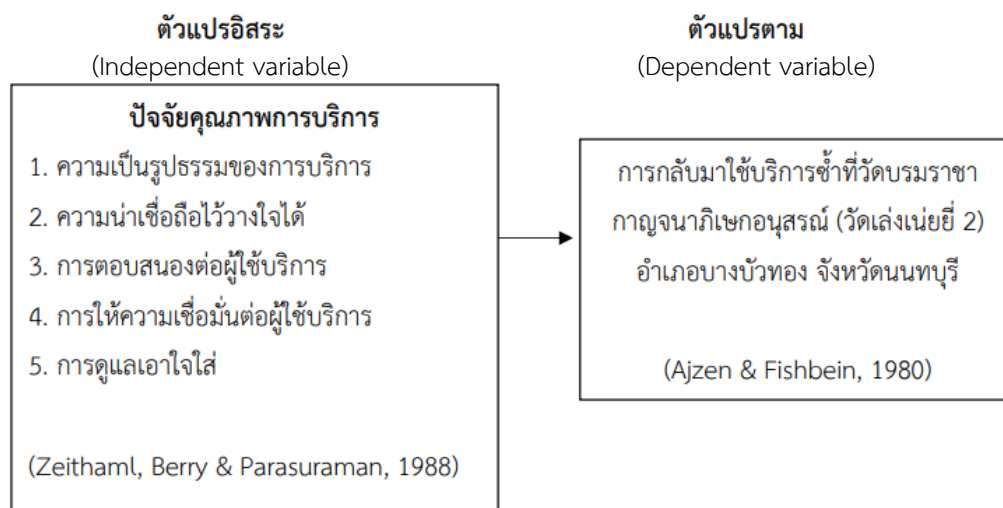
แนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาเยือนซ้ำ (Revisit Intention)

การกลับมาเยือนซ้ำ (Revisit Intention) หมายถึง ความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาใช้บริการหรือเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งในอนาคต ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความพึงพอใจและความผูกพันที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยแนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการตัดสินใจโดยใช้เหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen & Fishbein (1980) ซึ่งอธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากความตั้งใจ (behavioral intention) ที่ได้รับอิทธิพลจากเจตคติ (attitude) และบรรทัดฐานทางสังคม (subjective norm) โดยความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำนั้นสามารถวัดได้จาก 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ (1) ความตั้งใจ (Intention) หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดที่มีแนวโน้มจะกลับมาเยือนอีกครั้ง (2) ความพยายาม (Effort) หมายถึง ระดับความพยายามที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเตรียมตัวหรือวางแผนเพื่อกลับมาเยือน และ (3) การวางแผน (Planning) หมายถึง การดำเนินการเชิงรูปธรรม เช่น การกำหนดวันเดินทางหรือการหารือกับผู้อื่นเกี่ยวกับการกลับมาเยือนอีกครั้ง ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการกลับมาเยือนซ้ำมิได้เกิดขึ้นเพียงจากอารมณ์ชั่วขณะ แต่เป็นผลจากกระบวนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในเชิงลึก ทั้งนี้สอดคล้องกับศุภิสรา นาเครือ (2565) ที่กล่าวว่า การกลับมาเยือนซ้ำมีความสำคัญเพราะเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ ช่วยลดต้นทุนการหาลูกค้าใหม่ สร้างรายได้ต่อเนื่องเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนิโลบล ยิ่งแจ่มศิริ (2565) ที่กล่าวว่า การกลับมาเยือนซ้ำเป็นความตั้งใจหรือความมุ่งหมายของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาใช้บริการหรือมาเยือนสถานที่เดิมอีกครั้งในอนาคต อันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ดี ความพึงพอใจ และคุณค่าที่ได้รับจากการบริการหรือการท่องเที่ยวครั้งก่อน และงานวิจัยของฐิตาภา ตันติพันธ์ (2565) ที่กล่าวว่าความตั้งใจในการกลับไปยังสถานที่หรือใช้บริการเดิมอีกครั้ง ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่น ความประทับใจ และการยอมรับในคุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับก่อนหน้านี้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการหมายถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดย Parasuraman et al. (1988) ได้พัฒนาแบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติหลัก ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ที่หมายถึงลักษณะภายนอกที่จับต้องได้ เช่น ความสะอาดและความทันสมัยของสถานที่และอุปกรณ์ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึงความเต็มใจและความรวดเร็วในการให้บริการ การให้ความมั่นใจ (Assurance) ซึ่งรวมถึงความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ และความน่าเชื่อถือของพนักงานผู้ให้บริการ และสุดท้ายความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ที่หมายถึงการเอาใจใส่และดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล ทั้ง 5 มิตินี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในระยะยาว จากการศึกษาของชัยสุข เสาวลักษณ์ และคณะ (2567) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการเอาใจใส่ โดยทุกปัจจัยมีความสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญसान ฤทธิ์ทิพย์ และคณะ (2565) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงสรวิษฐ์ สุดแก้ว (2563) ที่กล่าวว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพบริการ และการรับรู้จริงหลังใช้บริการอยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวัง ผลการศึกษาค้นพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถใช้เป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้านตามแนวคิดของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1988) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวที่วัดบรมราชากาญจนานิกชนอนุสรณ์ โดยอิงจากทฤษฎี TRA ของ Ajzen & Fishbein (1980) ที่ระบุว่าความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมได้รับอิทธิพลจากเจตคติและการวางแผนล่วงหน้า ทั้งนี้หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถให้บริการที่มีคุณภาพก็จะส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ที่ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยวิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Cochran (1977)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P) Z^2}{e^2}$$

$$n = \frac{0.05(1 - 0.05) (1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

โดยที่ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่วิจัย 0.05

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้มีค่าเท่ากับ 1.96

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = 0.05

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยรวบรวมจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีที่ผู้วิจัยประยุกต์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการทบทวนวรรณกรรม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบเลือกรายการ (check list) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีลักษณะข้อคำถามเป็นการเลือกระดับ ความเห็น 5 ระดับ (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ด้าน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีลักษณะข้อคำถามเป็นการเลือกระดับความเห็น 5 ระดับ (Likert Scale) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีลักษณะการตอบเป็นปลายเปิดสั้น ๆ

จากการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทดลองจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.949 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายในดี และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้อย่างมีความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม (กูเกิ้ลฟอร์ม) ด้วยตนเองส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง และขอความอนุเคราะห์จากนักท่องเที่ยวยในช่วงเวลาที่กำหนด
2. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองภายใน 15-20 วัน
3. ผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาจนครบ 385 ชุด
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม หากมีแบบสอบถามมีข้อมูลการตอบไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้ครบถ้วน
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์นำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องทำแบบสอบถามหลักก่อน เพื่อเป็นการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างตามเป้าหมายในการทำวิจัย พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลครบไม่น้อยกว่า 385 ชุด และจะดำเนินการในขั้นต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้เกณฑ์การวิจัยข้อมูล ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และ เรียบเรียงแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการลงรหัส
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสที่กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด ผู้วิจัยจัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูล ที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเข้า File โดยใช้คอมพิวเตอร์ ทำการประมวลผลในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาครบเรียบร้อยแล้ว จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้าน รายได้ต่อเดือน
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ และ 5) ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ และการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบวรราชาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัด บรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีโดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดผลการศึกษาดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการของวัดบรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม

(n = 385)

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	ลำดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.59	0.70	มากที่สุด	1
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.26	0.78	มากที่สุด	2
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.94	0.85	มาก	5
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.05	0.79	มาก	4
5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.06	0.74	มาก	3
รวม	4.18	0.77	มาก	-

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) และเมื่อพิจารณาารายด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามลำดับ คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.26$) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\bar{X} = 4.06$) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.05$) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชาภาณูจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม

(n = 385)

การกลับมาเยือนซ้ำ	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	ลำดับ
1. นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการวัดเล่งเน่ยยี่ 2 ในอนาคต	4.34	0.66	มากที่สุด	4

การกลับมาเยือนซ้ำ	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	ลำดับ
2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการได้รับความเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ของวัดเล่งเน่ยยี่	4.42	0.63	มากที่สุด	2
3. นักท่องเที่ยวจะบอกต่อนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอื่นให้มาท่องเที่ยววัดเล่งเน่ยยี่	4.32	0.76	มากที่สุด	5
4. นักท่องเที่ยวจะใช้บริการวัดเล่งเน่ยยี่อย่างต่อเนื่อง	4.41	0.68	มากที่สุด	3
5. นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดีในการมาเยือนวัดเล่งเน่ยยี่	4.44	0.65	มากที่สุด	1
รวม	4.39	0.68	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า การกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$) และเมื่อพิจารณารายข้อ เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามลำดับ คือ นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดีในการมาเยือนวัดเล่งเน่ยยี่ ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการได้รับความเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ของวัดเล่งเน่ยยี่ ($\bar{X} = 4.42$) นักท่องเที่ยวจะใช้บริการวัดเล่งเน่ยยี่อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.41$) นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการวัดเล่งเน่ยยี่ซ้ำในอนาคต ($\bar{X} = 4.34$) และนักท่องเที่ยวจะบอกต่อนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอื่นให้มาท่องเที่ยววัดเล่งเน่ยยี่ ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ตัวแปรพยากรณ์	B	S.E.b	β	t	P-Value
(Constant)	0.431	0.096		10.091	0.000*
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X_1)	0.547	0.048	0.509	11.386	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_2)	0.148	0.051	0.158	2.912	0.004*
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (X_3)	-0.114	0.063	-0.129	-1.799	0.073
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4)	0.080	0.060	0.098	1.332	0.184
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (X_5)	0.236	0.058	0.263	4.107	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า เมื่อวิเคราะห์ความถดถอยด้วยค่าสถิติ Multiple Regression แล้ว ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Sig 0.000) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Sig = 0.004) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Sig = 0.000) มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีค่า นัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig) น้อยกว่า 0.05 ในขณะที่ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Sig = 0.073) และด้านการ ให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Sig = 0.184) ไม่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$y = 0.431 + 0.547 (X_1) + 0.236 (X_5) + 0.148 (X_2)$$

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามลำดับ คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ พื้นที่ในวัดเล่งเน่ยยี่ 2 มีเพียงพอต่อการให้บริการ รองลงมาคือ วัดเล่งเน่ยยี่มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม ป้ายแสดงรายละเอียดข้อมูล เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายคำกล่าว มีความชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาถึงวัดเล่งเน่ยยี่ 2 ได้อย่างสะดวกสบาย และวัดเล่งเน่ยยี่ 2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ เช่น เก้าอี้ โต๊ะ หรือพัดลม เป็นต้น

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ กิจกรรมของวัดเล่งเน่ยยี่มีความหลากหลาย เช่น การบูชาองค์เทพ การปฏิบัติธรรม การสอนสมาธิ เป็นต้น รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างน่าเชื่อถือ เจ้าหน้าที่ของวัดมีความสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมของวัดได้อย่างถูกต้อง กิจกรรมของวัดเป็นไปตามกำหนดการที่แจ้งนักท่องเที่ยวไว้ และกิจกรรมของวัดเป็นไปตามระยะเวลาที่เหมาะสม กับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การเข้าอบรมสมาธิ 1 วัน 3 วัน เป็นต้น

2.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ วัดเล่งเน่ยยี่มีการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวผ่านทุกช่องทาง เช่น ในวัด เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีการจัดลำดับคิวการรับบริการอย่างถูกต้อง ขั้นตอนการสื่อสารกับวัดเป็นไปอย่างง่าย ไม่ซับซ้อน เจ้าหน้าที่วัดเล่งเน่ยยี่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมได้อย่างละเอียดชัดเจน และเจ้าหน้าที่วัดเล่งเน่ยยี่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ของวัดได้อย่างแม่นยำ

2.4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ วัดเล่งเน่ยยี่ 2 มีช่องทางการสื่อสารกับผู้ใช้บริการด้วยความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ เป็นต้น รองลงมาคือ วัดเล่งเน่ยยี่มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถรักษาการบริการให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่วัดเล่งเน่ยยี่ 2 มีความชำนาญในการจัดเตรียมข้อมูลการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ของวัดช่วยตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดได้อย่างรวดเร็ว และวัดเล่งเน่ยยี่ 2 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการในจำนวนที่เพียงพอ

2.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ พนักงานวัดเล่งเน่ยยี่ ให้ความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวโดยไม่ต้องร้องขอ รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่วัดให้ความดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคลได้ดี เจ้าหน้าที่วัดสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเสมือนนักท่องเที่ยวเป็นญาติพี่น้อง ปกปิดข้อมูลของนักท่องเที่ยวเป็นความลับ และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่น การดูแลนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อน และหลังการให้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าพื้นที่ในวัดเล่งเน่ยยี่มีเพียงพอต่อการให้บริการ มีกิจกรรมความหลากหลาย เช่น การบูชาองค์เทพ การปฏิบัติธรรม การสอนสมาธิ เป็นต้น มีการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวผ่านทุกช่องทาง เช่น ในวัด เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น มีช่องทางการสื่อสารกับผู้ให้บริการด้วยความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ เป็นต้น ตลอดจนพนักงานวัดเล่งเน่ยยี่ให้ความสนใจต่อนักท่องเที่ยวโดยไม่ต้องร้องขอ ทำให้มีนักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิริยะพันธุ์ วนาลี (2563) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความรู้สึกพึงพอใจในการจัดการด้านบุคคล ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1988) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรม การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และการเอาใจใส่ ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกเชิงบวกของผู้ใช้บริการ

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในการมาเยือนวัดเล่งเน่ยยี่ ได้รับความเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ จึงมีความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการวัดเล่งเน่ยยี่ซ้ำในอนาคตต่อไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของวรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัด เพชรบุรี และการรับรู้การที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การกลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในระดับสำคัญที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen & Fishbein (1980) ในทฤษฎีเจตคติกับพฤติกรรมที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ซึ่งชี้ว่า ความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญที่คาดการณ์พฤติกรรมในอนาคต เช่น การกลับมาเยือนซ้ำ รวมถึงการวางแผนและความพยายามที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ ศุภิสรา นาเครือ (2565) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการกลับมาเยือนซ้ำมีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเป็นตัวบ่งชี้ถึงระดับความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้าใหม่ สร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวก และสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจ ในทำนองเดียวกัน ผลการวิจัยของ นิโบล ยิ่งแจ่มศิริ (2565) ระบุว่า ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวเกิดจากประสบการณ์ที่ดี ความพึงพอใจ และคุณค่าที่ได้รับจากการมาเยือนครั้งก่อน ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดันให้ผู้ให้บริการหรือผู้ท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต และขณะเดียวกัน งานวิจัยของ ธูตาภา ดันติพันธ์วดี (2565) ได้สะท้อนประเด็นเดียวกัน โดยอธิบายว่าความตั้งใจในการกลับไปใช้บริการหรือเยือนสถานที่เดิมอีกครั้ง เป็นผลมาจากความเชื่อมั่น ความประทับใจ และการยอมรับในคุณภาพของประสบการณ์ที่ผ่านมา

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมา คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำที่วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัดเล่งเน่ยยี่มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และเจ้าหน้าที่วัดให้ความดูแลเอาใจใส่ผู้ให้บริการเป็นรายบุคคลได้

อย่างดี จึงส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี อีกทั้งวรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี และการรับรู้การที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การรับรู้ต่อกายภาพ การรับรู้ต่อความน่าเลื่อมใสศรัทธาของวัด การรับรู้ต่อความสะดวก การรับรู้ทางด้านจิตวิญญาณที่สามารถจับต้องได้ และการรับรู้ต่อประติมากรรมจิตรกรรมของวัด มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml et al. (1988) ที่ระบุว่าคุณภาพบริการประกอบด้วย 5 มิติ ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจและเจตนาพฤติกรรมที่ดีในอนาคต อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Ajzen & Fishbein (1980) ที่เสนอว่าความตั้งใจกลับมาใช้บริการเกิดจากประสบการณ์และการรับรู้เชิงบวกที่มีต่อบริการ ทั้งในมิติรูปธรรมและอารมณ์ความรู้สึก ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยสุข เสาวลักษณ์ และคณะ (2567) ที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยเฉพาะการสร้าง ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการให้ความเอาใจใส่ ซึ่งล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ บุญसान ทรายทิพย์ และคณะ (2565) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สรวัชร สุดแก้ว (2563) ที่ระบุว่าผู้รับบริการมีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพบริการ และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ การรับรู้จริงหลังการใช้บริการ พบว่าการรับรู้จริงอยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์เป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลได้

ข้อเสนอแนะ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ดังนั้น วัดเล่งเน่ยยี่ 2 ควรพัฒนาพื้นที่ในวัดเล่งเน่ยยี่ให้มีเพียงพอต่อการให้บริการ จัดสภาพแวดล้อมให้สะอาดสวยงาม ติดตั้งป้ายแสดงรายละเอียดข้อมูล เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายคำกล่าวให้มีความชัดเจน มีเส้นทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาถึงวัดเล่งเน่ยยี่ได้อย่างสะดวกสบาย และควรมีสสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ เช่น เก้าอี้ โต๊ะ หรือพัดลม เป็นต้น

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ดังนั้น วัดเล่งเน่ยยี่ 2 ควรฝึกอบรมพนักงานวัดเล่งเน่ยยี่ให้มีความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวโดยไม่ต้องร้องขอ ดูแลเอาใจใส่ผู้ให้บริการเป็นรายบุคคลได้อย่างดี ควรสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเสมือนนักท่องเที่ยวเป็นญาติพี่น้อง ควรปกปิดข้อมูลของนักท่องเที่ยวเป็นความลับ และเจ้าหน้าที่ควรมีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่น การดูแลนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อน และหลังการให้บริการ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มาวัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ดังนั้น วัดเล่งเน่ยยี่ 2 ควรมีกิจกรรมของวัดเล่งเน่ยยี่มีความหลากหลาย เช่น การบูชาองค์เทพ การปฏิบัติธรรม การสอนสมาธิ เป็นต้น เจ้าหน้าที่ควรมีความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างน่าเชื่อถือ ควรมีความสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมของวัดได้อย่างถูกต้อง กิจกรรมของวัดควรเป็นไปตามกำหนดการที่แจ้งนักท่องเที่ยวไว้ และกิจกรรมของวัดควรเป็นไปตามระยะเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การเข้าอบรมสมาธิ 1 วัน 3 วัน เป็นต้น

วัดเล่งเน่ยยี่ 2 ควรปรับปรุงลานจอดรถให้มีหลังคา เพิ่มเดิมต้นไม้ และความร่มรื่นให้มากขึ้น ตลอดจนพิจารณาถึงความเหมาะสมของค่าบริการสะอาดสะอาดห่อหุ้มต่อชะตาให้เหมาะสมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรขยายขอบเขตตัวแปรในการศึกษาไปยังประเด็นอื่นๆ เช่น ความพึงพอใจในการใช้บริการ ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นต้น

2. ผู้วิจัยควรศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนในการบริหารจัดการวัด เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ฐิตาภา ตันติพันธ์วดี. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสุข เสาวลักษณ์, จองสุริยาภัส ฉัตรฤดี, เจริญพร ธฤตวัน, และ อยู่พชร ชนินทร์. (2567). การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. *วารสารสุทธิ ปริทัศน์* 38(1), 49-67.
- นิโลบล ยิ่งแจ่มศิริ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการคาเฟ่สไตล์เกาหลีภายในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญसान ทระทีก, ฤทธิญา ตันเปาว์, และ นพดล พันธุ์พานิช. (2565). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(1), 379-395.
- พัชรินทร์ บุรณะกร. (2566). วิถีชีวิตของคนไทยในเมืองขุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง). มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ภคสุภา เพชรรัตน์ภาพร, & สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์. (2564). การศึกษาคุณภาพบริการคุณค่าที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 12(2), 65-80.
- มนชนก จุลสิกชี. (2562). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาวัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(2). 203-210.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2560). แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี และการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- วิริยะพันธุ์ วณลี. (2563). ความพึงพอใจของผู้มาเยือนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(1). 1-15.
- ศุภิสรา นาเครือ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ชีวาพรรณ เวลเนส สปา ของคนในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สรวิชัย สุดแก้ว. (2563). คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลวังดาล อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี. งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). รายงานสถานการณ์นักท่องเที่ยวในประเทศไทย: การเยือนวัดและการเปลี่ยนแปลงกลุ่มผู้สูงอายุ. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.

องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 Components of Sports Management in Sports Schools for Excellence in the 5.0 Era

พชรพล คำสมาน¹ ปลวัวร์ รุจิรกาล² และละมุล รอดขวัญ³

Pracharapol Khamsaman¹, Palawat Rujirakan² and Lamun Rodkhwan³

¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹ Doctor of Philosophy Program in Educational Administration innovation, College of Innovation Management,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

^{2,3} Lecturer of the Doctor of Philosophy Program in Educational Administration innovation, College of
Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: pracharapol.kha@rmutr.ac.th¹, palawatrujirakan@rmutr.ac.th², rodkhwan.la@gmail.com³

Received: Mar. 23, 2025; Revised: Aug. 17, 2025; Accepted: Aug. 25, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และอธิบายองค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 โดยใช้ทฤษฎีระบบ (System theory) เป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษากระบวนการจัดการกีฬาแบบองค์รวมที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาอย่างยั่งยืนและสมดุล แนวคิดการจัดการกีฬาครอบคลุมการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน บทความวิชาการได้จำแนกองค์ประกอบสำคัญของการจัดการกีฬาสู่ความเป็นเลิศออกเป็น 10 ด้าน ได้แก่ 1) การส่งเสริมและจูงใจ 2) ความพร้อมของนักกีฬา 3) การบริหารจัดการองค์กร 4) วิทยาศาสตร์การกีฬา 5) สถานที่และอุปกรณ์ 6) ผู้ฝึกสอนผู้เชี่ยวชาญ 7) การคัดเลือกนักกีฬา 8) การฝึกซ้อม 9) การจัดประสบการณ์การแข่งขัน และ 10) งบประมาณ โดยองค์ประกอบเหล่านี้ส่งผลต่อการพัฒนากีฬาในโรงเรียนกีฬาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง นอกจากนี้ บทความวิชาการยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างจิตสำนึกทางกีฬาในทุกภาคส่วนของสังคมไทย เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายและพัฒนาศักยภาพนักกีฬาให้เป็นเลิศทั้งในเชิงสุขภาพและอาชีพกีฬา ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนากีฬาในยุค 5.0 อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ทั้งนี้ ผลการศึกษายังเป็นแนวทางที่มีคุณค่าในการบริหารจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความเป็นเลิศในเวทีนานาชาติอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การจัดการกีฬา โรงเรียนกีฬา ความเป็นเลิศ ยุค 5.0 เทคโนโลยีกีฬา

Abstract

This academic article aims to analyze and explain the components of sports management in sports schools to achieve excellence in the 5.0 era. The study employs System Theory as the primary conceptual framework to examine the holistic sports management process that emphasizes sustainable and balanced development of the sports industry. The sports management concept encompasses the promotion of public health. The article identifies ten essential components of sports management for excellence: 1) Promotion and Motivation, 2) Athlete Readiness, 3) Organizational Management, 4) Sports Science, 5) Facilities and Equipment, 6) Expert Coaches, 7) Athlete Selection, 8) Training, 9) Competition Experience Management, and 10) Budget. These components systematically

and continuously contribute to sports development in sports schools. Furthermore, the article highlights the importance of creating sports consciousness across all sectors of Thai society to promote physical exercise and develop athletes' potential for excellence in both health and professional sports. This serves as a fundamental foundation for effective and sustainable sports development in the 5.0 era. The study findings provide valuable guidelines for sports management administration in sports schools and related organizations to drive Thailand toward genuine excellence on the international stage.

Keywords: Sports management, Sports schools, Excellence 5.0 era, Sports technology

บทนำ

การกีฬามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งด้านสุขภาพกายและจิตใจ เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาระดับบุคคล ครอบครัว และสังคม นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ ประเทศพัฒนาแล้วทั่วโลกใช้กระบวนการกีฬาเป็นเครื่องมือสร้างเครือข่ายชุมชน ปลุกฝังคุณธรรม วินัย และความรับผิดชอบ โดยองค์กรระดับประเทศและระหว่างประเทศส่งเสริมการใช้กีฬาและนันทนาการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชากร (พลรัตน์ วิไลรัตน์, 2563)

โรงเรียนกีฬามีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานทักษะกีฬาที่ต้องให้แก่เยาวชน พัฒนาความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจ เพื่อยกระดับความสามารถสู่การเป็นตัวแทนประเทศในการแข่งขันระดับชาติและนานาชาติ อย่างไรก็ตาม โรงเรียนกีฬาประสบปัญหาสำคัญหลายประการ ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญระดับนานาชาติ การปรับเปลี่ยนบุคลากรบ่อยครั้งทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ข้อจำกัดด้านงบประมาณสำหรับการส่งนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันระดับชาติ และความหลากหลายของชนิดกีฬาที่เปิดสอนซึ่งยากต่อการบริหารจัดการให้เป็นเลิศในทุกประเภท (Institute of Physical Education, 2021)

การพัฒนาโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศจำเป็นต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการจัดการที่ครบถ้วน โดยบูรณาการผลการแข่งขันในทุกระดับมาเป็นตัวชี้วัดเพื่อพัฒนาระบบและยกระดับศักยภาพของสถานศึกษา ทั้งนี้ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาจึงเป็นกรอบสำคัญในการกำหนดแนวทางเพื่อความเป็นเลิศต่อไป

ปัญหาในการจัดการโรงเรียนกีฬา

ประเด็นปัญหาในการจัดการโรงเรียนกีฬาในประเทศไทยตาม บริบท สภาพการณ์ และความท้าทายโรงเรียนกีฬาในประเทศไทยเป็นสถาบันการศึกษาที่มีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างจากสถานศึกษาทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเป็นสถานศึกษาที่มีพันธกิจในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้มีความเป็นเลิศทางด้านกีฬา โดยมีรูปแบบสถานศึกษาประเภทพักประจำ (Boarding School) ซึ่งผู้เรียนที่จะเข้าศึกษาในสถาบันดังกล่าวต้องผ่านกระบวนการคัดกรองและคัดเลือกอย่างเข้มข้น โดยมีเกณฑ์การพิจารณาที่ครอบคลุมหลายมิติ ทั้งในด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต สมรรถภาพทางกาย บุคลิกภาพ และที่สำคัญคือความสามารถพิเศษทางด้านกีฬาเฉพาะทางตามที่โรงเรียนกีฬาสังกัดสถาบันการพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้

โรงเรียนกีฬาในประเทศไทยได้ดำเนินการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาบนพื้นฐานของความสามารถด้านกีฬาให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศตามศักยภาพของแต่ละบุคคล (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2551) นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2533 โรงเรียนกีฬาประสบความสำเร็จในการผลิตนักกีฬาที่มีคุณภาพและมีศักยภาพสูง จนสามารถเป็นตัวแทนประเทศไทยในการแข่งขันระดับนานาชาติได้อย่างต่อเนื่อง (พลรัตน์ วิไลรัตน์, 2563)

อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โรงเรียนกีฬาในประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาเชิงคุณภาพที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการจัดการศึกษาและการพัฒนานักกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งปรากฏการณ์ที่ผลสัมฤทธิ์ทางการกีฬาและการเรียนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับรายงานการประเมินคุณภาพ

ภายนอกกรอบที่ 3 ที่ชี้ว่า โรงเรียนกีฬาทั่วประเทศยังมีปัญหาในมาตรฐานที่ 5 คือ ความรู้และทักษะตามหลักสูตร ซึ่งอยู่ในระดับ “ต้องปรับปรุง” หรือ “พอใช้” เท่านั้น (สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา, 2558)

ปัญหาดังกล่าวสะท้อนผ่านข้อมูลเชิงสถิติ เช่น อัตราการศึกษาต่อของนักเรียนโรงเรียนกีฬาในระดับอุดมศึกษา ที่ลดลง จำนวนนักเรียนที่ได้รับการคัดเลือกเป็นนักกีฬาทีมชาติหรือเข้าร่วมการแข่งขันระดับนานาชาติก็ลดลงเช่นกัน อีกทั้งแนวโน้มการประกอบอาชีพนักกีฬาอาชีพในรอบ 5 ปีที่ผ่านมายังลดลงอย่างต่อเนื่อง (กรมพลศึกษา, 2561) แม้โรงเรียนกีฬาจะพยายามปรับปรุงระบบการจัดการศึกษาโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Learner-Centered Approach) และมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น สนามฝึกซ้อม หอพักนักเรียน ระบบโภชนาการ และกิจกรรมเสริมสร้างสุขภาพจิต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) แต่ผลลัพธ์ที่ได้ยังไม่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายด้านคุณภาพและผลสัมฤทธิ์เชิงประจักษ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึง ช่องว่างด้านองค์ประกอบของการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬา ซึ่งยังไม่มี การกำหนดแนวทางหรือปัจจัยสำคัญอย่างชัดเจนในการยกระดับสู่ความเป็นเลิศ โดยเฉพาะภายใต้บริบทของสังคมยุค 5.0 ที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การบริหารจัดการโรงเรียนกีฬาในอนาคตจำเป็นต้องอาศัยองค์ ความรู้แบบบูรณาการที่เน้น การจัดการเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา อย่างมีประสิทธิภาพ (พลรัตน์ วิไลรัตน์, 2563)

ดังนั้น การศึกษาเพื่อวิเคราะห์และกำหนด "องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศ ในยุค 5.0" จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางที่ชัดเจนและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ยุคใหม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนานักกีฬาที่มีคุณภาพในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0

องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 องค์ประกอบของการจัดการกีฬาใน โรงเรียนกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ การวิเคราะห์เชิงระบบในบริบทสังคมดิจิทัล การบริหารจัดการโรงเรียนกีฬาให้บรรลุ เป้าประสงค์ตามวัตถุประสงค์และก้าวไปสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในบริบทของยุค 5.0 นั้น จำเป็น อย่างยิ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องกำหนดแนวทางการจัดการอย่างเป็นระบบ และสร้างความเข้าใจในองค์ประกอบ ต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาและสถาบัน จากการศึกษาเชิงลึกผ่าน การวิเคราะห์เอกสาร งานศึกษาที่เกี่ยวข้องการสังเคราะห์องค์ประกอบ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจ ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบนิเวศของการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบัน การพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่ามีองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญต่อการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ในโรงเรียนกีฬา 10 องค์ประกอบหลัก ซึ่งผู้ศึกษาจะนำเสนอรายละเอียดขององค์ประกอบแต่ละประการดังต่อไปนี้

สรุปองค์ประกอบที่ 1 การส่งเสริม สนับสนุน และการจูงใจ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. ความสำคัญ การส่งเสริม สนับสนุน และการสร้างแรงจูงใจเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนบุคลากร และนักกีฬาให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและทุ่มเทเต็มที่ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรในยุค 5.0 ซึ่งต้องมีการจัดการ อย่างเป็นระบบและสร้างความรู้สึกรักคุณค่าในตัวบุคลากร (Yingyuad, 2021)
2. กลไกการสร้างแรงจูงใจ องค์กรต้องพัฒนากลไกสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่กระตุ้นให้ บุคลากรมีความตั้งใจและความสุขในการทำงาน ส่งผลให้ผลงานมีคุณภาพและประสิทธิภาพสูง (Sukbamrungsil, 2020)
3. การดำเนินงานในโรงเรียนกีฬา
 - จัดหาที่พักมาตรฐานสำหรับนักกีฬา
 - เปิดโอกาสศึกษาต่อโดยไม่ต้องสอบแข่งขัน
 - มอบทุนการศึกษาและเกียรติบัตรเพื่อยกย่องความสำเร็จ
 - จัดสรรเบี้ยเลี้ยงและสนับสนุนการเดินทางและที่พักระหว่างแข่งขัน
 - เตรียมความพร้อมด้านการฝึกซ้อมอย่างครบถ้วน

4. ทฤษฎีสนับสนุน การดำเนินงานสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow, 1954) ที่เน้นความต้องการตั้งแต่พื้นฐานจนถึงความสำเร็จในชีวิต และทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959) ที่แยกปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน

สรุป การส่งเสริม สนับสนุน และการจูงใจในโรงเรียนกีฬาสังกัดสถาบันการศึกษาประกอบด้วย การดำเนินงานหลากหลายมิติ ตั้งแต่การเจ้าหน้าที่พัสดุ การเปิดโอกาสทางการศึกษา การมอบทุนและเกียรติบัตร จนถึง การสนับสนุนด้านการฝึกซ้อมและการแข่งขัน เพื่อสร้างความรู้สึกรักคุณค่าและกระตุ้นให้บุคลากรและนักกีฬาปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพในยุค 5.0

สรุปองค์ประกอบที่ 2 ความพร้อมของนักกีฬา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. ความพร้อมด้านสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness Readiness) สมรรถภาพทางกายเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญสำหรับนักกีฬาในแต่ละชนิดกีฬา ประกอบด้วย ความอดทนของระบบไหลเวียนและหายใจ, ความอดทนและความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ, การประสานประสาทและกล้ามเนื้อ, ความคล่องแคล่ว, ความอ่อนตัว และความแข็งแรงพลังสูงในช่วงเวลาสั้นๆ การพัฒนาที่เหมาะสมตามชนิดกีฬาช่วยเพิ่มศักยภาพและลดความเสี่ยงบาดเจ็บ (วิจารณ์, 2563; สมชาย, 2561; จรินทร์, 2562)

2. ความพร้อมด้านจิตใจ (Psychological Readiness) จิตใจมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จ ประกอบด้วย ความตั้งใจและอุทิศตน, ความมานะ, ความเอาใจจริงเอาใจในการฝึกซ้อม, ความเสียสละ, ความหนักแน่นทางอารมณ์ และความอดทนต่อคำวิจารณ์ นักกีฬาที่มีวินัยและควบคุมตนเองได้ดีมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จ (สืบสาย, 2564; ดนัย, 2563)

3. ความพร้อมด้านสติปัญญา (Cognitive Readiness) นักกีฬาต้องมีความสามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้เทคนิคใหม่ ๆ ตัดสินใจภายใต้ความกดดัน และเข้าใจกลยุทธ์การแข่งขัน รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีในยุค 5.0 (ประสิทธิ์, 2564; ทวีศักดิ์, 2565)

4. ความพร้อมด้านมนุษยสัมพันธ์ (Interpersonal Readiness) ทักษะมนุษยสัมพันธ์ เช่น บุคลิกภาพ และการแสดงออก, ทักษะการสื่อสาร, การปรับตัวเข้ากับผู้อื่น และภาวะผู้นำ มีความสำคัญต่อความสำเร็จในกีฬาทیم และบุคคล ช่วยสร้างความสามัคคีและประสิทธิภาพในการฝึกซ้อมและแข่งขัน (นิติพล, 2563; พิชรายุ, 2564)

5. ความพร้อมด้านเทคนิค (Technical Readiness) ความชำนาญในทักษะพื้นฐาน, การพัฒนาเทคนิคเฉพาะตัว, ความคิดสร้างสรรค์ และการวิเคราะห์เทคนิคคู่แข่งเป็นปัจจัยสำคัญ การฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอและเปิดรับเทคนิคใหม่ช่วยให้นักกีฬามีความได้เปรียบในการแข่งขัน (สุพิตร, 2562; ธงชัย, 2563)

สรุป ความพร้อมทั้ง 5 ด้านนี้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนานักกีฬาให้สู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 โรงเรียนกีฬาควร มีระบบคัดเลือกและพัฒนา นักกีฬาอย่างบูรณาการ เพื่อสร้างนักกีฬาที่สมบูรณ์แบบทั้งศักยภาพและคุณภาพ

สรุปองค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการองค์กร จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. หลักการบริหารจัดการองค์กรกีฬา การบริหารจัดการองค์กรกีฬานั้นกระบวนการหลัก 4 ประการ ได้แก่

- การวางแผน กำหนดเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดทิศทางการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (สมคิด บางโม, 2562)
- การจัดองค์กร แบ่งโครงสร้าง หน้าที่ และทรัพยากรอย่างเหมาะสมเพื่อรองรับการดำเนินงาน (จรรยาพร ธรณินทร์, 2564)
- การปฏิบัติการ นำแผนไปสู่การปฏิบัติจริงโดยประสานงานทุกฝ่ายให้ร่วมมือกัน (นาวัน มุสิกสาร, 2563)
- การควบคุม ตรวจสอบและประเมินผลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (ธงชัย สันติวงษ์, 2563)

ในยุค 5.0 มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เช่น ระบบสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร (สมนึก ภัททิยธนี, 2565)

2. โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร โรงเรียนกีฬาควรกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายที่ชัดเจน โดยแบ่งโครงสร้างการบริหารเป็นฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่

- ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
- ฝ่ายบริหารงานแผน
- ฝ่ายบริหารงานวิชาการ
- ฝ่ายพัฒนากีฬา
- ฝ่ายกิจการนักเรียน
- ฝ่ายหอพัก
- ฝ่ายประกันคุณภาพ
- แต่ละฝ่ายรับผิดชอบภารกิจเฉพาะและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ พร้อมกระจายอำนาจตัดสินใจเพื่อความคล่องตัว (วรศักดิ์ เพียรชอบ, 2563; จรวยพร ธรณินทร์, 2564; นาวัน มุสิกสาร, 2563)

3. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมและเครือข่ายความร่วมมือ การบริหารจัดการองค์กรโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 เน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนและสร้างเครือข่ายกับ

- สถาบันการศึกษา
- สมาคมกีฬา
- หน่วยงานรัฐ
- ภาคเอกชน
- สถาบันวิทยาศาสตร์การกีฬา
- การมีส่วนร่วมช่วยระดมทรัพยากรและประสบการณ์จากหลายฝ่าย สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความยั่งยืน (สมบัติ คชสิทธิ์, 2564; ประมวล ศิริพันธ์แก้ว, 2565)

4. การบริหารจัดการคุณภาพและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนกีฬาควรกำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดความสำเร็จ ติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ และนำผลการประเมินมาปรับปรุงต่อเนื่อง พร้อมส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และจัดการความรู้ รวมถึงบริหารความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับอนาคตและสร้างความยั่งยืน (อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์, 2564; สุรศักดิ์ เก้าเอี้ยน, 2565)

