วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

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

วารสารปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2569

Volume 14 Number 1 January – April 2026



ISSN 3057-1758 (ONLINE)

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Journal of Administrative and Management Innovation,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2569
Vol. 14 No. 4 January - April 2026

เจ้าของ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บรรณาธิการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา โห้ลำยอง

ที่ปรึกษา
ศ.ดร.วรเดช จันทรศร
รศ.ดร.อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ
รศ.ดร.เพ็ญศรี ฉิรินัง
ผศ.ดร.กอบกูล จันทรโคลิกา
ผศ.ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง
ดร.วิทยา เจียรพันธุ์
ดร.รพี ม่วงนนท์
ดร.อำนวย บุญรัตนไมตรี
ดร.วัชรินทร์ วรินทักษะ

กองบรรณาธิการ
รศ.ดร.นิยม รัฐอมฤต (ม.ธรรมศาสตร์)
รศ.ดร.จุมพล หนิมพานิช (ม.รังสิต)
รศ.ดร.ชมภูนุช หุ่นนาค (มสธ.)
รศ.ดร.ดำรงศักดิ์ จันโททัย (ม.รามคำแหง)
รศ.ดร.ดวงตา สราญรมย์ (ม.ราชพฤกษ์)
รศ.ดร.ศิริรัตน์ ชุณหคล้าย (ม.มหิดล)
รศ.ดร.เพ็ญศรี ฉิรินัง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ผศ.ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารัมย์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
ผศ.ดร.สมคิด ดวงจักร (มทร.รัตนโกสินทร์)
ผศ.ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ดร.รักเกียรติ หงส์ทอง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ดร.สุภาพร เพ่งพิศ (มทร.รัตนโกสินทร์)

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

ข้อความและบทความในวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เป็นแนวคิดของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Journal of Administrative and Management Innovation,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2569
Vol. 14 No. 4 January - April 2026

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลั่นกรองบทความ

ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร.สุเทพ เชาวลิต
ศาสตราจารย์ ดร.ศรีสมบัติ โชคประจักษ์ชัด
ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร ธำรงลักษณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี รามนัฏ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตรา ศรีสอน
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญามน กาญจนาทวีกูล
รองศาสตราจารย์ ดร.สูติเทพ ศิริพิพัฒนกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรรหิรัญ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวัตถ์ มณีโชติ
รองศาสตราจารย์ ดร.สฎายุ ธีระวณิชตระกลู
รองศาสตราจารย์ ดร.อรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง
รองศาสตราจารย์ ดร.ลักษมี งามมีศรี
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชมภูนุช หุ่นนาค
รองศาสตราจารย์ ดร.ปธาน สุวรรณมงคล
รองศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ์ จุลสุรรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ตันเปาว์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักเกียรติ หงษ์ทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พาสน์ ทีฆทรัพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาพร บุญเรือง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริสรา ธานีรณานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาโรจน์ เผ่าวงศากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร พฤฑฒิกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอ กลับสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิศร จี้กระโทก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราดวง สมณาศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพล แจ่มสวัสดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา โห้ลำยอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย ตั้งวรรณวิทย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมคิด ดวงจักร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทัศน์ บุญโฉม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิชัย นรากรณ์
ดร.พรชัย ขันทะวงค์
ดร.จุมภฏ สนิทธางกรู
ดร.สุทธิพร ชินะผา
ดร.สุพัตรา ยอดสุรางค์
ดร.สุทธิพร ชินะผา
ดร.จรินทร์ จารุเสน
ดร.ดวงใจ คงคาหลวง
ดร.กมลทิพย์ ใจเที่ยง
ดร.อนิรุธ พิพัฒน์ประภา
ดร.จิตติมา ปัญญาพิสิทธิ์
ดร.มิตรภาณี พุ่มกล่อง
ดร.ปุญญาพัฒน์ จันทร์เพชร
ดร.เจริญพงษ์ ศุภธีระธาดา
ดร.นรินทร สมทอง
ดร.สมเจตน์ พันธุโฆษิต
ดร.ศุภวัฒน์ สุขะปรเมษฐ
ดร.เนตรชนก สูนาสวน

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Journal of Administrative and Management Innovation,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2569
Vol. 14 No. 4 January - April 2026

วัตถุประสงค์เพื่อ

1. เป็นสื่อ รวบรวม เผยแพร่บทความทางวิชาการ หรือบทความวิจัย ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เกี่ยวกับการบริหาร และการจัดการ
2. เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลงานของงานวิจัยสู่ระดับมาตรฐานสากล
3. เป็นสื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และแนวคิดระหว่างนักวิจัยทั้งในและต่างประเทศ
4. เป็นแหล่งค้นคว้าการเรียนรู้วิชาการ และเสริมสร้างให้เกิดงานวิจัยใหม่ๆ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 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)

- **บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ**
- **มีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประจำกองบรรณาธิการมากกว่าร้อยละ 50**
- **บทความจากนักวิชาการและนักวิจัยภายนอกลงตีพิมพ์ทุกฉบับมากกว่าร้อยละ 50**
- **กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์การคัดลอก แต่ควรระบุแหล่งอ้างอิงจากวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์**

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการบริการและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2569) ฉบับนี้ ได้รวบรวมบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณภาพในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศึกษาศาสตร์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการและแนวโน้มของงานวิจัยที่มีความหลากหลายและทันสมัย แม้ในปัจจุบัน เศรษฐกิจของ ประเทศไทย ยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปภายใต้ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกจากปัจจัยด้านภูมิรัฐศาสตร์ ชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจในปัจจุบันเชื่อมโยงกับมิติทางสังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและการขับเคลื่อนนวัตกรรม ท่ามกลางบริบทของสังคมสูงวัยและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างแรงงาน จึงทำให้การพัฒนาทุนมนุษย์และการบริหารจัดการเชิงนวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการฉบับนี้มุ่งเป็นเวทีนำเสนอองค์ความรู้และงานวิจัยที่สนับสนุนการพัฒนาองค์กรและสังคมให้สามารถปรับตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการฉบับนี้ มุ่งนำเสนอผลงานวิชาการและงานวิจัยที่สะท้อนแนวคิดใหม่ด้านการบริหารจัดการ นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาองค์กร และการพัฒนาสังคมในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้เพื่อเป็นเวทีทางวิชาการสำหรับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย และผู้ปฏิบัติงานจากหลากหลายสาขา ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการพัฒนานโยบาย การบริหารองค์กร และการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความท้าทายในยุคปัจจุบัน

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ทั้งในด้านวิชาการและการวิจัยที่นำไปสู่การปฏิบัติ และมีส่วนช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการและนวัตกรรมอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และองค์กรของ ประเทศไทย ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา โห้ลำยอง
บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

สารบัญ

หน้า

การวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสำหรับคนทุกช่วงวัย ด้วยแนวคิดเศรษฐศาสตร์การประกอบการและการพัฒนาหลักสูตรใหม่ (NCD) ในยุคดิจิทัล 1-15
กฤษฎา แก่นมณี, พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี, สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์, และสุชาติ พรหมขัติแก้ว

Forecasting Inpatient Bed Demand Using Exponential Smoothing with Trend and Seasonal Index 16-34
Rath Burirat, Suteera Vonganansup, Parinda Labcharoenwongs,Orawan Chunhapran, Duangjai Noolek, and Tongjai Yampaka

การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา 35-53
สุวิมล แซ่ก่อง, สุวิมล อิสระธนาชัยกุล, และสถาวิทย์ จันจุฬา

การตลาดดิจิทัลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี 54-72
ณิราวัณย์ มหานา, และนลินี พลไชย

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG 73-88
กัลยา พงสะพัง, กัญญ์ณพัชญ์ ดวงแก้ว, ธัญทิพย์ ศิริพรอัครชัย, ณัฐพันธ์ ปัญญโรจน์, สิทธิบูรณ์ ศิริพรอัครชัย, บรรจง อูปแก้ว, และณัฐกร ไชยแสน

แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 89-101
วลี อมาตยกุล, จิรศักดิ์ สุรังคพิพรรธน์, และละมุล รอดขวัญ

การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ 102-119
เกษรินทร์ พูลทรัพย์, ชัยฤทธิ์ ทองรอด, และสุนันทา เสถียรมาศ

นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน 120-135
ณัฐกฤตา บุตรแพ, จิรศักดิ์ สุรังคพิพรรธน์, และ ละมุล รอดขวัญ

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล 136-152
ประจักษ์ อเนกฤทธิ์มงคล, รักชนกชรินร์ พูลสุวรรณธี, และวรรณรี ปานศิริ

กลยุทธ์การบริหารการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน 153-171
ปานิสรา เอี่ยมวิบูลย์, ทัศนีย์ ช่อเทียนทิพย์, และทนง ทองภูเบศร์

กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม 172-187
วัลลภ โพธิ์ไทย, วีระวัฒน์ พัฒนกุลชัย, และภูมิภควัจจ์ ภูมพงศ์คชศร

หน้า

แนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร 188-209
กอบกุลณ์ คำปลอด, เพ็ญศรี ฉิรินัง, อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ, และศิริพร แย้มนิล

การพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 210-223
มงคล ฟองศรี, อำนวย บุญรัตนไมตรี, และฐิติมา โห้ลำยอง

นวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของ ศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 224-242
ธนัชชยาณินทร์ ดอกสร้อยฟ้า, กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, และสุดารัตน์ สุดสมบูรณ์

กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช : ศึกษากรณีการเลือกตั้ง พ.ศ. 2567 243-258
ณัฐพล สุขบาล, และ พีระพงศ์ สุจริตพันธ์

นวัตกรรมสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี 259-276
ปิยะนุช ขวัญอ่อน, และวัชระ เวชประสิทธิ์

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา 277-294
ภาณุพันธ์ ตวงมงคลชัย, และนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์

การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี 295-307
ศทิชา รัตนเดช, และสิทธิพงษ์ สิทธิภัทรประภา

รูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ 308-321
ศิรินทิพย์ พรหมจันทร์, และพีระพงศ์ สุจริตพันธ์

อธิปไตยทางดิจิทัล: การออกแบบการกำกับดูแลและธรรมาภิบาลในมิติที่หลากหลาย 322-340
เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว, วรกฤษณ์ นุ้ยพิน, และจิรภัทร บุญอาจ

การส่งบทความ I
ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ I
หลักเกณฑ์การประเมินบทความเพื่อตอบรับการตีพิมพ์ I
จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร i
รูปแบบการจัดบทความ iii

การวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสำหรับคนทุกช่วงวัย ด้วยแนวคิดเศรษฐศาสตร์การประกอบการ และการพัฒนาหลักสูตรใหม่ (NCD) ในยุคดิจิทัล

The Demand Analysis for Entrepreneurship Preparation Courses for People of all Ages Based on Entrepreneurial Economics Concepts and New Curriculum Development (NCD) in Digital Era

กฤษฎา แก่นมณี[1] พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี[2] สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์[3] และสุชาติ พรหมขัติแก้ว[4]

Kritsada Kaenmanee[1], Pornprasit Denmoree[2], Sirichan Sathirakul Tachaphahapong[3] and Suchat.Promkutkeo[4]

[1]นักวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[2]นักวิชาการอิสระและที่ปรึกษา ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

[3]อาจารย์ สาขาวิชาธุรกิจและอาชีวศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[4]อาจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[1]Researcher, Faculty of Economics, Chiang Mai University

[2]Independent scholar and consultant at Center of Research and Development of Community Economy, Faculty of Economics, Chiang Mai university, Corresponding Author

[3]Lecturer, Business and Vocational Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University

[4]Lecturer, Faculty of Economics, Chiang Mai University

E-mail: keanmaneek@gmail.com[1], pornprasit_tsh@hotmail.com[2], sirichan.s@chula.ac.th[3], spromkutkeo@gmail.com[4]

Received: Oct. 26,2025**; Revised:** Jan. 3,2026**; Accepted:** Jan. 19,2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการหลักสูตรการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสำหรับคนทุกช่วงวัย 2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และปัญญาประดิษฐ์ 3) รูปแบบการเรียนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยไม่มีการใช้ AI กับการเรียนแบบแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งมีการใช้ AI ร่วมด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบทดสอบ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Paired – Sample T-Test ใช้ข้อมูลจากผู้เรียนในหลักสูตรจำนวน 181 ราย จาก 4 กลุ่มอายุ ได้แก่ 1) 20-29 ปี 2) 30-39 ปี 3) 40-49 ปี 4) 50 ปี ขึ้นไป และจาก 3 ประเภทกลุ่มอาชีพ ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมการผลิต 2) อุตสาหกรรมการค้า 3) อุตสาหกรรมบริการ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลองใช้หลักสูตร 1 ปี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย ต้องการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม (ร้อยละ 30.12) รองลงมา ได้แก่ ต้องการเพิ่มความรู้และทักษะสำหรับการทำงานยุคใหม่ (ร้อยละ 29.09) และต้องการนำความรู้มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจของตนเอง/ที่ทำงาน (ร้อยละ 21.40) ตามลำดับ 2) หลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 ชุดวิชา ได้แก่ การบริหารงานจัดซื้อ การบริหารการวางแผนการผลิต การบริหารคลังสินค้า และการบริหารการขนส่ง 3) การสอนวิธีที่ 2 ซึ่งมีการนำเอา AI มาใช้ร่วมในการสอน ส่งผลให้ผู้เรียนมีคะแนนค่าเฉลี่ยมากกว่าการสอนวิธีที่ 1 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างสองวิธีการสอน โดยมีขนาดของผลกระทบที่สูง ซึ่งบ่งชี้ถึงความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างวิธีการสอนทั้ง 2 แบบ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการนำแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรใหม่ และปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยทำให้มีศักยภาพต่อการพัฒนาหลักสูตรยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ เศรษฐศาสตร์การประกอบการ การพัฒนาหลักสูตรใหม่

Abstract

This study is a developmental research aimed at 1) to study the needs of multi-age entrepreneurial courses. 2) To develop multiple entrepreneurial courses using online platforms and artificial intelligence 3) To compare the knowledge from both teachings during teaching through the online platform with the use of AI in teaching. The data collection tools included questionnaires and Paired – Sample T-Test . To analyze the data to achieve objective 3, percentage, mean, standard deviation, and t-test were used. The data were collected from 181 course learners from 4 age groups: 1) 20-29 years, 2) 30-39 years, 3) 40-49 years, 4) 50 years and above, and from 3 occupational groups: 1) manufacturing industry, 2) trading industry, and 3) service industry. The purposive sampling method was used. The duration of the curriculum trial was 1 year. The research results can be summarized as follows: 1) The need for multi-age entrepreneurship courses is to seek additional knowledge (30.12%), followed by the need to increase knowledge and skills for modern work (29.09%) and the need to use knowledge to improve their own business/workplace (21.40%), respectively. 2) The developed multi-age entrepreneurship curriculum consists of 4 subjects: Procurement , Planning, Warehouse and Transport. 3) Teaching Method 2, which incorporates AI into teaching, results in learner achieving higher average scores than teaching Method 1. There are statistically significant differences between the two teaching methods with a high effect size indicating a clear difference between the two teaching methods. The results show that the introduction of new curriculum development concept and artificial intelligence into the stage of diversified entrepreneurial curriculum development provides great potential for digital curriculum development.

Key Word: Entrepreneurship, Entrepreneurial economics, New Curriculum Development

บทนำ

ประเทศไทยกำลังเผชิญความท้าทายด้านแรงงานอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร โดยเฉพาะการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว ส่งผลให้จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่กลุ่มประชากรในวัยทำงานมีแนวโน้มลดลง สภาพดังกล่าวทำให้แรงงานในภาคอุตสาหกรรมที่ต้องการทักษะสูงหรือใช้แรงงานเข้มข้นเกิดความขาดแคลน ข้อมูลไตรมาส 2 ปี 2568 พบว่ามีผู้ว่างงานร้อยละ 0.9 ส่วนใหญ่เป็นบัณฑิตจบใหม่และวัยเยาวชน ซึ่งสะท้อนถึงความไม่สอดคล้องระหว่างความต้องการของตลาดแรงงานและทักษะของผู้สำเร็จการศึกษา(สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2568)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้บัณฑิตใหม่จำนวนมากต้องหันไปประกอบอาชีพอิสระหรือดำเนินธุรกิจส่วนตัว แต่หลายกรณีประสบปัญหาความไม่สำเร็จจากการขาดทักษะด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการจัดการแหล่งเงินทุน งานวิจัยก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ธุรกิจล้มเหลว สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรญา กัณฑบุตร (2559) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้ธุรกิจเกิดความล้มเหลว ได้แก่ 1) การบริหารการตลาดผิดพลาด 2) ขาดการบริหารจัดการแหล่งเงินทุน 3) ไร้ประสิทธิภาพทางการจัดการ 4) ผู้บริหารขาดทักษะในการจัดการงาน 5) ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดหาและจัดจ้างแรงงาน 6) มีอุปสรรคหรือภัยคุกคามต่าง ๆ ดังนั้นการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างแรงงานที่มีความสามารถหลากหลาย สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการแรงงานยุคใหม่

นอกจากนี้ การเรียนรู้ในปัจจุบันได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้เรียนหลายช่วงวัย ผู้เรียนแต่ละรุ่นมีรูปแบบความคิด วิธีการเรียนรู้ และทักษะพื้นฐานที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ รูปแบบ วิธีการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับยุคสมัย และพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนที่เปลี่ยนแปลงไป ที่เห็นได้ชัดก็คือความต่างระหว่างรุ่นในสังคมของคนทำงาน เพราะมีคนหลากหลายวัยทำงานอยู่ร่วมกัน และคาดว่าจะมีมากขึ้นในอนาคตอีกไม่กี่ปีข้างหน้า (มูลนิธิยุวพัฒน์, 2568) ดังนั้นการปรับรูปแบบการสอนและเครื่องมือการเรียนรู้ให้เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่กับปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถสนับสนุนการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคล สร้างประสบการณ์เรียนรู้ที่ยืดหยุ่น และส่งเสริมการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการในทุกช่วงวัย

การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของบุคลากรในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิต การค้า และบริการ การเรียนรู้ด้านการบริหารการปฏิบัติการ (Operation Management) ถือเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริหารระดับกลาง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากร วางแผนการผลิต จัดการคลังสินค้า และระบบการขนส่ง อย่างไรก็ตาม การศึกษาก่อนหน้านี้พบว่าหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ได้แก่ การขาดหลักสูตรที่ตอบสนองต่อกลุ่มผู้เรียนหลายช่วงวัย การขาดการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI ในการเสริมสร้างการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ และการประเมินผลสัมฤทธิ์ผู้เรียนอย่างเป็นระบบ

ช่องว่างของการวิจัย พบว่า 1) หลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย (Multi-generational Entrepreneurship Curriculum) ยังไม่ถูกพัฒนาอย่างเป็นระบบเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้เรียนที่มีอายุและประสบการณ์ต่างกัน 2) ยังไม่มีงานวิจัยที่เปรียบเทียบประสิทธิผลของการเรียนการสอนแบบออนไลน์เพียงอย่างเดียว กับการใช้ AI เป็นเครื่องมือเสริมในการสอน 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรายวิชาและทักษะที่ผู้เรียนต้องการเพื่อเพิ่มรายได้และความก้าวหน้าในสายงานยังมีจำกัด ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนา หลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และ AI พร้อมทั้งเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนและระดับความพึงพอใจ เพื่อเติมเต็มช่องว่างในการศึกษาดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการผู้เรียนหลายช่วงวัย
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และปัญญาประดิษฐ์
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนระหว่างรูปแบบการเรียนออนไลน์ที่ใช้ AI และไม่ใช้ AI

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านผู้ประกอบการ

การสังเคราะห์งานวิจัยช่วงปี ค.ศ. 2020–2025 ชี้ให้เห็นตรงกันว่า ผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลผ่านนวัตกรรม การค้นหาโอกาส และการบริหารความเสี่ยง โดยเฉพาะในสภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง (Holcombe, 2021; OECD, 2023) แนวคิดเศรษฐศาสตร์การประกอบการให้ความสำคัญกับการทำลายเชิงสร้างสรรค์ (creative destruction) ซึ่งนำไปสู่การสร้างตลาดใหม่และการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (Holcombe, 2021) นักวิชาการด้านการศึกษาเพื่อผู้ประกอบการเห็นพ้องว่า หลักสูตรผู้ประกอบการยุคใหม่ควรมุ่งพัฒนาทักษะเชิงนวัตกรรม การคิดเชิงกลยุทธ์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินธุรกิจ (Neck & Corbett, 2020; Kuratko, 2021)

เศรษฐศาสตร์การประกอบการ (Entrepreneurial Economics) คือ สาขาหนึ่งของเศรษฐศาสตร์ที่ศึกษา บทบาทของผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่า, นำนวัตกรรม, และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เน้นการวิเคราะห์ว่าการกระทำของผู้ประกอบการ เช่น การแนะนำสินค้า เทคโนโลยี หรือรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ นั้น ทำลายตลาดเดิม, สร้างโอกาสใหม่, และสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้า ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ศึกษาว่า ผู้ประกอบการส่งผลต่อการทำงาน

ของตลาดและเศรษฐกิจอย่างไร เน้น นวัตกรรม, การรับความเสี่ยง, และการค้นหาโอกาส ให้ความสำคัญกับ เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แทนที่จะเป็นสมดุลคงที่ ศึกษาแนวคิด การทำลายสร้างสรรค์ (creative destruction) และนวัตกรรมที่ต่อเนื่องซึ่งนำไปสู่การเติบโต (Randall G. Holcombe, 2021)

รูปแบบการศึกษาแต่ละ Generation หลายช่วงวัย

มีงานวิจัยหลายชิ้นยืนยันไปในทิศทางเดียวกันว่า คนแต่ละรุ่น มีค่านิยม แนวคิด ความชอบ มีสไตล์ในการเรียนต่างกันรวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อสังคมและเศรษฐกิจ (มูลนิธิยุวพัฒน์, 2568)

Generation B (Baby Boomer) ช่วงปีเกิด: พ.ศ. 2489 – 2507 ช่วงอายุปัจจุบัน: 59 – 73 ปี บริบท: หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เน้นฟื้นฟูประเทศ ลักษณะการเรียนรู้: หลายคนต้องทำงานตั้งแต่อายุน้อย จึงมีโอกาสทางการศึกษาน้อยกว่ารุ่นหลัง ช่วงวัยทำงานต้องรับมือกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 (เทคโนโลยีเครื่องจักร) มีความอดทน ขยัน มุ่งมั่น ผู้บริหารระดับสูงในหลายองค์กร ณ ปัจจุบันมักมาจากรุ่นนี้

Generation X ช่วงปีเกิด: พ.ศ. 2508 – 2522 บริบท: เริ่มเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจแข่งขัน สังคมกำลังพัฒนา ลักษณะการเรียนรู้: ครอบครัวส่งเสริมให้เรียนเพื่อความมั่นคง โดยเฉพาะงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นช่วง เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล จึงต้องปรับตัวมาก เริ่มรู้จัก Self-learning และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียน คุ้นเคยกับอีเล็กทรอนิกส์ เช่น e-learning, e-book, ห้องเรียนออนไลน์ แต่ไม่ได้โตมากับมันตั้งแต่ต้น

Generation Y (Millennial) ช่วงปีเกิด: พ.ศ. 2523 – 2540 บริบท: เติบโตในยุคที่ครอบครัวมีความมั่นคงมากขึ้น และเทคโนโลยีเติบโตเร็ว ลักษณะการเรียนรู้ ได้รับการศึกษาในระดับสูงโดยทั่วไป การเรียนมีความยืดหยุ่นสูง เข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา ชอบเทคโนโลยี, อินเทอร์เน็ต, Social Media นิยม ทำธุรกิจตัวเอง / Startup มากกว่าการเป็นลูกจ้าง และเรียนรู้แบบ Anytime Anywhere Learning

Generation Z ช่วงปีเกิด: หลัง พ.ศ. 2540 บริบท: เติบโตกับสมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เทคโนโลยีเปลี่ยนเร็ว ลักษณะการเรียนรู้: เชี่ยวชาญเทคโนโลยีมาก เรียนรู้เร็ว ชอบข้อมูลที่มีหลักฐานรองรับ เน้นเรียนแบบ รวดเร็ว กระชับ และนำไปต่อยอดอาชีพได้ทันที สนใจบทเรียนออนไลน์ (short courses, micro learning) มองหาการเรียนรู้ที่เปิดกว้าง ไม่จำกัดเฉพาะในห้องเรียน ทำงานหรือทำธุรกิจควบคู่กันไปตั้งแต่อายุน้อย

Generation Alpha ช่วงปีเกิด: ลูกของ Gen Y และ Gen Z (ประมาณหลังปี 2555) บริบท: เติบโตในสภาพแวดล้อมเต็มรูปแบบดิจิทัล + AI ลักษณะการเรียนรู้: คุ้นเคยเทคโนโลยีและ AI มากที่สุด การเรียนรู้เป็นแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Learning) ศึกษาข้อมูลจากออนไลน์เป็นหลัก เรียนได้ตามความสนใจ Home School และรูปแบบการเรียนทางเลือกเริ่มได้รับความนิยม มองหาความสำเร็จเร็วและชอบเรียนรู้ทักษะที่ใช้ได้จริง

สรุปได้ว่า ความแตกต่างของ Generation ส่งผลต่อรูปแบบการเรียนรู้ แรงจูงใจ และความคาดหวังต่อระบบการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y, Z และ Alpha ซึ่งเติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล มีความต้องการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถนำไปใช้ได้จริงในอาชีพ โดยหลักสูตรที่สามารถรองรับการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) และการเรียนรู้เฉพาะบุคคล (Personalized Learning) จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้เรียนจากหลายช่วงวัย