สรุป การบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพในยุค 5.0 ต้องมีโครงสร้างชัดเจน ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ผสานการมีส่วนร่วม และเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศ

สรุปองค์ประกอบที่ 4 วิทยาศาสตร์การกีฬา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. สรีรวิทยาการกีฬา (Sports Physiology) ศึกษาการทำงานของอวัยวะตอบสนองต่อการออกกำลังกาย แบ่งเป็นการออกกำลังกายแบบเฉียบพลันและแบบเรื้อรัง โดยใช้เทคโนโลยีวัดและติดตามสภาพร่างกายแบบเรียลไทม์ เพื่อปรับโปรแกรมฝึกซ้อมให้เหมาะสม

2. ชีวกลศาสตร์ทางการกีฬา (Sports Biomechanics) นำหลักกลศาสตร์มาวิเคราะห์แรงและการเคลื่อนไหวของร่างกาย ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์การเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์ เซนเซอร์อัจฉริยะ และ AI เพื่อปรับปรุงเทคนิคและออกแบบโปรแกรมฝึกซ้อมเฉพาะบุคคล

3. จิตวิทยาการกีฬา (Sports Psychology) ส่งเสริมสุขภาพจิตและพัฒนาศักยภาพทางจิตใจ เช่น ความเชื่อมั่น การจัดการความเครียด และแรงจูงใจ โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงและแอปพลิเคชันติดตามสภาวะทางจิต

4. โภชนาการการกีฬา (Sports Nutrition) วางแผนโภชนาการเฉพาะบุคคลโดยใช้การวิเคราะห์พันธุกรรมและเมตาบอลิซึม เพื่อสนับสนุนสมรรถภาพทางกายและการฟื้นฟู

5. เวชศาสตร์การกีฬา (Sports Medicine) เน้นการป้องกัน วินิจฉัย และรักษาการบาดเจ็บ พร้อมใช้เทคโนโลยีตรวจวินิจฉัยเสมือนจริงและระบบเฝ้าระวังอัจฉริยะ เพื่อวางแผนป้องกันและฟื้นฟูอย่างมีประสิทธิภาพ

6. เทคโนโลยีการกีฬา (Sports Technology) ใช้เทคโนโลยีสำคัญ เช่น Big Data, IoT, AI, VR และ AR เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลนักกีฬา ติดตามผลการฝึกซ้อม และจำลองสถานการณ์แข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพการฝึกและการแข่งขัน

สรุป วิทยาศาสตร์การกีฬาบูรณาการองค์ความรู้จากหลายสาขาและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โรงเรียนกีฬายุค 5.0 ต้องลงทุนในบุคลากร เทคโนโลยี และเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในระดับชาติและนานาชาติ

สรุปองค์ประกอบที่ 5 สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. สนามฝึกซ้อมและสนามแข่งขัน สนามฝึกซ้อมและแข่งขันที่ได้มาตรฐานเป็นปัจจัยสำคัญช่วยให้นักกีฬาฝึกซ้อมอย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันจริง สนามควรมีลักษณะใกล้เคียงสนามแข่งขันจริง และมีระบบไฟฟ้าส่องสว่างเพื่อรองรับการฝึกซ้อมกลางคืน รวมทั้งมีสนามในร่มและกลางแจ้งเพื่อรองรับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง (เจริญ กระบวนรัตน์, 2561; วัฒนา สุทธิพันธุ์, 2565; ไพบุลย์ ศรีชัยสวัสดิ์, 2562; สุพิตร สมอาทิตย์, 2562; จรินทร์ ธานีรัตน์, 2562; เฉลิ้ม ชัยชราภรณ์, 2563)

2. วัสดุอุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์กีฬาคุณภาพสูงและเพียงพอช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกซ้อมและลดความเสียหายบาดเจ็บ อุปกรณ์ควรทันสมัย ปลอดภัย และเหมาะสมกับพัฒนาการของนักกีฬา พร้อมบูรณาการเทคโนโลยี เช่น เซ็นเซอร์อัจฉริยะสำหรับวัดข้อมูลแบบเรียลไทม์ รวมถึงการบำรุงรักษาและทดแทนอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ (สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์, 2561; วิเชียร บุญสุวรรณ, 2563; ธงชัย เจริญทรัพย์มณี, 2563; พิเชิด ภูติจันทร์, 2562; ศิลปชัย สุวรรณธาดา, 2563)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจรช่วยสนับสนุนการฝึกซ้อมและพัฒนาศักยภาพนักกีฬา เช่น ห้องพยาบาล ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา ห้องฟิตเนส ห้องเรียนมัลติมีเดีย หอพักที่ปลอดภัยและสะอาด ศูนย์โภชนาการ และระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ขั้นสูงและระบบวิเคราะห์ดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลและติดตามนักกีฬา (ธีรวัฒน์ กล้าหาญ, 2562; วรศักดิ์ เพียรชอบ, 2563; ชนินทร์ชัย อินทราภรณ์, 2564; ธงชัย เจริญทรัพย์มณี, 2563; ทยา เจียรวัฒนาวิทย์, 2563; ชัยพงษ์ เกียรติสุนนท์, 2562; นงลักษณ์ ปรีชาดิเรก, 2563; ธาปนา บุญหล้า, 2564; ประภาส โพธิ์ทองสุนันท์, 2563)

4. การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลในสิ่งอำนวยความสะดวกยุค 5.0 การใช้ระบบอัจฉริยะ เช่น Smart Stadium ที่ควบคุมแสงสว่างและความปลอดภัยผ่านแอปพลิเคชัน ระบบติดตามและวิเคราะห์การฝึกซ้อมด้วย IoT ระบบจัดการข้อมูลนักกีฬาด้วย Big Data และ AI รวมถึงเทคโนโลยี VR/AR ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกซ้อมและการวางแผนพัฒนานักกีฬาอย่างแม่นยำ (พิชัย ฝูธรรม, 2564; สมพงษ์ ชูรัตน์, 2564; ชัยวัฒน์ สมบูรณ์นำเศรษฐ์, 2564; อธิพงษ์ แก่นอินทร์, 2565)

สรุป สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ทันสมัย และบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 การวางแผนการใช้งานและบำรุงรักษาอย่างเป็นระบบ พร้อมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ จะช่วยให้การพัฒนากีฬาในโรงเรียนกีฬามีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพสูงสุด

สรุปองค์ประกอบที่ 6 ผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. ความสำคัญของผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญ ผู้ฝึกสอนกีฬาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทักษะ เทคนิค และทัศนคติของนักกีฬา รวมถึงการวางแผนการฝึกซ้อมและการแข่งขันอย่างเป็นระบบ (Krabuannat, 2002; Gilbert & Trudel, 2004) คุณภาพของผู้ฝึกสอนมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของนักกีฬา โดยโรงเรียนกีฬาที่มีผู้ฝึกสอนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญสูงจะสามารถผลิตนักกีฬาระดับนานาชาติได้มากกว่า (วัชรพงษ์ ปะติเส, 2563) นอกจากนี้ ผู้ฝึกสอนยังมีบทบาทในการพัฒนาบุคลิกภาพ ทัศนคติ และค่านิยมของนักกีฬา (Cushion & Jones, 2006)

2. การจัดการและพัฒนาผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญในยุค 5.0

- การจัดหาและพัฒนาบุคลากร โรงเรียนกีฬาควรจัดหาผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น นักสรีรวิทยาการออกกำลังกาย นักโภชนาการกีฬา และนักจิตวิทยาการกีฬา ให้เพียงพอต่อความต้องการ (สุกัญญา พานิชเจริญนาม, 2564) โดยอัตราส่วนผู้ฝึกสอนต่อนักกีฬาควรเหมาะสมตามมาตรฐานสากล (International Council for Coaching Excellence, 2021)
- การส่งเสริมพัฒนาตนเอง: ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง ผ่านการศึกษาต่อ การอบรม และการฝึกปฏิบัติ (อภิวัชร สุวรรณรัตน์, 2563; Lara-Bercial et al., 2017)
- การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ ส่งเสริมการเป็นผู้ฝึกสอนและผู้ตัดสินในระดับสมาคมกีฬาและนานาชาติ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ (มนตรี ฉัตรมงคล, 2564; Sotiriadou & De Bosscher, 2018)

3. การบูรณาการวิทยาศาสตร์การกีฬาและเทคโนโลยี ยุค 5.0 เน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น ระบบวิเคราะห์การเคลื่อนไหว (Motion Analysis), การติดตามสมรรถภาพ (Physical Performance Tracking), Big Data, VR/AR และ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกซ้อมและลดความเสียหายบาดเจ็บ (สมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2565; James et al., 2020)

4. ความท้าทายและแนวทางแก้ไข ปัญหาหลัก ได้แก่ ขาดแคลนบุคลากรเชี่ยวชาญ งบประมาณจำกัด และการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ รวมถึงขาดหลักสูตรพัฒนาผู้ฝึกสอนที่ทันสมัย (ศักดิ์ชัย ยงค์วัฒนา, 2565) แนวทางแก้ไขคือ การวางแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว การสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบัน ศึกษา การแสวงหางบประมาณ และการพัฒนาระบบประเมินคุณภาพผู้ฝึกสอน (สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ, 2564; Hums & MacLean, 2018)

สรุป ผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 การจัดการที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาต่อเนื่อง การสร้างเครือข่าย และการบูรณาการเทคโนโลยี จะช่วยยกระดับมาตรฐานการฝึกสอนและส่งเสริมให้นักกีฬาพัฒนาศักยภาพได้อย่างยั่งยืน

สรุปองค์ประกอบที่ 7 การคัดเลือนักกีฬา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

7.1 การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง ต้องใช้สื่อหลากหลายช่องทางและดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะยุค 5.0 ที่เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI ช่วยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำขึ้น (สุปราณี ขวัญบุญจันทร์, 2563; ธงชัย เจริญทรัพย์มณี, 2563) การประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการล่วงหน้า 3-6 เดือน พร้อมสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษาและสมาคมกีฬาเพื่อเพิ่มช่องทางเข้าถึงผู้มีศักยภาพ (จรรยา แก่นวงษ์คำ, 2564; สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์, 2561)

7.2 การชี้แจงหลักและวิธีการคัดเลือก การชี้แจงหลักเกณฑ์และวิธีการอย่างชัดเจนช่วยสร้างความเข้าใจร่วมกันและเพิ่มความพึงพอใจของผู้สมัคร โดยต้องครอบคลุมช่วงเวลาฝึกซ้อม สถานที่ คุณสมบัติ เกณฑ์ประเมิน และกระบวนการตัดสิน (วรรณิ์ เดียววิศเรศ, 2564; ชัชชัย โกมารทัต, 2563) ในยุค 5.0 สามารถใช้ AR/VR จำลองสถานการณ์เพื่อให้เข้าใจได้ชัดเจนขึ้น (ปราณี คูเจริญไพศาล, 2564)

7.3 การพิจารณาศักยภาพของผู้เล่น การประเมินต้องครอบคลุมหลายมิติ ได้แก่

- สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ โดยใช้ Health Monitoring และ Biometric Analysis (เจริญ กระบวนรัตน์, 2563; วิริยา บุญชัย, 2564)
- สมรรถภาพทางร่างกาย เช่น ความแข็งแรง ความเร็ว ใช้ Motion Capture และ Performance Analytics (สุพิตร สมชาติ, 2562)
- ทักษะกีฬา ใช้ AI-based Skill Analysis (จตุพร ขาวมะลิ, 2565)
- จิตใจ ประเมินแรงจูงใจและควบคุมอารมณ์ด้วย Neurofeedback (อุดม พิมพ์า, 2564)
- สถิติปัญหา ใช้ VR Simulation ประเมินการตัดสินใจ (กิตติพงษ์ เทพพานิช, 2563)

- มนุษย์สัมพันธ์ ประเมินผ่านกิจกรรมกลุ่มและสังเกตพฤติกรรม (ประพันธ์ เกียรติเฝ้า, 2564) ทีมประเมินควรประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขาเพื่อความรอบด้าน (พรพิมล วรวิทย์พุดผ่อง, 2564)

7.4 การคัดตัว การตัดสินใจคัดเลือกต้องใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์และกระบวนการโปร่งใส มีคณะกรรมการหลากหลายและเกณฑ์ชัดเจน (ยงยุทธ ต้นสาลี, 2565; จรวย แก่นวงศ์คำ, 2564) การแจ้งผลควรสุภาพและให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา (พิชิต เมืองนาโพธิ์, 2563) พร้อมดูแลสภาพจิตใจผู้ไม่ผ่านคัดเลือก (ธีรพงษ์ คำพุด, 2564) เทคโนโลยี Big Data Analytics ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ (วิจิต คณิงสุขเกษม, 2564)

7.5 การพัฒนาระบบการคัดเลือกในยุค 5.0

- ใช้เทคโนโลยี AI, Machine Learning, Motion Capture และ Biometric Analysis เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแม่นยำ (สามิตา สุนทรมณี, 2565; ชนกนันท์ ราตรี, 2565)
- คัดเลือกแบบองค์รวม ครอบคลุมศักยภาพทางกีฬา วิชาการ และคุณลักษณะส่วนบุคคล (เกษม นครเขตต์, 2564)
- สร้างระบบติดตามและค้นหาผู้มีพรสวรรค์ด้วย Digital Platform และ Big Data (สมพร แสงชัย, 2565)
- สร้างระบบคัดเลือกโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยใช้ Blockchain ในการบันทึกข้อมูล (สมบัติ กาญจนกิจ, 2563)

สรุป การเลือกนักกีฬาที่มีประสิทธิภาพในยุค 5.0 ต้องมีการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง ชี้แจงกระบวนการชัดเจน ประเมินศักยภาพรอบด้าน และตัดสินใจอย่างโปร่งใส โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพ พร้อมพัฒนาระบบแบบองค์รวมเพื่อสร้างนักกีฬาที่มีศักยภาพยั่งยืนสู่ความเป็นเลิศ

สรุปองค์ประกอบที่ 8 การฝึกซ้อม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. ความสำคัญของการฝึกซ้อม การฝึกซ้อมเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนานักกีฬาให้มีสมรรถนะครบทุกด้าน ทั้งทักษะ สมรรถภาพทางกาย และสภาพจิตใจ โดยผู้ฝึกสอนต้องวางแผนและควบคุมการฝึกซ้อมอย่างใกล้ชิดเพื่อพัฒนาศักยภาพสูงสุด (สมคิด สอนศรี, 2561; ธงชัย เจริญทรัพย์มณี, 2563)
2. ประเภทของการฝึกซ้อม
 - การฝึกเทคนิค แบ่งเป็น
 - 1.1 เทคนิคพื้นฐาน ที่ต้องฝึกจนชำนาญก่อนพัฒนาเทคนิคขั้นสูง (นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร, 2562)
 - 1.2 เทคนิคพลิกแพลง ที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะตัวและเทคโนโลยีวิเคราะห์การเคลื่อนไหวช่วยพัฒนา (วิจิต คณิงสุขเกษม, 2563)
 - การฝึกสมรรถภาพทางกาย สำคัญสำหรับทุกประเภทกีฬา โดยใช้เทคโนโลยีติดตามสมรรถภาพและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับแผนฝึกให้เหมาะสม (พิชิต เมืองนาโพธิ์, 2564; ศิริรัตน์ หิรัญรัตน์, 2565)
3. ระยะของการฝึกซ้อม
 - ระยะเตรียมตัว (5-7 เดือน): ฝึกสมรรถภาพทั่วไปและเทคนิคจากง่ายไปยาก ใช้ AI และโปรแกรมจำลองช่วยวางแผน (ชนินทร์ชัย อินทราภรณ์, 2564)
 - ระยะแข่งขัน (2-4 เดือน): รักษาสมรรถภาพสูงสุด ลดปริมาณฝึกสมรรถภาพเล็กน้อย แต่ฝึกเทคนิคต่อเนื่อง ใช้ระบบติดตามส่วนตัว (กรมพลศึกษา, 2563)
 - ระยะพัก (1-2 เดือน): พักผ่อนแบบออกกำลังกายเบา ๆ ใช้ VR และเกมเพื่อสุขภาพช่วยรักษาสมรรถภาพ (ประโยชน์ บุญสินสุข, 2564; ธีรพงษ์ แก่นอินทร์, 2565)
4. การบริหารจัดการการฝึกซ้อม

โรงเรียนกีฬาควรมีหลักสูตรฝึกซ้อมที่เหมาะสมกับระดับความสามารถและอายุของนักกีฬา วางแผนระยะสั้นและยาว พร้อมประเมินผลสม่ำเสมอ ผู้ฝึกสอนต้องใกล้ชิดและดูแลนักกีฬาอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565; วรศักดิ์ เพียรชอบ, 2561)

5. การบูรณาการองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การกีฬา

การฝึกซ้อมควรนำองค์ความรู้ด้านสรีรวิทยา ชีวกลศาสตร์ จิตวิทยา โภชนาการ และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ โดยทีมสหวิทยาการร่วมกันพัฒนานักกีฬาอย่างองค์รวม (ศักดิ์ชาย ทัพสุวรรณ, 2564; สมหวัง โอซารส, 2565)

สรุปการฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและการบริหารจัดการที่เหมาะสมในยุค 5.0 โดยใช้เทคโนโลยีและองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การกีฬา พร้อมการดูแลอย่างใกล้ชิดจากผู้ฝึกสอน จะช่วยยกระดับศักยภาพนักกีฬาโรงเรียนกีฬาให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศระดับสากลได้อย่างยั่งยืน

สรุปองค์ประกอบที่ 9 การจัดประสบการณ์ในการแข่งขัน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬาสังกัดสถาบันการพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. ความสำคัญของประสบการณ์ในการแข่งขัน

ประสบการณ์จากการแข่งขันช่วยให้นักกีฬาเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เข้าใจสถานการณ์จริง และปรับตัวรับมือกับความกดดันในสนาม (สุทธิพงษ์ บุญเลิศ, 2562; ธงชัย เจริญทรัพย์มณี, 2563)

2. ประเภทของประสบการณ์ในการแข่งขัน

- ประสบการณ์ตรง : การลงแข่งขันจริง สัมผัสบรรยากาศและความกดดันในสนาม ซึ่งเป็นสิ่งที่เทคโนโลยีไม่สามารถทดแทนได้ (วิจารณ์ พานิช, 2563; พิเชิต เมืองนาโพธิ์, 2564)
- ประสบการณ์ทางอ้อม: การรับรู้ผ่านการชมการแข่งขัน การเรียนรู้จากผู้ฝึกสอนหรือวิดีโอ โดยใช้เทคโนโลยี VR และแอปพลิเคชันช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ (นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร, 2562; ศิริรัตน์ หิรัญรัตน์, 2565)

3. แนวทางการจัดประสบการณ์ในการแข่งขัน

- สนับสนุนให้นักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันทุกระดับ ตั้งแต่ท้องถิ่นถึงนานาชาติ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์และประเมินสมรรถนะ (กรมพลศึกษา, 2563; ประโยชน์ บุญสินสุข, 2564)
- จัดการแข่งขันภายในโรงเรียนเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับฝึกทักษะ พร้อมใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะช่วยยกระดับประสบการณ์ (ชินนทร์ชัย อินทราภรณ์, 2564; วรศักดิ์ เพียรชอบ, 2564)
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันกีฬาอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนาทักษะ (สมคิด สอนศรี, 2561; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)
- สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เช่น กระบวนการสะท้อนคิดหลังการแข่งขัน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยบันทึกและวิเคราะห์ (สนธยา สีละมอด, 2562; ศักดิ์ชาย ทัพสุวรรณ, 2564)
- บูรณาการเทคโนโลยี VR, AR, Big Data, IoT, AI และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อจำลองสถานการณ์วิเคราะห์ข้อมูล และแลกเปลี่ยนความรู้ (สมหวัง โอซารส, 2565)

4. ประโยชน์ของการจัดประสบการณ์ในการแข่งขัน

- พัฒนาทักษะและความสามารถทางกีฬา (ธงชัย เจริญทรัพย์มณี, 2563)
- เสริมทักษะจิตใจและอารมณ์ เช่น การจัดการความกดดันและสมาธิ (นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร, 2562)
- ปลุกฝังคุณธรรมและจริยธรรม เช่น น้ำใจนักกีฬาและการเคารพกฎกติกา (วรศักดิ์ เพียรชอบ, 2561)
- สร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ในวงการกีฬา (สมคิด สอนศรี, 2561)
- เตรียมความพร้อมสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

5. ข้อพิจารณาในการจัดประสบการณ์

- คำนึงถึงระดับความสามารถและความพร้อมของนักกีฬา เพื่อเลือกการแข่งขันที่เหมาะสม (พิเชิต เมืองนาโพธิ์, 2564)
- จัดสมดุลระหว่างการฝึกซ้อมและการแข่งขัน เพื่อไม่ให้เกิดการบาดเจ็บหรือพัฒนาทักษะพื้นฐาน (สนธยา สีละมอด, 2562)
- เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าผลการแข่งขัน โดยเฉพาะในระดับเยาวชน (วิชิต คณิงสุเกษม, 2563)
- มีระบบสนับสนุนและติดตามประเมินผลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากประสบการณ์การแข่งขัน

สรุปการจัดประสบการณ์ในการแข่งขันอย่างมีระบบและบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ในยุค 5.0 ช่วยให้นักกีฬาพัฒนาทักษะทั้งทางกายและจิตใจ พร้อมสร้างคุณธรรมและเครือข่ายที่แข็งแกร่ง นำไปสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน

สรุปองค์ประกอบที่ 10 งบประมาณ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในโรงเรียนกีฬา สังกัดสถาบันการศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. การจัดทำงบประมาณ การจัดทำงบประมาณเริ่มจากการตั้งคณะทำงานที่มีความรู้และเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกีฬา เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการทุกฝ่าย (ธงชัย สันติวงษ์, 2562) พร้อมกำหนดกรอบระยะเวลาอย่างชัดเจน และตรวจสอบรายละเอียดงบประมาณอย่างรอบคอบก่อนเสนอคณะกรรมการ (พิชิต ฤทธิ์จัญญ, 2563; ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ, 2563) โดยยุค 5.0 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยบริหารจัดการเวลาและตรวจสอบข้อมูล
 2. การอนุมัติงบประมาณ มีคณะทำงานพิจารณาหลักนกรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีก่อนเสนอคณะกรรมการบริหารกีฬาของโรงเรียน ซึ่งอาจอนุมัติแบบมีเงื่อนไข (สุพงษ์ มาลี, 2563) และใช้ระบบดิจิทัลลดขั้นตอนซ้ำซ้อน เพิ่มความโปร่งใส (ณรงค์ สัจพันธ์โรจน์, 2564)
 3. การบริหารงบประมาณ ผู้บริหารต้องมีข้อมูลครบตั้งแต่แผนงานจนถึงงบประมาณ และมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น เพื่อความเข้าใจภาพรวมและความรวดเร็วในการดำเนินงาน (วรเดช จันทรศร, 2562; ปรีชา กลิ่นรัตน์, 2563) พร้อมบริหารจัดการความเสี่ยงและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (นันทสรี สุขโต, 2564) โดยเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยติดตามการใช้จ่ายแบบเรียลไทม์ (อัจฉรา จันทรฉาย, 2564)
 4. การติดตามประเมินผล การจัดทำรายงานและติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานช่วยตรวจสอบความก้าวหน้าและปัญหา (สมบัติ อารัมธัญวงศ์, 2563) โดยยุค 5.0 ใช้ Big Data Analytics และ AI ช่วยวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มอย่างแม่นยำ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2564)
 5. เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารงบประมาณ การใช้ระบบงบประมาณดิจิทัลช่วยลดขั้นตอนและเพิ่มความแม่นยำ (พสุ เดชะรินทร์, 2564) ระบบติดตามงบประมาณแบบเรียลไทม์ช่วยให้ผู้บริหารรับรู้สถานะการเงินทันที (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2563) และ Big Data ช่วยวางแผนงบประมาณในอนาคต (วิเชียร วิทยอุดม, 2564) ขณะที่ AI ช่วยวิเคราะห์และคาดการณ์การใช้จ่ายงบประมาณ (จิรประภา อัครบวร, 2564)
- สรุปการบริหารงบประมาณในโรงเรียนกีฬายุค 5.0 ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบตามวงจรงบประมาณ ตั้งแต่จัดทำ อนุมัติ บริหาร และติดตามประเมินผล พร้อมใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใส ช่วยพัฒนาศักยภาพนักกีฬาและบุคลากรสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1.1 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนสำหรับการพัฒนาโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 โดยเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลกับการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าการบูรณาการเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ทางกีฬา
- 1.2 จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์การกีฬา และอุปกรณ์วิเคราะห์ทักษะกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการที่พบในงานศึกษาว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนานักกีฬา
- 1.3 ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกีฬา สถาบันการศึกษา หน่วยงานกีฬา และภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นข้อเสนอที่มาจากผลการศึกษาที่พบว่าเครือข่ายความร่วมมือช่วยเสริมศักยภาพการพัฒนา กีฬา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬา

- 2.1 รับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัว ลดขั้นตอนซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ตามผลการศึกษาที่ชี้ว่าการบริหารที่มีประสิทธิภาพช่วยส่งเสริมการพัฒนากีฬาได้ดีขึ้น

2.2 พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคลโดยเน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และการทำงานเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในยุค 5.0 ตามผลการศึกษา

2.3 พัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านกีฬา (Sports Information System) เพื่อการวางแผน ติดตาม และประเมินผลการพัฒนานักกีฬา ซึ่งงานศึกษาระบุว่าการใช้ระบบข้อมูลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหาร

2.4 จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อความต่อเนื่องในการบริหารจัดการ แม้ในสถานการณ์วิกฤติ ซึ่งเป็นข้อเสนอที่สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบช่องว่างด้านการบริหารจัดการ ความเสี่ยง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนานักกีฬา

3.1 พัฒนาระบบคัดเลือกนักกีฬาที่มีมาตรฐานและใช้เทคโนโลยีประเมินศักยภาพ เพื่อให้ได้ ผู้มีพรสวรรค์และศักยภาพสูงตามผลการศึกษาที่ชี้ว่าการคัดเลือกที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จ

3.2 พัฒนาระบบฝึกซ้อมทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยี เช่น การวิเคราะห์การเคลื่อนไหว (Motion Analysis), ความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality), และอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) ซึ่งงานศึกษา พบว่าเทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกซ้อม

3.3 พัฒนาระบบดูแลสุขภาพและฟื้นฟูสมรรถภาพที่ครบวงจร โดยใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ และวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่เน้นการดูแลสุขภาพนักกีฬาเพื่อความยั่งยืน

3.4 ส่งเสริมทักษะชีวิตและทักษะอาชีพแก่นักกีฬา เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับอาชีพหลังเลิกเล่นกีฬา ตามข้อค้นพบที่นักกีฬาดังกล่าวต้องการการสนับสนุนด้านนี้เพื่อความมั่นคงในอนาคต

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารังต่อไป

4.1 ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ไขข้อจำกัด ด้านการบริหารที่พบในการศึกษานี้

4.2 ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนานักกีฬาสู่ความเป็นเลิศ เพื่อพัฒนา วิธีการฝึกซ้อมและประเมินผลที่เหมาะสมกับยุค 5.0

4.3 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนานักกีฬาในยุค 5.0 เพื่อระบุองค์ประกอบที่สำคัญ และแนวทางพัฒนาเพิ่มเติม

4.4 ศึกษาเชิงเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาของไทยกับประเทศที่ ประสบความสำเร็จ เพื่อเรียนรู้และปรับใช้แนวปฏิบัติที่เหมาะสม

สรุป ข้อเสนอแนะทั้งหมดนี้มาจากผลการศึกษาที่ชัดเจน และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารังต่อไป เน้นประเด็นที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาต่อยอดจากข้อจำกัดและผลการศึกษาเดิม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนา โรงเรียนกีฬาและนักกีฬาในยุค 5.0

บทสรุป

ผลการศึกษาองค์ประกอบการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 มีรายละเอียดดังนี้

1. การปรับตัวของโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 เน้นการผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลกับการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ โรงเรียนกีฬาจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการให้ทันสมัย สอดคล้องกับแนวคิดของ วิจารย์ พานิช (2563) ที่ระบุว่า องค์การในยุค 5.0 จำเป็นต้องมีโครงสร้างการบริหารงานแบบใหม่ที่มีความคล่องตัวและปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานอย่างสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการ ได้แก่ ระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) เพื่อวางแผนพัฒนานักกีฬา เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) เพื่อการฝึกซ้อม และอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) เพื่อติดตามประเมินผลการฝึกซ้อม ช่วยยกระดับประสิทธิภาพ การพัฒนานักกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ 2. การพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนกีฬา การพัฒนาบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนานักกีฬาสู่ความเป็นเลิศ สอดคล้องกับงานศึกษาของ นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ (2564) ที่พบว่า

การจัดทำกรอบอัตรากำลังและแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับจำนวนนักเรียน รวมทั้งการฝึกอบรมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บุคลากรมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในยุค 5.0 บุคลากรโรงเรียนกีฬา โดยเฉพาะผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนานักกีฬา และทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ 3. การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย ครอบคลุมศาสตร์ด้านการกีฬา และรองรับอุตสาหกรรมกีฬา เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศ สอดคล้องกับแนวคิดของ สมุน อมรวิวัฒน์ (2563) ที่กล่าวว่า หลักสูตรที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมกีฬาย่อมช่วยให้นักเรียนมีความพร้อมในการประกอบอาชีพหลังจบการศึกษา การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการเรียนการสอน และการฝึกซ้อม เช่น แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ สื่อมัลติมีเดียในการจัดการเรียนการสอน และเทคโนโลยีในการวิเคราะห์และพัฒนาทักษะกีฬา ช่วยยกระดับคุณภาพการศึกษาและการฝึกซ้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 จำเป็นต้องดำเนินการอย่างบูรณาการภายใต้ 10 องค์ประกอบหลักคือ 1.การส่งเสริม สนับสนุน และการจูงใจ เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันและสร้างแรงจูงใจให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะนักกีฬาและบุคลากร ให้เกิดความมุ่งมั่นและความผูกพันในการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ 2.ความพร้อมของนักกีฬา ครอบคลุมทั้งสมรรถภาพทางกาย จิตใจ ทักษะกีฬา และคุณลักษณะด้านวินัย ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ 3. การบริหารจัดการองค์กร ต้องมีโครงสร้างที่คล่องตัว ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการวางแผน ติดตาม และประเมินผล เช่น ระบบ Big Data เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลนักกีฬา และระบบจัดการทรัพยากรแบบอัจฉริยะ 4. วิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นฐานความรู้สำคัญในการออกแบบโปรแกรมฝึกซ้อม การฟื้นฟูร่างกาย และการวิเคราะห์สมรรถภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกและลดความเสี่ยงจากการบาดเจ็บ 5. สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องมีความทันสมัย ปลอดภัย และเพียงพอต่อการฝึกซ้อม โดยควรบูรณาการเทคโนโลยี เช่น Smart Devices, ระบบเซ็นเซอร์ และสื่อดิจิทัลเข้ากับอุปกรณ์กีฬา 6. ผู้ฝึกสอน และผู้เชี่ยวชาญ ต้องมีความรู้ทันสมัย ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา การวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อปรับปรุงรูปแบบการฝึกซ้อมให้เหมาะสมกับนักกีฬาแต่ละราย 7. การคัดเลือกนักกีฬา ควรใช้เกณฑ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งด้านร่างกาย ทักษะ ความสามารถเฉพาะ และศักยภาพในการพัฒนา โดยอิงข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีช่วยวิเคราะห์ 8. การฝึกซ้อม ต้องมีระบบแผนการฝึกที่ต่อเนื่อง มีการประเมินผลรายบุคคล ใช้เทคโนโลยี เช่น VR และ AI วิเคราะห์เทคนิคการเล่น และประยุกต์ใช้ข้อมูลจริงในการปรับปรุงกระบวนการฝึก 9. การจัดประชันการแข่งขันทัน เป็นการแข่งขันภายใต้สถานการณ์จริง เพื่อสร้างความมั่นใจ พัฒนาทักษะทางจิตวิทยาการกีฬา และปรับตัวต่อแรงกดดันจากการแข่งขัน 10. งบประมาณ เป็นทรัพยากรหลักที่สนับสนุนทุกองค์ประกอบข้างต้น ควรมีการบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเพียงพอครอบคลุมการพัฒนาในระยะยาว องค์ประกอบทั้ง 10 ด้านมีความสัมพันธ์กันในเชิงโครงสร้างระบบ โดยสามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มปัจจัยพื้นฐาน (องค์ประกอบที่ 3, 5, 10) ซึ่งเป็นโครงสร้างและทรัพยากรที่สนับสนุน กลุ่มปัจจัยกระบวนการ (องค์ประกอบที่ 1, 2, 4, 6, 7, 8) ที่เป็นกลไกหลักในการพัฒนาศักยภาพนักกีฬา กลุ่มผลลัพธ์ (องค์ประกอบที่ 9) คือเป้าหมายสูงสุดในการส่งเสริมประชันการแข่งขันทันที่มีคุณภาพ การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลกับทุกองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับการจัดการกีฬาโรงเรียนให้สอดคล้องกับบริบทของยุค 5.0 และนำไปสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นประเด็นสำคัญในการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 ซึ่งต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของบริบททางเทคโนโลยีและความต้องการของภาคสังคม

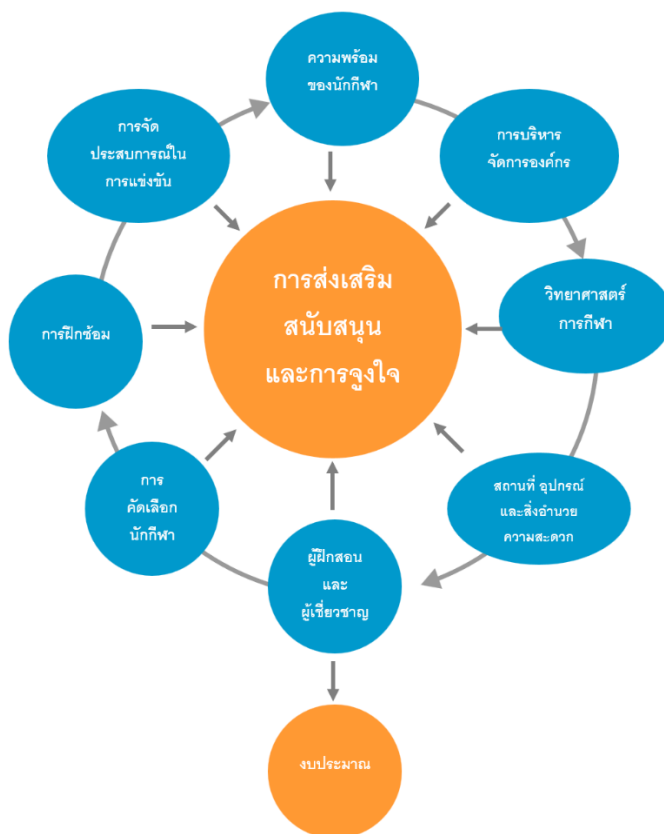
1. การปรับตัวของโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 โรงเรียนกีฬาในปัจจุบันต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารให้สอดคล้องกับแนวโน้มเทคโนโลยี เช่น การใช้ Big Data วิเคราะห์ข้อมูลนักกีฬา การใช้ VR ในการฝึกซ้อม และการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะติดตามผลการฝึกซ้อม ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนานักกีฬา (วิจารณ์ พานิช, 2563)

2. การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬา บุคลากรโดยเฉพาะผู้ฝึกสอน จำเป็นต้องมีทักษะด้านดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานของ นางลักขณ์ วิรัชชัย และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

3. การพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน หลักสูตรที่ทันสมัยและตอบสนองต่ออุตสาหกรรมการกีฬามีส่วนสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมนักเรียนเข้าสู่สายอาชีพ โดยการนำสื่อเทคโนโลยี เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ มัลติมีเดีย และเครื่องมือวิเคราะห์การฝึกซ้อมมาใช้ ช่วยเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้และการฝึกกีฬา (สุนน อมรวิวัฒน์, 2563)

โดยสรุป การจัดการกีฬาโรงเรียนในยุค 5.0 จำเป็นต้องดำเนินการในเชิงระบบ ทั้งการปรับโครงสร้างองค์กร การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนาบุคลากร การเลือกอภิปรายเพียง 3 ประเด็นนี้ เนื่องจากเป็นประเด็นหลักที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายสำคัญของโรงเรียนกีฬาในยุค 5.0 ที่ต้องเร่งปรับตัวและพัฒนาอย่างเร่งด่วน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของยุคสมัยใหม่และยกระดับศักยภาพนักกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0



รูปที่ 1 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0
ที่มา : ผู้ศึกษาสร้างขึ้น (2568)

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาด้านการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 ผู้ศึกษาได้องค์ประกอบของการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 ไว้ 10 องค์ประกอบหลักใหม่ ดังนี้

1. การส่งเสริม สนับสนุนและการจูงใจ ระบบการสร้างแรงบันดาลใจและการให้กำลังใจแก่นักกีฬาอย่างต่อเนื่อง

2. ความพร้อมของนักศึกษา ศักยภาพและความพร้อมของนักศึกษาในมิติต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ
3. การบริหารจัดการองค์กร ระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับยุค 5.0
4. วิทยาศาสตร์การกีฬา การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการพัฒนาประสิทธิภาพนักกีฬา
5. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเข้ากับกระบวนการพัฒนานักกีฬา
6. โครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานระดับสากล
7. บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและทักษะดิจิทัล ผู้ฝึกสอนและบุคลากรสนับสนุนที่มีคุณภาพและทักษะที่จำเป็นสำหรับยุค 5.0

8. การคัดเลือกนักกีฬา ระบบการคัดเลือกนักกีฬาที่มีศักยภาพอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

9. การฝึกซ้อม กระบวนการฝึกซ้อมที่เป็นระบบและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

10. การจัดประสบการณ์ในการแข่งขัน การสร้างโอกาสและประสบการณ์การแข่งขันที่หลากหลายและมีคุณภาพ