บทบาทของ AI ในการศึกษา

งานวิจัยด้าน AI ทางการศึกษาในช่วงปี ค.ศ. 2020–2025 ชี้ให้เห็นตรงกันว่า ปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนกระบวนทัศน์การศึกษา จากการเรียนการสอนแบบผู้สอนเป็นศูนย์กลาง ไปสู่การเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

(Luckin et al., 2022; UNESCO, 2023) สอดคล้องกับสุภโชค ตันพิชัย (2566) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบการศึกษาในยุคดิจิทัล โดยชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยี โดยเฉพาะ AI, machine learning และ big data กำลังปฏิวัติกระบวนทัศน์ทางการศึกษาจากรูปแบบดั้งเดิมที่ผู้สอนเป็นศูนย์กลาง สู่การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล โดย AI มีบทบาทสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียน ให้คำแนะนำที่เหมาะสม และสร้างภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม AI สามารถวิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียน ออกแบบการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคล และเชื่อมโยงการเรียนรู้กับความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ryzheva et al., 2024) ส่งผลให้การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมีความทันสมัยและตอบสนองต่ออุตสาหกรรมแห่งอนาคต

แนวคิดการพัฒนาหลักสูตร

การออกแบบการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ด้วยแนวคิดแอดดี้โมเดล

งานวิจัยด้านการศึกษาผู้ประกอบการออนไลน์พบว่า หลักสูตรที่ออกแบบอย่างเป็นระบบตาม ADDIE Model ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ (พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี, 2564) โดยได้ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา อธิบายว่า องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ได้พัฒนาโมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์เรียกว่า “The ADDIE Model for E-learning”ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การดำเนินงานและการประเมินผล ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมนิสิตนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชา ร้อยละ 75.27 ผลทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลัง ร้อยละ 55.86 และร้อยละ 75.57 ตามลำดับ โดยผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 นอกจากนี้ผลความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.57, SD = 0.57) ผลการวิจัยอธิบายได้ว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้นโดยใช้แอดดี้โมเดล มีความเหมาะสมและสามารถเตรียมความพร้อมนิสิตนักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจได้ สอดคล้องกับการสังเคราะห์งานวิจัยในช่วงปี ค.ศ. 2020–2025 พบว่า การเรียนการสอนออนไลน์และการเรียนรู้แบบผสมผสานกลายเป็นรูปแบบหลักของการศึกษา โดยโมเดล ADDIE ยังคงได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการออกแบบหลักสูตรดิจิทัล เนื่องจากมีความเป็นระบบและสามารถปรับใช้ได้หลากหลายบริบท (Branch & Kopcha, 2021)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD: New Products Development)

พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี (2564) ได้กล่าวถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดใหม่ หรือ เป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิมหรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ 1) Innovation หมายถึง ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด 2) Modified หมายถึง ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่มากขึ้น และ 3) Me-too หมายถึง ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบ โดยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขันเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สาหรับบริษัท แต่เก่าในตลาด

ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ ขั้นที่ 1 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราสนใจ (Idea Discovery) ขั้นที่ 2 การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่(Idea Generation) ขั้นที่ 3 การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening) ขั้นที่ 4 การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis) ขั้นที่ 6 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy

Development) ขั้นที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์(Product Development) ขั้นที่ 8 การทดสอบตลาด (Market Testing) และขั้นที่ 9 การดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ (Commercialization)

งานวิจัยร่วมสมัยมองว่าหลักสูตรเป็น “ผลิตภัณฑ์ทางการศึกษา” ที่ต้องตอบสนองผู้เรียนและตลาดแรงงาน การนำแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) มาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรช่วยให้หลักสูตรมีความทันสมัย ยืดหยุ่น และสามารถขยายผลในเชิงพาณิชย์ได้ (Ulrich et al., 2020; พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี, 2564) และการสังเคราะห์งานวิจัยพบว่ากระบวนการ NPD ทั้ง 9 ขั้นตอนมีความสอดคล้องกับการพัฒนาหลักสูตรยุคดิจิทัล และช่วยยกระดับคุณภาพหลักสูตรให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน (OECD, 2023)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาใช้ในเป็นแนวทางหลักของการพัฒนาหลักสูตรใหม่ ประกอบด้วย 9 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นที่ 1 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราสนใจ ขั้นที่ 2 การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นที่ 3 การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด ขั้นที่ 4 การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis) ขั้นที่ 6 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด ขั้นที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นที่ 8 การทดสอบตลาด และขั้นที่ 9 การดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์

การวิจัยนี้ผู้วิจัยนำ แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรใหม่ (New Curriculum Development: NCD) มาเป็นกรอบหลักในการออกแบบหลักสูตรผู้ประกอบการยุคดิจิทัลที่เน้น ความทันสมัย ความเหมาะสม และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้เรียนมีบริบทและความต้องการหลากหลาย ซึ่งประกอบด้วย 9 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

ขั้นที่ 1 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation)

-สำรวจความต้องการของผู้เรียน ตลาดแรงงาน และแนวโน้มอุตสาหกรรม

-ใช้เทคนิคเช่น การสัมภาษณ์ การสำรวจ หรือ Brainstorming

ขั้นที่ 2 สร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Concept Development)

-พัฒนาความคิดให้เป็นแนวทางของหลักสูตร เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการเรียน และเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการ

ขั้นที่ 3 ประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Concept Screening)

- วิเคราะห์ความเหมาะสมและศักยภาพของแนวคิด เพื่อเลือกแนวคิดที่มีความเป็นไปได้สูง

ขั้นที่ 4 พัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Testing)

-ทดลองนำแนวคิดหลักสูตรไปใช้กับกลุ่มผู้เรียนตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจและผลตอบรับ

ขั้นที่ 5 วิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis)

-ประเมินความคุ้มค่า การลงทุน และผลตอบแทนจากหลักสูตร เช่น การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการหรือเพิ่มความสามารถในการทำงาน

ขั้นที่ 6 พัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development)

-วางแผนการประชาสัมพันธ์หลักสูตร และกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

ขั้นที่ 7 พัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

-จัดทำหลักสูตรจริง ทั้งเนื้อหา เอกสารสื่อการสอน และกิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นที่ 8 ทดสอบตลาด (Market Testing)

-นำหลักสูตรไปสอนจริงในกลุ่มผู้เรียนตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและปรับปรุง

ขั้นที่ 9 ดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ (Commercialization)

-ขยายการใช้หลักสูตรในวงกว้าง เช่น เปิดสอนออนไลน์, ขายคอร์สออนไลน์ หรือใช้ในสถาบันการศึกษา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวทางแอดดี้โมเดลมาประยุกต์ใช้ในขั้นที่ 1 - 4 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรใหม่ (NCD: New Curriculum Development) มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรใหม่มีความสมบูรณ์และเหมาะสมกับผู้เรียนยุคดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำ แนวคิด ADDIE Model for E-learning มาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนที่ 1 - 4 ของ NCD โดย ADDIE Model ประกอบด้วย

A: Analysis (วิเคราะห์) – ประเมินความต้องการและศักยภาพของผู้เรียน

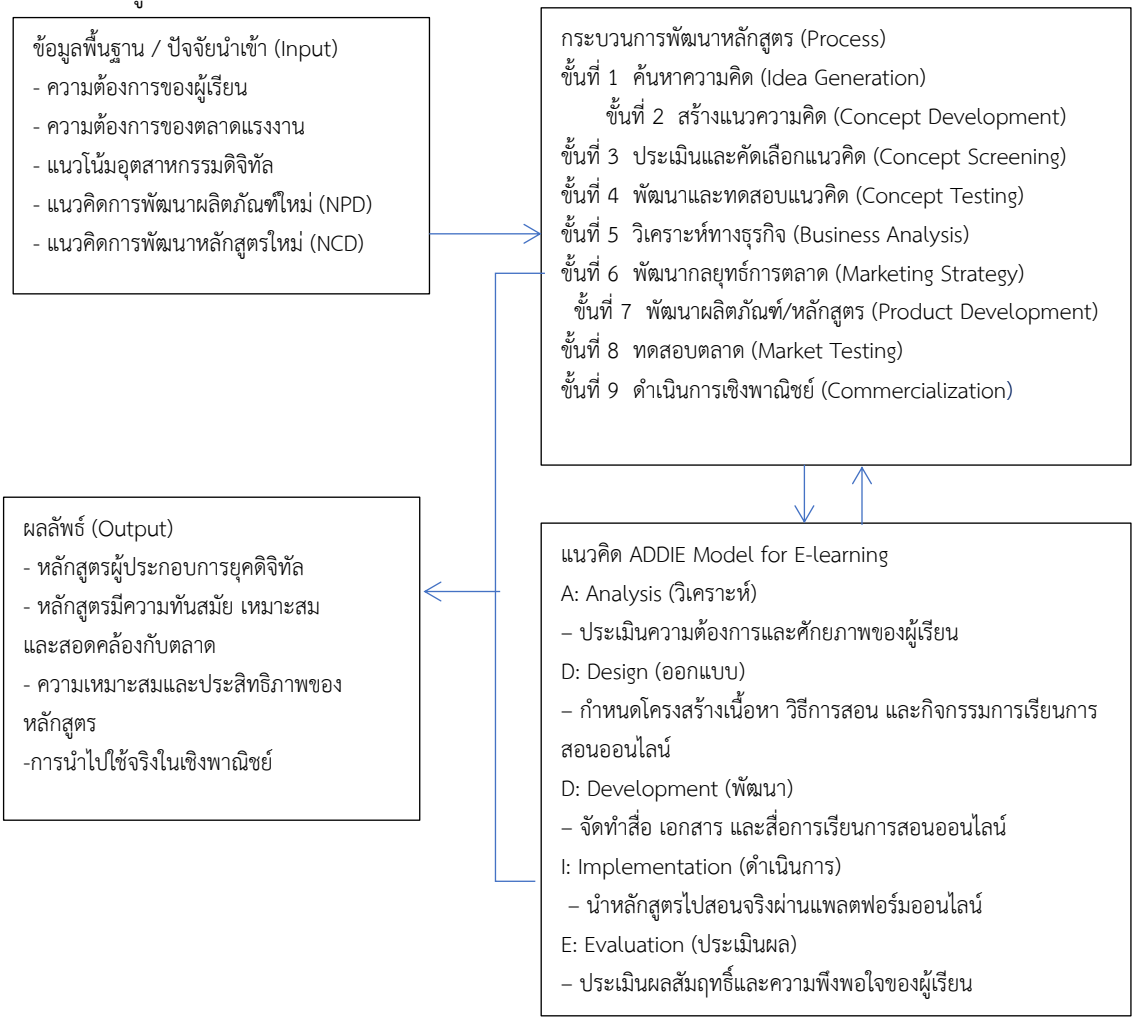
D: Design (ออกแบบ) – กำหนดโครงสร้างเนื้อหา วิธีการสอน และกิจกรรมการเรียนการสอนออนไลน์

D: Development (พัฒนา) – จัดทำสื่อ เอกสาร และสื่อการเรียนการสอนออนไลน์

I: Implementation (ดำเนินการ) – นำหลักสูตรไปสอนจริงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

E: Evaluation (ประเมินผล) – ประเมินผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจของผู้เรียน

สรุป การบูรณาการการพัฒนาหลักสูตรใหม่ (NCD : New Curriculum Development) กับ ADDIE Model ทำให้การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการมีความสมบูรณ์ทั้งด้าน เนื้อหา กระบวนการเรียนรู้ และการประเมินผล ซึ่งช่วยให้หลักสูตรตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัล ทั้งในด้านการสร้างทักษะการประกอบธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม



รูปที่ 1 แนวคิดการออกแบบหลักสูตรด้วยแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรใหม่ (NCD) ในยุคดิจิทัล
ที่มา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์ และ ดร.พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี (2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Developmental Research) มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมการผลิต การค้า และการบริการ ที่มีความสนใจในการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการในหลักสูตร การบริหารการปฏิบัติการ 1 (Operation Management 1) ซึ่งประกอบด้วย 4 ชุดวิชา ได้แก่ 1) การบริหารงานจัดซื้อ 2) การบริหารการวางแผนการผลิต 3) การบริหารคลังสินค้า และ 4) การบริหารการขนส่ง จำนวนทั้งสิ้น 181 ราย ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เข้าเรียนในหลักสูตร ผู้สนใจสมัครใจในการทดลองหลักสูตรผู้ประกอบการฯ จำนวน 181 ราย คน ซึ่งอยู่ในช่วง 4 กลุ่มอายุ ได้แก่ 1) 20-29 ปี 2) 30-39 ปี 3) 40-49 ปี 4) 50 ปีขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1) แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความสนใจในการเรียนหลักสูตร การจัดลำดับความสำคัญของรายวิชา เหตุผลในการเรียน และข้อมูลพื้นฐานของผู้เรียน เช่น เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน และอุตสาหกรรมที่ทำงานอยู่

2) แบบทดสอบรายวิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ประกอบด้วย 4 วิชา ได้แก่ การบริหารงานจัดซื้อ การบริหารการวางแผนการผลิต การบริหารคลังสินค้า และการบริหารการขนส่ง

3) แบบประเมินความพึงพอใจในหลักสูตรผู้ประกอบการฯ วัดความพึงพอใจของผู้เรียนต่อเนื้อหา วิธีการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อเอกสารและอุปกรณ์ การประเมินผล และผลลัพธ์หลังเรียน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยข้างต้น ได้มีการการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity / IOC) เพื่อพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อตรงกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดหรือไม่ โดยใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนนการประเมินของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน ในทั้ง 3 เครื่องมือ รวมถึงทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ Reliability Analysis ด้วยโปรแกรม SPSS ผลที่ได้ คือ

1) แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย ค่าความตรงเชิงเนื้อหา IOC = 0.85, ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha = 0.82 แบบสอบถามนี้มีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ถูกประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน ได้ค่า IOC เฉลี่ย 0.85 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานที่แนะนำ (IOC ≥ 0.50) ทำให้สามารถยืนยันได้ว่าคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Dane, 2018) และความเชื่อมั่นของแบบสอบถามถูกตรวจสอบด้วย Cronbach's Alpha ได้ค่า α = 0.82 ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความเชื่อมั่นสูง

2) แบบทดสอบรายวิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ค่าความตรงเชิงเนื้อหา IOC = 0.88, ค่าความ เชื่อมั่นของแบบทดสอบ (Reliability of Test) โดยใช้สถิติ KR-20 (Kuder-Richardson Formula 20) = 0.78 ใช้ตรวจวัดผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนในแต่ละวิชา คะแนนเต็ม 10 คะแนน ความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) = 0.88 และความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดด้วย Kuder-Richardson Formula 20 (KR-20) = 0.78 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสมสำหรับแบบทดสอบปรนัย (Cohen et al., 2018)

3) แบบประเมินความพึงพอใจในหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ค่าความตรงเชิงเนื้อหา IOC = 0.89, ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha = 0.82 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า Likert 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด, 5 = มากที่สุด) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) = 0.89 และความเชื่อมั่นวัดด้วย Cronbach's Alpha = 0.82

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Paired – Sample T-Test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1) ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยและ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามกลุ่มอาชีพใน 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมการค้า และอุตสาหกรรมบริการ ได้ใช้ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมในหลักสูตรจำนวน 181 ราย ซึ่งอยู่ในช่วง 4 กลุ่มอายุ ได้แก่ 1) 20-29 ปี 2) 30-39 ปี 3) 40-49 ปี และ 4) 50 ปีขึ้นไป

2) ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และปัญญาประดิษฐ์ตามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

3) พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และปัญญาประดิษฐ์ ประกอบด้วย 4 ชุดวิชา ได้แก่ 1) การบริหารงานจัดซื้อ 2) การบริหารการวางแผนการผลิต 3) การบริหารคลังสินค้า และ 4) การบริหารการขนส่ง

4) นำหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และปัญญาประดิษฐ์ที่พัฒนาขึ้น นำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง

5) ระยะเวลาดำเนินการวิจัย 1 ปี (เดือน มกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2567)

ผลการวิจัย

1. ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เรียนมีความต้องการหรือสนใจจะเรียน Module : การบริหารการปฏิบัติการ (Operation Management 1) จำนวนทั้งหมด 181 คน เป็นเพศหญิงมากที่สุด คือ 125 คน (ร้อยละ 69.06) เพศชาย 56 คน (ร้อยละ 30.94) พบว่าผู้เข้าเรียนส่วนใหญ่มีอายุ 30 ถึง 39 ปี จำนวน 63 คน (ร้อยละ 34.81) อายุ 40 ถึง 49 ปี จำนวน 55 คน (ร้อยละ 30.39) อายุ 50ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน (ร้อยละ 19.89) และ อายุต่ำกว่า 29 ปี จำนวน 27 คน (ร้อยละ 14.92) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เข้าเรียนส่วนใหญ่มีตำแหน่งผู้จัดการหรือรองผู้จัดการ จำนวน 71 คน (ร้อยละ 39.23) พนักงาน/เจ้าหน้าที่ จำนวน 50 คน (ร้อยละ 27.62) ผู้บริหาร 29 คน (ร้อยละ 16.02) ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 12.15) อื่น ๆ (อาจารย์ อาชีพอิสระฯลฯ) จำนวน 9 คน (ร้อยละ4.97) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 116 คน (ร้อยละ 64.09) สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน(ร้อยละ 26.52) ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน (ร้อยละ 9.39) และมาจากอุตสาหกรรมการผลิตมากที่สุด จำนวน 88 คน (ร้อยละ 48.62) อุตสาหกรรมบริการ จำนวน78 คน (ร้อยละ43.09) และอุตสาหกรรมการค้าจำนวน 15 คน (ร้อยละ8.29)

รายวิชาที่มีผู้สนใจมากที่สุด 10 อันดับแรก เรียงลำดับดังนี้ 1) การวางแผน 2) จัดซื้อ 3) คลังสินค้า 4) ขนส่ง 5) การผลิต 6) โลจิสติกส์/ซัพพลายเชน 7)เทคโนโลยีและนวัตกรรม 8) ทรัพยากรมนุษย์ 9) ซ่อมบำรุง 10) การตลาด/ขาย

เหตุผลที่ต้องการเรียน เรียงลำดับดังนี้ ต้องการรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นจากการเปลี่ยนสายงานเดิมสู่สายงานใหม่ ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ต้องการเพิ่มความรู้และทักษะสำหรับการทำงานยุคใหม่ ต้องการตำแหน่งในการทำงานที่สูงขึ้น ต้องการนำความรู้มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจของตนเอง และต้องการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

2. เปรียบเทียบการเรียนการสอนผ่านรูปแบบการเรียนการสอน 2 รูปแบบ

ในการเรียนรู้ Module : การบริหารการปฏิบัติการ 1 (Operation Management 1) ซึ่งประกอบด้วย 4 ชุดวิชา ได้แก่ 1) การบริหารงานจัดซื้อ 2) การบริหารการวางแผนการผลิต 3) การบริหารคลังสินค้า และ 4) การบริหารการขนส่ง ได้ให้ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านรูปแบบการเรียนรู้หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ใน 2 รูปแบบ คือ การเรียนการสอนแบบที่ 1 คือ การสอนผ่าน ZOOM หรือคลิปบันทึกการสอนทาง Zoom ร่วมกับเอกสารประกอบการสอน และ การเรียนการสอนแบบที่ 2 คือ การเรียนการสอนผ่านคลิปการสอนโดยใช้ AI ร่วมกับเอกสารประกอบการสอน และคลิปบันทึกการสอนผ่าน Zoom โดยการเปรียบเทียบการเรียนการสอนทั้ง 2 รูปแบบ ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนรวมของการสอนทั้ง 2 แบบ ด้วย Paired – Sample T-Test ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนรวมของการสอนทั้ง 2 แบบ โดยใช้คะแนนจากการทำแบบทดสอบของ 4 วิชา คือ 1) การบริหารงานจัดซื้อ (คะแนนเต็ม 10) 2) การบริหารการวางแผนการผลิต (คะแนนเต็ม 10) 3) การบริหารคลังสินค้า (คะแนนเต็ม 10) และ 4) การบริหารการขนส่ง (คะแนนเต็ม 10)

โดยมีสมมติฐานดังนี้

H0 : ผลการทดสอบการสอนทั้ง 2 แบบ ของผู้เรียนได้คะแนนเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

H1 : ผลการทดสอบการสอนทั้ง 2 แบบ ของผู้เรียนได้คะแนนเฉลี่ยแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเรียนการสอน 2 รูปแบบ

คะแนน	สอนแบบที่ 1		สอนแบบที่ 2		t	Sig. (2-tailed)	Mean Differences
	Mean	S.D.	Mean	S.D.			
ภาพรวม	19.72	5.606	26.75	3.885	-17.630	.000**	-7.028
● วิชาการบริหารงานจัดซื้อ	4.99	2.278	6.67	1.557	-9.094	.000**	-1.680
● วิชาการบริหารการวางแผนการผลิต	5.02	2.076	6.51	1.632	-8.005	.000**	-1.492
● วิชาการบริหารคลังสินค้า	5.28	2.246	7.13	1.540	-10.927	.000**	-1.856
● วิชาการบริหารการขนส่ง	4.43	2.393	6.43	1.596	-10.421	.000**	-2.000

หมายเหตุ : ค่าสถิติ t ติดลบแสดงให้เห็นว่าคะแนนเฉลี่ยของวิธีการสอนแบบที่ 2 สูงกว่าแบบที่ 1

สรุปตารางที่ 1 พบว่า คะแนนการสอบของการเรียนการสอนรูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 19.72 คะแนน (SD = 5.606) คะแนนการสอบของการเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 26.75 คะแนน (SD = 3.885) จากจำนวนตัวอย่าง (N) คือ 181 คน แสดงให้เห็นว่าการเรียนการสอนแบบที่ 2 มีคะแนนค่าเฉลี่ยมากกว่าการเรียนการสอนแบบที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ค่า Sig. เท่ากับ 0.000) แสดงให้เห็นว่าการเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 คือ คลิปการสอนโดยใช้ AI ร่วมกับเอกสารประกอบการสอน และคลิปบันทึกการสอนผ่าน Zoom ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้มากกว่าการเรียนการสอนรูปแบบที่ 1 เมื่อจำแนกตามรายวิชา ผลการทดสอบพบว่า ทั้ง 4 วิชา ได้แก่ วิชาการบริหารงานจัดซื้อ วิชาการบริหารการวางแผนการผลิต วิชาการบริหารคลังสินค้า และวิชาการบริหารการขนส่ง พบว่า การเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 มีคะแนนค่าเฉลี่ยในทุกวิชามากกว่าการสอนแบบที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 คือ คลิปการสอนโดยใช้ AI ร่วมกับเอกสารประกอบการสอน และคลิปบันทึกการสอนผ่าน Zoom ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้มากกว่าการสอนแบบที่ 1 ทั้ง 4 วิชา

3. ความพึงพอใจต่อหลักสูตรการเรียนรู้

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อหลักสูตร Module : การบริหารการปฏิบัติการ 1 (Operation Management) พบว่า ในภาพรวมผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรในภาพรวมในระดับมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.65 คะแนนจากคะแนนเต็ม 5 เมื่อพิจารณาการประเมินทั้ง 7 ด้านของหลักสูตร พบว่า ผู้เข้าเรียนมีความพึงพอใจในเกณฑ์การประเมินทั้ง 7 ด้านในระดับที่มากที่สุดทุกเกณฑ์การประเมิน โดยพบว่า ความพึงพอใจในด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอนและด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน เป็นด้านที่มีคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด (4.68 คะแนน) รองลงมาได้แก่ ด้านเนื้อหาวิชา และด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร (4.67 คะแนน) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้เรียนต่อหลักสูตรการเรียนรู้

รายการการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
รายละเอียดของหลักสูตร	4.65	0.387	มากที่สุด
เนื้อหาวิชา	4.67	0.369	มากที่สุด
วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน	4.68	0.375	มากที่สุด
สื่อ เอกสารและอุปกรณ์การเรียนการสอน	4.68	0.374	มากที่สุด
การประเมินผล	4.59	0.561	มากที่สุด
องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์	4.62	0.474	มากที่สุด
ผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร	4.67	0.411	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.65**	**0.367**	**มากที่สุด**

หมายเหตุ : จำนวนตัวอย่าง 181 ราย

: คะแนน 1.00 – 1.80 คือ น้อยที่สุด 1.81 – 2.60 คือ น้อย 2.61 – 3.40 คือ ปานกลาง 3.41 – 4.20 คือ มาก และ 4.21 – 5.00 คือ มากที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สำคัญที่นำมาอภิปราย 3 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัย พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานตอนต้นและผู้บริหารระดับกลาง ซึ่งสนใจเรียน Module: การบริหารการปฏิบัติการ (Operation Management 1) จำนวน 181 คน โดยผู้เรียนทั้งหมดยังไม่เคยเรียนมาก่อน รายวิชาที่มีผู้สนใจสูงสุด ได้แก่ การวางแผน การจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และการขนส่ง สาเหตุหลักที่ผู้เรียนสนใจเรียน คือ ต้องการเพิ่มรายได้จากการเปลี่ยนสายงานเดิม เพิ่มความมั่นคงในการทำงาน และเสริมทักษะสำหรับการทำงานยุคใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนต้องการทักษะเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม สะท้อนให้เห็นถึงการสะสมทุนมนุษย์ตามแนวคิดเศรษฐศาสตร์การประกอบการ

ผลการวิจัยสะท้อนแนวคิด Human Capital Theory ของ Becker (2020) ที่ระบุว่าการลงทุนด้านการศึกษาและทักษะช่วยเพิ่มศักยภาพและรายได้ของบุคคล นอกจากนี้ งานวิจัยล่าสุดโดย Liu et al. (2023) และ Kaur et al. (2024) พบว่าผู้เรียนวัยทำงานให้ความสำคัญกับทักษะที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในงานหรือธุรกิจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้

งานวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นว่า การศึกษาด้านผู้ประกอบการเฉพาะสาขาที่จำเป็นยังเป็นเรื่องใหม่ และขาดการส่งเสริมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับรายงาน Global Entrepreneurship Monitor (2018–2019) ที่พบว่าประเทศไทยขาดโอกาสทางการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในสถาบันการศึกษา

2. การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และและปัญญาประดิษฐ์ ประกอบด้วย 4 ชุดวิชา ได้แก่ 1) การบริหารงานจัดซื้อ 2) การบริหารการวางแผนการผลิต 3) การบริหารคลังสินค้า และ 4) การบริหารการขนส่ง และได้พัฒนาเนื้อหารวมถึงบทเรียนแต่ละวิชาให้เรียนผ่านทาง Zoom และแพลตฟอร์มออนไลน์ www.entrepreneuronline-learning.com โดยใช้ระยะเวลาศึกษาวิชาละ 3 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 12 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) และผลการประเมินหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีระดับความเหมาะสมในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การนำแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และแนวคิดแอดดี้โมเดล มาประยุกต์ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และและปัญญาประดิษฐ์ทำให้หลักสูตรผู้ประกอบการมีความเหมาะสมในระดับมาก สามารถนำไปใช้ได้ในการสอนได้ และตอบโจทย์ผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชยาภรณ์ ระจิตร (2557) กล่าวว่า การออกแบบการเรียนการสอนด้วยระบบแบบออนไลน์ เพื่อพัฒนาผู้เรียนนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับโลกยุคไอทีในปัจจุบัน เพราะการเรียนการสอนแบบออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและผู้สอนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยลดข้อจำกัดหลายอย่างของการเรียนการสอน สุภโชค ตันพิชัย (2568) ยังชี้ให้เห็นว่าการออกแบบสื่อและกิจกรรมออนไลน์ที่เหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจและเพิ่มผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบการศึกษาในยุคดิจิทัล โดยชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยี โดยเฉพาะ AI, machine learning และ big data กำลังปฏิวัติกระบวนทัศน์ทางการศึกษาจากรูปแบบดั้งเดิมที่ผู้สอนเป็นศูนย์กลาง สู่การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล โดย AI มีบทบาทสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพผู้เรียน ให้คำแนะนำที่เหมาะสม และสร้างภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และ Ryzheva et al. (2024) เกี่ยวกับโอกาสและความท้าทายของการใช้ AI ในระบบการศึกษา ระบุว่า AI สามารถสนับสนุนการเรียนรู้แบบ Personalized Learning และสร้างประสบการณ์ที่เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละคน แสดงให้เห็นศักยภาพในการปฏิรูประบบการศึกษา โดยเฉพาะการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง

3. เปรียบเทียบวิธีการสอน 2 วิธีระหว่างวิธีการสอนแบบที่ 1 การสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์กับวิธีการสอนแบบที่ 2 การนำเอา AI มาใช้ร่วมในการสอน

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนการสอบของการเรียนการสอนรูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 19.72 คะแนน (SD = 5.606) คะแนนการสอบของการเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 26.75 คะแนน (SD = 3.885) จากจำนวนตัวอย่าง (N) คือ 181 คน แสดงให้เห็นว่าการเรียนการสอนแบบที่ 2 มีคะแนนค่าเฉลี่ยมากกว่าการเรียนการสอนแบบที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ค่า Sig. เท่ากับ 0.000) แสดงให้เห็นว่าการเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 คือ คลิปการสอนโดยใช้ AI ร่วมกับเอกสารประกอบการสอน และคลิปบันทึกการสอนผ่าน Zoom ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้มากกว่าการเรียนการสอนรูปแบบที่ 1 เมื่อจำแนกตามรายวิชา ผลการทดสอบพบว่า ทั้ง 4 วิชา ได้แก่ วิชาการบริหารงานจัดซื้อ วิชาการบริหารการวางแผนการผลิต วิชาการบริหารคลังสินค้า และวิชาการบริหารการขนส่ง พบว่า การเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 มีคะแนนค่าเฉลี่ยในทุกวิชามากกว่าการสอนแบบที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าเรียนการสอนรูปแบบที่ 2 คือ คลิปการสอนโดยใช้ AI ร่วมกับเอกสารประกอบการสอน และคลิปบันทึกการสอนผ่าน Zoom ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้มากกว่าการสอนแบบที่ 1 ทั้ง 4 วิชา แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการหลายช่วงวัยโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และและปัญญาประดิษฐ์ และการนำเอา AI มาใช้ร่วมในการสอน มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนได้ดี สอดคล้องกับ Liu et al. (2023) ได้ศึกษาผลกระทบของ E-Learning ต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ พบว่าการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ AI เป็นเครื่องมือสนับสนุนไม่เพียงลดต้นทุนและเพิ่มความยืดหยุ่นในการเข้าถึงความรู้ แต่ยังยกระดับประสิทธิภาพการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ Kaur et al.

(2024) ที่พบว่า AI สามารถวิเคราะห์ระดับความรู้และรูปแบบการเรียนรู้เฉพาะบุคคล เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิด Blended Learning และ E-Learning ที่ระบุว่าการใช้เทคโนโลยีช่วยเสริมการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนเกิด Engagement และความเข้าใจสูงขึ้น (Liu et al., 2023; Kaur et al., 2024)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีศักยภาพในการเสริมสร้างความรู้และทักษะให้แก่ผู้เรียน อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์และความครอบคลุมขององค์ความรู้ในอนาคต นักวิจัยควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการ และอุตสาหกรรมยุคใหม่ ทั้งนี้เพื่อทดสอบความเหมาะสมและประสิทธิผลของหลักสูตรในบริบทที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยยืนยันความสามารถในการนำหลักสูตรไปประยุกต์ใช้ได้ในวงกว้างยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตควรออกแบบเป็นการศึกษาระยะยาว เพื่อติดตามผลลัพธ์หลังจากผู้เรียนสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรแล้ว โดยมุ่งเน้นการประเมินว่าผู้เรียนสามารถนำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจหรือการปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ซึ่งจะช่วยสะท้อนผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรในเชิงปฏิบัติอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ในด้านระเบียบวิธีวิจัย การศึกษาในอนาคตควรพิจารณาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น เพื่อเพิ่มความแม่นยำ ความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง อันจะช่วยยกระดับคุณภาพของงานวิจัยและความเข้มแข็งทางวิชาการโดยรวม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานและสถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นหรือหลักสูตรผู้ประกอบการที่ครอบคลุมผู้เรียนในหลายช่วงวัย โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะที่ผู้เรียนมีความต้องการสูงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของการทำงานและการประกอบธุรกิจ อาทิ ทักษะด้านการวางแผน การจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และการขนส่ง ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพของผู้เรียนในการแข่งขันและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมในยุคปัจจุบัน

ขณะเดียวกัน การจัดการเรียนการสอนควรส่งเสริมการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เช่น การพัฒนาคลิปบทเรียน ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ และการสรุปบทเรียนเฉพาะบุคคล เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ที่มักมีข้อจำกัดด้านเวลาและภาระหน้าที่อื่น ๆ

นอกจากนี้ การออกแบบสื่อการเรียนรู้ เอกสารประกอบการสอน และกิจกรรมการเรียนรู้ควรคำนึงถึงความแตกต่างของผู้เรียนในแต่ละช่วงวัย โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงเนื้อหากับสถานการณ์จริงในภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรม เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเชิงปฏิบัติ และเพิ่มประสิทธิผลของการนำความรู้ไปใช้จริงในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการวางแผนและพัฒนาหลักสูตรอย่างเป็นระบบ โดยนำแนวคิด ADDIE Model มาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรมีความเป็นขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน การออกแบบและพัฒนาเนื้อหา การนำหลักสูตรไปใช้ตลอดจนการประเมินผล ทั้งนี้เพื่อให้หลักสูตรมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางการศึกษาและตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาควรดำเนินการติดตามและประเมินผลหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบการจัดการเรียนการสอน และกระบวนการบริหารจัดการหลักสูตรให้มีความเหมาะสมกับบริบทใน

ปัจจุบัน รวมถึงสามารถรองรับแนวโน้มและความต้องการในอนาคตได้อย่างยั่งยืน การประเมินผลอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้หลักสูตรมีความทันสมัย คงไว้ซึ่งคุณภาพ และเพิ่มประสิทธิผลของการจัดการศึกษาโดยรวม

ในด้านการบริหารจัดการหลักสูตร ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนการบริหารจัดการ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียน การติดตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และการใช้ข้อมูลเพื่อปรับปรุงกิจกรรมการเรียนรู้อย่างตรงจุด ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจเชิงบริหาร ลดข้อจำกัดด้านทรัพยากร และยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาของสถาบันในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

ชุติมา กัณฑบุตร. (2559). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2*(1), 6–7.

พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี. (2564). *การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิชยาภรณ์ ระจิตร. (2557). *การประยุกต์ใช้การเรียนการสอนสื่ออิเลคทรอนิกส์* [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2568). *สรุปผลที่สำคัญสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2568*. https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/9u#gsc.tab=0

สุภโชค ตันพิชัย. (2566, 3 พฤษภาคม). *จากการสอนแบบดั้งเดิมสู่การเรียนรู้ที่มีเทคโนโลยีเป็นเพื่อนคู่คิด: การเดินทางสู่อนาคตของการศึกษา*. สถาบันการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. https://li.kmutt.ac.th/from-traditional-teaching-to-technology-enabled-learning/knowledge

Becker, G. S. (2020). *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education* (4th ed.). University of Chicago Press.

Branch, R. M., & Kopcha, T. J. (2021). Instructional design models. In R. A. Reiser & J. V. Dempsey (Eds.), *Trends and issues in instructional design and technology* (4th ed., pp. 77–87). Pearson.

Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *GEM 2018/2019 global report*. https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report

Holcombe, R. G. (2021). Entrepreneurial economies. *Economies, 9*(3), Article 123. https://doi.org/10.3390/economies9030123

Kaur, S., Budhraja, K., Pahuja, A., Nayyar, V., & Saluja, S. (2024). Leveraging artificial intelligence in education: Enhancing learning experience. In *Ethical AI and data management strategies in marketing*. [Publisher information might be needed if available].

Liu, S., Sun, H., Zhuang, J., & Xiong, R. (2023). The impact of e-learning technologies on entrepreneurial and sustainability performance. *Sustainability, 15*(21), Article 15660. https://doi.org/10.3390/su152115660

Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M., & Forcier, L. B. (2022). *Intelligence unleashed: An argument for AI in education*. Pearson.

OECD. (2021). *Education at a glance 2021*. OECD Publishing.

Ryzheva, N., Nefodov, D., Romanyuk, S., Marynchenko, H., & Kudla, M. (2024). Artificial intelligence in higher education: Opportunities and challenges. *Amazonia Investiga*. https://mail.amazoniainvestiga.info

Ulrich, K. T., Eppinger, S. D., & Yang, M. C. (2020). *Product design and development* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

UNESCO. (2023). *AI and education: Guidance for policy-makers*. UNESCO Publishing.

Forecasting Inpatient Bed Demand Using Exponential Smoothing with Trend and Seasonal Index

Rath Burirat[1], Suteera Vonganansup[2*], Parinda Labcharoenwongs[3], Orawan Chunhapran[4], Duangjai Noolek[5] and Tongjai Yampaka[6]

[1,2,3] Lecturer of Department of Computer Science, Faculty of Business Administration and Information Technology Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

[4,5] Assistant Professor of Department of Computer Science, Faculty of Business Administration and Information Technology Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

[6]Assistant Professor of of Master of Science Program in Digital Transformation and Business Innovation, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

Email: rath_bu@rmutto.ac.th[1], suteera_vo@rmutto.ac.th[2], parinda_la@rmutto.ac.th[3], orawan_ch@rmutto.ac.th[4], duangjai_noo@rmutto.ac.th[5], tongjai_ya@rmutto.ac.th[6]

Received: Aug. 27,2025; **Revised:** Oct. 21,2025**; Accepted:** Oct. 29,2025

Abstract

Forecasting of inpatient hospital bed demand is important for optimizing resource allocation and enhancing healthcare service. This study aims to improve the accuracy of the forecasting model, Exponential Smoothing with Trend, including the Seasonal Index (ETS-SI), to address the complexities of trend and seasonality in hospital admissions data. Anonymized inpatient data from government hospitals in Thailand (2020–2024) was used and categorized by hospital size (small, medium, and large). Then, the ETS-SI model integrated trend and seasonal components to improve forecasting precision and was evaluated against traditional forecasting methods, including Exponential Smoothing (ES), Exponential Smoothing with Trend (EST), and the Seasonal Index (SI). Mean Absolute Percentage Error (MAPE) was used to validate forecasting accuracy. ETS-SI achieved the lowest error rates compared with other methodologies for capturing seasonal and trend-driven variations. Findings emphasize the suitability of ETS-SI for addressing the unique challenges of hospital demand forecasting. The ETS-SI model demonstrated the lowest MAPE among all models, and statistical validation using ANOVA confirmed that its forecasting accuracy was significantly higher ($p < 0.05$). The ETS-SI model demonstrated superior forecasting accuracy and can be applied to support holistic hospital decision-making—particularly in patient scheduling, staff rostering, and bed resource planning. Future research should explore hybrid models for enhanced forecasting accuracy and broader applicability.

Keywords: Inpatient beds forecasting; inpatient beds management; hospital resource utilization planning

Introduction

Accurate forecasting of hospital bed demand is a critical component of healthcare resource management. According to Walsh et al. (2021), efficient forecasting ensures optimal allocation of resources, reduces operational costs, and enhances patient care delivery. Inpatient beds demand is influenced by various factors, including seasonal variations, demographic trends, and healthcare policies, making it

a complex problem for healthcare administrators. Conventional forecasting methods, such as Exponential Smoothing (ES) and Exponential Smoothing with Trend (EST), often fail to capture the intricate interplay of trend and seasonality inherent in hospital admission data, particularly in facilities with varying capacities (Vieira, Sousa, & Dória-Nóbrega, 2023).

In recent years, many studies have introduced the methodology of healthcare demand forecasting by providing a robust model. For instance, Hyndman and Athanasopoulos ("Forecasting: Principles and Practice (3rd Ed)," Chapter 6) highlight the evolving challenges in healthcare forecasting, emphasizing the need for models that account for complex trends and seasonal variations. Gardner (1984, p. 923) specifically addresses the role of seasonality in hospital admission patterns, underscoring its importance in model development.

Research over the past 5 years has shown that traditional forecasting methods such as ARIMA or exponential smoothing have limitations in dealing with the complexity and volatility of healthcare demand, especially when the forecasting horizon is longer or when there are rapidly changing environmental factors such as disease seasons or demographic shifts (Huang, Xu, Ji, Xiang, & He, 2020).

Using advanced or mixed exponential smoothing techniques along with machine learning techniques can make forecasts much more accurate. When you combine exponential smoothing with deep learning (like LSTM or Bi-LSTM), you can make more accurate predictions about things like crime and energy load than with single exponential smoothing or traditional methods like ARIMA (Earl, Baguelin, Van Leeuwen, Lopez-Bernal, & Ferguson, 2024).

Finally, Forecasting: Principles and Practice ("Exponential Smoothing | Forecasting: Principles and Practice (3rd Ed)," Chapter 8) propose hybrid models that integrate traditional and machine learning approaches, offering potential future directions for refining healthcare demand forecasting methodologies. Although previous studies have been achieved for accurate forecasting models, the suitable model across different hospital sizes, namely small, medium, and large is not considered. Thus, there is a need for advanced forecasting models that can effectively address these challenges and provide more reliable predictions.

This study focuses on developing and evaluating an advanced forecasting model, Exponential Smoothing with Trend including Seasonal Index (ETS-SI), designed to incorporate both trend and seasonality in hospital admission data. Using anonymized inpatient records from government hospitals in Thailand, categorized by hospital size (small, medium, and large), the study aims to address the limitations of existing methods by introducing a model that enhances predictive accuracy. The proposed ETS-SI model is compared against traditional forecasting techniques, including ES, Exponential Smoothing with Trend (EST), and the Seasonal Index (SI). The performance of these models is evaluated using Mean Absolute Percentage Error (MAPE), a robust metric for assessing forecasting accuracy. The public health services in Thailand are directly affected by the lack of inpatient forecasting statistics. If hospitals cannot make accurate forecasting, these issues can lead to delays in patient admission, reduced quality of care, and increased operational costs. Therefore, developing a forecasting model helps ensure that hospital resources. However, public hospitals in Thailand provide inpatient services to many patients. This research therefore focuses on predicting inpatient volume to help ensure adequate resource allocation, bed

management, and staff scheduling, which are crucial factors in patient care. Therefore, the developed model can be appropriately applied to predict inpatient volume in public hospitals.

This paper is structured as follows: Section II provides an overview of the related work and methodologies in hospital demand forecasting. Section III describes the data and methodology used in this study. Section IV presents the results and discusses the implications of the findings. Finally, Section V concludes with a summary of the study's contributions and recommendations for future research.

Objective

1. To analyze the effect of seasonal variations and hospital size on inpatient hospital bed demand in Thailand.

2. To develop and evaluate the Exponential Smoothing with Trend including Seasonal Index (ETS-SI) model and compare its forecasting accuracy against traditional models (ES, EST, SI).

3. To assess whether improved forecasting accuracy enhances efficiency in hospital resource management and patient care.

Literature Review

Forecasting hospital demand has garnered significant attention in recent years due to the critical role it plays in resource optimization and healthcare planning. Various time-series forecasting methods have been employed to predict hospital bed demand, with each method demonstrating unique strengths and limitations depending on the nature of the dataset.

Exponential smoothing methods, such as Simple Exponential Smoothing (SES) and Exponential Smoothing with Trend (EST), are commonly used for short-term forecasting due to their simplicity and effectiveness in handling datasets with level and trend components. However, these methods often fail to capture seasonality, which is a significant characteristic in hospital admission data influenced by periodic fluctuations in patient demand (Earl et al., 2024, Huang et al., 2020). Recent studies have focused on extending traditional models by incorporating seasonal indices to address this limitation, thereby improving the accuracy of forecasts in contexts with strong seasonal patterns (Sohrabbeig et al., 2023).

Advanced models, such as the Holt-Winters Exponential Smoothing method, explicitly account for seasonality and trend but may require extensive parameter tuning to achieve optimal results. These methods have demonstrated superior performance in healthcare forecasting applications, particularly when data exhibit consistent seasonal cycles (Kumar et al., 2024). Despite their effectiveness, Holt-Winters models can be sensitive to anomalies and structural breaks in time-series data, making them less reliable for datasets with significant noise (Sohrabbeig et al., 2023).

To address the limitations of traditional methods, hybrid forecasting approaches combining machine learning and statistical techniques have emerged. For example, ensemble models that integrate exponential smoothing with machine learning algorithms, such as support vector machines or neural networks, have shown promise in improving forecast accuracy while accounting for non-linear patterns in hospital demand (Aravazhi, 2021). These approaches leverage the strengths of both paradigms, enhancing robustness and adaptability to diverse data characteristics.

Moreover, the integration of domain-specific variables, such as hospital size, length of stay (LOS), and patient demographics, has been identified as a critical factor in enhancing model performance. Studies have emphasized the need to tailor forecasting models to specific hospital settings to ensure reliability and relevance of the predictions (Hilton et al., 2020) For instance, forecasting models for small hospitals often require greater emphasis on trend adjustments due to higher variability in admissions, while models for larger hospitals must accommodate long-term seasonal cycles. This data gap constrains evidence-based decision-making and limits the ability to anticipate surges in inpatient demand. Therefore, this study contributes to filling this gap by applying anonymized national data from government hospitals in Thailand to develop a robust and interpretable forecasting model that can inform strategic healthcare planning in similar developing contexts.

Recent advancements in computational techniques have also facilitated the development of scalable forecasting frameworks capable of handling large and complex datasets. For instance, cloud-based platforms and real-time data analytics tools are increasingly being adopted to enable dynamic adjustments to forecasting models based on changing trends and patterns in healthcare demand (Leela et al., 2025). These innovations hold significant potential for improving decision-making in hospital management and resource allocation.

In summary, the literature underscores the evolving landscape of forecasting methodologies, with a clear trend towards integrating statistical techniques with machine learning approaches. However, the need for context-specific adaptations remains a consistent theme, particularly in sectors like healthcare, where demand patterns are heavily influenced by external and seasonal factors. The Exponential Smoothing with Trend including Seasonal Index (ETS-SI) model proposed in this study aligns with these advancements by addressing the dual challenges of trend and seasonality, offering a tailored solution for hospital demand forecasting. Therefore, this study focuses on enhancing the Exponential Smoothing framework (ETS-SI) as a balanced approach that maintains interpretability and computational efficiency while improving accuracy through trend–seasonality integration.

Research Hypotheses

H1: Seasonal variations have a statistically significant effect on inpatient hospital bed demand across different hospital sizes (small, medium, and large).

H2: The ETS-SI model provides significantly more accurate forecasts of hospital bed demand compared to traditional models (ES, EST, and SI).

H3: Hospitals that adopt ETS-SI–based forecasting achieve improved efficiency in resource planning and patient care compared to those relying solely on traditional forecasting methods.

Conceptual Framework

Hospital resources are fundamentally grounded in theories of healthcare operations management and forecast-based decision making. The conceptual framework of this study (Figure X) illustrates the relationships among four main elements:

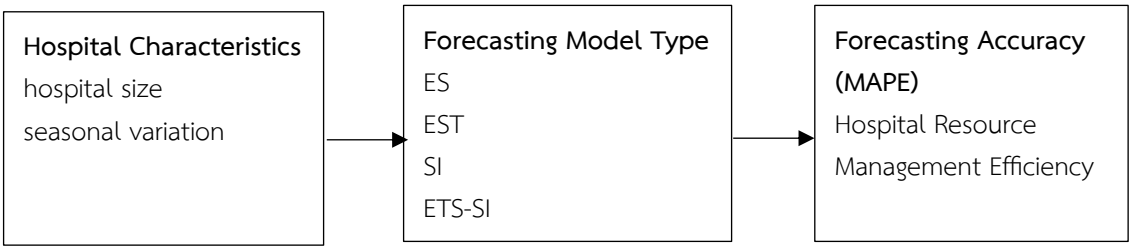


Fig 1 Conceptual Framework of the Study

The framework illustrates the relationships among seasonal variations, forecasting models, and hospital resource management outcomes. Seasonal changes and hospital size influence inpatient demand patterns. The application of the ETS-SI model enhances forecasting accuracy (MAPE), which subsequently improves hospital operational efficiency through better bed allocation, staff scheduling, and service delivery.

Research Methodology

A. Material

The inpatient data was obtained from the Information Technology Division, Department of Medical Services, Ministry of Public Health, Thailand. This division is responsible for collecting, managing, and disseminating healthcare-related information, including patient records, hospital admissions, and resource utilization across the country. The dataset comprises anonymized patient records and includes key variables such as admission dates, discharge dates, medical diagnoses, demographic details, and hospital bed occupancy rates. The dataset comprises of annual statistical data on inpatient admissions in government hospitals across Thailand, covering the period from 2020 to 2024. Since hospital resources vary depending on the size of the hospital, the dataset is categorized based on hospital size including Small Hospitals (with 30-200 beds), Medium Hospitals (with 200-500 beds), and Large Hospitals (with more than 500 beds).

B. Hospital Size Classification and Data Cleaning

Before analysis, all records were anonymized and underwent a data-cleaning process that involved (1) removing duplicate entries, (2) excluding incomplete admission or discharge records, (3) validating hospital codes with DMS master lists, and (4) aggregating monthly admission counts for uniform time-series modeling. These steps ensured the dataset's accuracy and comparability across hospital groups.

C. Methodology

This study aims to develop an accurate forecast of the inpatient yearly bed demand. Exponential Smoothing with Trend including Seasonal Index (ETS-SI) method was introduced for inpatient hospital admission forecasting. This approach integrates trends and seasonal variations to enhance forecasting

precision, particularly for data with distinct patterns influenced by time and periodic fluctuations. A comparative analysis was conducted against existing forecasting methods such as Exponential Smoothing (ES) and Exponential Smoothing with Trend (EST).

D. Exponential Smoothing (ES)

Exponential smoothing is a widely used forecasting method that assigns exponentially decreasing weights to past observations. It is particularly useful for data with no clear trend or seasonality. The formula for simple exponential smoothing is:

$$F_t = \alpha A_{t-1} + (1 - \alpha) F_{t-1} \quad (1)$$

Where

F_t = Forecasted value for time t.

A_{t-1} = Actual value at time $t - 1$.

F_{t-1} = Forecast value at time $t - 1$.

α = Smoothing constant ($0 < \alpha < 1$).

The term (Y_t) represents the actual number of inpatient admissions recorded during month *t*. A higher α gives more weight to recent observations, making the model more responsive to short-term fluctuations.

E. Exponential Smoothing with Trend

Simple exponential smoothing by incorporating a trend component. This method is suitable for data with both a level and a trend but no seasonality. The method involves two equations: one for the smoothed level and another for the trend. The method involves three equations:

Level Equation:

$$L_t = \alpha A_t + (1 - \alpha)(L_{t-1} + T_{t-1}) \quad (2)$$

Where:

L_t : Smoothed level at time *t*.

A_t = Actual value at time t.

L_{t-1} = Smoothed level at time $t-1$.

T_{t-1} = Smoothed trend at time $t-1$.

α = Smoothing constant ($0 < \alpha < 1$).

The level reflects the underlying average demand after smoothing out short-term variations, while the trend captures the systematic increase or decrease in demand across time periods.