ความสำคัญของการค้นพบ การระบอบองค์ประกอบทั้ง 10 ด้านนี้แสดงให้เห็นว่าการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุค 5.0 ต้องอาศัยการบูรณาการหลายมิติอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะของยุค 5.0 ควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะดิจิทัล และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย องค์ประกอบเหล่านี้ไม่เพียงแต่เน้นการพัฒนาทักษะกีฬาเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมการพัฒนาองค์รวมของนักกีฬา ตั้งแต่ความพร้อมด้านต่างๆ ไปจนถึงการสร้างประสบการณ์ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันในระดับสากล ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการจัดการกีฬาสมัยใหม่ที่เน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนและครอบคลุมทุกมิติ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพลศึกษา. (2563). *แนวทางการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2565-2570)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กิตติพงษ์ เทพพานิช. (2563). การจัดการโครงการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาการแข่งขันกีฬานานาชาติในประเทศไทย. *วารสารการจัดการกีฬา*, 15(2), 78-95.
- เกษม นครเขตต์. (2564). การพัฒนาศักยภาพนักกีฬาเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 22(3), 45-58.
- จรรยา แก่นวงศ์คำ. (2564). *การบริหารโรงเรียนกีฬาด้านแบบสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยาพร ธรณินทร์. (2564). *การพัฒนาศักยภาพนักกีฬาเยาวชนไทย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จรินทร์ ธานีรัตน์. (2562). การปฏิรูประบบการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศของประเทศไทย. *วารสารการกีฬาแห่งประเทศไทย*, 12(4), 89-104.
- จตุพร ขวามะลี. (2565). แนวทางการส่งเสริมและการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศในสถาบันการศึกษา. *วารสารครุศาสตร์*, 49(1), 267-284.
- จารุวรรณ ไชโย. (2564). ผลของการออกกำลังกายต่อสุขภาพจิตของนักเรียน. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 8(2), 56-65.
- จิระประภา อัครบรร. (2564). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- เจริญ กระบวนรัตน์. (2561). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการฝึกซ้อมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ. *วารสารสมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย*, 5(1), 12-25.
- เจริญ กระบวนรัตน์. (2563). *หลักการและเทคนิคการฝึกกีฬาสสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เฉลิม ชัยชราภรณ์. (2563). *การจัดการศึกษาและการกีฬาในโรงเรียนกีฬา*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ชนกันต์ ราตรี. (2565). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการกีฬาของโรงเรียนกีฬา. *วารสารบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 19(36), 78-92.
- ชนินทร์ชัย อินทราภรณ์. (2564). *การบริหารจัดการกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยชัย โกมารทัต. (2563). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้เรียนในชั้นเรียนพลศึกษา. *วารสารการศึกษาพลศึกษา*, 12(1), 34-42.
- ชัยพงษ์ เกียรติสุรนนท์. (2562). การพัฒนาโมเดลการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศของโรงเรียนกีฬา. *วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา*, 11(2), 144-156.
- ชัยวัฒน์ สมบูรณ์นำเศรษฐ์. (2564). นวัตกรรมการบริหารจัดการทรัพยากรกีฬาในสถาบันการศึกษา. *วารสารบริหารการศึกษา*, 18(2), 124-138.
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2563). *ระบบงบประมาณและการจัดการทรัพยากรองค์กรสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ณรงค์ สักพันโรจน์. (2564). *การวางแผนการศึกษาและการจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: นีล.
- ดนัย ศิริมานิต. (2563). การพัฒนาทักษะกีฬาในศตวรรษที่ 21: แนวทางสู่ความเป็นเลิศระดับโลก. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬา*, 15(4), 89-103.
- ธูปนา บุญล้ำ. (2564). การบริหารการเงินและงบประมาณในสถาบันการศึกษาด้านการกีฬา. *วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ*, 12(2), 47-59.
- ทยา เจียรพัฒน์วิทย. (2563). การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬา. *วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา*, 12(3), 111-125.
- ทวีศักดิ์ วงศ์ศิริ. (2565). การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กรกีฬาแห่งอนาคต. *วารสารการบริหารจัดการ*, 26(3), 156-170.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2564). *องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธงชัย เจริญทรัพย์มณี. (2563). *เทคนิคการฝึกทักษะกีฬาระดับสูง*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2562). การบริหารจัดการกีฬาในโรงเรียนประถมศึกษา. *วารสารการบริหารการศึกษา*, 10(4), 78-85.
- ธีรพงษ์ คำพูน. (2564). การจัดการความรู้และนวัตกรรมในองค์กรกีฬา. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 44(171), 81-99.
- ธีรพงษ์ แก่นอินทร์. (2565). รูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา. *วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา*, 14(1), 25-37.
- ธีรวัฒน์ กล้าหาญ. (2562). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการกีฬา. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 20(3), 112-125.
- นงลักษณ์ ปรีชาดิเก. (2563). การพัฒนาระบบการประเมินผลนักเรียนโรงเรียนกีฬา. *วารสารครูศาสตร์*, 47(2), 134-148.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ. (2564). *การประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนกีฬา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการศึกษา.
- นันทาสรี สุขโต. (2564). *หลักการจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาวัน มุสิกสาร. (2563). *การบริหารจัดการกีฬาสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิติพล สุขสมบัติ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโรงเรียนกีฬา. *วารสารการจัดการการศึกษา*, 16(1), 67-81.
- นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร. (2562). *การพัฒนานักกีฬาเยาวชนสู่ความเป็นเลิศ*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประมวล ศิริพันธ์แก้ว. (2565). *การพัฒนาศักยภาพนักกีฬาสู่ความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประพันธ์ เกียรติเผ่า. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 13(2), 205-219.
- ประภาส โพธิ์ทองสุนันท์. (2563). การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬา. *วารสารบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 16(1), 86-97.
- ประสิทธิ์ พงษ์พานิช. (2564). *การบริหารจัดการกีฬาสู่ความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ประโยชน์ บุญสินสุข. (2564). *กลยุทธ์การพัฒนาทักษะเพื่อความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี คูเจริญไพศาล. (2564). *การบริหารการตลาดสำหรับองค์กรกีฬา*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ปรีชา กลิ่นรัตน์. (2563). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาครัฐ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไพบูลย์ ศรีชัยสวัสดิ์. (2562). *การจัดการแข่งขันกีฬา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพศาล เกียรติศักดิ์. (2564). *การบริหารจัดการโครงการกีฬาสัมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พลุ เดชะรินทร์. (2564). *การพัฒนาองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรายุ กาญจนวรากร. (2564). *การบริหารจัดการองค์กรกีฬาเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พรพิมล วรวิฑูรพงศ์. (2564). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศึกษาด้านการกีฬาในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 11(2), 226-237.
- พิชัย ผิวดราม. (2564). การพัฒนาโมเดลการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศของโรงเรียนกีฬาในประเทศไทย. *วารสารบริหารการศึกษา*, 18(1), 143-156.
- พิชิต ภูติจันทร์. (2562). *กีฬาศึกษา*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พิชิต เมืองนาโพธิ์. (2563). รูปแบบการพัฒนานักกีฬาเยาวชนสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 21(3), 76-89.
- พิชิต เมืองนาโพธิ์. (2564). *การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในสถาบันการศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ.
- พิชิต ฤทธิ์เจริญ. (2563). *ระเบียบวิธีการศึกษาทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เฮาส์ ออฟ คอร์มิสท์.
- พลรัตน์ วิไลรัตน์. (2563). *การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬาในกีฬาสูง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนตรี ฉัตรมงคล. (2564). การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 13(1), 122-135.
- ยงยุทธ ต้นสาลี. (2565). *การบริหารจัดการกีฬาสัมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ยงยุทธ ต้นสาลี. (2565). แนวทางการพัฒนาหลักสูตรพลศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารการศึกษาและการพัฒนา*, 11(1), 88-97.
- วรเดช จันทรศร. (2562). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- วรรณิ์ เดียววิเศษ. (2564). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬาสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา*, 15(2), 214-226.
- วัชรพงษ์ ปะติเส. (2563). พฤติกรรมการออกกำลังกายของนักเรียนมัธยมศึกษา. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬา*, 7(3), 102-110.
- วัฒนา สุทธิพันธ์. (2565). นวัตกรรมจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา*, 14(1), 1-15.
- วรศักดิ์ เพียรชอบ. (2561). *หลักและวิธีการสอนวิชาพลศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรศักดิ์ เพียรชอบ. (2563). *การพัฒนาหลักสูตรกีฬาในระบบการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรศักดิ์ เพียรชอบ. (2564). *มาตรฐานการจัดการศึกษาด้านกีฬาในสถาบันการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์ พานิช. (2563). *การเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- วิจิต คณิสฺสเกษม. (2563). *การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิจิต คณิสฺสเกษม. (2564). รูปแบบการพัฒนาการบริหารจัดการกีฬาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 22(2), 143-157.
- วิจิต อุ๋อ้น. (2564). *การศึกษาและพัฒนานโยบายการจัดการกีฬา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิเชียร บุญสุวรรณ. (2563). การส่งเสริมสุขภาพผ่านกิจกรรมพลศึกษา. *วารสารสุขภาพ*, 5(1), 22–30.
- วิเชียร วิทยอุดม. (2564). *การบริหารองค์การสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ธนัธการพิมพ์.
- วิริยา บุญชัย. (2564). การพัฒนานักกีฬาเยาวชนสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 23(3), 192–205.
- ศักดิ์ชัย ยงค์วัฒนา. (2565). ความท้าทายในการพัฒนาผู้ฝึกสอนกีฬาในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 47(1), 156–170.
- ศักดิ์ชาย ทัพสุวรรณ. (2564). *กลยุทธ์การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ.
- ศิลปชัย สุวรรณธาดา. (2563). *วิทยาศาสตร์การกีฬาสำหรับผู้ฝึกสอน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรัตน์ หิรัญรัตน์. (2565). *วิทยาศาสตร์การกีฬากับการพัฒนานักกีฬา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2563). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมคิด บางโม. (2562). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมคิด สอนศรี. (2561). *การบริหารจัดการกีฬาในสถาบันการศึกษา*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2564). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์. (2565). *วิทยาศาสตร์การกีฬากับการพัฒนานักกีฬา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2563). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ คชสิทธิ์. (2564). *การศึกษาและพัฒนากีฬา*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมบัติ อารังอญวงศ์. (2563). *นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพงษ์ ชูรัตน์. (2564). การพัฒนาระบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในสถาบันการศึกษา. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา*, 21(2), 146–159.
- สมพร แสงชัย. (2565). รูปแบบการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬาคิดิจิทัล. *วารสารบริหารการศึกษา*, 19(1), 43–56.
- สมหวัง โอซารส. (2565). *การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานวิจัยการพัฒนานักกีฬาสู่ความเป็นเลิศในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สมาคมวิทยาศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2565). *การพัฒนาหลักสูตรและการวัดผลประเมินผล*. มหาสารคาม: ประสานการพิมพ์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2562). *นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธยา สีละมอด. (2562). *หลักการฝึกกีฬาสำหรับผู้ฝึกสอนกีฬา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สามิตา สุนจนมณี. (2565). นวัตกรรมจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนกีฬา. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 38(1), 131–143.
- สุกัญญา พานิชเจริญนาม. (2564). บทบาทของครูพลศึกษาในการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย. *วารสารการพัฒนากีฬาการศึกษา*, 9(2), 40–49.
- สุทธิพงษ์ บุญเลิศ. (2562). แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการกีฬาสู่ความเป็นเลิศในสถาบันการศึกษา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 11(1), 179–192.
- สุปราณี ขวัญบุญจันทร์. (2563). *การพัฒนาสมรรถภาพทางกายสำหรับนักกีฬา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุพิตร สมาชิกโต. (2562). *การวิเคราะห์และพัฒนาเทคนิคการกีฬายุคสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนน อมรวิวัฒน์. (2563). *การพัฒนาการศึกษาไทยในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพงษ์ มาลี. (2563). *การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- สุรศักดิ์ แก้วเอี่ยม. (2565). การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศของโรงเรียนกีฬาในประเทศไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 23(1), 15-28.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2551). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ. (2564). *แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการกีฬาในโรงเรียนกีฬา*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (2558). *รายงานประเมินคุณภาพการศึกษาภายนอก*. กรุงเทพฯ: สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา.
- อภิวัชร สุวรรณรัตน์. (2563). การใช้เทคโนโลยีในการสอนพลศึกษา. *วารสารเทคโนโลยีการศึกษา*, 6(1), 15-24.
- อัจฉรา จันทรรณ. (2564). *การวางแผนกลยุทธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาภรณ์ ภูววิทยพันธ์. (2564). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- อุดม พิมพา. (2564). รูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ. *วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 12(1), 220-233.
- Cushion, C., & Jones, R. (2006). The impact of coaching on athlete performance. *International Journal of Sports Science*, 24(3), 123-135.
- Gilbert, W. D., & Trudel, P. (2004). Analysis of coaching science research published from 1970-2001. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 75(4), 388-399.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley & Sons.
- Hums, M. A., & MacLean, J. C. (2018). *Governance and policy in sport organizations* (4th ed.). London: Routledge.
- Institute of Physical Education. (2021). *The development of sports skills in schools* (p. 85). Bangkok: Education Publishing House.
- James, M., Walters, G., Hill, B., & Howland, M. (2020). Sport development policy and practice: A case study of paradigm shifts in adaptable leadership. *Journal of Sport Management*, 34(2), 147-160.
- Krabuannat, S. (2002). Physical education curriculum development in Thailand. *Journal of Educational Research*, 15(2), 45-53.
- Lara-Bercial, S., North, J., Hamalainen, K., Oltmanns, K., Minkhorst, J., & Petrovic, L. (2017). *European sport coaching framework*. Leeds: Leeds Beckett University.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Sotiriadou, P., & De Bosscher, V. (2018). Managing high-performance sport: Introduction to past, present and future considerations. *European Sport Management Quarterly*, 18(1), 1-7.
- Sukbamrungsil, T. (2020). Sport management practices in Southeast Asian countries. *Asian Journal of Sport Management*, 12(3), 78-92.
- Yingyuad, P. (2021). Contemporary approaches to physical education pedagogy. *International Review of Physical Education*, 28(4), 156-171.

การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ Local Government Policy Management for Improving the Quality of Life of the Elderly

อับดุลเลาะห์ เอกอักกราภิบาล¹ วิทยาธร ท่อแก้ว² และกานต์ บุญศิริ³

Abdolloh Ekakkaraphibal¹, Wittayatorn Tokaew² and Karn Boonsiri³

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹ Master of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

^{2,3} Lecturers in the Communication Arts Program, Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail: dol_3000@hotmail.com¹

Received: Mar. 25, 2025; Revised: Jun. 20, 2025; Accepted: Jun. 27, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มุ่งศึกษาและวิเคราะห์การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกรูปแบบ เป็นองค์กรภาครัฐที่มีความใกล้ชิดกับผู้สูงอายุมากที่สุด ปฏิบัติหน้าที่ภายใต้บทบาท อำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด รวมถึงดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลและประเด็นสำคัญ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถกำหนดนโยบายสาธารณะเพื่อพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทแต่ละพื้นที่ ได้ผลการศึกษาพบว่า การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีกระบวนการที่สำคัญตั้งแต่ 1) การกำหนดวาระ 2) การกำหนดนโยบาย 3) การตัดสินใจ 4) การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และ 5) การติดตามและประเมินผล และครอบคลุมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุ

คำสำคัญ: การบริหารนโยบาย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

Abstract

This academic article aims to study and analyze the policy management of local administrative organizations for the development of the quality of life of the elderly. This is because all forms of local administrative organizations are government organizations that are closer to the elderly in the area than other agencies and perform duties in accordance with the central government's policy to address the problems and needs of the elderly. The analysis results found that policy administration of local administrative organizations must have important processes from 1) agenda setting, 2) policy determination, 3) decision making, 4) policy implementation, and 5) monitoring and evaluation and covers the development of the quality of life of the elderly in 5 aspects: physical, mental, social relations, environment, and career promotion and income generation for the elderly.

Keywords: Policy management, Local government organizations, Quality of life for the elderly

บทนำ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ อปท. มีหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะให้กับประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง โดยดำเนินการและบริหารงานในระดับรองจากระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค อีกทั้งการบริหารงานท้องถิ่นเกิดจากการกระจายอำนาจของรัฐบาลเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นปกครองตนเองในรูปแบบของการปกครองท้องถิ่น (Local Government) ซึ่งรูปแบบการบริหารราชการระดับท้องถิ่นของไทยในปัจจุบันมีการจัดระเบียบราชการบริหารส่วนท้องถิ่นอยู่ 2 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบทั่วไป ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล และองค์การบริหารส่วนจังหวัด (2) รูปแบบพิเศษที่ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา โดยพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจ พ.ศ.2542 ได้มีการปฏิรูปเพื่อการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นเสริมสร้างศักยภาพของหน่วยงาน ทำให้บทบาทอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากขึ้น โดยเฉพาะงานที่ได้มีการถ่ายโอนจากหน่วยราชการส่วนภูมิภาค เช่น งานบริการการศึกษา งานบริการสาธารณสุข และงานทะเบียนต่าง ๆ นอกจากนี้การจัดบริการสาธารณะประเภทต่าง ๆ ในทางปฏิบัติตามมาตรา 16 และ 17 ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และ ฉบับแก้ไข พ.ศ.2549 (นภัทร ภักดีสรวิชญ์ และคณะ, 2564) อีกทั้งยังสามารถกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งต้องสอดคล้องกับบริบท วิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่นแต่ละแห่ง ซึ่งมีแนวทางดำเนินงานเช่นเดียวกับการบริหารงานตามภารกิจด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังสามารถดำเนินงานการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับกฎหมาย และแผนพัฒนามาระดับต่าง ๆ เช่น แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล แผนกระทรวง แผนกรม ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด ยุทธศาสตร์การพัฒนาอำเภอ และแผนพัฒนาอำเภอ ซึ่งในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามาระดับจังหวัดและอำเภอนั้น ทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเสมอ ซึ่งจะเห็นได้ว่าที่ผ่านมาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่งได้ดำเนินงานให้บริการแก่ผู้สูงอายุในหลายมิติ เช่น การส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ การคุ้มครองทางสังคม การสงเคราะห์เฉพาะหน้า (เช่น จ่ายเงินเบี้ยยังชีพเป็นรายเดือน) การจัดตั้งศูนย์บริการผู้สูงอายุลักษณะต่าง ๆ การจัดให้มีโรงเรียนผู้สูงอายุ การเยี่ยมผู้สูงอายุติดบ้านและติดเตียง การปรับปรุงที่อยู่อาศัย การทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ เฉพาะอย่างยิ่งด้านสุขภาพ และการสงเคราะห์ตามสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีพื้นฐานการให้บริการในชุมชนและครอบครัวเป็นหลัก รวมถึงการจัดบริการแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังต้องปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การเตรียมรับสังคมสูงวัย พระราชบัญญัติผู้สูงอายุแห่งชาติ พ.ศ. 2546 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ซึ่งเป็นกรอบในการจัดบริการและการปฏิบัติงานร่วมด้วย (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2560)

นอกจากนี้พบว่า เหตุผลที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้รับการคาดหวังให้เข้าไปมีบทบาทในการดูแลเกื้อหนุนผู้สูงอายุ เพราะ 1) ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ความต้องการการเกื้อกูล สนับสนุน เพิ่มสูงขึ้น 2) การสนับสนุนของครอบครัวไม่เพียงพอ เนื่องจากการเป็นครัวเรือนเดี่ยว การมีบุตรลดลง ผู้หญิงต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น การขยายตัวของเมือง วัฒนธรรมทัศนคติ ความรู้ใหม่ ๆ เปลี่ยนแปลง 3) เป็นภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 4) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ใกล้ชิดและรู้ความต้องการของผู้สูงอายุ และผู้บริหารท้องถิ่นมาจากการเลือกตั้งจะรู้ปัญหาและความต้องการของคนในท้องถิ่นได้ทั่วถึง และยังมีโอกาสที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาแก้ปัญหา (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2552)

จากประเด็นที่น่าสนใจข้างต้น ผู้เขียน จึงมีความสนใจนำเสนอบทความวิชาการที่เป็นการวิเคราะห์การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในฐานะที่เป็นองค์กรภาครัฐที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด รู้จัก เข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ รวมทั้งเป็นองค์กรที่สามารถกำหนดนโยบายในการบริหารการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ได้ตามบริบทของพื้นที่ภายใต้กฎหมายรัฐธรรมนูญและกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

นโยบายสาธารณะสู่การนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับพื้นที่

“นโยบายสาธารณะ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการบริหารประเทศ ส่วนใหญ่เกิดจากการกำหนดทิศทางพัฒนาประเทศของรัฐบาลในประเทศนั้น ๆ ซึ่งรู้จักกันในนามของนโยบายสาธารณะ โดยจะเข้าไปเกี่ยวข้อง

กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งในด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ ด้านความมั่นคง ด้านสาธารณสุข และด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่า นโยบายสาธารณะ ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าจะอยู่ภายใต้การปกครองรูปแบบใดย่อมจะต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับนโยบายสาธารณะที่กำหนดขึ้นโดยสถาบันทางการเมือง หรือหน่วยงานทางการบริหารของรัฐต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ในฐานะของผู้ที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายโดยตรงหรือทางอ้อม ก็จะอยู่ในฐานะผู้ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายสาธารณะที่ถูกกำหนดขึ้นทั้งสิ้น (พระครูปลัดสุวัฒนพรหมจริยคุณ (คำมา), 2566) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า นโยบายสาธารณะมีผลต่อการดำรงอยู่ของรัฐบาลอย่างสำคัญและมีความสำคัญต่อประชาชน เนื่องจากนโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตทางการเมือง เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน และประชาชนสามารถแสดงออกซึ่งความต้องการของตน ผ่านกลไกต่าง ๆ ทางการเมือง อาทิเช่น พรรคการเมือง กลุ่มอิทธิพลและผลประโยชน์ ระบบราชการ นักการเมือง ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ เป็นต้น ความต้องการ (Demands) และการสนับสนุน (Supports) ของประชาชนจะถูกนำเข้าระบบการเมือง (Political System) เมื่อนโยบายสาธารณะถูกนำไปปฏิบัติ และปรากฏผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์ที่พึงปรารถนาจะทำให้ได้รับความพอใจ และส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน (Feed Back) และจะทำให้ประชาชนเชื่อมั่นและศรัทธาต่อการบริหารงานของรัฐบาลมากขึ้น ในทางตรงข้าม หากผลลัพธ์และคุณภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่พึงปรารถนาของประชาชน จะส่งผลให้วิถีชีวิตของประชาชนตกต่ำ ปรากฏการณ์เช่นนี้ จะทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อรัฐบาล รัฐบาลจะต้องทำการปรับเปลี่ยนนโยบาย หรือปรับปรุงการนำนโยบายไปปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเรียกศรัทธาคืนจากประชาชน มิฉะนั้นประชาชนอาจไม่ให้การสนับสนุนรัฐบาลอีกต่อไป (Easton, 1965) ตลอดจนการดำเนินการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ผู้รับนโยบายระดับกลางและระดับล่าง โดยทั่วไปจะทำหน้าที่ 2 ส่วน ได้แก่ 1) นำนโยบายมาจัดทำเป็นแผนสำหรับหน่วยงานของตนเองเป็นผู้ปฏิบัติ และ 2) กำหนดนโยบายหรือแผนให้หน่วยงานระดับล่างลงไปปฏิบัติ ส่วนผู้ปฏิบัติระดับล่างจะทำหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้ง 2 อย่าง ดังนั้น ผู้รับมอบนโยบายจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและแผน และสามารถแปลความหมายของนโยบายแล้วเชื่อมโยงมาสู่การทำแผนให้ได้ ส่วนการแปลงนโยบายสาธารณะลงไปสู่การปฏิบัติ อาจจะมีการกำหนดนโยบายย่อย หรือนโยบายรองให้หน่วยงานระดับล่างรับไปดำเนินการ แต่ในท้ายที่สุดจำเป็นต้องมีแผนเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติ

สถานการณ์ผู้สูงอายุไทยในปัจจุบัน

ประเทศไทย ก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aging Society) มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 เพราะมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และต่อมาในปี พ.ศ. 2564 เข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ” (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และมีแนวโน้มว่าจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้นทุกปี จึงทำให้เกิดการคาดการณ์ว่าจะขยับเป็นสังคมสูงอายุแบบสุดยอด (Super Aged Society) ซึ่งมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 30 ใน พ.ศ.2576 โดยกรมกิจการผู้สูงอายุ ได้กำหนดนิยาม “ผู้สูงอายุ” ดังปรากฏในพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ว่าหมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย แต่ภายหลังนักวิชาการเสนอปรับนิยามผู้สูงอายุจาก 60 เป็น 65 ปี ด้วยความก้าวหน้าทางการแพทย์และอายุขัยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับเกณฑ์การวัดกลุ่มผู้สูงอายุเช่นเดียวกับอีกหลายประเทศทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา และอังกฤษ ต่างพากันกำหนดกลุ่มอายุผู้สูงอายุไว้ที่ 65 ปีขึ้นไป ทั้งนี้กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้เปิดเผยสถิติจำนวนผู้สูงอายุ พ.ศ. 2567 พบว่า จำนวนประชากรทั้งหมด 65,982,984 คน มีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 13,450,391 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 แยกเป็นกลุ่มผู้สูงอายุชาย จำนวน 5,948,010 คน คิดเป็นร้อยละ 44.22 และ กลุ่มผู้สูงอายุหญิง จำนวน 7,502,381 คน คิดเป็นร้อยละ 55.78 นอกจากนี้ ยังพบว่า ภาคกลางมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด คือ มีจำนวน 4,784,026 คน โดยจังหวัดที่พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,271,758 คน รองลงมาคือ นนทบุรี 290,488 คน และ ชลบุรี 262,299 คน ตามลำดับ รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 4,229,460 คน ภาคเหนือ 2,778,668 คน และภาคใต้ 1,658,237 คน เพิ่มขึ้นจากสถิติเดิมในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 ที่พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุทั่วประเทศจำนวน 13,064,929 คน คิดเป็นร้อยละ 20.08 ของประชากรรวมทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นมาเกือบ 4 แสนคน สวนทางกับอัตราการเกิดที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2567)

เมื่อศึกษาสภาพปัญหาของสังคมผู้สูงอายุไทย พบว่า ปัญหาในผู้สูงอายุประกอบด้วย 4 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งหมายถึงต้องดูแลสุขภาพกายและใจของผู้สูงอายุไปพร้อม ๆ กับสร้างงาน สร้างรายได้ เพื่อให้ผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองได้ แล้วค่อยปรับบ้านให้ปลอดภัยกับผู้สูงอายุ ปัญหาของผู้สูงอายุเป็นเรื่องซับซ้อน ต้องมีหลายหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้อง ต้องบูรณาการทำงานร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และครอบครัว เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการช่วยกันแก้ไขปัญหาลุล่วงไปได้ด้วยดี การจะสร้างแรงจูงใจให้หน่วยงานต่าง ๆ ร่วมมือพัฒนาพื้นที่ของผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องนั้น รัฐต้องเปลี่ยนบทบาทจากการส่งเสริมให้เป็นการพัฒนาต้องมุ่งส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ครอบครัว เป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุในชุมชน นำเบี้ยยังชีพมาช่วยสร้างงาน หนุนส่งเสริมการสูงวัยในถิ่นเดิม (Aging in Place) ทั้งในระดับการอยู่อาศัยในบ้านหลังเดิมและในชุมชน เครือญาติเดิม พัฒนาระบบการดูแลที่บ้านในชุมชน (Home & Community Healthcare) ดูแลทั้งสุขภาพอนามัย ชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อม รวมทั้งส่งเสริมให้เอกชนผลิตสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้มาตรการการส่งเสริมการลงทุน การลดภาษี ส่งเสริมให้ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ สามารถจัดซื้อและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ สามารถนำมรดกหย่อนภาษีได้ รวมถึงส่งเสริมให้เอกชนพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มีความต้องการเฉพาะหรือกลุ่มที่มีความจำเป็นจริง ๆ (ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 2565)

ดังนั้นจะเห็นว่า สถานการณ์ผู้สูงอายุของไทยยังคงมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้สูงอายุมียายุยืนยาวขึ้นเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ จึงเป็นหน้าที่ของทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นรัฐ เอกชน หรือภาคประชาชน ต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนาคุณภาพผู้สูงอายุ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับงานด้านผู้สูงอายุ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ถือว่าเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชน รับรู้ และมีความเข้าใจความต้องการของคนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริหารมาจากการเลือกตั้งของคนในพื้นที่ จึงทำให้รับรู้ปัญหาและความต้องการของคนในท้องถิ่นได้ทั่วถึง โดยการเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้เข้ามา มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาในระดับพื้นที่ โดยในปี 2567 ประเทศไทยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 7,850 แห่ง แบ่งเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 76 แห่ง เทศบาล จำนวน 2,472 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล มากกว่า 5,300 แห่ง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา (สถาบันพระปกเกล้า, 2567)

ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ได้ระบุว่า “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” หมายถึง องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น มีกฎหมายจัดตั้ง และมีอำนาจหน้าที่เรื่องผู้สูงอายุ กำหนดไว้แตกต่างกันไปในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละประเภท ดังเช่น พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 ไม่ได้มีการระบุอำนาจหน้าที่งานด้านผู้สูงอายุไว้อย่างชัดเจน ส่วนพระราชบัญญัติเทศบาลได้ระบุไว้ในส่วนที่ 3 ว่าด้วยเรื่องหน้าที่ของเทศบาล ในส่วนของเทศบาลตำบล มาตรา 50 ระบุว่า เทศบาลตำบลมีอำนาจหน้าที่ “ส่งเสริม เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ” ในขณะที่เทศบาลเมืองในมาตรา 53 และ เทศบาลนคร ในมาตรา 56 ไม่ได้ระบุอำนาจหน้าที่ด้านผู้สูงอายุอย่างชัดเจน ส่วนองค์การบริหารส่วนตำบล ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ได้ระบุไว้ในมาตรา 67 (6) ว่ามีหน้าที่ “ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ” เช่นเดียวกับเทศบาลตำบล (ฉัตรสุนัน พฤตวิญญู, 2558)

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ซึ่งวางกรอบการกระจายอำนาจหน้าที่ของการปกครองส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่จะกระจายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะพบว่างานด้านผู้สูงอายุ ได้กำหนดไว้ในหมวดที่ 2 การกำหนดอำนาจหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะ ดังปรากฏในมาตรา 16 ระบุอำนาจหน้าที่ของเทศบาล เมืองพัทยา องค์การบริหารส่วนตำบล มาตรา 17 ระบุอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด และ มาตรา 18 ระบุอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทุกรูปแบบมีอำนาจหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะ จำนวน 31 ข้อ โดยมีเพียงข้อเดียวที่ระบุถึงงานด้านผู้สูงอายุโดยตรง คือ ข้อที่ 10 ว่าด้วย “การสังคมสงเคราะห์ การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็ก สตรี คนชรา

และผู้ด้อยโอกาส” หลังการออกพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนฯ ในปี พ.ศ. 2542 ปี พ.ศ. 2543 มีการประกาศ “แผนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2543” ระบุภารกิจ ที่ต้องถ่ายโอนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นที่ 2) ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต 3) ด้านการจัดระเบียบชุมชน 4) ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม 5) ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว และ 6) ด้านศิลปะ วัฒนธรรมจารีตประเพณี และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น (วรรณวนิช สุว้างแจ้ง, 2562)

ต่อมาได้มีการประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง “การกำหนดหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริมและสนับสนุนผู้สูงอายุด้านต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2561” ในวันที่ 6 มิถุนายน 2561 และประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่อง “การกำหนดหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริม และสนับสนุนผู้สูงอายุด้านต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2546 (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2561” ในวันที่ 2 สิงหาคม 2562 ได้กำหนดบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนงานด้านผู้สูงอายุ จำนวน 21 ด้าน พร้อมกับระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนผู้สูงอายุใน 7 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 4 ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต

ด้านที่ 5 การประกอบอาชีพที่เหมาะสม

ด้านที่ 6 การพัฒนาตนเองและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม การรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่ายหรือชุมชน

ด้านที่ 11 การยกเว้นค่าเข้าชมสถานที่ของรัฐ

ด้านที่ 12 การช่วยเหลือผู้สูงอายุซึ่งได้รับอันตรายจากการถูกละเมิดหรือถูกแสวงผลประโยชน์โดยมิชอบด้วยกฎหมายหรือถูกทอดทิ้ง

ด้านที่ 16 การจ่ายเงินเบี้ยยังชีพเป็นรายเดือนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

ด้านที่ 21 การได้รับการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง

นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังมีภาคีเครือข่ายในการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุในท้องถิ่น เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) โรงพยาบาลชุมชน กองทุนสุขภาพตำบล กองทุนสวัสดิการชุมชน ชมรมผู้สูงอายุ ศาสนสถาน โรงเรียนผู้สูงอายุ โรงเรียนระดับต่าง ๆ ศูนย์พัฒนาครอบครัวในชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รวมถึงองค์กรภาครัฐต่าง ๆ เช่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จะเห็นได้ว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ถูกคาดหวังให้เข้าไปมีบทบาทในการดูแลเกื้อหนุนผู้สูงอายุ เมื่อสัดส่วนประชากรสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน ผู้สูงอายุกลับไม่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวอย่างเพียงพอ เมื่อโครงสร้างครัวเรือนเปลี่ยนไป กลายเป็นครัวเรือนที่ผู้สูงอายุอยู่ลำพังหรืออยู่อาศัยกับคู่สมรสมากขึ้น การขยายตัวของเมือง รวมถึงทัศนคติและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้หน้าที่หลักในการดูแลผู้สูงอายุที่สังคมไทยเคยคาดหวังให้เป็นหน้าที่ของลูกหลาน มีแนวโน้มที่จะลดลงต้องปรับเปลี่ยนไปตามนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมากมาย ดังนั้น การดำเนินงานด้านผู้สูงอายุ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงเป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายให้ภารกิจในการจัดบริการและดูแลผู้สูงอายุ (ศุทธิดา ขวณวัน และคณะ, 2567)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

องค์การอนามัยโลก ได้แบ่งองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตไว้ 6 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านระดับความเป็นอิสระของบุคคล ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความเชื่อส่วนบุคคล ต่อมาในปี ค.ศ.1995 ที่พัฒนาคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลก ได้จัดองค์ประกอบใหม่ โดยรวมองค์ประกอบบางด้านเข้าด้วยกัน คือ ด้านร่างกายกับด้านความเป็นอิสระของบุคคล และด้านจิตใจกับด้านความเชื่อส่วนบุคคล จึงเหลือเพียง 4 ด้าน ดังนี้ (ชุมพร ฉ่ำแสง และคณะ, 2555)

1. ด้านร่างกาย (physical) คือ การรับรู้สภาพทางด้านร่างกายของบุคคลซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน ได้แก่

1) การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย ความรู้สึกสุขสบาย ไม่มีความเจ็บปวด การรับรู้ถึงความสามารถที่จะ

จัดการกับความเจ็บปวดทางด้านร่างกาย 2) การรักษาทางการแพทย์ 3) การรับรู้ผลกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวัน การพักผ่อนนอนหลับ การปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน และการทำงาน

2. ด้านจิตใจ (psychological) คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง ได้แก่ 1) การรับรู้ความรู้สึกทางบวก ที่บุคคลมีต่อตนเอง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง ความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง 2) การรับรู้ความคิด ความจำ สมาธิ การตัดสินใจ ความสามารถจัดการกับความเศร้า และความกังวล และ 3) การรับรู้ถึงความเชื่อด้านจิตวิญญาณ ศาสนา การให้ความหมายของชีวิต และความเชื่ออื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำรงชีวิตและการเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (social relationship) ได้แก่ 1) การรับรู้ด้านความสัมพันธ์ ของตนเอง กับบุคคลอื่น 2) การรับรู้ถึงการได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม การรับรู้ว่าตนได้ เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือ บุคคลอื่นในสังคมด้วย และ 3) การรับรู้เรื่องอารมณ์ทางเพศหรือการมีเพศสัมพันธ์

4. ด้านสิ่งแวดล้อม (environment) คือ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต ได้แก่ 1) การรับรู้ว่าตนมีชีวิตอยู่อย่างอิสระ ไม่ถูกกักขัง มีความปลอดภัย และมั่นคงในชีวิต 2) การรับรู้ว่า ได้อยู่ในสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพที่ดี การคมนาคมสะดวก มีแหล่งประโยชน์ทางการเงิน มีสถานบริการ สุขภาพ มีสถานบริการสังคม และ 3) การรับรู้ว่าตนได้รับข่าวสาร ได้มีกิจกรรมสันทนาการ และมีกิจกรรมในเวลาว่าง

ในขณะที่การศึกษาของ วัชรภรณ์ จันทนกุล (2560), สุปรียา นุ่นเกลี้ยง และ ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ (2562), สุพล ศิริ, บุญทัน ดอกโธสง และ พิเชฐ ทั้งโต (2567) รวมถึงคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) พบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านร่างกาย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดี โดยการประชุม ร่วมกันระหว่างหน่วยงาน องค์การภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล (รพ.สต.) และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการกำหนดกิจกรรมหรือเป้าหมายในแต่ละเดือน โดยการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้สูงอายุโดยตรง เพื่อนำมากำหนดแผนงานหรือกิจกรรมในแต่ละเดือน สำหรับการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตด้านร่างกาย มีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อช่วยส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันการเจ็บป่วย และดูแล ตนเองเบื้องต้น เช่น จัดให้มีสถานที่ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย เช่น เดินแอโรบิค การรำไม้พลอง การประสานงานผู้มีความรู้ เช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่ จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล พยาบาล แพทย์ ฯลฯ บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ การดูแลตนเอง การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีสถานที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงอายุ การให้ความรู้ด้านอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การฝึกอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุตามความถนัด ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผู้สูงอายุทำขึ้นมานั้นสามารถขายให้แก่ผู้ศึกษาดูงานของชมรมผู้สูงอายุ เช่น งานจักสาน ขนม เป็นของ ฝากที่เกิดจากฝีมือผู้สูงอายุ สร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ นำไปใช้ในชีวิตและครอบครัว รวมถึงส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้เวลาว่าง ให้เกิดประโยชน์ การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีงานทำ มีรายได้ โดยให้ผู้สูงอายุเข้าร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้น มีคุณภาพชีวิตดีขึ้นจากการได้ร่วมทำงานกันของผู้สูงอายุในกลุ่ม การอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ การส่งเสริมให้ ผู้สูงอายุได้รับสวัสดิการด้านรายได้พื้นฐานที่รัฐจัดให้ เช่น เงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ มีความสามารถในการใช้จ่ายในการซื้อ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค หรือสิ่งจำเป็นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