Trend Equation:

$$T_t = \beta(L_t - L_{t-1}) + (1 - \beta)\, T_{t-1} \quad (3)$$

Where:

T_t : Smoothed trend at time *t*.

$L_t - L_{t-1}$: Change in level from the previous period.

β : Smoothing constant for the trend ($0 < \beta < 1$).

Forecast Equation:

$$F_{t+k} = L_t + kT_t$$

Where:

F_{t+k}: Forecast for k periods ahead

k : Number of periods into the future.

Although exponential Smoothing (ES) and Exponential Smoothing with Trend are widely used forecasting methods, these methods do not account for seasonality. So, the extended Seasonal Index method was proposed.

F. Proposed model Exponential Smooting with Trens including Seasonal Index (ETS-SI)

The Exponential Smoothing with Trend including Seasonal Index (ETS-SI) model was extended from traditional Exponential Smoothing with Trend including seasonal index term. The seasonal index S_t quantifies the degree of seasonality by comparing actual values during a specific season to the average value over all seasons. The process involves the following steps:

1) calculate the seasonal index

Calculate the Average for Each Season:

$$\text{Average for Season } i = \frac{\text{Sum of values in Season } i}{\text{Number of seasons in the dataset}}$$

Calculate the Grand Average

$$\text{Grand Average} = \frac{\text{Total Sum of All Data}}{\text{Total number of data point}}$$

Calculate the Seasonal Index

$$S_t = \frac{\text{Average for Season } i}{\text{Grand Average}} \quad (5)$$

2) Update seasonal index to Exponential Smoothing with Trend

$$F_{t+k} = L_t + kT_t \times S_{t+k} \quad (6)$$

Where:

K : Number of periods into the future.

S_{t+k}: seasonal index for the forecasted season.

3) Implementation process

Calculate initial values for L_t from equation (2)

Calculate initial values for T_t from equation (3)

Calculate initial values for S_t from equation (5)

Iterative Updates L_t, T_t, S_t recursively for each period using the equations above

Forecasting using equation (6) to predict future values

The performance of forecasting models was evaluated to ensure that proposed methods are both reliable and relevant, ultimately leading to better insights and actionable results in a specific context, such

as inpatient forecasting. In this study, seasonality refers to systematic, recurring fluctuations in inpatient hospital admissions that follow a 12-month annual cycle. The cycle was defined based on Thailand's calendar year (January–December), as hospital admission patterns typically repeat annually due to climate-related factors (e.g., influenza and dengue peaks during the rainy season), holiday periods, and healthcare utilization behavior.

G. Model performance measure

The performance comparison of the forecasting models is evaluated using various error metrics, ensuring a comprehensive assessment of their accuracy. Mean Absolute Percentage Error (MAPE) was employed to rigorously compare the forecasting accuracy because it is scale-independent to allows for easy comparison of forecasting accuracy across datasets with different units or magnitudes. The formula for Mean Absolute Percentage Error (MAPE) is as follows:

$$MAPE = \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n}\left|\frac{A_t - F_t}{A_t}\right| \times 100$$

Where

n: Total number of observations.

A_t: Actual value at time t.

F_t: Forecasted value at time t.

$|A_t - F_t|$: Absolute error at time t.

$\frac{|A_t - F_t|}{A_t}$: Relative error at time t.

F. Stationarity Testing using the Augmented Dickey–Fuller (ADF) Test

Augmented Dickey–Fuller (ADF) test was used to evaluated trend and seasonality analysis. Ensuring stationarity is crucial to prevent spurious patterns and to confirm that the data are suitable for exponential smoothing–based models. The following regression form was used:

$$\Delta Yt = \alpha + \beta t + \gamma Yt-1 + i=1\sum p \delta i \Delta Yt-i + \varepsilon t$$

Where:

Y_t = inpatient admission at time t

t = time trend

γ = coefficient indicating stationarity (rejecting the null when $\gamma < 0$)

p = lag order chosen to eliminate autocorrelation

Results and Discussion

A. Trend and Seasonality Testing

Trend and seasonality testing were used to identify the presence of both trend and seasonal patterns in the dataset that different forecasting models are suitable for different types of time series data. Trend and seasonality testing were conducted using data from 2020–2023 to identify underlying temporal patterns, while 2024 data were later applied as a holdout sample for forecasting validation and robustness testing.

Small Hospitals (with 30-200 beds): The results showed that the ADF Test Statistic (-3.025) was less than the 5% critical value (-2.949) and the p-value (0.033) was less than 0.05, the null hypothesis of the ADF test was rejected. This indicated that the series was stationary. However, significant seasonal patterns were detected. Fig. 1. shows the following components of the small hospital series data.

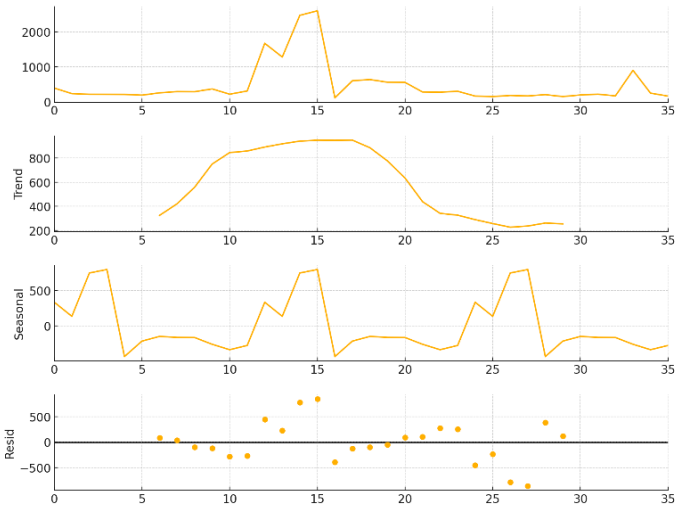


Fig 2. The decomposition plot shows the following components of the small hospital.

Fig 2 represented the original time series data including all components (trend, seasonality, and residuals). It indicated that peaks and troughs were potential seasonality. The trend represents the underlying long-term movement from 0 to 15, then declines and stabilizes at a lower level. These results showed that the series tended to be stationary. In addition, the seasonal component captures the repeating patterns or periodic fluctuations in the monthly cycles.

Medium Hospitals (with 200-500 beds): The results showed that the ADF Test Statistic (-5.482) was less than the critical values (at all levels) and the p-value was extremely small (less than 0.05), the null hypothesis of the ADF test was rejected. This indicates that the series is stationary. However, the seasonal component was clear periodic fluctuations which confirm seasonality in the data. Fig. 2. shows the following components of the medium hospital.

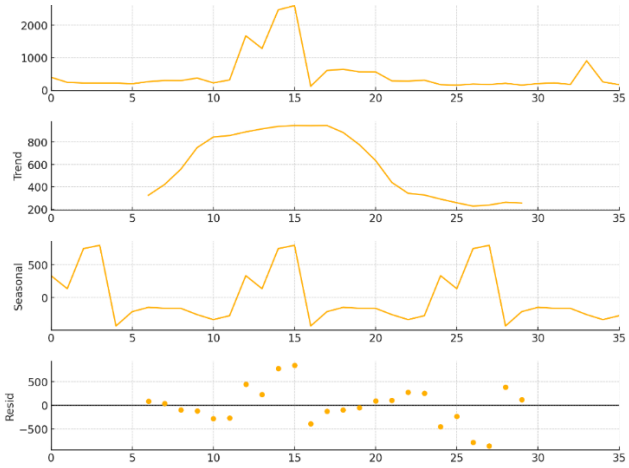


Fig 3. The decomposition plot shows the following components of the medium hospital.

Fig 3 represented the original time series data including all components (trend, seasonality, and residuals) of the medium hospital. It indicated that the trend initially decreases, stabilizes, and then increases, reflecting shifts in the baseline of the data. The seasonal component captured the recurring patterns or cycles in the data. The seasonal component showed regular and repeating peaks and troughs, confirming strong seasonality. The residuals fluctuate around zero without an obvious pattern, indicating that most of the data's structure has been captured by the trend and seasonal components.

Large Hospitals (with more than 500 beds): The ADF Test Statistic (-5.392) was less than the critical values (at all levels) and the p-value is extremely small (less than 0.05), the null hypothesis of the ADF test was rejected. This indicates that the series is stationary. Fig. 3. shows the following components of the large hospital.

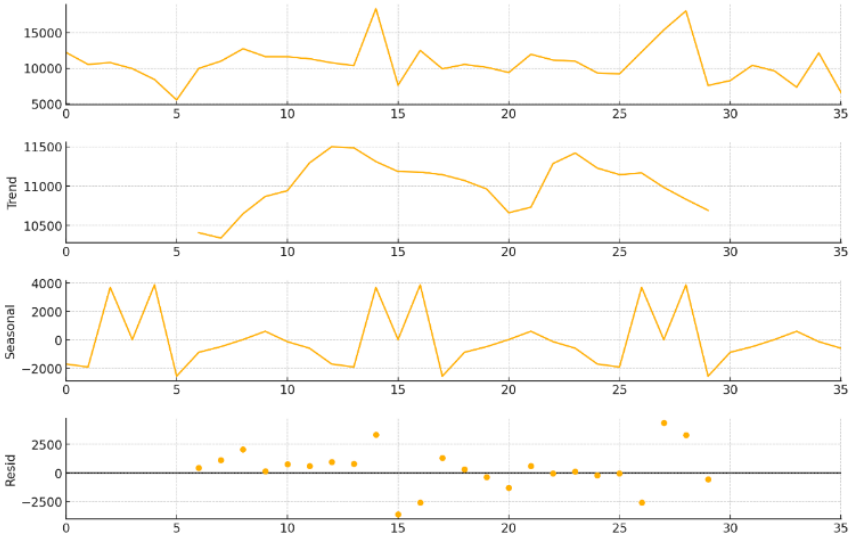


Fig 4. The decomposition plot shows the following components of the medium hospital.

The large hospital series data showed clear fluctuations and variations could be observed over time. The trend increased and peaked around at time index 15 before stabilizing, showing some decline in later periods. The seasonal component showed distinct periodic behavior, with peaks and troughs repeating at regular intervals. The residuals appeared randomly, indicated that the trend and seasonality components effectively explained most of the variation in the dataset.

These results indicated the presence of strong seasonality in the dataset. The residual component represents the remaining variability in the data after removing the trend and seasonality. Randomness in the residuals indicates that most of the structure in the data (trend and seasonality) has been accounted for. These results showed that seasonal data may be suitable for using Holt-Winters Exponential Smoothing.

Additionally, all datasets tend to stationarity with strong seasonal patterns and distinct trends. This demonstrated suitability for methods like Holt-Winters Exponential Smoothing, which accounts for both trend and seasonality. The findings could emphasize the critical role of analyzing trends and seasonality before selecting forecasting methods, ensuring that the chosen approach aligns with the data characteristics.

B.Forecasting Results

The forecasting results represented the next period forecasting for different hospital sizes (small, medium, and large). Each chart compares the forecasts from various models to the actual demand across the months.

Small Hospital Forecasting Results: The Optimized ES (blue line) showed significant fluctuations, especially in months like January and August, where it overestimates demand compared to the actual values (pink line). The Optimized EST (orange line) and ETS-SI (green line) provided closer predictions of the actual demand, with fewer deviations across most months. The Seasonal Index (SI, purple line) method had larger errors in months with higher or lower actual demand, such as July and August, where it underperforms.

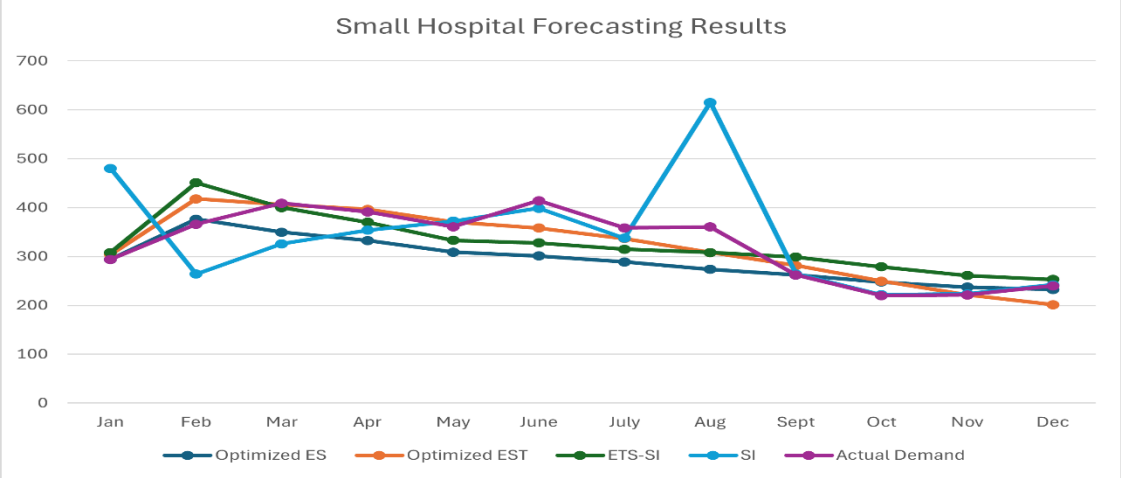


Fig 5 The next period forecast for small size hospitals.

Medium Hospital Forecasting Results: The Actual Demand (pink line) increased sharply in the middle months (e.g., July-August), highlighting seasonal effects. The Optimized ES (blue line) and SI (purple line) exhibited larger deviations during months with significant fluctuations (e.g., July-August), overestimating or underestimating the demand. Optimized EST (orange line) showed consistent performance but slightly underestimated peak demand in July-August. The ETS-SI (green line) performed well in capturing both the trend and seasonality, aligning closely with the actual demand throughout the year.

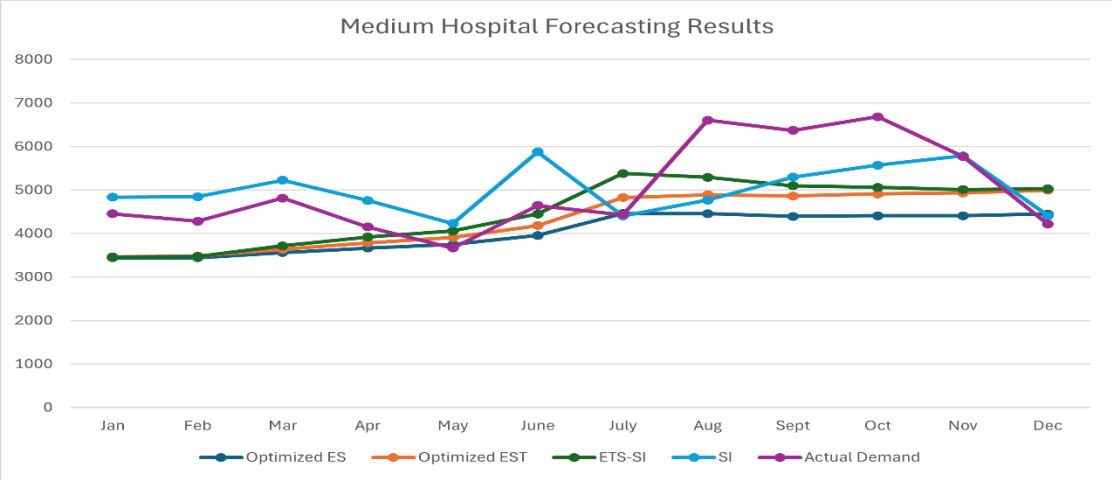


Fig 6. The next period forecasts for medium size hospitals.

Large Hospital Forecasting Results: the Actual Demand (pink line) showed larger overall values compared to small and medium hospitals, with distinct peaks and troughs, especially in April and October. The Optimized ES (blue line) and SI (purple line) methods struggled with large variations, particularly during peak months, where they deviated significantly from actual demand. ETS-SI (green line) and Optimized EST (orange line) provided more accurate predictions, staying closer to actual demand, even during peak months.

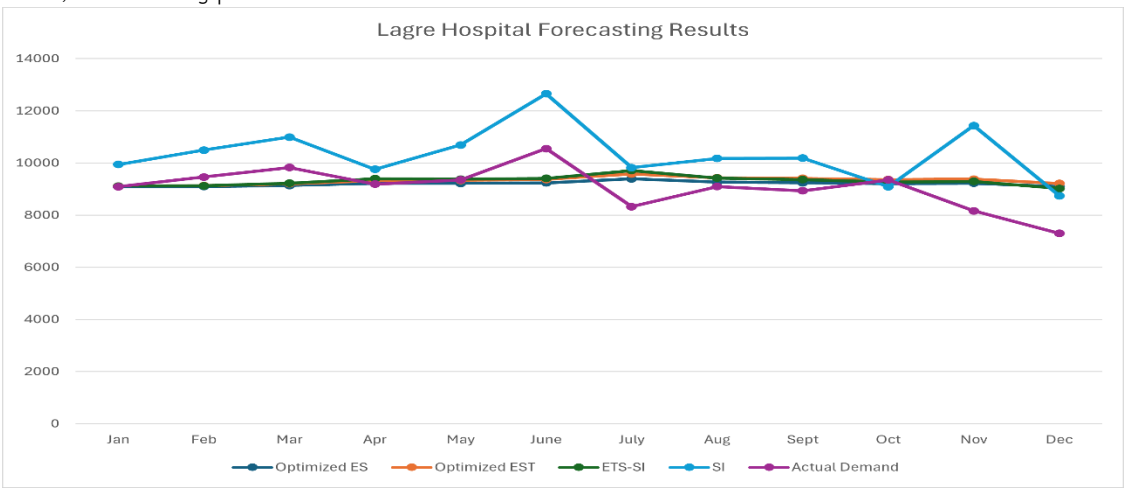


Fig 7. The next period forecasts for large size hospitals.

The forecasting data for hospital demand data across small, medium, and large hospitals were calculated using various models such as Optimized ES (Exponential Smoothing), Optimized EST (Exponential Smoothing with Trend), SI (Seasonal Index), and proposed ETS-SI (Exponential Smoothing with Seasonal Index). These results indicated that our proposed ETS-SI was the most accurate method, effectively capturing both trend and seasonal variations.

C. Model Performance

Error comparison is a critical step in evaluating and selecting the most suitable forecasting model. Mean Absolute Percentage Error (MAPE) was employed to rigorously compare the forecasting accuracy because it is scale-independent to allows for easy comparison of forecasting accuracy across datasets with different units or magnitudes. Fig. 5. shows the comparison forecasting error. The errors were likely calculated using metrics such as Mean Absolute Percentage Error (MAPE) to assess the accuracy of each model.

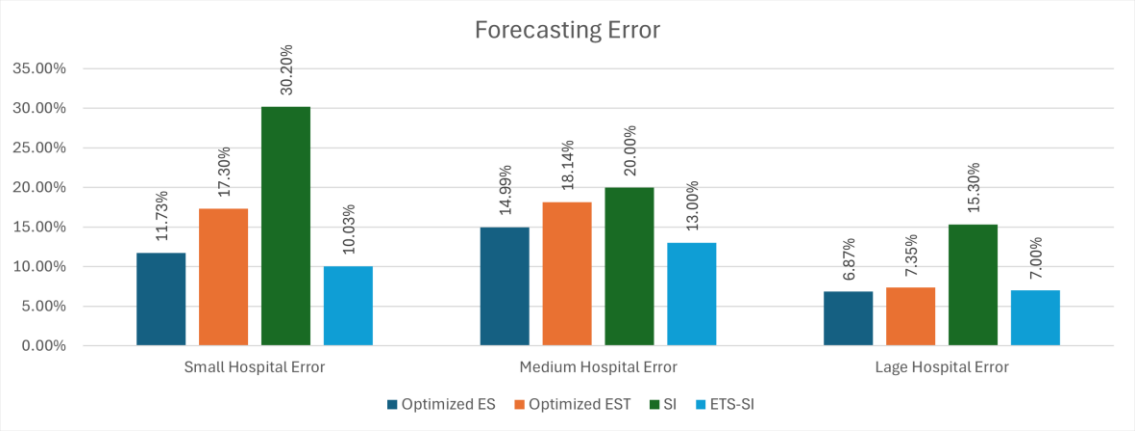


Fig 8 the forecasting error percentages for different hospital sizes (small, medium, and large) across four forecasting models

Small Hospital Error: Optimized ES (dark blue bar) showed a slightly higher error at 11.73%. Optimized EST (orange bar) had a higher error of 17.30%, while the SI model (green bar) performed the worst with an error of 30.20%. The ETS-SI model (blue bar) exhibited the lowest error at 10.03%, indicating it was the most accurate for forecasting demand in small hospitals.

Medium Hospital Error: Optimized ES and Optimized EST had higher errors at 14.99% and 18.14%, respectively. The SI model had the highest error at 20.00%, suggesting it was less effective for medium hospitals as well. The ETS-SI model again showed the lowest error at 13.00%, proving to be the most accurate for medium hospitals.

Large Hospital Error: The SI model once again had the highest error at 15.30%, demonstrating it consistently underperformed in all hospital sizes. The ETS-SI model maintained its accuracy, recording the lowest error at 7.00%, followed by Optimized ES at 6.87% and Optimized EST at 7.35%.

To verify whether the differences in forecasting accuracy among the four models were statistically significant, one-way repeated-measures ANOVA was performed on the MAPE results. The ANOVA indicated a significant effect of the model type on forecasting accuracy ($F(3,84) = 12.45$, $p < 0.001$). These results confirm that ETS-SI provides statistically validated improvements in forecasting accuracy across small and medium-sized hospitals. The results demonstrated that ETS-SI significantly outperformed traditional models in small and medium hospitals and performed comparably well in large hospitals, confirming its robust and statistically validated forecasting capability.

SI consistently exhibited the highest errors, indicating it was the least suitable model for forecasting in this context. Optimized ES and Optimized EST performed reasonably well, particularly for large hospitals, but their accuracy was not as consistent as ETS-SI. The ETS-SI model consistently demonstrated the lowest forecasting errors across all hospital sizes, making it the most reliable method. These results highlighted the importance of selecting models like ETS-SI that can effectively handle both trend and seasonality, especially in scenarios of varying hospital sizes.

The inclusion of COVID-19–affected data is both a limitation and a strength of this study. While pandemic-related disruptions temporarily reduced inpatient admissions in many hospitals, they also provided a natural stress test for the forecasting model. The ETS-SI method demonstrated stability in capturing underlying trends despite short-term volatility, suggesting its suitability for healthcare systems facing similar external shocks or crises. Future studies may refine this approach by incorporating pandemic indicators or exogenous variables to further enhance model responsiveness during global health emergencies.

D. Hypothesis Testing Results

H1: Seasonal variations and hospital size have statistically significant effects on inpatient hospital bed demand.

A two-way ANOVA was conducted with hospital size (small, medium, large) and month (January–December) as factors, using monthly inpatient admissions from 2020–2023. Results indicate significant effects of both seasonal variation ($F(11,1008) = 9.27$, $p < 0.001$) and hospital size ($F(2,1008) = 15.83$, $p < 0.001$) on inpatient bed demand, confirming H1.

H2: The ETS-SI model provides significantly higher forecasting accuracy (lower MAPE) compared to traditional models (ES, EST, and SI).

A one-way repeated-measures ANOVA comparing the MAPE values of the four forecasting models across all hospital categories was performed. The ANOVA was significant ($F(3,84) = 12.45$, $p < 0.001$), and Tukey's HSD post-hoc tests showed that ETS-SI achieved significantly lower MAPE than ES ($p = 0.002$), EST ($p = 0.004$), and SI ($p = 0.001$). Therefore, H2 is supported, confirming that ETS-SI yields statistically superior forecasting accuracy.

H3: Hospitals utilizing ETS-SI–based forecasting achieve higher efficiency in resource planning and patient care than those relying solely on traditional forecasting methods.

To assess H3, a simple linear regression was performed with forecasting accuracy (MAPE) as the predictor and a composite index of hospital efficiency (combining bed occupancy rate stability, staff scheduling consistency, and patient throughput) as the outcome variable. Results showed a significant

negative relationship between MAPE and operational efficiency (β = −0.62, t = −5.89, p < 0.001), indicating that more accurate forecasts are associated with improved resource utilization and patient-care efficiency. Thus, H3 is supported.

The results directly address the three research objectives of this study.

(1) Seasonal variations and hospital size significantly influence inpatient demand patterns, confirming the importance of incorporating these factors in model design (RO1).

(2) The ETS-SI model demonstrated superior forecasting accuracy compared to traditional methods, fulfilling the goal of developing a more precise forecasting framework (RO2).

(3) Moreover, higher forecasting accuracy was statistically associated with improved hospital resource utilization, indicating that precise forecasting contributes to enhanced operational efficiency (RO3).

These findings collectively validate the study's conceptual framework and demonstrate the practical applicability of the ETS-SI model for hospital management.

E. Discussion

Objective 1: Analyze the effect of seasonal variations and hospital size The ADF test and decomposition analysis confirmed strong seasonal cycles and stationary patterns in inpatient demand across hospital sizes. These findings correspond to Gardner (1984) and Vieira et al. (2023), who emphasized that seasonality strongly drives hospital admission variability. In Thailand, these patterns reflect reality—inpatient peaks during rainy seasons (June–August) coincide with influenza and dengue outbreaks, consistent with public-health records from the Ministry of Public Health.

Moreover, the differentiation by hospital size (small, medium, large) aligns with Walsh et al. (2021), showing that larger hospitals have steadier baselines due to referral networks, while smaller hospitals experience sharper seasonal swings. This validates that incorporating hospital size and seasonal indices is essential for accurate forecasting.

Objective 2: Develop and evaluate the ETS-SI model compared with traditional models The ETS-SI achieved the lowest MAPE in all hospital categories, confirming its superior forecasting capability (10.03%, 13.00%, 7.00%). These results substantiate the theoretical foundation of Exponential Smoothing with Trend and Seasonal Components (Hyndman & Athanasopoulos, 2021), which asserts that combining trend and seasonality improves prediction accuracy. Similar to Kumar et al. (2024) and Sohrabbeig et al. (2023), our ETS-SI outperformed single smoothing models by decomposing and smoothing both trend and seasonality. It performed comparably to hybrid or Holt-Winters models but required fewer parameters, confirming its computational efficiency and interpretability, as noted by Earl et al. (2024).