2. ด้านจิตใจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมาร่วมออกความเห็น ทั้งนี้เนื่องจากต้องการให้ การกำหนดกิจกรรมหรือโครงการที่จะเกิดขึ้นตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุ ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และให้คนในสังคมและชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุ การให้ความสำคัญกับความสามารถของผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ ของผู้สูงอายุผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน และนำไปสู่การสร้างเสริมความภูมิใจในตนเอง การสนับสนุนผู้สูงอายุที่มีศักยภาพให้ ได้รับโอกาส ทำให้ผู้สูงอายุในชุมชนเกิดความตื่นตัวที่จะมาร่วมกิจกรรม ด้วยเหตุผลที่ผู้สูงอายุต้องการมีบทบาททางสังคม เป็นการสร้างคุณค่าให้กับตนเอง เกิดความสุขทางจิตใจที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้สูงอายุจากชุมชน ส่งผลให้ผู้สูงอายุ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การนำปราชญ์ชาวบ้านมาสอนอาชีพต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุ และยังเป็น การส่งเสริมผู้สูงอายุที่ยังมีศักยภาพในด้านความรู้ การทำงานด้านต่าง ๆ เช่น การสอนทำเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน

เครื่องจักรสานที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนั้นผู้สูงอายุที่ได้รับการฝึกยังสามารถไปถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับคนในชุมชนทุกช่วงวัย เป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้อยู่ในชุมชน

3. ด้านความสัมพันธ์ทางด้านสังคม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีสถานที่ทำกิจกรรมกลุ่ม มีการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม การบูรณาการหน่วยงานอื่น ๆ มาร่วมกับชมรมผู้สูงอายุในการจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุกับคนในชุมชน เช่น สาธารณสุขอำเภอ พัฒนาชุมชน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล ผู้นำท้องที่ อสม. การดำเนินการระดมความคิดจากทุกหน่วยงาน ผ่านการประชุมในแต่ละเดือน โดยการประชุมแต่ละครั้งจะต้องมีตัวแทนผู้สูงอายุมาร่วมออกความเห็น ทั้งนี้เนื่องจากต้องการให้การกำหนดกิจกรรมหรือโครงการที่จะเกิดขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และให้คนในสังคมและชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุ

4. ด้านสิ่งแวดล้อม การดูแลเรื่องสภาพแวดล้อมที่ผู้สูงอายุอยู่อาศัย เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้สูงอายุ มีสุขภาพกาย สุขภาพใจที่ดี และปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีการดำเนินกิจกรรมเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล ชมรมผู้สูงอายุ อสม. เพื่อร่วมกันดูแลสภาพความเป็นอยู่ ที่อยู่อาศัย ที่ถูกสุขลักษณะและเหมาะสมกับผู้สูงอายุ

5. ด้านการส่งเสริมอาชีพและการสร้างรายได้ เป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มคุณภาพชีวิตและส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม มีหลายช่องทางที่สามารถใช้ในการส่งเสริมอาชีพของผู้สูงอายุ เช่น การสนับสนุนการทำงานที่ยืดหยุ่น, การฝึกอบรมทักษะใหม่ และการสร้างเครือข่าย เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจของผู้สูงอายุ ซึ่งการส่งเสริมการทำงานผู้สูงอายุควรมีความยืดหยุ่น ยืดหลักความสมัครใจ โดยมีมาตรการจูงใจและลดอุปสรรคต่อการจ้าง รวมทั้งการสนับสนุนทั้งด้านกฎระเบียบ กลไกจัดการ ตลอดจนนโยบายบำนาญบำนาญ และการออมที่ส่งเสริมการทำงานของผู้สูงอายุ

แต่ในขณะเดียวกับการดำเนินการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ พบกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ ดังเช่น การศึกษาของ วรณลักษณ์ เมียนเกิด และศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2557) อธิบายว่า การดำเนินการจัดบริการดูแลผู้สูงอายุขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น การยึดติดกับแนวคิดดั้งเดิมในการปฏิบัติงานของบุคลากร คือ การบรรเทาปัญหา หรือการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความคุ้นเคยในการรับบริการจากภาครัฐมาตลอด การขาดพื้นที่แสดงความคิดเห็น และประเด็นสำคัญ คือ การขาดความเข้าใจที่แท้จริงในปรัชญาพื้นฐานของการจัดบริการต่าง ๆ เป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งต่อการสร้างต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของการดูแลทางสังคม เนื่องจากปรัชญาพื้นฐานเป็นความเข้าใจข้างต้น อันเป็นพื้นฐานที่ถูกต้องของเรื่องนั้น ๆ เป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างสิ่งที่มนุษย์เข้าใจสู่การปฏิบัติเกิดจากการสังสมประสบการณ์ความรู้ต่าง ๆ ที่รวบรวมแนวทาง วิธีการ และรูปแบบของการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไว้อย่างหลากหลาย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนและอย่างถ่องแท้ ดังนั้น การเสริมสร้างความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานและประชาชนต่อปรัชญาพื้นฐานของการบริการจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดบริการทางสังคมหรือการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้สูงอายุ

การบริหารนโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิตขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ

นโยบายสาธารณะท้องถิ่น มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นการบริหารนโยบายสาธารณะท้องถิ่น ควรคำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นหลัก เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกระจายอำนาจ ลดการผลิตนโยบายซ้ำที่ท้องถิ่นไม่ต้องการ ในขณะที่ราชการส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมีความเกี่ยวข้อง กับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นโดยตรง (กระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น) ต้องมีบทบาทในการสนับสนุนภารกิจขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ปราศจากการบังคับบัญชาหรือสั่งการตามแนวนโยบายที่ไม่มีกฎหมายรองรับเพื่อตอบสนองภารกิจของรัฐ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทเพื่อที่จะสะท้อนปัญหาไปสู่การแก้ไข ผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต้องส่งเสริมโดยการสร้างรูปแบบกลไกการเข้าถึงการบริหารนโยบาย เพิ่มบทบาทหน้าที่ในการร่วมประเมินผลตรวจสอบนโยบายท้องถิ่น และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การดำเนินนโยบายต่าง ๆ ทางการสื่อสารออนไลน์เพื่อความสะดวกและหลากหลายในการติดตามความก้าวหน้าของนโยบายสาธารณะท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี, 2565) ซึ่งการบริหารนโยบายนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยมีกระบวนการที่สำคัญ 5 ขั้นตอน

คือ 1) การกำหนดวาระ (Agenda Setting) อปท. ต้องมีการการระบุปัญหาหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในทุกมิติและจัดเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา 2) การกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) อปท. ต้องมีการพัฒนาและร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเพื่อแก้ไขปัญหา รวมทั้งมีการจัดทำทางเลือกต่าง ๆ เพื่อให้มีประเมนทางเลือกต่าง ๆ และการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด 3) การตัดสินใจ (Policy Adoption) อปท. ต้องมีการตัดสินใจ เพื่อเลือกทางเลือกที่ดี ที่เหมาะสมที่สุด และสอดคล้องกับบริบทของผู้สูงอายุในพื้นที่ของตน เพื่อให้การแก้ปัญหาที่ตรงความต้องการมากที่สุด 4) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) อปท. ต้องกำหนดบทบาทให้บุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องหลักและร่วมกับการนำนโยบายที่กำหนดขึ้นไปสู่การปฏิบัติจริงตามขั้นตอนและถูกต้องตามระเบียบของหน่วยงาน และ 5) การประเมินนโยบาย (Policy Evaluation) อปท. จะต้องจัดให้มีการประเมินผลของการดำเนินงานตามนโยบาย โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ เพื่อจะได้ทราบผลการดำเนินงาน และ ได้รับทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานอันจะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขนโยบายให้เหมาะสมต่อไป ซึ่งหาก อปท. สามารถดำเนินการได้ตามกระบวนการของนโยบายสาธารณะอย่างเป็นระบบ ย่อมทำให้การบริหารนโยบายมีประสิทธิภาพ และ ทำให้การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้นอย่างแน่นอน

ในขณะที่ ภัททวิ ศิริรัตน์ และคณะ (2566) ได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ว่าควรมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน (P: Public Participation) คือ เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การทำประชาคมเพื่อเสนอแนวคิด ร่วมวางแผนร่วมกำหนดกิจกรรม และร่วมดำเนินกิจกรรม เพื่อให้ได้โครงการที่เกิดประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ
2. ความร่วมมือกันทำงาน (W: Working Together) คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการเสริมสร้างระบบการดูแลสุขภาพเพื่อรองรับผู้สูงอายุแบบ บูรณาการ และจัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังผู้สูงอายุ เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพกาย จิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม และสภาพแวดล้อม
3. การวางแผน (P: Planning) คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย นโยบาย และยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เตรียมความพร้อมในการจัดการระบบดูแลหรือจัดตั้งระบบเฝ้าระวังเฝ้าระวัง และดูแลผู้สูงอายุในชุมชน
4. การติดตามและประเมินผล (M: Monitoring and Evaluation) คือ การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ การพัฒนาตำบลด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ให้ความสำคัญในการบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย พร้อมทั้งมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อนำผลการประเมินไปปรับปรุงและรายงานผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ
5. งบประมาณ (B: Budget) คือ การจัดสรรงบประมาณที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาตำบล และโครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกำหนดโครงการและจัดสรรงบประมาณที่นอกเหนือจากโครงการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในปัจจุบัน

องค์ความรู้ใหม่

การจากการศึกษาและวิเคราะห์การบริหารนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ นั้นจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องกำหนดนโยบายตามบทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่ซึ่งมีความแตกต่างตามบริบท ในขณะเดียวกันยังต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นจะต้องมีการกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นภาพภาพองค์ความรู้ใหม่ได้ดังนี้



รูปที่ 1 นโยบายตามบทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สรุป

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกรูปแบบ เป็นองค์กรภาครัฐที่มีอยู่ใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่มากที่สุด รู้ปัญหาและความต้องการของประชาชนเป็นอย่างดี มีอำนาจ หน้าที่ตามกฎหมายที่กำหนดให้มีบทบาทสำคัญในการดูแลผู้สูงอายุ หรือการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุตามบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกันไป โดยครอบคลุมการพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้ง 5 ด้านคือ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ โดยแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้กำหนดเป็นนโยบายสาธารณะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม และการบริหารนโยบายให้มีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม มีความร่วมมือกันทำงานไม่ใช่งานของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง มีการวางแผนทั้งระยะสั้น กลาง และยาว ให้กระบวนการติดตามและประเมินผลอย่างชัดเจน และสิ่งสำคัญคืองบประมาณ ที่จะต้องจัดสรรให้เพียงพอและใช้ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2567). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย. สืบค้นจาก https://www.dop.go.th/th/statistics_page?cat=1&id=2555.
- ฉัตรสุมน วฤตนิญโญ. (2558). กฎหมายสำหรับการบริหารงานสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: คณะ สาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชุมพร ฉ่ำแสง และ คณะ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของบุคลากรฝ่ายการพยาบาลศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดนครนายก. นครนายก: คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ณัทกวี ศิริรัตน์ และคณะ. (2566). รูปแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(1), 325-343.
- ไทรรัตน์ จารุทัศน์. (2565). *เมื่อน้ำอยู่ ผู้สูงวัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาฯ.
- นภัทร ภัคดีสรวิชัย และคณะ. (2564). การมีส่วนร่วมขององค์กรภาครัฐกับภาคประชาชนในการ พัฒนาการบริการ สาธารณะด้านบำบัดฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 371-383.
- พระครูปลัดสุวัฒนพรหมจริยคุณ (คำมา). (2566). รูปแบบการพัฒนาความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. *วารสารสหศาสตร์การพัฒนาลังคม*, 1(1), 1-20.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2552). *ระบบการดูแลระยะยาวและกำลังคนในการดูแลผู้สูงอายุ: ทิศทางประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- วรรณลักษณ์ เมียนเกิด และ ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2557). *การปฏิบัติการดูแล และคุณค่าทางจริยธรรมในการดูแลผู้สูงอายุของผู้ดูแลตำบลบางสีทอง จังหวัดนนทบุรี*. (ปริญญานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วรรณวนิช สว่างแจ้ง. (2562). *การศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดทำเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญ*. (รายงานวิชาการ). สถาบันพระปกเกล้า, กรุงเทพฯ.
- วัชรารณ จันทนกุล. (2560). บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8(1), 447-459.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2560). *บริการท้องถิ่นเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีสำหรับผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย พระปกเกล้า.
- ศุทธิดา ขวนวัน, กาญจนา เทียนลาย, วิภาพร จารุเรืองไพศาล, นนทวัชร แสงลออ, สุรีย์พร พันพิ่ง และ ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2567). *การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุอย่างรอบด้านโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ต้นแบบ*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2567). *องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.kpi-corner.com/content/8073/local0001>
- สุปรีญา นุ่นเกลี้ยง และศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์. (2562). *ศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ : ศึกษากรณี เทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา*. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ยะลา.
- สุพล ศิริ, บุญทัน ดอกไธสง และ พิเชฐ ทังโต (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหาร*, 7(1), 138-149.
- เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี. (2565). การบริหารนโยบายสาธารณะท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสระแก้ว. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 15(1), 37-52.
- Easton, D. (1965). *A Systems Analysis of Political Life*. New York: John Wiley.

1. การส่งบทความ

ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ word) ผ่านระบบที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/RCIM>

2. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ

การชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความในวารสาร ผู้ส่งบทความจะชำระเมื่อผู้ส่งบทความดำเนินการปรับบทความตามรูปแบบของวารสารเบื้องต้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และทางบรรณาธิการแจ้งให้ผู้ส่งบทความชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ

บทความภาษาไทย 4,500 บาท (สี่พันห้าร้อยบาทถ้วน)

บทความภาษาอังกฤษ 6,500 บาท (หกพันห้าร้อยบาทถ้วน)

โดยโอนเงินผ่านชื่อบัญชี วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ธนาคารกรุงไทย สาขาสาลายา เลขบัญชี 459-0-85874-6 ประเภทบัญชี ออมทรัพย์ นำส่งสลิปผ่านระบบในส่วนเดียวกับที่ส่งบทความ

3. หลักเกณฑ์การประเมินบทความเพื่อตอบรับการตีพิมพ์

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้า “ไม่ผ่าน” จะแจ้งกลับเพื่อแก้ไข ถ้า “ผ่าน” และ “ชำระค่าธรรมเนียม” เรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะส่งบทความจะเข้าสู่การพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewer) ในสาขาที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้สนับสนุนบทความนั้น (Double-blind peer review) ทั้งนี้ เพื่อให้บทความมีคุณภาพ และได้มาตรฐานทางวิชาการ บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ใน “วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ” จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น เมื่อผลการประเมิน ผ่าน หรือ ไม่ผ่าน หรือ มีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ

เมื่อบทความฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์ ผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความจากวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

หมายเหตุ วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

4. จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด ดังนี้

บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์

2. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด

3. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ประเมิน ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

4. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ประเมินและผู้เขียน

5. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ของผู้พิมพ์

1. บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น

2. ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น

3. หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ ทดลองประกอบไปด้วยทุกครั้ง

4. ผู้เขียนต้องยินยอมโอนลิขสิทธิ์ให้แก่วารสารก่อนการตีพิมพ์ และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่น ๆ หลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการแล้ว

5. ชื่อผู้เขียนที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน การพิจารณาคุณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

2. ผู้ประเมินต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง

3. ผู้ประเมินต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

4. หากผู้ประเมินตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่น ๆ ผู้ประเมินต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

5. ผู้ประเมินต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

รูปแบบการจัดบทความวิจัย

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาลัย
นวัตกรรมการจัดการ

1. บทความวิจัย

ก. ส่วนปก ประกอบด้วย

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นกะทัดรัด ชี้ถึงเป้าหมายหลักของการวิจัย
2. ชื่อผู้เขียนทุกท่าน (Authors) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล โดยไม่ต้องมีคำนำหน้านาม
3. ที่อยู่สำหรับการติดต่อ E-mail
4. ตัวเลขยก ให้เขียนไว้บนนามสกุลเพื่อระบุว่าเป็นที่อยู่ของผู้เขียนท่านใด
5. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา
6. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความที่สามารถนำไปใช้สืบค้นในระบบฐานข้อมูล (Keyword หากมีมากกว่า 1 คำ ให้เขียน Keywords)

ข. ส่วนเนื้อหา ประกอบด้วย

1. บทนำ (Introduction) เป็นส่วนของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย พร้อมวัตถุประสงค์และการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Purpose or Objective) การกำหนดคำตอบที่คาดว่าจะได้รับ ผู้วิจัยจึงต้องเขียนวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจง ไม่คลุมเครือ และสมเหตุสมผล
3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การเขียนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นส่วนที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าจากทฤษฎี บทความทางวิชาการ ข้อเท็จจริง และผลงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) เป็นการสรุปความคิดของผู้ทำวิจัย ได้แก่ สิ่งที่ผู้วิจัย ต้องการศึกษามีรูปแบบและทิศทางใด มีประเด็นใดบ้างที่ต้องการทำวิจัย และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ
5. วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือใดบ้างมาใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้
6. ผลการวิจัย (Results) การเขียนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย การตอบตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้มีการตั้งวัตถุประสงค์ไว้
7. สรุปและอภิปรายผล (Conclusion) เขียนตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย โดยสรุปสาระสำคัญส่วนของเนื้อหาโดยเขียนให้กระชับ
8. ข้อเสนอแนะ (Recommendation) ควรเขียนเป็นข้อๆ ระบุผู้ที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ และสิ่งที่จะเสนอแนะต้องมาจากผลการวิจัยเท่านั้น ควรเขียนเป็นประเด็นที่น่าสนใจและไม่ได้ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

9. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements) กล่าวถึง บุคคลหรือหน่วยงานที่ช่วยเหลืองานวิจัย (อาจมีหรือไม่ก็ได้)

10. เอกสารอ้างอิง (References) ต้องใช้ตามแบบที่วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการกำหนดอย่างเคร่งครัด และเขียนเอกสารอ้างอิง เฉพาะเอกสารที่นำมาอ้างอิงในเนื้อหาเท่านั้น

■ รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าหน้ากระดาษ

- ระยะขอบ ขอบบน (Top Margin) และขอบล่าง (Bottom Margin) 1.2 นิ้ว
ขอบซ้าย (Left Margin) 1.3 นิ้ว และขอบขวา (Right Margin) 1.0 นิ้ว
- กระดาษ ขนาดกระดาษ A4