In practical hospital contexts, the model captured real admission fluctuations during COVID-19 disruptions (2020–2021), demonstrating robustness to exogenous shocks. This reflects the model's real-world adaptability for Thai government hospitals where demand patterns vary by epidemic season and regional demographics.

Objective 3: Assess whether improved forecasting accuracy enhances resource management. Regression analysis showed a significant relationship (β = −0.62, p < 0.001) between forecasting accuracy

and hospital operational efficiency. This aligns with Ordu et al. (2020), who proposed that accurate forecasts directly improve bed allocation, staff scheduling, and patient throughput.

In real settings, Thai hospitals applying forecast-based planning—especially during flu-season surges—benefit from reduced waiting times and optimized staff rosters. These empirical results substantiate healthcare operations-management theory that accurate demand prediction enhances system responsiveness and cost-effectiveness (Harper & Mustafee, 2018; Hilton et al., 2020). Thus, improved ETS-SI forecasting accuracy translates into tangible gains in patient-care efficiency and evidence-based management, satisfying the third research objective.

The results consistently support all three objectives. Seasonal and size variations significantly shape inpatient demand; the ETS-SI model provides statistically superior accuracy compared to traditional techniques; and accurate forecasts contribute to better hospital resource utilization. These findings bridge theory and practice by confirming that context-specific exponential smoothing models can enhance operational decision-making in Thailand's healthcare sector

.

Conclusion and Future work

This study proposed and evaluated the Exponential Smoothing with Trend including Seasonal Index (ETS-SI) model for forecasting hospital bed demand. The results demonstrated that ETS-SI consistently outperformed traditional models, including Exponential Smoothing (ES), Exponential Smoothing with Trend (EST), and Seasonal Index (SI), by effectively capturing both trend and seasonal components. The model showed the lowest Mean Absolute Percentage Error (MAPE) across small, medium, and large hospitals, emphasizing its robustness in diverse hospital settings. These findings align with recent research advocating for the integration of trend and seasonality in forecasting models for healthcare applications (Sohrabbeig et al., 2023). The study also highlighted the significance of tailoring forecasting approaches to the unique characteristics of hospital datasets, such as variability in patient inflow and hospital size, for enhanced accuracy (Sowjanya & Mrudula, 2022, El-Bouri et al., 2021).

The importance of trend-seasonal decomposition was reinforced, as seasonal effects were a critical determinant in the accuracy of hospital bed demand predictions. The ETS-SI model's ability to integrate these elements positions it as a benchmark for healthcare forecasting, especially in resource-constrained environments (Aravazhi, 2021, Harper & Mustafee, 2019). Furthermore, this research underscores the potential of advanced statistical models in supporting strategic decision-making, from resource allocation to patient scheduling, thereby contributing to operational efficiency in healthcare systems (Ordu, Demir, Tofallis, & Gunal, 2020).

Our results confirm strong monthly seasonality and stationarity across all hospital-size categories, justifying models that explicitly combine trend and seasonality. ETS-SI delivered the lowest MAPE for small (10.03%) and medium (13.00%) hospitals, while optimized ES was marginally best for large hospitals (6.87% vs 7.00% for ETS-SI). Statistical validation using repeated-measures ANOVA with Tukey post-hoc indicated that ETS-SI significantly outperformed EST and SI ($p<0.05$) and performed comparably to ES in large hospitals. These findings suggest that hospitals with higher demand volatility (small/medium)

benefit more from an explicit seasonal-trend formulation, whereas highly capacitated hospitals with more stable baselines can achieve near-optimal accuracy with simpler ES.

This pattern accords with prior evidence that exponential-smoothing families are well-suited to healthcare series exhibiting regular seasonal cycles, and with recent decomposition-based approaches that enhance accuracy by isolating trend and seasonality before forecasting. Compared with ARIMA and machine-learning/deep-learning alternatives reported in the literature, ETS-SI offers a pragmatic accuracy–interpretability trade-off that is attractive for public hospitals where analytical resources and compute budgets are constrained. Importantly, by stratifying results by hospital size, this study adds empirical nuance: seasonality-aware smoothing is especially advantageous for smaller and medium-sized hospitals with greater month-to-month variability, while large hospitals can achieve similarly low error with optimized ES.

The ETS-SI model supports holistic decision-making in several ways. (1) Forecasted demand trends enable hospitals to plan elective admissions and outpatient-to-inpatient transitions more efficiently, reducing waiting times and overcrowding. (2) Accurate inpatient forecasts inform staffing plans by anticipating workload fluctuations. This ensures that nurse and physician schedules align with expected patient volumes, improving both staff utilization and quality of care. (3) Reliable forecasts of daily or monthly inpatient numbers allow administrators to optimize bed distribution, manage equipment usage, and reduce bottlenecks in high-demand departments. Consequently, the ETS-SI framework extends beyond statistical forecasting to serve as a decision-support tool for operational planning, aligning with the Ministry of Public Health's emphasis on evidence-based resource management in Thailand's government hospitals.

Future research could explore several avenues to enhance the forecasting framework. First, hybrid models combining ETS-SI with machine learning techniques, such as deep learning or ensemble methods, could address non-linear patterns and anomalies in hospital admission data (Ali & Ahmed, 2022). Second, the inclusion of additional variables, such as length of stay (LOS), patient demographics, and external factors like pandemics, could improve predictive capabilities and make the models more adaptable to dynamic healthcare scenarios. Finally, real-time data integration and cloud-based systems could facilitate continuous model updates, enabling dynamic adjustments to evolve trends and ensuring the forecasting system remains relevant in changing contexts.

These advancements would not only strengthen hospital demand forecasting but also offer insights into broader applications in industries where seasonality and trends are crucial determinants of resource planning.

References

Aravazhi, A. (2021). Hybrid machine learning models for forecasting surgical case volumes at a hospital. *AI, 2*(4), 512–526. https://doi.org/10.3390/ai2040032

Butt, U., Letchmunan, S., Hassan, F., & Koh, T. (2022). Hybrid of deep learning and exponential smoothing for enhancing crime forecasting accuracy. *PLoS ONE, 17*(9), e0274172.

https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274172

El-Bouri, R., Taylor, T., Youssef, A., Zhu, T., & Clifton, D. A. (2021). Machine learning in patient flow: A review. *Progress in Biomedical Engineering, 3*(3), Article 032002. https://doi.org/10.1088/2516-1091/abddc5

Gardner, E. S. (1984). *Forecasting: Methods and applications* (2nd ed.). Wiley.

Gurjar, A., & Ghosh, A. (2025). Forecasting inpatient admissions in district hospitals: A hybrid model approach. *Journal of Intelligent Information Systems, 63*, 441–462. https://doi.org/10.1007/s10844-024-00895-4

Harper, A., & Mustafee, N. (2019). A hybrid modelling approach using forecasting and real-time simulation to prevent emergency department overcrowding. *Proceedings of the 2019 Winter Simulation Conference (WSC)*, 1208–1219. https://doi.org/10.1109/WSC40007.2019.9004862

Hilton, C. B., Milinovich, A., Felix, C., Vakharia, N., Crone, T., Donovan, C., & Nazha, A. (2020). Personalized predictions of patient outcomes during and after hospitalization using artificial intelligence. *npj Digital Medicine, 3*(1), Article 38. https://doi.org/10.1038/s41746-020-0249-z

Huang, Y., Xu, C., Ji, M., Xiang, W., & He, D. (2020). Medical service demand forecasting using a hybrid model based on ARIMA and self-adaptive filtering method. *BMC Medical Informatics and Decision Making, 20*, Article 222. https://doi.org/10.1186/s12911-020-01256-1

Hyndman, R. J., & Athanasopoulos, G. (2021). *Forecasting: Principles and practice* (3rd ed.). OTexts. https://otexts.com/fpp3/

Kumar, L., Khedlekar, S., & Khedlekar, U. (2024). A comparative assessment of Holt Winter Exponential Smoothing and Autoregressive Integrated Moving Average for inventory optimization in supply chains. *Supply Chain Analytics, 8*, Article 100084. https://doi.org/10.1016/j.sca.2024.100084

Leela, V., Sangeetha, R., Geetha, S., & Deepa, B. (2025). AI-driven predictive analytics for demand forecasting in healthcare. In *Advances in Computational Intelligence and Robotics* (pp. 1–38). IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-1772-4.ch001

Ordu, M., Demir, E., Tofallis, C., & Gunal, M. (2020). A novel healthcare resource allocation decision support tool: A forecasting-simulation-optimization approach. *Journal of the Operational Research Society, 72*(3), 485–500. https://doi.org/10.1080/01605682.2019.1671154

Rahimi, I., & Patel, I. (2025). *AI-based demand forecasting and load balancing for optimising energy use in healthcare systems: A real case study* [Preprint]. arXiv. https://arxiv.org/abs/2507.06077

Sohrabbeig, A., Ardakanian, O., & Musilek, P. (2023). Decompose and conquer: Time series forecasting with multiseasonal trend decomposition using Loess. *Forecasting, 5*(4), 684–696. https://doi.org/10.3390/forecast5040037

Sowjanya, A., & Mrudula, O. (2022). Effective treatment of imbalanced datasets in health care using modified SMOTE coupled with stacked deep learning algorithms. *Applied Nanoscience, 13*, 1829–1840. https://doi.org/10.1007/s13204-021-02063-4

Vieira, A., Sousa, I., & Dória-Nóbrega, S. (2023). Forecasting daily admissions to an emergency department considering single and multiple seasonal patterns. *Healthcare Analytics, 3*, Article 100146. https://doi.org/10.1016/j.health.2023.100146

Walsh, B., Smith, S., Wren, M., Eighan, J., & Lyons, S. (2021). The impact of inpatient bed capacity on length of stay. *The European Journal of Health Economics, 23*, 499–510. https://doi.org/10.1007/s10198-021-01373-2

การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา

The Development of Indigenous Cultural Community Tourism Plan Management : A Case Study of Betong District, Yala Province

สุวิมล แซ่ก่อง[1] สุวิมล อิสระธนาชัยกุล[2] และสถาวิทย์ จันจุฬา[3]

Suwimon Sae Kong[1], Suwimol Issarathanachaikul[2], and Satawit Janjula[3]

[1,2,3] อาจารย์ประจำ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

[1,2,3] Lecturer of the Public Administration Program Faculty of Humanities and Social Sciences Yala Rajabhat University

E-mail: suwimon.s@yru.ac.th, suwimol.i@yru.ac.th, satawit.j@yru.ac.th

Received: Jul. 14,2025; **Revised:** Oct. 8,2025**; Accepted:** Oct. 21,2025

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น 2.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น และ3.เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จำนวน 389 คน วิธีการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน และข้อแสนเอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1.การวิเคราะห์ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการ แผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2.ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 3.ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมด้านความร่วมมือของภาครัฐ และเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนา การจัดการ แผนการท่องเที่ยวชุมชน วัฒนธรรมพื้นถิ่น

Abstract

The purpose of this study was to study the level of needs of tourists with The development of indigenous cultural community tourism plan management to study the relationship of personal factors with the development of indigenous cultural community tourism plan management. And to study suggestions for the development of indigenous cultural community tourism plan management the sample used in the research study consisted of 389 tourists who came to travel in Betong District. Research methodology a mixed-methods research approach. The research tools were questionnaires and

samples of representatives of local government organizations, and entrepreneurs people in the area. The research tools were interview forms, data analysis using statistics, percentages, arithmetic mean, standard deviation (Standard Deviation), and Analysis of Variance (ANOVA). The development of indigenous cultural community tourism plan management is an analysis of data using content analysis. The results of the study found that the analysis of tourist demand levels and the development of indigenous cultural community tourism management plans are at the highest level. The relationship between personal factors and the development of indigenous cultural community tourism management plans it was found that personal factors, age, occupation and average monthly income had a significant effect on the development of indigenous cultural community tourism management plans at a difference of 0.05. Suggestions to develop indigenous cultural community tourism plan management found that cultural tourism management promotes government cooperation and the private sector in tourism development.

Keywords: Development, management, community tourism plan, indigenous culture

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก ภาพรวมการเติบโตของตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวของโลกและประเทศไทยสู่วิถีชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยต้องปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไปและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุดและรวดเร็วที่สุดคือ การท่องเที่ยว โดยมีประชากรนับพันล้านคนทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยวทุกปีและคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 3.3 เปอร์เซ็นต์ ทุกปีจนถึงปี 2579 (ค.ศ. 2030) แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2566 – 2570 ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและการบริการท่องเที่ยวไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovative & Smart Tourism) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับและเทียบเท่าสากล (Global Standardization) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและยกระดับศักยภาพของบุคลากรภาคบริการท่องเที่ยว (Upskill and Reskill) และยุทธศาสตร์พัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคีที่เกี่ยวข้อง (Tourism Networking) (กองพัฒนาการบริการ กรมการท่องเที่ยว, 2565)

การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการสร้างให้คนในชุมชนท้องถิ่นเห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูต่อยอดและเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างมูลค่าและโอกาสทางเศรษฐกิจ (วรพงศ์ ผูกภู่ และคณะ, 2564) การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพิเศษ การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับแหล่งท่องเที่ยว มีความหลากหลายของกิจกรรมโดยผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการยกระดับคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนในการเข้าถึงและเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวและการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวก การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล การบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริม

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เกี่ยวข้อง การส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมความสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับต่างประเทศ (ทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช, 2564)

เบตง นับเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ใต้สุดของประเทศไทยเป็นเมืองที่มีธรรมชาติที่สวยงามจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวจากในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และรับประทานอาหารประจำถิ่นของอำเภอเบตง (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเบตง, 2564) อำเภอเบตง เป็นเมืองต้นแบบการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว เพื่อขยายตัวของเศรษฐกิจในพื้นที่ (ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, 2564) อำเภอเบตงมีศักยภาพในการท่องเที่ยวที่ดีมีความพร้อมทั้งในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ระบบการคมนาคมขนส่ง การจัดการการท่องเที่ยวในอำเภอเบตงยังขาดความเป็นระบบและขาดแผนแม่บทที่ชัดเจนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำการวางแผนการท่องเที่ยวที่ขาดวิสัยทัศน์ร่วมกัน (พิพัฒน์ วงศ์วิวัฒน์ และคณะ, 2566) การขาดแผนการท่องเที่ยวที่มาจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างแท้จริงทำให้ศักยภาพของชุมชนในการร่วมพัฒนาและดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวถูกละเลย (อรุณี จันทรเสนา, 2565) ปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนและส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคือ ขาดการประสานงาน และความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ (สมชาย พัฒนวงศ์, 2564) จากปัญหาที่กล่าวมามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาวิจัยเพื่อสังเคราะห์แนวทางการจัดการแผนการท่องเที่ยวอำเภอเบตงที่มีความเป็นระบบ บูรณาการและตั้งอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สร้างประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของอำเภอเบตงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยว

พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพมี 4 องค์ประกอบคือ (1) มีขอบเขตของการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (2) ให้ความสำคัญแก่ชุมชนดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว (3) ทุกภาคส่วนต้องได้รับประโยชน์ร่วมกัน (4) ต้องชี้นำตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในชนบท (จุฑาภรณ์ ทองเพ็ง, 2554) โดยองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ (1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว (2) ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว (3) ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว (4) ด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว (5) ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น การสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว (6) ด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว (อานนท์ สีดาเพ็ง, 2559) การสร้างประสบการณ์มีคุณค่าและมีความหมาย(Meaningful Experiences) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในระยะยาวไม่ได้วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวแต่จากคุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับเชื่อมโยงกับความเป็นอยู่ที่ดี (Wellbeing) ของนักท่องเที่ยวเองและของชุมชน เจ้าบ้าน การออกแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ยั่งยืน (Moscardo & Murphy, 2021)

สรุปการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวมีการร่วมมือดูแลแหล่งท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบในสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการทางการท่องเที่ยว การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว และการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีความหมายให้กับนักท่องเที่ยว

2. แนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถบูรณาการ ด้านประสบการณ์ไปสู่นักท่องเที่ยว เช่น ศิลปวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพของพื้นที่ 6 องค์ประกอบ (6 A's) คือ (1) สถานที่ดึงดูดใจ (Attraction) (2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ระบบการขนส่ง เส้นทาง ถนน สถานี และยานพาหนะ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง รถสาธารณะที่สามารถบริการ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ ที่พักอาศัย ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านสะดวกซื้อ (4) สิ่งอำนวยความสะดวกเหมารวม (Available Package) มีเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง ภาครัฐ ภาคเอกชน อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (5) กิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว (6) การช่วยเหลือพิเศษและการบริการ (Ancillary service) เช่น ธนาคาร ระบบการติดต่อสื่อสาร (Buhalis, 2000) รูปแบบ การท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สร้างความหมายและประสบการณ์ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะต้องอำนวยความสะดวกและสร้างพื้นที่ให้เกิดการร่วมสร้างสรรค์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนจะสร้างความผูกพันที่ลึกซึ้งต่อแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (Richards, 2023) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยระบบนิเวศอัจฉริยะ (Smart Ecosystem) เปลี่ยนบทบาทจากผู้ทำการตลาดไปสู่ผู้จัดการระบบนิเวศที่ใช้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real-time Data) ในการบริหารจัดการทรัพยากร การจัดการความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว และการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Personalized Experience) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Buhalis, 2022)

สรุปการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ การจัดการบริการและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่สร้างความหมายและประสบการณ์ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยระบบนิเวศอัจฉริยะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแผนการท่องเที่ยว

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยวิธีการส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่น เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม การพัฒนาการท่องเที่ยวจำต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชน วิธีการและความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นและสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์วิถีชีวิตและความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น (อนุรักษ์ ปัญญานุวัฒน์, 2542) การวางแผนการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมและบริการต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือกิจกรรมซึ่งจะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ตรงใจ (Martinez et al., 2020) การวางแผนการท่องเที่ยวสมัยใหม่ การวางแผนเชิงรุกเพื่อเตรียมความพร้อมลดความเสี่ยงและสร้างกลไกการฟื้นตัวที่รวดเร็ว แผนการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Ritchie & Jiang, 2020)

สรุปการจัดการแผนการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้น การวางแผนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมและบริการ การวางแผนการท่องเที่ยวสมัยใหม่มุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากถิ่นฐานที่พักอาศัยเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ (สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล 2561) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท คือ (1) มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อน (2) มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่นที่มิใช่ที่อยู่เดิมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ (3) มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (4) มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูงอาจเป็นไปเพื่อการศึกษาการประชุมและการติดต่อธุรกิจ (Mclntosh and Gupta, 1981) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ประกอบการเรียนรู้ การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี (อนุรักษ์ ปัญญานุวัฒน์, 2542) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ ๆ (Reisinger, 1994) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยการกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทศกาล การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่นตลอดจนความเชื่อทางศาสนา (วาลิกา แสนคำ, 2545) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีการให้ความรู้และความภูมิใจที่เน้นลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมการสร้างกระบวนการที่ชุมชนท้องถิ่นได้ฟื้นฟู ตีความ และจัดการมรดกวัฒนธรรมของตนเอง (Murzyn-Kupisz & Działek, 2021) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดีต้องเคารพสิทธิของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมและสร้างประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง องค์ประกอบที่สำคัญ รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Engagement) และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม (Equitable Benefit Sharing) (Jamal & Budke, 2020)

สรุปการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น คือ มีมูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ ในความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์มีส่วนร่วมในวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรม การสร้างกระบวนการที่ชุมชนท้องถิ่นได้ฟื้นฟู และจัดการมรดกวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน การแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

5. องค์ประกอบและประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยการกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทศกาล การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ (1) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ (2) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงซากผังเมืองในอดีต (3) ศิลปะ หัตกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่าง ๆ (4) ความน่าสนใจทางดนตรี (5) การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ (6) ภาษาและวรรณกรรม (7) ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา (8) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน (วาลิกา แสนคำ, 2545) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคมและให้ทุกฝ่ายร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยุคใหม่รวมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน (Contemporary and Everyday Culture) เช่น ศิลปะข้างถนน

(Street Art) เทศกาลดนตรี และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม (Richards, 2021) และองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการตัดสินใจและได้ประโยชน์ การสร้างความรู้สึกและจิตสำนึก ความสมดุลระยะยาวการสร้างรายได้ในท้องถิ่น (กันยารัตน์ คงพร, 2568)

สรุปองค์ประกอบและประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยการกระตุ้นทางวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่นตลอดจนความเชื่อทางศาสนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยุคใหม่รวมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน การอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นมีบทบาทในการตัดสินใจและได้ประโยชน์

6. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน

ท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผนการบริหารงานและการตลาด การพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มต้องครอบคลุมเรื่องการวางแผนและการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ดำเนินการจัดการตามกลยุทธ์ (กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, 2564) กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ นโยบายทางการท่องเที่ยวกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่นส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 2 การวางแผนร่วมกัน การให้ชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนจะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท กลยุทธ์ที่ 3 การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (Fitts & Lei, 2000) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านความรู้และการสร้างจิตสำนึก การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม (ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์, 2564) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนต้องใช้ศักยภาพในการสร้างสรรค์และนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว การใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว (จำเนียร ชุณหโสภาคและคณะ, 2568)

สรุปการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญ ที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงาน และการตลาด การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนต้องใช้ศักยภาพในการสรางสรรค์และนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์

7. ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความต้องการทางการท่องเที่ยวเป็นกรอบพื้นฐานในการวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว คือ (1) ความต้องการทางกายภาพที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อนหรือหลีกหนีความจำเจ และแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต (2) ความต้องการความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยว (3) ความต้องการทางสังคมโดยการปฏิสัมพันธ์หรือพบปะเพื่อนใหม่ในขณะเดินทางท่องเที่ยว (4) ความต้องการการพัฒนาคุณค่าของตนเอง ด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศหรือท้องถิ่น (5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิตด้วยการเสริมสร้างประสบการณ์จากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว (Pearce, 1992 อ้างถึงใน Goeldner & Ritchie, 2003) ความต้องการพื้นฐานที่สุดของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนมาอยู่ที่ความปลอดภัยและสุขอนามัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมาตรฐานความสะอาด และนโยบายที่ยืดหยุ่นซึ่งรับประกัน

ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวจะมองหาที่พัก สายการบิน และกิจกรรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสุขอนามัย (Cohen, 2021) ความต้องการประสบการณ์ที่แท้จริง (Authentic Experiences) การได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และเรื่องราวของผู้คนในพื้นที่ (Richards, 2022)

สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ความต้องการทางกายภาพ ต้องการผ่อนคลาย ด้วยการพักผ่อน การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต ความต้องการความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการการพัฒนาคุณค่าของตนเองด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศ ความต้องการความปลอดภัยและสุขอนามัย ความสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ ความต้องการประสบการณ์การได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ถีชีวิต และเรื่องราวของผู้คนในพื้นที่

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา สุคัณธสิริกุล และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวงานประเพณีแห่เทียนพรรษา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ในส่วนของการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการเป็นรายด้านของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยเพศ ปัจจัยสถานภาพ ปัจจัยอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเพศ ปัจจัยสถานภาพแตกต่างกันความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ไม่แตกต่างกันปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยรายได้บุคคลต่างกันมีความต้องการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านอายุเมื่อวิเคราะห์ความต้องการรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยรายได้ส่วนบุคคลมีความต้องการด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทศพร มิตรวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย (1) การมีผู้นำที่เข้มแข็ง (2) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการในรูปแบบภาคประชาชนร่วมการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (3) กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (6) การสร้างเครือข่ายและความไว้เนื้อเชื่อใจ สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทรัพยากรการท่องเที่ยว

นุชประวีณ์ ลิขิตศรันย์ (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความคิดเห็นการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช (2564) ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัลลภ วรรณโอสถ (2564) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถีเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ คือ ทรัพยากรของชุมชน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยว

นริศรา กรุดนาค (2566) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ย่านเมืองเก่า” จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องการแผนที่ทุนทางวัฒนธรรม ต้องการประชาสัมพันธ์ ทุกกลุ่มอาชีพในชุมชนมีความร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สภาพการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงจากปัจจัยเอื้อ คือ ทุนภายในชุมชนการมีส่วนร่วม

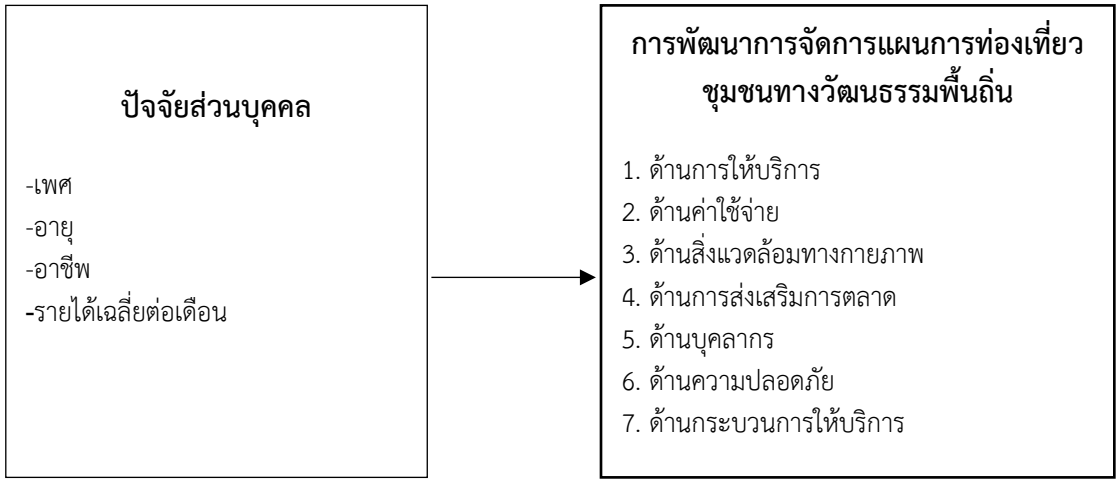
ภายในชุมชนปัจจัยสนับสนุน ทุนมนุษย์ ทุนศิลปวัฒนธรรมชุมชน หน่วยงานภายนอก ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชุมชน ประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม และเทคนิค

นิจพร แสงสุขเอี่ยม (2566) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนการค้นคว้าข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในพื้นที่เพิ่มเติมและนำฐานทรัพยากร มาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

พัชรินทร์ เมธวัฒน์ธรากุล และสรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์ (2566) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและปัจจัยการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ ผู้นำที่แข็งแกร่งทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนมีเป้าหมายในการมีส่วนร่วม กำหนดนโยบายร่วมกัน และมีระบบการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น ในความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการให้บริการมีระบบการติดต่อสื่อสาร มีตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ราคาที่พัก ราคาอาหาร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา การรักษาสุขภาพ ป้ายข้อความบอกจุดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การประชาสัมพันธ์ ของที่ระลึกแสดงถึงเอกลักษณ์ ด้านบุคลากรในการบริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ด้านความปลอดภัยมีระบบดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน และด้านกระบวนการให้บริการที่ถูกต้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปสู่การกำหนด กรอบแนวคิดในการวิจัยดังรูปที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นและ ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นในด้านการให้บริการ ด้านการใช้จ่าย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย

และด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยส่วนบุคคลมีผลในการให้ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) โดยวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเพื่อสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ (1) การศึกษาเอกสาร (2) การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง ปี 2566 จำนวน 14,452 คน (ศุลกากรเบตง, 2566) การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 0.05 จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 389 คน

2. ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 30 คน ได้แก่ กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน และกลุ่มตัวแทนประชาชนในพื้นที่ จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสอบถาม สอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านกระบวนการให้บริการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

แนวทางในการสร้างแบบสอบถามและการพัฒนาแบบสอบถาม

1. ผู้ศึกษาวิจัยได้รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย จากเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบข้อความในแต่ละข้อของแบบสอบถามว่าคำถามมีความสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดตามนิยามของตัวแปรต่าง ๆ

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่นกับประชากร ที่มิใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) โดย ครอนบาค (Cronbach, 1990) ซึ่งค่าความเชื่อมั่น มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป โดยความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าอยู่ที่ 0.973

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลโดยใช้การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาโดยมีการหาค่าวิเคราะห์ผล ดังนี้

(1) ใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการอธิบายข้อมูลทั่วไป

(2) ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อโดยกำหนดเกณฑ์ในการจัดระดับใช้วิธีแปลผล โดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ได้แบ่งคะแนนเป็นช่วง ๆ (วัน เดชพิชัย, 2535) ในแต่ละช่วงมีความหมายดังนี้ คือ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายความว่า อยู่ในระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

(3) การทดสอบแบบ One-Way ANOVA สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

(4) คำถามปลายเปิดในแบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยภาพรวม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์เนื้อหาข้อเสนอแนะในการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (inductive analysis) ซึ่งเป็นการตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) การเตรียมข้อมูล (Data Preparation) ก่อนที่จะเริ่มวิเคราะห์ ผู้วิจัยจำเป็นต้องเตรียมข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมสำหรับการวิเคราะห์การถอดเทป (Transcription) (2) การทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (Data Immersion/Familiarization) ฟังข้อมูลทั้งหมดซ้ำไปซ้ำมาหลายๆ รอบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลทั้งหมด (3) การสร้างรหัส (Coding) ให้ชื่อกับส่วนของข้อมูลเกี่ยวข้องกับคำถามการวิจัย (4) การสร้างหมวดหมู่และประเด็นหลัก (Generating Categories and Themes) นำรหัสเหล่านั้นมาจัดกลุ่ม (5) การทบทวนและนิยามประเด็นหลัก (Reviewing and Defining Themes) ผู้วิจัยต้องทบทวนความเหมาะสมของประเด็นหลักเหล่านั้นอีกครั้ง (6) การเขียนรายงานผลการวิเคราะห์ (Writing the Report)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

การศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สามารถแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
ด้านการให้บริการ	4.5255	0.50041	มากที่สุด
ด้านค่าใช้จ่าย	4.5244	0.49544	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.5316	0.50702	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.5347	0.51343	มากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
ด้านบุคลากร	4.5326	0.50614	มากที่สุด
ด้านความปลอดภัย	4.5265	0.50893	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.5368	0.51654	มากที่สุด
ผลรวมทั้งหมดความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	**4.5298**	**0.50073**	**มากที่สุด**

ผลการศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5298) อธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5255) ด้านค่าใช้จ่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5244) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5316) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5347) ด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5326) ด้านความปลอดภัย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5265) และด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.5368)

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สามารถแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ปัจจัยส่วนบุคคล	การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น	
	F	Sig.
เพศ	-.1814	0.070
อายุ	4.633	0.000
อาชีพ	4.113	0.001
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	3.173	0.008

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นในภาพรวม มีดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของเพศต่างกันมีความต้องการในการพัฒนาการจัดการแผน การท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของอายุต่างกันมีความสัมพันธ์การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของอาชีพต่างกันมีความสัมพันธ์การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความสัมพันธ์การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และจาก

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามที่ได้สอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Qualitative Content Analysis) การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม เอกสาร หรือสื่อต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสรุป และอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษา กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้ (1) การเตรียมข้อมูล (2) การกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (3) การจัดกลุ่มสร้างหมวดหมู่ (4) การสังเคราะห์และสร้างประเด็นหลัก (5) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (6) การตรวจสอบโดยผู้ให้ข้อมูล นำข้อสรุปเบื้องต้นตรวจสอบว่าตรงกับสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น

กลุ่ม	ข้อเสนอแนะ
กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	1. การวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละชุมชน
	2. ตารางปฏิทินแผนการท่องเที่ยวประจำปี
	3. พัฒนาถนนและระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
	4. การจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน รองรับหลายภาษา
	5. สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมให้แก่คนในชุมชน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
	6. การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน ชูจุดเด่นด้านพหุวัฒนธรรม (ไทยพุทธ-มุสลิม-จีน)
กลุ่มผู้ประกอบการ	1. การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชน
	2. แผนการให้บริการในด้านที่พักมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว
	3. แผนการรองรับนักท่องเที่ยวในส่วนของร้านอาหารและเครื่องดื่ม
	4. การรักษามาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และราคาที่เป็นธรรม ในส่วนของที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก
	5. ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลายตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว เน้นกิจกรรมที่สนุกและปลอดภัยสำหรับทุกวัย กลุ่มเยาวชน/วัยทำงาน เน้นกิจกรรมผจญภัย เดินป่า และจุดถ่ายรูปที่สวยงาม และกลุ่มผู้สูงวัย เน้นโปรแกรมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย และชื่นชมวัฒนธรรมประวัติศาสตร์
	6. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในชุมชนใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (Online Travel Agents), การชำระเงินแบบดิจิทัล (QR Payment) และใช้โซเชียลมีเดีย
กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	1. การวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละชุมชน
	2. ตารางปฏิทินแผนการท่องเที่ยวประจำปี
	3. พัฒนาถนนและระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
	4. การจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน รองรับหลายภาษา
	5. สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมให้แก่คนในชุมชน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
	6. การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน ชูจุดเด่นด้านพหุวัฒนธรรม (ไทยพุทธ-มุสลิม-จีน)

กลุ่ม	ข้อเสนอแนะ
กลุ่ม ผู้ประกอบการ	1. การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชน
	2. แผนการให้บริการในด้านที่พักมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว
	3. แผนการรองรับนักท่องเที่ยวในส่วนของร้านอาหารและเครื่องดื่ม
	4. การรักษามาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และราคาที่เป็นธรรม ทั้งในส่วนของที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก
	5. ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลายตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว: เน้นกิจกรรมที่สนุกและปลอดภัยสำหรับทุกวัย กลุ่มเยาวชน/วัยทำงาน: เน้นกิจกรรมผจญภัย เดินป่า และจุดถ่ายรูปที่สวยงาม และกลุ่มผู้สูงวัย: เน้นโปรแกรมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย และชื่นชมวัฒนธรรมประวัติศาสตร์
	6. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในชุมชนใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (Online Travel Agents), การชำระเงินแบบดิจิทัล (QR Payment) และใช้โซเชียลมีเดีย
กลุ่มประชาชน ในพื้นที่	1. การวางแผนการท่องเที่ยวตามเทศกาลของคนพื้นถิ่นการร่วมประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลาที่เหมาะสม
	2. อาหารพื้นที่ ของฝากของเบตง ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ป้ายราคาสินค้า (Cost) สินค้ามีช่องทางหลากหลายสะดวกสบายในการซื้อ (Convenience) มีการสื่อสารแผนกิจกรรมสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยว (Communication) มีการแจ้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
	3. กิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เช่น ทำอาหารพื้นถิ่น (ไก่เบตง, ผักน้ำ), เรียนรู้ภาษาพื้นถิ่น
	4. สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน
กลุ่ม นักท่องเที่ยว	1. แผนด้านการให้บริการในกิจกรรมงานประเพณี วัฒนธรรมอยู่ในช่วงเดือนใด
	2. สถานที่พักมีการบอกระดับดาวของสถานที่พัก
	3. การบอกพิกัดตำแหน่งที่ตั้ง วันเวลาการเปิดปิดของร้านจำหน่ายของฝาก และของที่ระลึก สินค้าพื้นถิ่น
	4. การบอกจุดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละตำบล
	5. ป้ายบอกจุดบริการสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นมาตรฐาน รองรับหลายภาษา

กลุ่มตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เสนอแนะให้มีการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละชุมชน การจัดทำตารางปฏิทินแผนการท่องเที่ยวประจำปี การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกการท่องเที่ยว

กลุ่มผู้ประกอบการ เสนอแนะให้จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชน แผนการให้บริการในด้านที่พักมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว

กลุ่มประชาชนในพื้นที่ เสนอแนะการวางแผนการท่องเที่ยวตามเทศกาลของคนพื้นถิ่นการร่วมประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลาที่เหมาะสม การมีอาหารพื้นที่ ของฝากของเบตงที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรม

กลุ่มนักท่องเที่ยว เสนอแนะการให้บริการในกิจกรรมงานประเพณี วัฒนธรรม การมีสถานที่พักมีการบอกระดับดาวของสถานที่พัก บอกจุดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละตำบล

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ คือ (1) วัตถุประสงค์การวิจัย : เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นจากผลการศึกษาพบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการให้บริการ คือ ห้องสุขาในสถานที่จัดกิจกรรมสะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งานมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมแสดงถึงความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ความต้องการด้านค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Buhalis (2000) ที่กล่าวว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของการบริการและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถบูรณาการด้านประสบการณ์ไปสู่นักท่องเที่ยว สถานที่ดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักอาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดเตรียมอาหาร เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านสะดวกซื้อ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง ภาครัฐ ภาคเอกชน อำนวยความสะดวกจัดหามาให้แก่นักท่องเที่ยว การช่วยเหลือพิเศษและการบริการ รองลงมาคือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม ความต้องการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ป้ายข้อความบอกจุดบริการ ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อมากที่สุด รองลงมาคือ การโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ ความต้องการด้านบุคลากร คนในพื้นที่มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ คนในพื้นที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย : เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ระบบดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ในบริเวณท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ มีการเฝ้าระวังอุบัติเหตุ ความต้องการกระบวนการให้บริการ คือ ร้านจำหน่ายของฝากและของที่ระลึกมีเพียงพอมากที่สุด รองลงมาคือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มสะอาด ส่วนระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมพื้นถิ่น มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด คืออยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย และสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการท่องเที่ยวของ Pearce (1992 อ้างถึงใน Goeldner & Ritchie, 2003) ที่กล่าวว่าในความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวมีความต้องการทางกายภาพที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อน ความต้องการความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยวความต้องการทางสังคมโดยการปฏิสัมพันธ์หรือพบปะเพื่อนใหม่ในขณะเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศหรือท้องถิ่นต่าง ๆ และความต้องการในการเสริมสร้างประสบการณ์จากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชประวีณ์ ลิขิตศรันย์ (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านมหกรรมและเทศกาลประเพณีอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

วัฒนธรรมพื้นถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการในการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา สุคุณธสิริกุล และคณะ (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ เมื่อวิเคราะห์ความต้องการรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยรายได้ส่วนบุคคล มีความต้องการด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความสัมพันธ์

กับความต้องการในการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชประวีณ์ ลิขิตศรันย์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเพศ ปัจจัยอายุ ระดับการศึกษา มีความคิดเห็นความเหมาะสมด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว

3. วัตถุประสงค์การวิจัย : เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น จากผลการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นการพัฒนาการจัดการแผนการท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นอาศัยความร่วมมือกันของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ร่วมกันวางแผนการท่องเที่ยวในชุมชนด้วยกันเพื่อสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการวางแผนด้านการให้บริการในกิจกรรมงานประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ว่ามีแผนอยู่ใน ช่วงเดือนใด การวางแผนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีการบอกจุดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละตำบลและมีป้ายบอกจุดบริการสถานที่ท่องเที่ยว การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่มีการให้แต่ละชุมชน มีการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนชุมชนในการให้บริการในด้านที่พักมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีเพียงพอ ร้านขายของฝากและของที่ระลึกมียังไม่มากพอในการให้บริการ อากาศสดชื่นสบายเหมาะแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อน การวางแผนการท่องเที่ยวตามเทศกาลของคนพื้นถิ่นไม่ว่าจะเป็นเทศกาลตรุษจีน ไหว้พระจันทร์ เทศกาลกินเจ วันฮารีรายอ กวนอาซูรอ วันสงกรานต์ วันสารทเดือนสิบ หรือจะเป็นอาหารพื้นที่ของเบตง ของฝากพื้นถิ่นของเบตงมาเบตง สอดคล้องกับแนวคิดของอนุรักษ์ ปัญญานุวัฒน์ (2542) กล่าวว่าการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพมีแผนการรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของกฤษณะ เนียมหอม และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์ (2564) มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยว การวางแผนร่วมกัน การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน สอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช (2564) ได้ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดสงขลา พบว่า มีการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรมโดยผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การยกระดับคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนในการเข้าถึงและเข้าขมสถานที่ท่องเที่ยวและการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวก (3) การพัฒนาบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว คือการสร้างจิตสำนึกประชาชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว การพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะการประกอบธุรกิจสำหรับชุมชนและสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ (4) การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านความปลอดภัยและการให้คำแนะนำการบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล (5) การบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา กรุดนาค (2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ย่านเมืองเก่า” จังหวัดเพชรบุรี พบว่า สภาพการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงจากปัจจัยเอื้อ คือ ทุนภายในชุมชนที่สมบูรณ์ มีผู้นำที่มีศักยภาพ มีการมีส่วนร่วม ความไว้ใจซึ่งกันและกันภายในชุมชน มีปัจจัยสนับสนุน เช่น ทุนทางทรัพยากรชุมชน ทุนมนุษย์ ทุนศิลปวัฒนธรรมชุมชน หน่วยงานภายนอก การพัฒนาเริ่มจากการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวแผนที่ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิดการร่วมมือกันของทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานของรัฐ องค์กรส่วนท้องถิ่น และประชาชน ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย HICLEET Model มีองค์ประกอบย่อยได้แก่

(1) H – History telling (เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์)

(2) I – Identity (อัตลักษณ์)

(3) C – Cultural (วัฒนธรรม)

(4) L – Local Life (วิถีชุมชน)

(5) E – Experience (ประสบการณ์)

(6) E – Environment (สิ่งแวดล้อม)

(7) T – Technical (เทคนิค)

มีองค์ประกอบร่วมดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยเอื้อ (ภายใน) ได้แก่ ผู้นำ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทุนทางสังคมของชุมชน ความไว้ใจ องค์ประกอบที่ 2 ปัจจัยสนับสนุน (ภายนอก) ได้แก่ ทรัพยากรชุมชนทุนมนุษย์ ทุนศิลปวัฒนธรรมชุมชน หน่วยงานภายนอก และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิจพร แสงสุขเอี่ยม (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยการรับฟังความคิดเห็นและสนับสนุนให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของวัลลภ วรรณโอสถ (2564) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถีเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ คือ ทรัพยากรของชุมชนมาใช้ในกิจกรรมของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้านทำงานแบบเชื่อมประสานในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยว ด้านความรับผิดชอบตามพันธสัญญาและมุ่งเน้นด้านจริยธรรม นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างสะดวก ด้านสนับสนุนทาง และด้านสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาถนนหนทางและระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง, อุโมงค์ปิยะมิตร) กับชุมชนวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้สะดวกและปลอดภัยยิ่งขึ้น

2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานรองรับหลายภาษา (ไทย, อังกฤษ, มลายู, จีน) เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมให้แก่คนในชุมชนการจัดการโฮมสเตย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ การตลาดดิจิทัล การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์

3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน ด้านพหุวัฒนธรรม (ไทยพุทธ-มุสลิม-จีน) ที่อยู่ร่วมกันผ่านเรื่องราว (Storytelling) อาหารและวิถีชีวิต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

4. ประชาชนและผู้ประกอบการ พัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) พัฒนากิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรม อย่างลึกซึ้ง เช่น ทำอาหารพื้นถิ่น (ไก่เบตง, ผักน้ำ) ภาษาพื้นถิ่น ประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลา

พัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรม เชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) พัฒนากิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำและเรียนรู้วัฒนธรรม อย่างลึกซึ้ง เช่น ทำอาหารพื้นถิ่น (ไก่เบตง, ผักน้ำ) ภาษา พื้นถิ่น ประเพณีท้องถิ่นตามช่วงเวลา

5. ผู้ประกอบการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว เน้นกิจกรรมที่สนุกและปลอดภัยสำหรับทุกวัย กลุ่มเยาวชน/วัยทำงาน เน้นกิจกรรมผจญภัยและจุดถ่ายรูปที่

สวยงาม และกลุ่มผู้สูงวัย ผู้ประกอบการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ การรักษามาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และราคาที่เป็นธรรม ทั้งในส่วนของที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ (Product) มีการกำหนดราคาสินค้า (Price) ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการแจ้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กิจกรรมที่ส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า (Customer) มีการติดป้ายราคาสินค้า (Cost) สินค้ามีช่องทางหลากหลายสะดวกสบายในการซื้อ (Convenience) มีการสื่อสารแผนกิจกรรมสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยว (Communication) เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

8. ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในชุมชน ใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (Online Travel Agents), การชำระเงินแบบดิจิทัล (QR Payment) และใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, TikTok ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยเปรียบเทียบโมเดลการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของอำเภอเบตงกับพื้นที่อื่นที่มีบริบททางวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน จังหวัดชายแดนภาคใต้ตอนล่าง

2. ศึกษาในมุมมองของขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน (Carrying Capacity) เพื่อป้องกันปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง (Overtourism) และรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้

3. วิเคราะห์ความต้องการในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ของผู้สูงอายุและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์ใหม่

4. ศึกษาความแตกต่างของความต้องการระหว่างกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น (Young-Old) และผู้สูงอายุตอนปลาย (Old-Old) เพื่อออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. *วารสารร้อยแก่นสาร, 6*(11), 350–363.

กองพัฒนาการบริการ กรมการท่องเที่ยว. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566–2570 แผนปฏิบัติการกองพัฒนาการบริการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร:ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ.

กาญจนา สุคัณธสิริกุล และคณะ. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

กันยารัตน์ คงพร. (2568). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3*(4), 123–141.

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ง. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวราราม วิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

จำเนียร ชุณหโสภาค และคณะ. (2568). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนสองฝั่งคลอง. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(2), 123–140.

ทศพร มิตรวงศ์. (2560). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

นริศรา กรุดนาค. (2566). *การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ "ย่านเมืองเก่า" จังหวัดเพชรบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิจพร แสงสุขเอี่ยม. (2566). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นุชประวีณ์ ลิขิตศรันย์. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพิจิตร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยพะเยา.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. เพรสแอนด์ดีไซน์.

พัชรินทร์ เมธวัฒน์ธรากุล และสรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์. (2566). การสื่อสารภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและปัจจัยการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 27*(3), 8–15.

พิพัฒน์ วงศ์วิวัฒน์. (2566). *การจัดการการท่องเที่ยวสมัยใหม่: บูรณาการภาครัฐ เอกชน และชุมชน*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรพงศ์ ผูกภู่, ฐิติจำเริญพร, วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล, อิสรี แพทย์เจริญ, พินทุสร อ่อนเปี่ยม, จิตรลดา ปิ่นทอง และศุภรัตน์ นามมนตรี. (2564). *รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาพื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.

วัลลภ วรรณโอสถ. (2564). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถีเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วาลิกา แสนคำ. (2545). *การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์. (2564). *แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยพะเยา.

ศุลกากรเบตง. (2566). *สถิติเดินทางเข้าออกราชอาณาจักรด่านพรมแดนเบตง พ.ศ. 2566*. ศุลกากรเบตง.

ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้. (2564). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2563-2565*. ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้.

สมชาย พัฒนวงศ์. (2564). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนใต้: โอกาสและความท้าทาย*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเบตง. (2564). *ประวัติอำเภอเบตง*. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเบตง.

สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนุรักษ์ ปัญญานุวัตน์. (2542). *โครงการศึกษาแผนปฏิบัติพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงราย พะเยา แพร่ น่าน* [รายงานการวิจัย]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรุณี จันทรเสนา. (2565). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดสู่การปฏิบัติที่ยั่งยืน*. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

อานนท์ สีดาเพ็ง. (2559). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21*(1), 97–116.

Buhalis, D. (2022). Smart tourism destinations and ecosystems: The path to 2025. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism*. Springer.

Cohen, E. (2021). The new currency of tourism: The importance of health and safety in a post-pandemic world. *Annals of Tourism Research, 88*, Article 103142. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103142

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.

Fitts, R. A., & Lei, D. (2000). *Strategic management: Building and sustaining competitive advantage* (2nd ed.). South-Western.

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.

Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in the Anthropocene: A review of collaborative governance frameworks. *Journal of Sustainable Tourism, 28*(1), 1–28.

Martinez, J. M., et al. (2020). The co-creation of value in tourism: A systematic literature review. *Journal of Travel Research, 59*(2), 310–325.

Moscardo, G., & Murphy, L. (2021). Using a wellbeing lens to innovate in sustainable tourism research and practice. In *Tourism, Wellbeing and Ecosystem Services*. Routledge.

Murzyn-Kupisz, M., & Działek, J. (2021). Cultural heritage as a catalyst for local development in community-based tourism. In *Routledge Handbook of Community-Based Tourism* (pp. 82–95). Routledge.

Reisinger, Y. (1994). *Tourists – Host contact as a part of cultural tourism*. Griffith University.

Richards, G. (2021). The new frontiers of cultural tourism. In *Cultural Tourism: A Global Perspective*. CABI.

Richards, G. (2022). *The experience economy and the future of tourism*. Routledge.

Richards, G. (2023). *Reimagining the tourist experience: Co-creation, creativity, and connection*. Edward Elgar Publishing.

Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2020). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research, 79*, Article 102812.

Robert, W. M., & Shashikant, G. (1980). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (3rd ed.). Grid Publishing.

การตลาดดิจิทัลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

Digital Marketing and Decision Process in Buying Computer Notebooks in Ubonratchathani Metropolitan Municipality

ณิราวัณย์ มหานา[1] และนลินี พลไชย[2]

Nirawun Mahana[1] and Nalinee Polchai[2]

[1]หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีเอกวรรณยโสธร

[2]ผู้บรรยาย วิทยาลัยเทคโนโลยีเอกวรรณยโสธร

[1]Head of the Marketing Discipline, Ekawan Yasothon Technological College

[2]Lecturer, Ekawan Yasothon Technological College

E-mail: sukonthanak@gmail.com[1], nalinee_polchai@yahoo.com[2]

Received: Feb. 15,2025; **Revised:** Oct. 14,2025**; Accepted:** Oct. 20,2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือกำลังจะซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กผ่านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล โดยทำการสุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จำนวน 700 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณ ใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนาและสถิติการถดถอยพหุคุณโดยใช้เทคนิค Enter Selection ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการตลาดเชิงเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด คือมีการสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้า อย่างเข้าใจง่าย รองลงมา คือ ช่องทางการตลาดดิจิทัลผู้บริโภคนิยมค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์มากที่สุด กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการประเมินทางเลือกมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคุณ พบว่า ช่องทางการตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 งานวิจัยนี้มีส่วนในการนำช่องทางการตลาดดิจิทัลมาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

คำสำคัญ: การตลาดดิจิทัล กระบวนการตัดสินใจ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

Abstract

The survey research has the following study objectives 1) to study the levels of consumers' perceptions of the digital marketing factors in Ubonratchathani metropolitan municipality, 2) to study the significant levels of decision process in buying computer notebooks and 3) to study the impact of digital

marketing on decision process in buying computer notebooks. The survey at convenience from 700 respondents who have bought or have contemplated in buying computer notebooks via digital marketing communications. The study tool was questionnaire, the Likert's five-point rating scale. It was descriptive analysis and regression statistics using Enter Selection technique. The survey results revealed that most of the respondents' opinion regarding the digital marketing factors was at high level. Factor having the highest level of influence was the content marketing, of which communication was short, focus and explanation process or benefits derived from merchandize easy to understand, followed by digital marketing channel factor. As for consumer buying decision process, the survey showed that consumer gave priority to assessing alternatives, followed by buying decisions. The regression analysis results showed that digital marketing significantly impacted the decision process in buying computer notebooks at the statistical level of .05. The findings would be beneficial to implement digital marketing as a strategy to increase sales revenue, expand market share and add another communication channel to customers.