รูปแบบตัวอักษร

แบบตัวอักษรใช้ TH SarabunPSK เท่านั้น

หมายเลขหน้า

ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

การย่อหน้า

เคาะ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5

จำนวนหน้าทั้งหมด

8-15 หน้า

การพิมพ์ส่วนปก

พิมพ์เต็มหน้ากระดาษ (พิมพ์ 1 คอลัมน์)

การพิมพ์ส่วนเนื้อหา

พิมพ์ 1 คอลัมน์

ชื่อบทความ

ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ชื่อผู้เขียน

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ตัวเลขยกบนหลังนามสกุล

ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวเลขยกบนหลังนามสกุล ใส่เฉพาะกรณี

มีผู้เขียนมากกว่า 1 คน และมีที่อยู่ต่างกัน)

ที่อยู่

หน่วยงานต้นสังกัด หรือสาขาที่ศึกษา ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 12

(ใส่ตัวเลขยกบนหน้าที่อยู่ ใส่ เฉพาะกรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน

และมีที่อยู่ต่างกัน)

E-mail

ขนาดตัวอักษร 12 (ตัวเอียง)

ชื่อบทคัดย่อ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

เนื้อหาบทคัดย่อ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14

ชื่อคำสำคัญ (Keyword)

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา)

คำสำคัญ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14

ชื่อหัวเรื่องใหญ่

ประกอบด้วย 1. บทนำ 2. วัตถุประสงค์การวิจัย 3. แนวคิด ทฤษฎี

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย 5. วิธีดำเนินการวิจัย

6. ผลการวิจัย 7. สรุปและอภิปรายผล 8. ข้อเสนอแนะ 9. กิตติกรรมประกาศ

(มีหรือไม่ก็ได้) 10. เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย

ชื่อหัวเรื่องรอง

ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย

ชื่อหัวข้อย่อ	ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา) ย่อ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5
เนื้อหาบทความ	ขนาดตัวอักษร 14 จัดกระจายแบบไทย
ชื่อตาราง	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ด้านบนของตาราง จัดชิดซ้าย
ชื่อภาพ ชื่อแผนภูมิ	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ใต้ภาพหรือแผนภูมิ จัดกึ่งกลาง
เนื้อหาในตาราง/แผนภูมิ	ขนาดตัวอักษร 14
การอ้างอิง	ใช้รูปแบบ APA Style (6 th ed.)
หมายเหตุ ต้นฉบับบทความที่นำเสนอจะต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนที่กำหนดเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาดำเนินการประเมินบทความก่อนตีพิมพ์	

ตัวอย่างการจัดรูปแบบบทความ

ชื่อบทความวิจัยภาษาไทย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)
ชื่อบทความภาษาอังกฤษ ตัวอักษรแรกของคำต้องเป็นตัวใหญ่
(TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ชื่อ-สกุลผู้เขียน¹ ผู้เขียน² และผู้เขียน³ (TH SarabunPSK 16pt. หนา)
Name Lastname Author¹, Author² and Author³ (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

¹ สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

^{2, 3} สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

¹ Author status, Affiliation (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

^{2, 3} Author status, Affiliation (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

E-mail: อีเมล¹, อีเมล², อีเมล³ (TH SarabunPSK 12pt. เอียง)

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทคัดย่อภาษาไทย จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัด และได้ใจความ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

คำสำคัญ: (TH SarabunPSK 14pt. หนา) ภาษาไทย¹ ภาษาไทย² ภาษาไทย³

ควรเลือกคำสำคัญจากชื่อบทความ ไม่ควรเกิน 4 คำ ระหว่างคำให้เคาะวรรค 2 เคาะ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

Abstract (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทคัดย่อภาษาอังกฤษ จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัด และได้ใจความ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

Keywords: (TH SarabunPSK 14pt. หนา) English¹, English², English³

ควรเลือกคำสำคัญจากชื่อบทความ ไม่ควรเกิน 4 คำ ระหว่างคำใช้เครื่องหมาย “,” (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

บทนำ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทนำในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 1 เป็นการนำบทที่ 1 มาสรุปให้ได้ใจความ เพราะเป็นส่วนของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

วัตถุประสงค์การวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

1. วัตถุประสงค์1 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)
2. วัตถุประสงค์2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 2 เป็นการนำแนวคิดที่สำคัญในบทที่ 2 มาสรุปให้ได้ใจความ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

หัวข้อย่อ (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

ส่วนเนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อย่อ (TH SarabunPSK 14pt. หนา)

ตัวอย่างลักษณะการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา เช่น

สุชาติ บำรุงสุข (2547, หน้า 103-104) หรือ (สุชาติ บำรุงสุข, 2547, หน้า 103-104)

Brown (2001, p. 70) หรือ (Brown, 2001, p. 70)

Hair (2006, pp. 19-20) หรือ (Hair, 2006, pp. 19-20)

Hair and Anderson (2006, pp. 19-20) หรือ (Hair & Anderson, 2006, pp. 19-20)

Harrison, J., and others (1999, pp. 18-54) หรือ (Harrison, J., & others, 1999, pp. 18-54)

สำหรับผู้แต่งมากกว่า 5 คนขึ้นไป

Katz and Tony (1999 อ้างถึงใน ยุคล เบญจรงค์, 2550, หน้า 86)

วิธีดำเนินการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนวิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษาหรือวิธีการดำเนินการวิจัยในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 3 เป็นการนำบทที่ 3 มาสรุปให้ได้ใจความ เพราะเป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งขึ้นอยู่กับการวิจัยแต่ละประเภท (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ผลการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนผลการทดลองและวิจารณ์ผลหรือผลการศึกษาในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 4 ซึ่งควรเสนอผลอย่างชัดเจน ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

สรุปและอภิปรายผล (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนสรุปในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 5 เป็นการสรุปสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา พร้อมการอภิปรายผล หากผลการทดลองเป็นตาราง ให้อภิปรายตารางนั้นด้วย รวมถึงข้อเสนอแนะทั้งข้อเสนอจากการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อเสนอแนะ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

กิตติกรรมประกาศ (อาจมีหรือไม่มีก็ได้) (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนกิตติกรรมประกาศในวารสารนั้นจะกล่าวถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ช่วยเหลืองานวิจัย ซึ่งไม่ใช่การเยินยอกันเอง

เอกสารอ้างอิง (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

(TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.) มีวิธีดังนี้

1. การเรียงลำดับ ให้เรียงจากตัวอักษร ก-ฮ และ ตัวอักษร A -Z

2. การอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3. การอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้ายของบทความ.

4. การอ้างอิงประเภทวิทยานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

5. การอ้างอิงประเภทเว็บไซต์ (Website)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สืบค้น วัน เดือน ปี พ.ศ., จาก <http://www.....>

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี ค.ศ.). ชื่อเรื่อง. Retrieved เดือน วัน, ปี ค.ศ., from <http://www.....>

ขอบบน 1.2 นิ้ว

//ไม่ต้องใส่คำนำหน้า ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
//รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK

ชื่อเรื่องภาษาไทย
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

แบบฟอร์ม บทความวิจัย

ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

ชื่อผู้แต่งภาษาไทย¹ และชื่อผู้แต่งภาษาไทย²
ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ¹ and ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ²

ขนาดอักษร 16 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

¹ สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด

^{2, 3} สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด

¹ Author status, Affiliation

^{2, 3} Author status, Affiliation

ขนาดอักษร 12 (ปกติ) จัดกึ่งกลาง

E-mail: อีเมล¹, อีเมล², อีเมล³ (TH SarabunPSK 12pt. เอียง)

ขนาดอักษร 12 (ตัวเอียง) จัดกึ่งกลาง

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ขนาดอักษร 14 (ปกติ) ไม่เกิน 400 คำ

ขอบซ้าย 1.2 นิ้ว

ขอบขวา 1.0 นิ้ว

คำสำคัญ: ตัวอย่างคำสำคัญ//ตัวอย่างคำสำคัญ//ตัวอย่างคำสำคัญ

ชื่อคำสำคัญ (TH SarabunPSK 14pt. หนา) ตัวอย่างคำสำคัญ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ) ระหว่างคำให้เคาะวรรค 2 เคาะ

Abstract (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

Keywords: key, key, key

Keywoeds (TH SarabunPSK 14pt. หนา) คำสำคัญ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ) ระหว่างคำใช้เครื่องหมายจุลภาค “,”

หมายเลขหน้า ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14
ขอบล่าง 1.2 นิ้ว

.....

บทนำ (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

//// ย่อ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5

.....

.....

.....

.....

วัตถุประสงค์การวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

.....

.....

.....

.....

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

.....

.....

.....

.....

กรอบแนวคิดในการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

.....

.....

.....

.....

วิธีดำเนินการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

.....

.....

.....

.....

ผลการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

.....

.....

.....

.....

สรุปและอภิปรายผล (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

ข้อเสนอแนะ (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย (TH SarabunPSK 16pt. หน้า)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (TH SarabunPSK 16pt. หน้า)

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (TH SarabunPSK 16pt. หน้า)

เอกสารอ้างอิง (TH SarabunPSK 18pt. หน้า)

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.)

- รูปแบบการใส่ชื่อรูปภาพ



รูปที่ 1 คำอธิบายชื่อรูปหรือภาพถ่ายทั่วไป
โดยรูปและภาพถ่ายขาวดำที่นำมาแสดงต้องมีความชัดเจนเพียงพอ
รูปที่ 1 ขนาดอักษร 16 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง คำอธิบายรูปภาพ ขนาดอักษร 16 จัดกึ่งกลาง

- ชื่อตาราง

ตารางที่ 1 คุณสมบัติของทรายที่นำมาใช้ในการทดสอบ

ตารางที่ 1 ขนาดอักษร 16 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย คำอธิบายตาราง ขนาดอักษร 16 จัดชิดซ้าย

Type / ตาราง	Silica sand
Specific gravity, G_s	2.644
D_{50} (mm)	0.235

รูปแบบการจัดบทความวิชาการ

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

รัตนโกสินทร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

2. บทความวิชาการ

ก. ส่วนปก ประกอบด้วย

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นกะทัดรัด ชี้ถึงเป้าหมายหลักของการ
2. ชื่อผู้เขียนทุกท่าน (Authors) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล โดยไม่ต้องมี
คำนำหน้านาม
3. ที่อยู่สำหรับการติดต่อ E-mail
4. ตัวเลขยก ให้เขียนไว้บนนามสกุลเพื่อระบุว่าเป็นที่อยู่ของผู้เขียนท่านใด
5. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญ
ของการศึกษา
6. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ
ที่สามารถนำไปใช้สืบค้นในระบบฐานข้อมูล (Keyword หากมีมากกว่า 1 คำ ให้เขียน Keywords)

ข. ส่วนเนื้อหา ประกอบด้วย

1. บทนำ (Introduction)
2. เนื้อเรื่อง
3. บทสรุป
4. ข้อเสนอแนะ และแนวทางการแก้ไข
5. องค์ความรู้ใหม่
6. เอกสารอ้างอิง (References)

■ รูปแบบการพิมพ์บทความวิชาการ

การตั้งค่าหน้ากระดาษ

- ระยะขอบ ขอบบน (Top Margin) และขอบล่าง (Bottom Margin) 1.2 นิ้ว
ขอบซ้าย (Left Margin) 1.3 นิ้ว และขอบขวา (Right Margin) 1.0 นิ้ว
- กระดาษ ขนาดกระดาษ A4

รูปแบบตัวอักษร

แบบตัวอักษรใช้ TH SarabunPSK เท่านั้น

หมายเลขหน้า

ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

การย่อหน้า

เคาะ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5

จำนวนหน้าทั้งหมด

8-15 หน้า

การพิมพ์ส่วนปก

พิมพ์เต็มหน้ากระดาษ (พิมพ์ 1 คอลัมน์)

การพิมพ์ส่วนเนื้อหา

พิมพ์ 1 คอลัมน์

ชื่อบทความ	ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ
ชื่อผู้เขียน	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ
ตัวเลขยกบนหลังนามสกุล	ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวเลขยกบนหลังนามสกุล ใส่เฉพาะกรณี มีผู้เขียนมากกว่า 1 คน และมีที่อยู่ต่างกัน)
ที่อยู่	หน่วยงานต้นสังกัด หรือสาขาที่ศึกษา ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 12 (ใส่ตัวเลขยกบนหน้าที่อยู่ ใส่ เฉพาะกรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน และมีที่อยู่ต่างกัน)
E-mail	ขนาดตัวอักษร 12 (ตัวเอียง)
ชื่อบทคัดย่อ	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ
เนื้อหาบทคัดย่อ	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14
ชื่อคำสำคัญ (Keyword)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา)
คำสำคัญ	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14
ชื่อหัวเรื่องใหญ่	ประกอบด้วย 1. บทนำ 2. เนื้อเรื่อง 3. บทสรุป 4. ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข 5. องค์ความรู้ใหม่ 6. เอกสารอ้างอิง
ชื่อหัวเรื่องรอง	ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย
ชื่อหัวเรื่องย่อ	ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา) ย่อ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5
เนื้อหาบทความ	ขนาดตัวอักษร 14 จัดกระจายแบบไทย
ชื่อตาราง	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ด้านบนของตาราง จัดชิดซ้าย
ชื่อภาพ ชื่อแผนภูมิ	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ใต้ภาพหรือแผนภูมิ จัดกึ่งกลาง
เนื้อหาในตาราง/แผนภูมิ	ขนาดตัวอักษร 14
การอ้างอิง	ใช้รูปแบบ APA Style (6 th ed.)
หมายเหตุ ต้นฉบับบทความที่นำเสนอจะต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนที่กำหนดเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาดำเนินการประเมินบทความก่อนตีพิมพ์	

ตัวอย่างการจัดรูปแบบบทความวิชาการ

ชื่อบทความวิชาการภาษาไทย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)
ชื่อบทความวิชาการภาษาอังกฤษ ตัวอักษรแรกของคำต้องเป็นตัวใหญ่
(TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ชื่อ-สกุลผู้เขียน¹ ผู้เขียน² และผู้เขียน³ (TH SarabunPSK 16pt. หนา)
Name Lastname Author¹, Author² and Author³ (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

¹ สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

^{2, 3} สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

¹ Author status, Affiliation (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

^{2, 3} Author status, Affiliation (TH SarabunPSK 12pt. ปกติ)

E-mail: อีเมล¹, อีเมล², อีเมล³ (TH SarabunPSK 12pt. เอียง)

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทคัดย่อภาษาไทย จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัด และได้ใจความ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

คำสำคัญ: (TH SarabunPSK 14pt. หนา) ภาษาไทย¹ ภาษาไทย² ภาษาไทย³

ควรเลือกคำสำคัญจากชื่อบทความ ไม่ควรเกิน 4 คำ ระหว่างคำให้เคาะวรรค 2 เคาะ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

Abstract (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทคัดย่อภาษาอังกฤษ จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัด และได้ใจความ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

Keywords: (TH SarabunPSK 14pt. หนา) English¹, English², English³

ควรเลือกคำสำคัญจากชื่อบทความ ไม่ควรเกิน 4 คำ ระหว่างคำใช้เครื่องหมาย “,” (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

บทนำ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

การเขียนบทนำในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 1 เป็นการนำบทที่ 1 มาสรุปให้ได้ใจความ เพราะเป็นส่วนสำคัญของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

เนื้อหาของบทความวิชาการ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

หัวข้อย่อย (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

ส่วนเนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อย่อย (TH SarabunPSK 14pt. หนา)

ตัวอย่างลักษณะการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา เช่น

สุชาติ บำรุงสุข (2547, หน้า 103-104) หรือ (สุชาติ บำรุงสุข, 2547, หน้า 103-104)

Brown (2001, p. 70) หรือ (Brown, 2001, p. 70)

Hair (2006, pp. 19-20) หรือ (Hair, 2006, pp. 19-20)

Hair and Anderson (2006, pp. 19-20) หรือ (Hair & Anderson, 2006, pp. 19-20)

Harrison, J., and others (1999, pp. 18-54) หรือ (Harrison, J., & others, 1999, pp. 18-54)

สำหรับผู้แต่งมากกว่า 5 คนขึ้นไป

Katz and Tony (1999 อ้างถึงใน ยุคล เบญจรงค์, 2550, หน้า 86)

ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

บทสรุป (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทสรุปในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 5 เป็นการสรุปสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา พร้อมการอภิปรายผล (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

องค์ความรู้ใหม่ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เอกสารอ้างอิง (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

(TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.) มีวิธีดังนี้

1. การเรียงลำดับ ให้เรียงจากตัวอักษร ก-ฮ และ ตัวอักษร A -Z

2. การอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3. การอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้ายของบทความ.

4. การอ้างอิงประเภทวิทยานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

5. การอ้างอิงประเภทเว็บไซต์ (Website)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สืบค้น วัน เดือน ปี พ.ศ., จาก <http://www.....>

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี ค.ศ.). ชื่อเรื่อง. Retrieved เดือน วัน, ปี ค.ศ., from <http://www.....>

//ไม่ต้องใส่คำนำหน้า ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
//รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK

ชื่อเรื่องภาษาไทย

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

ชื่อ-สกุลผู้เขียน¹ ผู้เขียน² และผู้เขียน³

Name Lastname Author¹, Author² and Author³

¹ สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด

^{2, 3} สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด

¹ Author status, Affiliation

^{2, 3} Author status, Affiliation

E-mail: อีเมล¹, อีเมล², อีเมล³ ขนาดอักษร 12 (ตัวเอียง) จัดกึ่งกลาง

แบบฟอร์ม บทความวิชาการ

ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

ขนาดอักษร 16 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

ขนาดอักษร 12 จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หน้า จัดกึ่งกลาง)

ขนาดอักษร 14 (ปกติ) ไม่เกิน 400 คำ

ขอบซ้าย 1.3 นิ้ว

ขอบขวา 1.0 นิ้ว

คำสำคัญ: ตัวอย่างคำสำคัญ//ตัวอย่างคำสำคัญ//ตัวอย่างคำสำคัญ

ชื่อคำสำคัญ (TH SarabunPSK 14pt. หน้า) ตัวอย่างคำสำคัญ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ) ระหว่างคำให้เคาะวรรค 2 เคาะ

Abstract (TH SarabunPSK 18pt. หน้า จัดกึ่งกลาง)

Keywords: key, key, key

Keywords (TH SarabunPSK 14pt. หน้า)

key (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ) ระหว่างคำใช้เครื่องหมายจุลภาค “,”

1 หมายเลขหน้า ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

ขอบล่าง 1.2 นิ้ว

บทนำ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

//// ย่อ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5

เนื้อหา (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

เนื้อหารายละเอียด (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

บทสรุป (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไข (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

องค์ความรู้ใหม่ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เอกสารอ้างอิง (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.)

- รูปแบบการใส่ชื่อรูปภาพ



รูปที่ 1 คำอธิบายชื่อรูปหรือภาพถ่ายทั่วไป
โดยรูปและภาพถ่ายขาวดำที่นำมาแสดงต้องมีความชัดเจนเลี้ยงภาพสี่
รูปที่ 1 ขนาดอักษร 16 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง คำอธิบายรูปภาพ ขนาดอักษร 16 จัดกึ่งกลาง

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จัดพิมพ์โดย วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
96 หมู่ 3 ถนนพหลโยธินสาย 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170
Tel +6624416067
E-mail: jibm.rcim@rmutr.ac.th
Website: <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jibim/index>