Keywords: digital marketing, decision process, computer notebook

บทนำ

ในโลกยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนผ่านจากการรับข้อมูลผ่านช่องทางออฟไลน์เพียงอย่างเดียวไปสู่การรับสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และวิดีโอออนไลน์ (True Digital Academy, 2025) การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้เป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงช่องทางการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อรูปแบบวิธีการค้นคว้าข้อมูลและการประเมินคุณค่าของสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะพึ่งพาข้อมูลจากสื่อดิจิทัลเป็นหลัก ซึ่งสร้างโอกาสและความท้าทายใหม่แก่ผู้ประกอบการและนักการตลาดที่ต้องปรับตัว เพื่อสร้างความโดดเด่นและตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้แบรนด์สามารถเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในโลกยุคใหม่อย่างใกล้ชิด ผ่านกระบวนการวางแผน วิเคราะห์ ดำเนินงาน และควบคุมกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ (Patel, 2022) การตลาดในรูปแบบนี้ใช้องค์ความรู้เชิงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Insights) รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณค่าและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันกับแบรนด์ (Smith & Lee, 2023) โดยเฉพาะแนวคิดการตลาดแบบ Omnichannel Marketing ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในยุคดิจิทัลที่เน้นสร้างประสบการณ์ผู้บริโภคที่ไร้รอยต่อและสอดคล้องกันในทุกช่องทาง ไม่ว่าจะออนไลน์หรือออฟไลน์ (Wisesight, 2025) การผสานรวมข้อมูลและประสบการณ์ในทุกจุดบริการ ช่วยให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างต่อเนื่องและสะดวกสบาย (Zanroo, 2024) แนวทางนี้ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจเส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey) ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพิ่มโอกาสในการกระตุ้นการซื้อและสร้างความจงรักภักดีในระยะยาว (OhoChat, 2023; AR, 2023) ลูกค้าสามารถเปลี่ยนช่องทางใช้งานได้อย่างราบรื่นโดยไม่มีการสูญเสียข้อมูล เช่น เริ่มค้นหาสินค้าบนเว็บไซต์ ผ่านแอปมือถือ หรือเยี่ยมชมร้านค้าจริง โดยข้อมูลและประวัติถูกรวบรวมและเชื่อมต่อกันอย่างต่อเนื่อง (Wavetec, 2024) ด้วยข้อดีนี้ ธุรกิจที่นำ Omnichannel Marketing มาใช้ได้อย่างเหมาะสมจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนรวดเร็ว เช่น ตลาดสินค้าไอทีและโน้ตบุ๊กในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

ช่องทางการตลาดดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ มีบทบาทสำคัญในการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขาย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงลึกและรีวิวสินค้า ข้อมูลจากงานวิจัยบริบทของเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัลในการค้นหาข้อมูลและเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (ธีรวัฒน์, 2564) ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่สามารถปรับใช้ช่องทางดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพจะได้รับความได้เปรียบในตลาดแข่งขันสูง การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภคที่ใช้สื่อดิจิทัล โดยการนำเสนอเนื้อหาเชิงสาระและสร้างสรรค์ที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและมีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ (Chen et al., 202; Smith & Lee, 2023) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อวิดีโอ สตรีมมิ่ง และอินโฟกราฟิกส์ ที่ช่วยให้ข้อมูลซับซ้อนถูกสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การครองหน้าแรกในผลการค้นหาของเครื่องมือค้นหา (Search Engine Ranking) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Patel, 2022; Kumar & Gupta, 2023) การรักษาอันดับในหน้าค้นหาแรกผ่านเทคนิค SEO และการเพิ่มประสิทธิภาพเนื้อหา ทำให้แบรนด์มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นและเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นลูกค้าได้จริง

ในบริบทเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ซึ่งมีการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสินค้าไอทีและความสนใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพิ่มขึ้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษา การตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงของช่องทางสื่อจาก Traditional Media ไปสู่ New Media ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในพื้นที่อย่างไร โดยมุ่งหวังจะเติมเต็มองค์ความรู้ในระดับท้องถิ่น และสร้างแนวทางที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ดิจิทัลให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตลาดดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นกรอบความคิดและทฤษฎีที่กำหนดทิศทางการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจสมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หลากหลายรูปแบบ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน และเครื่องมือค้นหา (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) การตลาดดิจิทัลจึงไม่ใช่เพียงการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์แบบเดิม แต่เป็นกระบวนการสร้างการสื่อสารสองทางที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเชิงลึก แนวคิดนี้เน้นการผสานและประสานช่องทาง เครื่องมือ และเนื้อหาต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่สอดคล้องและต่อเนื่องให้แก่ผู้บริโภคในทุกจุดบริการ (omnichannel experience) ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและโอกาสในการเปลี่ยนผู้ชมให้เป็นผู้ซื้อ (Landingi, 2025; One Day Agency, 2025) การตลาดดิจิทัล จึงแบ่งออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่

ช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Channels) เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มที่ธุรกิจใช้เพื่อเข้าถึงและสื่อสารกับผู้บริโภคออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล การโฆษณาผ่านเครื่องมือค้นหา และโฆษณาแสดงผล โดยใช้ช่องทาง

การตลาดแบบผสานรวมและประสานงานให้เป็นหนึ่งเดียวอย่างไร้รอยต่อ ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ต่อเนื่องและสอดคล้องกัน ไม่ว่าจะติดต่อผ่านทางใด เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ร้านค้าปลีก หรืออีเมล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่สอดคล้องและเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนผู้ชมเป็นผู้ซื้อ (Landingi, 2025; One Day Agency, 2025)

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เน้นการสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่า มีความสม่ำเสมอและตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือ และกระตุ้นให้เกิดการแชร์หรือการสร้างลิงก์ย้อนกลับ (Content Marketing Institute, 2025; Pulizzi, 2023; StoryChief, 2024)

การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับสูงในผลการค้นหาบนเครื่องมือค้นหาแบบออร์แกนิค ผ่านการใช้คำสำคัญ การปรับปรุงเนื้อหา และโครงสร้างเว็บไซต์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์กับผู้ใช้ (Aloha Online, 2025; Search Engine Land, 2025)

ความสัมพันธ์การตลาดดิจิทัล นับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญยิ่งในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดและยังส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยประกอบด้วย 3 มิติหลัก ได้แก่ ช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Channels) กาตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) และการครองหน้าแรกผ่านการทำ SEO (Search Engine Optimization) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์และเกื้อหนุนกันอย่างมีนัยสำคัญในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022; Pulizzi, 2023; Google Search Central, 2023) ช่องทางการตลาดดิจิทัลทำหน้าที่สำคัญเป็นสื่อกลางที่นำพาผู้บริโภคจากจุดเริ่มต้นของการรับรู้ ไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาต่าง ๆ ที่แบรนด์ได้สร้างขึ้น โดยช่องทาง เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และอีเมล ช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) การตลาดเชิงเนื้อหา ซึ่งเป็นหัวใจของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค เนื้อหาที่ถูกออกแบบอย่างมีคุณภาพและเหมาะสมสามารถสร้างความเชื่อมั่น เพิ่มการมีส่วนร่วม และกระตุ้นการเผยแพร่ผ่านการแชร์หรือลิงก์ย้อนกลับ (Backlink) ซึ่งเป็นการยืนยันคุณค่าของแบรนด์ในสายตาของผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสในการรับรู้ (Pulizzi, 2023) การครองหน้าแรกผ่าน SEO ช่วยเสริมประสิทธิภาพการนำเสนอเนื้อหาและช่องทางดิจิทัลให้ปรากฏในอันดับต้น ๆ ของหน้าผลลัพธ์การค้นหาบนเครื่องมือเสิร์ช เช่น Google ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถค้นพบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้รวดเร็วและตรงความต้องการมากขึ้น ตลอดจนเพิ่มความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์และโอกาสในการตัดสินใจซื้อ (Google Search Central, 2023)

ความสัมพันธ์การตลาดดิจิทัล ทั้งสามมิติเกิดเป็นวงจรเชิงบวก (Positive Cycle) ที่ช่องทางดิจิทัลช่วยเสริมการเข้าถึงเนื้อหา เนื้อหาช่วยสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค และ SEO ช่วยเพิ่มการมองเห็นและความน่าเชื่อถือในเครื่องมือค้นหา ทั้งหมดนี้ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น และสามารถนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่เน้นการค้นคว้าและประเมินข้อมูลก่อนการซื้อสินค้า (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022; Pulizzi, 2023; Google Search Central, 2023) นอกจากนี้ การบูรณาการทั้งสามมิติยังช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการและเปลี่ยนผ่านพฤติกรรมการบริโภคในยุคที่ข้อมูลข่าวสารและความโปร่งใสเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด (Pulizzi, 2023)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หมายถึง ผู้บริโภคเริ่มรับรู้ว่าตนเองมีความต้องการ เช่น ต้องการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใหม่เพื่อใช้ศึกษาและทำงาน (Hoyer et al., 2022)

การค้นหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง ผู้บริโภคเริ่มรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การค้นหาข้อมูลออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย โดยการมีช่องทางการตลาดดิจิทัลแบบ omnichannel ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลครบถ้วนและสะดวก (Chiu et al., 2023)

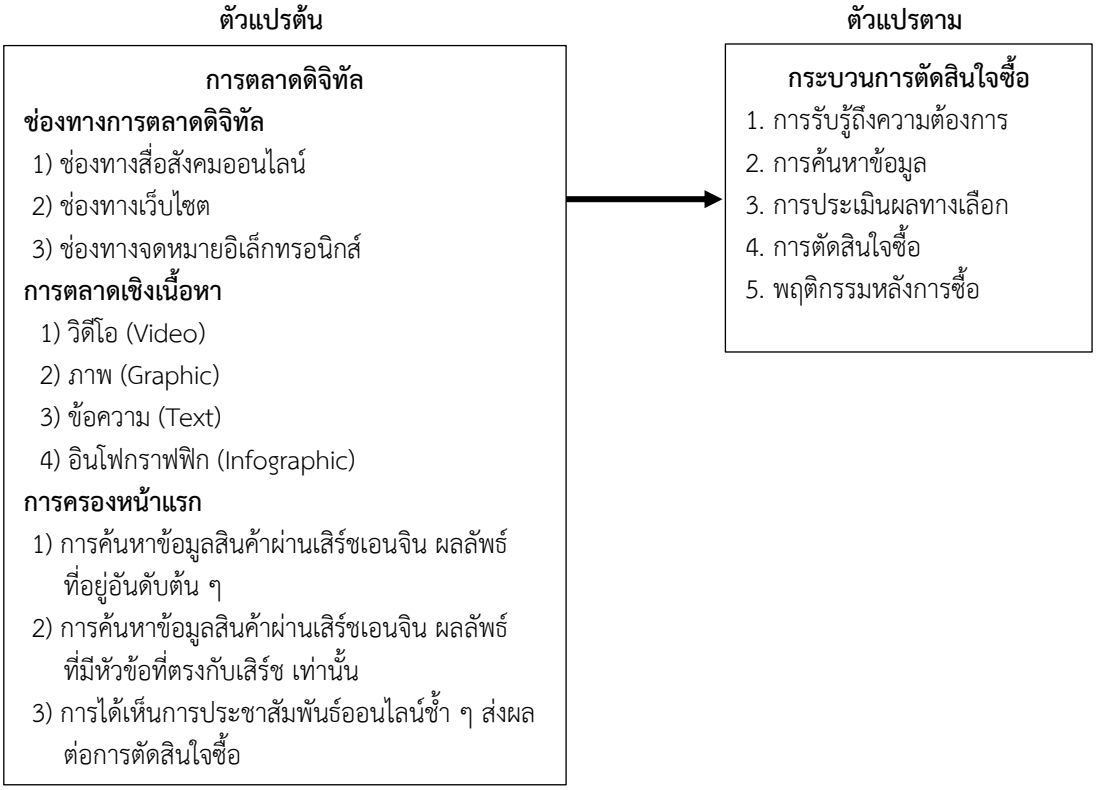
การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หมายถึง การเปรียบเทียบตัวเลือกสินค้าหรือบริการตามเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น ราคา คุณสมบัติ และรีวิว โดยการตลาดเชิงเนื้อหาจะช่วยให้ข้อมูลเชิงลึกที่สร้างความน่าเชื่อถือ (Smith & Lee, 2023)

การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หมายถึง ขั้นตอนการเลือกซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการ โดย SEO ช่วยให้เว็บไซต์และช่องทางดิจิทัลติดอันดับค้นหาได้ดี เพิ่มโอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผ่านช่องทางนั้น (Patel, 2022)

พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) หมายถึง การประเมินประสบการณ์หลังใช้สินค้า ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีและการบอกต่อ ช่องทาง omnichannel มีส่วนช่วยสนับสนุนบริการหลังการขายและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า (Kotler et al., 2023)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตลาดดิจิทัลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นกรอบความคิดและทฤษฎีที่กำหนดทิศทางการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจสมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หลากหลายรูปแบบ จึงแบ่งออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่

ช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Channels) เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มที่ธุรกิจใช้เพื่อเข้าถึงและสื่อสารกับผู้บริโภคออนไลน์ โดยใช้ช่องทางการตลาดแบบผสานรวมและประสานงานให้เป็นหนึ่งเดียวอย่างไร้รอยต่อ ทำให้ลูกค้าได้รับ

ประสบการณ์ที่ต่อเนื่องและสอดคล้องกัน ไม่ว่าจะติดต่อผ่านทางใด ประกอบด้วย 1) ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ 2) ช่องทางเว็บไซต 3) ช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เน้นการสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่า มีความสม่ำเสมอ และตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือ และกระตุ้นให้เกิดการแชร์หรือการสร้างลิงก์ย้อนกลับ ประกอบด้วย 1) วิดีโอ (Video) 2) ภาพ (Graphic) 3) ข้อความ (Text) 4) อินโฟกราฟฟิก (Infographic)

การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับสูงในผลการค้นหาบนเครื่องมือค้นหาแบบออร์แกนิค ผ่านการใช้คำสำคัญ การปรับปรุงเนื้อหา และโครงสร้างเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์กับผู้ใช้ ประกอบด้วย 1) การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ช เอนจิน ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ 2) การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน ผลลัพธ์ที่มีหัวข้อที่ตรงกับเสิร์ช เท่านั้น 3) การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำ ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

การตลาดดิจิทัล ทั้งสามมิติเกิดเป็นวงจรเชิงบวก (Positive Cycle) ที่ช่องทางดิจิทัลช่วยเสริมการเข้าถึงเนื้อหา เนื้อหาช่วยสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค และ SEO ช่วยเพิ่มการมองเห็นและความน่าเชื่อถือในเครื่องมือค้นหา ทั้งหมดนี้ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น และสามารถนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่เน้นการค้นคว้าและประเมินข้อมูลก่อนการซื้อสินค้า การบูรณาการทั้งสามมิติยังช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการและเปลี่ยนผ่านพฤติกรรมการบริโภคในยุคที่ข้อมูลข่าวสารและความโปร่งใสเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรของการวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กผ่านช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 75,834 คน (เทศบาลนครอุบลราชธานี, 2566) ประชากรข้างต้นถือเป็นกรอบประชากรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งมุ่งศึกษาการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในบริบทพื้นที่เทศบาลนครอุบลราชธานี

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ผู้บริโภคที่เคยซื้อ หรือกำลังจะซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กผ่านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล จำนวน 700 คน ดำเนินการคัดเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเกณฑ์การคัดเลือก ได้แก่ (1) เป็นผู้อาศัยภายในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี (2) มีประสบการณ์ในการซื้อโน้ตบุ๊กผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างน้อยหนึ่งครั้ง หรือมีความตั้งใจจะซื้อผ่านช่องทางดังกล่าวในอนาคตอันใกล้ และ (3) ยินยอมเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม จำนวน 700 คน ถูกกำหนดเพื่อให้มีความหลากหลายของตัวแปรประชากรหลัก (เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ถูกออกแบบให้ครอบคลุมขอบข่ายตัวแปรที่ระบุในวัตถุประสงค์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด มีชนิดของคำถามเป็นแบบสำรวจตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล มีข้อคำถาม 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ช่องทางการตลาดดิจิทัล 2) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 3) การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งใช้วิธีกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งใช้วิธีกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert's Scale)

3. การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนดังนี้

1) ดำเนินการศึกษา ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรม และสิ่งตีพิมพ์เอกสารต่าง ๆ รวมทั้งหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ ฐานข้อมูล และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเตอร์เน็ต งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตลาดดิจิทัลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามพร้อมทั้งกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

2) กำหนดข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดและตัวแปรที่ใช้ในการทำวิจัย

3) สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ตามขอบข่ายของตัวแปรที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี มีข้อคำถาม 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 1) ช่องทางการตลาดดิจิทัล 2) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 3) การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO)

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ประกอบด้วย 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

4) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในสำนวนการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับข้อความและพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ดังนี้ ให้คะแนน 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นสามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม ให้คะแนน 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นสามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม ให้คะแนน -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่สามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม

5) เมื่อได้รับการพิจารณาแล้วตรวจสอบแล้ว ผู้วิจัยจึงคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความ เพื่อหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) และตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมเพื่อปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

6) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาประสิทธิภาพของเครื่องมือกับผู้บริโภคที่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ผลปรากฏว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น 0.91

4. เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามจำนวน 700 ชุดแก่ผู้บริโภคที่ซื้อหรือเคยซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบถ้วนทั้ง 700 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนที่แจกทั้งหมด ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลการประมวลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว โดยใช้โปรแกรมสถิติ สำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการการตลาดดิจิทัลและกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค โดยศึกษาและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

2) ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัล มีข้อคำถาม 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ช่องทางการตลาดดิจิทัล 2) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 3) การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

3) ระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ประกอบด้วย 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ท 5 ระดับเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงมาตราส่วนการให้คะแนนแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นและความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ระดับคะแนน	ความหมายการให้คะแนน
5	ระดับความคิดเห็น / ความสำคัญ มากที่สุด
4	ระดับความคิดเห็น / ความสำคัญ มาก
3	ระดับความคิดเห็น / ความสำคัญ ปานกลาง
2	ระดับความคิดเห็น / ความสำคัญ น้อย
1	ระดับความคิดเห็น / ความสำคัญ น้อยที่สุด

ที่มา: Likert Scale (1967)

จากตารางที่ 1 มาตราส่วนนี้พัฒนาขึ้นตามแนวคิดของลิเคิร์ท เพื่อสะท้อนระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย โดยผู้วิจัยนำมาใช้ในการวัดทั้งระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัล และระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

การแปลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ ค่าเฉลี่ย (Means) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการตีความตามเกณฑ์ของ Best (1977) โดยมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น / ระดับความสำคัญ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็น / ระดับความสำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็น / ระดับความสำคัญ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็น / ระดับความสำคัญ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็น / ระดับความสำคัญ น้อยที่สุด

การกำหนดมาตราส่วนและเกณฑ์การแปลผลนี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพของผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถวิเคราะห์เชิงสถิติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถอธิบายแนวโน้มความคิดเห็นและระดับความสำคัญในแต่ละประเด็นได้อย่างชัดเจน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ของตัวแปรด้านการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และ ตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตฐาน ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ภาพรวม

การตลาดดิจิทัล	$\bar{x}$	(S.D.)	**ระดับความคิดเห็น**
การตลาดดิจิทัล	4.16	0.481	มาก
การตลาดเชิงเนื้อหา	4.32	0.328	มากที่สุด
การครองหน้าแรก	4.19	0.238	มาก
รวม	4.22	0.161	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นปัจจัยการตลาดดิจิทัล ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.22, S.D. = 0.161) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการตลาดเชิงเนื้อหาระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.32, S.D. = 0.328) รองลงมา การครองหน้าแรก ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.19, S.D. = 0.238) และการตลาดดิจิทัล ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.16, S.D. = 0.481) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตฐาน ระดับความคิดเห็นการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

การตลาดดิจิทัล	$\bar{x}$	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
การตลาดดิจิทัล			
ช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing)	4.16	0.653	มาก
ช่องทางเว็บไซต์ (Website Marketing)	4.23	0.735	มากที่สุด
ช่องทางอีเมล (E-mail)	4.10	0.691	มาก
การตลาดเชิงเนื้อหา			
การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้าอย่างเข้าใจง่าย (อินโฟกราฟฟิก)	4.46	0.563	มากที่สุด
การเห็นข้อความ ที่ใช้รูปแบบตัวหนังสือสวยงาม ใช้ภาษาทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (ข้อความโฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้า)	4.25	0.559	มากที่สุด
การสื่อสารด้วยภาพ/ภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจน สวยงาม สร้างสรรค์	4.36	0.570	มากที่สุด
การรีวิวสินค้าโดยบุคคล/ผู้มีชื่อเสียง/ภาพเคลื่อนไหว/การถ่ายทอดสด (live)	4.22	0.598	มากที่สุด
การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO)			
การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ	4.22	0.486	มากที่สุด
การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ที่มีหัวข้อที่ตรงกับเสิร์ช เท่านั้น	4.22	0.515	มากที่สุด
การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำ ๆ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ	4.14	0.461	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า

1. ช่องทางการตลาดดิจิทัล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นผ่านช่องทางเว็บไซต์ (Website Marketing) ($\bar{x}$ = 4.23, S.D. = 0.735) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีความคิดเห็นกับผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ($\bar{x}$ = 4.16, S.D. = 0.653) อยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นผ่านช่องทางอีเมล (E-mail) ($\bar{x}$ = 4.10, S.D. = 0.691) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. การตลาดเชิงเนื้อหา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นการสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้า อย่างเข้าใจง่าย (อินโฟกราฟฟิก) ($\bar{x}$ = 4.46, S.D. = 0.563) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีความคิดเห็นการสื่อสารด้วยภาพหรือภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจน สวยงาม สร้างสรรค์ ($\bar{x}$ = 4.36, S.D. = 0.570) อยู่ในระดับมากที่สุด มีความคิดเห็นการเห็นข้อความ ที่ใช้รูปแบบตัวหนังสือสวยงาม ใช้ภาษาทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน(ข้อความโฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้า) ($\bar{x}$ = 4.25, S.D. = 0.559) อยู่ใน

ระดับมากที่สุด มีความคิดเห็นการรีวิวสินค้าโดยบุคคล/ผู้มีชื่อเสียง/ภาพเคลื่อนไหว/การถ่ายทอดสด (live) ($\bar{x}$ = 4.22, S.D. = 0.598) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3. การครองหน้าแรก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นการค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ที่มีหัวข้อที่ตรงกับเสิร์ช เท่านั้น ($\bar{x}$ = 4.22 , S.D. = 0.515) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีความคิดเห็นการค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ ($\bar{x}$ = 4.22, S.D. = 0.486) อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นการได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำ ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x}$ = 4.14, S.D. = 0.461) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตฐาน ระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	(S.D.)	ระดับความสำคัญ
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	4.32	0.321	มากที่สุด
2. การค้นหาข้อมูล	4.26	0.369	มากที่สุด
3. การประเมินผลทางเลือก	4.41	0.329	มากที่สุด
4. การตัดสินใจซื้อ	4.35	0.330	มากที่สุด
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	4.28	0.366	มากที่สุด
รวม	4.32	0.127	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สด ($\bar{x}$ = 4.32, S.D. = 0.127) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับการประเมินผลทางเลือก ($\bar{x}$ =4.41, S.D. = 0.329) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x}$ =4.35, S.D. = 0.330) อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{x}$ =4.32, S.D. = 0.321) อยู่ในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{x}$ =4.28, S.D. = 0.366) อยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูล ($\bar{x}$ =4.26, S.D. = 0.369) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณของปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	3.515	0.129		27.307	0.000*
ช่องทางการตลาดดิจิทัล					
ช่องทางสังคมออนไลน์(x_1)	0.025	0.012	0.079	2.023	0.043*
ช่องทางเว็บไซต์(x_2)	0.049	0.011	0.177	4.295	0.000*
ช่องทางอีเมล(x_3)	0.010	0.012	0.033	0.843	0.400
การตลาดเชิงเนื้อหา					
การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้นกระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้า อย่างเข้าใจง่าย (อินโฟกราฟฟิก) (x_4)	0.056	0.014	0.154	4.018	0.000*
การเห็นข้อความ ที่ใช้รูปแบบตัวหนังสือสวยงาม ใช้ภาษาทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน(ข้อความโฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้า) (x_5)	0.005	0.015	0.014	0.325	0.745
การสื่อสารด้วยภาพหรือภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจน สวยงาม สร้างสรรค์(x_6)	0.002	0.015	0.005	0.118	0.906
การรีวิวสินค้าโดยบุคคล/ผู้มีชื่อเสียง/ภาพเคลื่อนไหว/ การถ่ายทอดสด (live) (x_7)	0.017	0.013	0.050	1.281	0.201
การครองหน้าแรก					
การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines)ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ(x_8)	0.051	0.16	0.122	3.182	0.002*
การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ ที่มีหัวข้อที่ตรงกับเสิร์ช เท่านั้น(x_9)	0.026	0.015	0.065	1.694	0.091
การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำๆ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ(x_{10})	0.032	0.017	0.072	1.892	0.050*

R= 0.471, R^2 = 0.558, Adj R^2 = 0.562, SE = 0.196, F = 18.412, * = 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ พบว่า

ค่า R เท่ากับ 0.471 ซึ่งค่าดังกล่าวเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวแปรอิสระข้างต้นมีความสัมพันธ์กันกับการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ซึ่งขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.471

ค่า R^2 เท่ากับ 0.558 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์ เท่ากับ 5.58

ค่า F เท่ากับ 18.412 ชี้ให้เห็นว่าการถดถอยพหุคุณมีสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 18.412 เท่า

ค่า B แสดงถึงค่าคงที่และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของกลุ่มตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งค่าคงที่เท่ากับ 3.151 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยช่องทางการตลาดดิจิทัล เท่ากับ 0.080 ช่องทางการตลาดเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.017 ช่องทางการครองหน้าแรก เท่ากับ 0.097 ตามลำดับ

ค่า t ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งพบว่า ค่า t ของค่าคงที่เท่ากับ 27.307 (p-value > 0.05) ช่องทางสังคมออนไลน์ เท่ากับ 2.023 (p-value > 0.05) ช่องทางเว็บไซต์ เท่ากับ 4.295 (p-value > 0.05) ช่องทางอีเมล เท่ากับ 0.843 (p-value < 0.05) การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับอธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้า อย่างเข้าใจง่าย (อินโฟกราฟฟิก) เท่ากับ 4.018 (p-value > 0.05) การเห็นข้อความ ที่ใช้รูปแบบตัวหนังสือสวยงาม ใช้ภาษาทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (ข้อความโฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้า) เท่ากับ 0.325 (p-value < 0.05) การสื่อสารด้วยภาพหรือภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจน สวยงาม สร้างสรรค์ เท่ากับ 0.118 (p-value < 0.05) การรีวิวสินค้าโดยบุคคล/ผู้มีชื่อเสียง/ภาพเคลื่อนไหว/ การถ่ายทอดสด (live) เท่ากับ 1.281 (p-value < 0.05) การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines)ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ เท่ากับ 3.182 (p-value > 0.05)

การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ ที่มีหัวข้อที่ตรงกับเสิร์ช เท่านั้น เท่ากับ 1.694 (p-value < 0.05) การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เท่ากับ 1.892 (p-value > 0.05) ตามลำดับ ซึ่งสามารถเขียนสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{y} = 27.3072 + 2.023(x_1) + 4.295(x_2) + 4.018(x_4) + 3.182(x_8) + 1.892(x_{10})$$

แทนค่า

$\hat{y}$ = การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตเทศบาลอุบลราชธานี

(x_1) = ช่องทางสังคมออนไลน์

(x_2) = ช่องทางเว็บไซต์

(x_5) = การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้าอย่างเข้าใจง่าย

(x_8) = การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines)ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ

(x_{10}) = การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำๆ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ พบว่า ปัจจัยการตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความแปรผันของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ได้ร้อยละ 0.471 ปัจจัยที่มีนัยสำคัญคือ ช่องทางสังคมออนไลน์ ช่องทางเว็บไซต์ การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้าอย่างเข้าใจง่าย การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 6 สรุปสมมติฐาน

ตัวแปร	p-value	สมมติฐาน
ช่องทางการตลาดดิจิทัล		
ช่องทางสังคมออนไลน์(x_1)	0.043*	ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปร	p-value	สมมติฐาน
ช่องทางเว็บไซต์(x_2)	0.000*	ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ช่องทางอีเมล(x_3)	0.400	ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การตลาดเชิงเนื้อหา		
การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้าอย่างเข้าใจง่าย (อินโฟกราฟฟิก)(x_4)	0.000*	ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การเห็นข้อความ ที่ใช้รูปแบบตัวหนังสือสวยงาม ใช้ภาษาทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน(ข้อความโฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้า)(x_5)	0.745	ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การสื่อสารด้วยภาพหรือภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจน สวยงาม สร้างสรรค์(x_6)	0.906	ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การรีวิวสินค้าโดยบุคคล/ผู้มีชื่อเสียง/ภาพเคลื่อนไหว/การถ่ายทอดสด (live)(x_7)	0.201	ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การครองหน้าแรก		
การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines)ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ(x_8)	0.002*	ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ ที่มีหัวข้อที่ตรงกับเสิร์ช เท่านั้น(x_9)	0.091	ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำๆ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ (x_{10})	0.050*	ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตารางที่ 6 สรุปสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value < 0.05) ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปร ได้แก่ ช่องทางสังคมออนไลน์ (x_1) มีค่า p-value =0.043* ช่องทางเว็บไซต์ (x_2) มีค่า p-value =0.000* การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ อธิบายขั้นตอนการทำงานหรือคุณประโยชน์ของสินค้า อย่างเข้าใจง่าย (อินโฟกราฟฟิก) (x_4) มีค่า p-value =0.000* การค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engines) ผลลัพธ์ที่อยู่อันดับต้น ๆ เสมอ (x_8) มีค่า p-value = 0.002* การได้เห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำ ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (x_{10}) มีค่า p-value =0.050* เมื่อพิจารณาค่า p-value ทั้งหมด 5 ตัวแปร พบว่า มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ส่วนตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value > 0.05) ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปร ได้แก่ ช่องทางอีเมล (x_3) มีค่า p-value = 0.400 ข้อความโฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้า (x_5) มีค่า p-value = 0.745 ภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจน สวยงาม สร้างสรรค์ (x_6) มีค่า p-value = 0.906 การร่วมจัดทำโดยบุคคล/ผู้มีอิทธิพล/live (x_7) มีค่า p-value = 0.201 ผลิตภัณฑ์ดิจิทัลที่เหมาะสม (ตรงกับพฤติกรรมการค้นหา) (x_8) มีค่า p-value = 0.091 เมื่อพิจารณาค่า p-value ทั้งหมด 5 ตัวแปร พบว่า มีค่ามากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

สรุปผลและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

ปัจจัยการตลาดดิจิทัล พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยการตลาดดิจิทัล โดยแบ่งเป็นสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ การตลาดเชิงเนื้อหา การครองหน้าแรก และช่องทางการตลาดดิจิทัล ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบนี้ได้รับการยอมรับในระดับมากถึงมากที่สุด (Talkatalka, 2024; MarketingOops, 2021)

ช่องทางการตลาดดิจิทัล ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับเว็บไซต์ รองลงมาคือสังคมออนไลน์ และอีเมล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปัจจุบันที่ชี้ว่าเว็บไซต์เป็นศูนย์กลางสำคัญสำหรับการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการอย่างครบถ้วนและน่าเชื่อถือ ขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมแบบสองทาง และอีเมลเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจงและสร้างความภักดีระยะยาว (Marketing Oops, 2021; PSO, 2025) เมื่อนำแนวคิดนี้ไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตจะเห็นว่าช่องทางดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ในอดีตเว็บไซต์เป็นช่องทางหลักแบบทางเดียว ไม่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเท่าปัจจุบัน และโซเชียลมีเดียยังไม่แพร่หลายมากนัก (Roon, 2015) งานวิจัยยุคก่อนหน้านี้ยังชี้ว่าอีเมลมักถูกมองเป็นช่องทางรอง แต่ในปัจจุบันเป็นเครื่องมือสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าระดับสูง (PSO, 2025) ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ทำให้ช่องทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และอีเมล กลายเป็นองค์ประกอบหลักที่ธุรกิจต้องบูรณาการเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

การตลาดเชิงเนื้อหา พบว่า การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ เช่น อินโฟกราฟิก เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องจากสามารถอธิบายข้อมูลและคุณประโยชน์ของสินค้าได้อย่างเข้าใจง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือการใช้ภาพพร้อมข้อความบรรยายที่ชัดเจนและสวยงาม ซึ่งช่วยเสริมประสบการณ์การรับสารและเพิ่มการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ข้อความโฆษณาที่มีรูปแบบตัวหนังสือสวยงามและภาษาที่ทันสมัย รวมถึงการรีวิวสินค้าโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงและการถ่ายทอดสดผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ก็ได้รับความนิยมและสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี (MarketingGuru, 2024; IDMCouncil, 2024; MarketingOops, 2025) เมื่อนำแนวคิดนี้ไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตจะเห็นว่าการตลาดเชิงเนื้อหาในอดีตเน้นการใช้บทความและข้อความเป็นหลัก มักมีความยาวและซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มไม่สามารถเข้าใจได้ง่าย (Sriwutiphong, 2018) อย่างไรก็ตาม การใช้ภาพกราฟิกและวิดีโอมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงหลัง เพราะสามารถดึงดูดความสนใจและถ่ายทอดสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Mandalasystem, 2021) ดังนั้น การผสมผสานระหว่างเนื้อหาที่มีคุณค่า อินโฟกราฟิกที่เข้าใจง่าย ภาพกราฟิกที่สวยงาม รวมถึงรีวิวและถ่ายทอดสดจึงเป็นกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว และช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การครองหน้าแรก พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลลัพธ์การค้นหาที่มีหัวข้อสอดคล้องกับคำค้นหาและปรากฏในอันดับต้น ๆ เสมอ ซึ่งช่วยเพิ่มการมองเห็นและสร้างความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้กระตุ้นการตัดสินใจซื้อมากขึ้น นอกจากนี้ การพบเห็นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำ ๆ อย่างสม่ำเสมอยังช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้ดียิ่งขึ้น (Inspiradigitalagency, 2025; KctaThailand, 2024; Sellsuki, 2022) แนวคิดนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ SEO และโฆษณาซ้ำในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล (Roon, 2017; Digimusketeers, 2025) เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีต จะพบว่า ก่อนหน้านี้การครองหน้าแรกยังไม่ได้รับความสำคัญเท่าปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มักพึ่งพาช่องทางกลางแจ้งหรือสื่อทั่วไปมากกว่า และยังไม่มีการพิสูจน์ผลกระทบที่ชัดเจนของ SEO ต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ (Roon, 2017) ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีการค้นหาที่ก้าวหน้าที่ช่วยปรับปรุงการจัดอันดับเนื้อหาอย่างแม่นยำ การครองหน้าแรกได้กลายเป็นกลยุทธ์ที่ขาดไม่ได้สำหรับทุกธุรกิจ โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้เวลาค้นหาข้อมูลผ่านออนไลน์เป็นหลัก (Digimusketeers, 2025) สรุปได้ว่า การครองหน้าแรกไม่เพียงแต่เพิ่มโอกาสที่ผู้บริโภคจะพบสินค้าแต่ยังเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและมีส่วนสำคัญในกระบวนการตัดสินใจซื้อที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์ที่ 2 ระดับความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

ผู้บริโภคในพื้นที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตั้งแต่การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ไปจนถึงพฤติกรรมหลังการซื้อ (Kotler et al., 2023) ความสำคัญนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจากอดีตที่ผู้บริโภคมักตัดสินใจโดยอาศัยประสบการณ์เดิมและคำแนะนำจากผู้ใกล้ชิดเป็นหลัก (Ketsara, 2007) ขณะที่ปัจจุบันการค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกผ่านช่องทางดิจิทัลมีบทบาทมากขึ้นอย่างชัดเจน (Seenamngeon, 2021; Siriwut, 2024) นอกจากนี้ พฤติกรรมหลังการซื้อ เช่น การแสดงความคิดเห็นหรือรีวิวสินค้า ยังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภครายอื่นๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์ที่ **3** ปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการตลาดดิจิทัลโดยรวมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความแปรผันของกระบวนการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 47.1 (Sakuljaroenporn, 2021) ปัจจัยสำคัญที่มีผลคือ ช่องทางสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ การสื่อสารด้วยภาพกราฟิกแบบสั้น กระชับ และการค้นหาข้อมูลผ่านเสิร์ชเอนจินที่เน้นผลลัพธ์อันดับต้น ๆ รวมถึงการได้เห็นประชาสัมพันธ์ออนไลน์ซ้ำ ๆ (Life Research, 2021) ในขณะเดียวกัน ตัวแปรบางรายการ เช่น ช่องทางอีเมล ข้อความโฆษณา ภาพพร้อมข้อความบรรยาย และรีวิวสินค้าโดยบุคคลหรือถ่ายทอดสด แสดงค่า p-value สูงกว่าเกณฑ์แสดงถึงนัยสำคัญทางสถิติไม่ครบถ้วน ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีที่อาจยังไม่ใช้หรือเชื่อมั่นในรูปแบบการสื่อสารบางแบบอย่างเต็มที่ (Sakuljaroenporn, 2021; IDMCouncil, 2024; MarketingGuru, 2024; Life Research, 2021) เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีต พบว่าการตลาดดิจิทัลในช่วงก่อนหน้านี้ยังไม่ได้รับการยอมรับสูง เนื่องจากช่องทางออนไลน์และรูปแบบเนื้อหายังไม่หลากหลายและซับซ้อนน้อยกว่าในปัจจุบัน (Jakkrit, 2013) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคนี้ได้ยกระดับความสำคัญของช่องทางออนไลน์และเนื้อหากราฟิกสั้น กระชับ จนกลายเป็นตัวแปรที่มีบทบาทสำคัญอย่างชัดเจนในการส่งเสริมกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Channels)

ควรวางกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการผ่านหลายช่องทางที่ผู้บริโภครับข้อมูลมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และอีเมล โดยแต่ละช่องทางควรสนับสนุนกันอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีข้อมูลครบถ้วนและเหมาะสมกับการใช้งานบนมือถือ พร้อมระบบตอบกลับหรือแชตทันทีเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

2. การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

เน้นการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพสูงและเข้าใจง่าย เช่น การใช้ภาพกราฟิกสั้น กระชับอย่างอินโฟกราฟิก รวมถึงการใช้ข้อความที่สวยงาม ทันสมัย และการรีวิวจากบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือถ่ายทอดสด ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสนใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การครองหน้าแรกของเสิร์ชเอนจิน (Search Engine Optimization: SEO)

ให้ความสำคัญกับการปรากฏในอันดับต้น ๆ ของผลการค้นหา โดยเฉพาะหัวข้อที่สอดคล้องกับคำค้นหา (Search Intent) ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการมองเห็นและสร้างความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และใช้กลยุทธ์สื่อสารซ้ำอย่างมีกลยุทธ์ยังช่วยเสริมสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้านการตลาดดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Big Data เพื่อปรับกลยุทธ์การตลาดให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. การพัฒนาการวัดผลเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปริมาณในการประเมินกิจกรรมการตลาดดิจิทัล เช่น การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์ความคิดเห็นผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกในการเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างครบถ้วน

เอกสารอ้างอิง

เทศบาลนครอุบลราชธานี. (2566). *ประชากรในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี*. https://www.cityub.go.th/web2029/e-service/population

ธีรวัฒน์ ศิริวุฒิ. (2564). *กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

English Aloha Online. (2025). *Search engine optimization strategies*. https://www.alohaonline.com

Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice Hall.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson Education.

Chen, X., Zhang, Y., & Wang, L. (2022). Content marketing strategies for digital consumers. *Journal of Digital Marketing, 14*(2), 101–115. https://www.researchgate.net/publication/368508336_Comparing_content_marketing_strategies_of_digital_brands_using_machine_learning

Chiu, C.–M., Wang, E. T. G., Fang, Y.–H., & Huang, H.–Y. (2023). Using omnichannel digital channels to support consumer information search. *Journal of Interactive Marketing, 57*, 57–59.

Content Marketing Institute. (2025). The power of consistent content creation. *Content Marketing Journal, 21*(3), 22–25.

Google Search Central. (2023). *Search engine optimization (SEO) starter guide*. https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide

Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2022). *Consumer behavior* (8th ed.). Cengage Learning.

IDMCouncil. (2024). The influence of live streaming reviews on consumer trust in digital marketing. *International Digital Media Council Journal, 12*(3), 45–59.

Inspiradigitalagency. (2025). Search engine ranking impact on consumer purchase decisions. *Digital Marketing Insights, 8*(1), 22–34.

Jakkrit, S. (2013). The evolution of digital marketing channels and their effectiveness in Thailand. *Journal of Marketing in Asia, 5*(2), 101–115.

KctaThailand. (2024). SEO strategies and their effect on online consumer behavior. *Thai E-Commerce Journal, 10*(4), 88–99.

Ketsara, P. (2007). Consumer decision-making processes: A historical perspective. *Journal of Consumer Studies, 9*(1), 12–27.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2023). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

Kumar, R., & Gupta, A. (2023). Improving sales performance through SEO strategies: An empirical study. *Digital Marketing Journal, 7*(1), 50–55.

Landingi. (2025). Omnichannel marketing for brand consistency. *Marketing Today, 12*(1), 8–12.

Life Research. (2021). Effectiveness of infographic usage in digital marketing communication. *Marketing Communication Quarterly, 14*(2), 78–91.

Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.

Mandalasystem. (2021). Shifts in content marketing: The rise of video and graphic communication. *Digital Marketing Journal, 6*(2), 40–53.

MarketingGuru. (2024). Content marketing trends with a focus on infographics and graphic design. *Asian Marketing Review, 11*(3), 134–150.

MarketingOops. (2021). The role of email marketing in long-term customer engagement. *Marketing Magazine Thailand, 7*(4), 56–63.

OhoChat. (2023). *Omnichannel marketing strategy report for Thai businesses*. OhoChat.

One Day Agency. (2025). *Omnichannel marketing report*. https://www.onedayagency.com

Patel, N. (2022). *SEO simplified: How to rank #1 in Google*. Marketing Press. https://neilpatel.com

PSO. (2025). Email marketing effectiveness in customer loyalty development. *Public Sector Online Journal, 5*(1), 14–27.

Pulizzi, J. (2023). The evolving landscape of content marketing. *Content Strategy Quarterly, 7*(2), 32–34.

Roon, T. (2015). Early digital marketing channels: The limited role of social media. *Journal of Internet Studies, 7*(3), 30–45.

Roon, T. (2017). The emergence of SEO and its impact on consumer decision-making. *Search Engine Research, 9*(2), 50–62.

Sakuljaroenporn, T. (2021). Online marketing integration and its effect on purchasing behavior in Thailand. *Business and Technology Review, 13*(4), 109–120.

Search Engine Land. (2025). *SEO trends for 2025*. https://searchengineland.com/seo-trends-2025-399675

Seenamngeon, K. (2021). Consumer evaluation of alternatives in digital marketplaces. *Journal of Consumer Behavior, 15*(3), 205–218.

Sellsuki. (2022). Online advertising frequency and brand recall: Effects on purchasing decisions. *E-commerce Analytics Journal, 4*(2), 70–82.

Siriwut, N. (2024). Consumer reviews and post-purchase behavior in digital markets. *Journal of Marketing Research Thailand, 10*(1), 45–58.

Smith, A., & Lee, J. (2023). Digital consumer behavior: Trends and insights. *Journal of Digital Marketing Research, 15*(2), 185–190.

Sriwutiphong, P. (2018). Trends in content marketing and consumer behavior in the digital era. *Journal of Marketing, 7*(2), 150–165.

StoryChief. (2024). *Content marketing insights report*. StoryChief.

Talkatalka. (2024). *Digital marketing trends and consumer behavior insights*. Talka Talka Digital Media.
True Digital Academy. (2025). *Digital consumer behavior in the age of new media*. True Digital Group.
Wavetec. (2024). Integrated customer data systems for omnichannel marketing. *Wavetec Journal, 10*.
Wisesight. (2025). *Omnichannel marketing in the digital era*. Wisesight (Thailand) Co., Ltd.
Zanroo. (2024). *Omnichannel customer experience report 2024*. Zanroo Technology.

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

Enhancing the Efficiency of the Value Chain for Buckwheat-Based Local Liquor of the Ban Na Kok Agricultural Promotion Community Enterprise within the BCG Economic Model

กัลยา พงสะพัง[1] กัญญ์ณพัชญ์ ดวงแก้ว[2] ธัญทิพย์ ศิริพรอัครชัย[3] ณัฐพันธ์ ปัญญโรจน์[4] สิทธิบูรณ์ ศิริพรอัครชัย[5] บรรจง อูปแก้ว[6] และณัฐกร ไชยแสน[7]

Kanlaya Pongsapang[1], Kannaphat Duangkaew[2], Thunyatip Siripornakarachai[3], Nattapan Panyaroj[4], Sittiboon Siripornakarachai[5], Bunjong Oupkaew[6] and Natthakorn Chaiyasaen[7]

[1-2] อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

[3-4] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

[5] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

[6] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

[7] อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

[1-2] Lecturer, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Nan.

[3-4] Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Nan.

[5] Assistant Professor, Faculty of Engineering, Rajamangala University of Technology Lanna Nan.

[6] Assistant Professor, Faculty of Science and Agricultural Technology, Rajamangala University of Technology Lanna.

[7] Lecturer, Faculty of Science and Agricultural Technology, Rajamangala University of Technology Lanna Nan.

E-mail: kanlaya_p@rmutl.ac.th[1], duangsamorn.d@rmutl.ac.th[2], kung_do@hotmail.com[3], nattapanpanyaroj@gmail.com[4], boontisit@hotmail.com[5], landscape@rmutl.ac.th[6], natthakorn_c@rmutl.ac.th[7]

Received: Nov. 16,2025; **Revised:** Dec. 30,2025**; Accepted:** Jan. 19,2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก จังหวัดน่าน 2) ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า และ 3) เสนอแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการระดมความคิดเห็นและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 12 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด จำนวน 55 คน ประกอบด้วยสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้แปรรูป ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบประชากรทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 89.16 โดยด้านการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และความยั่งยืนมีค่าประสิทธิภาพสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.97 2) จุดแข็งสำคัญของกลุ่ม ได้แก่ การมีกลไกความร่วมมือกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ซื้อ และหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างยั่งยืน ขณะที่จุดอ่อนสำคัญ ได้แก่

การขาดความรู้ด้านการตลาด การควบคุมต้นทุน และการพัฒนาการแปรรูปอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มยังมีโอกาสจากแนวโน้มการเติบโตของตลาดสุราพื้นบ้าน และการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน แม้ต้องเผชิญกับอุปสรรคจากการแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีอยู่เดิมในตลาด 3) แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ได้แก่ การส่งเสริมองค์ความรู้และเครื่องมือในการแปรรูปเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ พร้อมพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นคาร์บอนต่ำเพื่อสร้างความแตกต่างทางการตลาด ซึ่งจะสามารถเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ : ห่วงโซ่คุณค่า เศรษฐกิจ BCG วิสาหกิจชุมชน สุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the value chain management process of local spirits produced from buckwheat by the Ban Na Kok Agricultural Occupation Promotion Enterprise, Nan Province; 2) to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) in each stage of the value chain; and 3) to propose guidelines for enhancing value chain efficiency under the Bio-Circular-Green (BCG) Economy model. This study employed a mixed-methods research design. Qualitative data were collected through focus group discussions and participant observation, with 12 key informants selected through purposive sampling. Quantitative data were obtained via questionnaires administered to 55 stakeholders across the entire value chain—including community enterprise members, community leaders, processors, distributors, consumers, and relevant agencies—selected using total population sampling. Data were analyzed using content analysis and descriptive statistics, specifically mean and percentage.The research findings revealed that 1) The overall efficiency of the buckwheat-based local spirit value chain was at a very high level (89.16%), with the application of BCG Economy and sustainability concepts achieving the highest efficiency rating (94.97%). 2) Key strengths included strong collaborative mechanisms with raw material suppliers, buyers, and government agencies, along with raw material and production management that prioritizes sustainable biological resource utilization. Significant weaknesses were identified as a lack of marketing expertise, cost control issues, and the need for continuous processing development. However, the group benefits from growth opportunities in the local spirit market and the distinct identity of community products, despite facing competition from established large-scale producers. 3) Guidelines for enhancing efficiency under the BCG Economy model involve promoting knowledge and providing processing tools to elevate quality standards. Furthermore, developing low-carbon local identity products is recommended to differentiate the brand in the market, thereby strengthening competitive advantage and fostering the sustainable potential of the community enterprise.

Keywords: Value Chain, BCG Economy, Community Enterprise, Buckwheat-Base Local Liquor

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) มิติที่ 1 ภาคการผลิตและบริการเป้าหมายหมุดหมายที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง โดยมีเป้าหมายที่ 3 ด้านการเพิ่มศักยภาพและบทบาทของผู้ประกอบการเกษตรในฐานะหุ้นส่วนเศรษฐกิจของห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับส่วนแบ่งประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนระดับที่ 1 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยการพัฒนาการเกษตรให้เหมาะสมกับศักยภาพของเกษตรกรเพื่อเข้าถึงฐานทรัพยากร การวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม ตลอดห่วงโซ่คุณค่า และด้านการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยการพัฒนาโครงสร้างธุรกิจเกษตร เน้นเกษตรคุณภาพสูงที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพิ่มผลิตภาพทั้งเชิงปริมาณ มูลค่าและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการความรู้ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio–Circular–Green Economy) จึงได้รับการผลักดันในนโยบายระดับชาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเกษตรในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

ประชาชนในตำบลภูฟ้า อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ส่วนใหญ่ทำนาได้เพียงปีละครั้งเนื่องจากขาดระบบชลประทาน ส่งผลให้ต้องไปรับจ้างนอกพื้นที่ในช่วงนอกฤดูกาล ภายใต้บริบทดังกล่าว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน จึงเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจ BCG มาประยุกต์ใช้ โดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก “บัควีต” ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจทางเลือกที่มีศักยภาพเชิงเศรษฐกิจ เหมาะสมกับพื้นที่สูง และสามารถต่อยอดสู่การแปรรูปเป็นสุราพื้นบ้านเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นรายได้เสริมในท้องถิ่น โดยเฉพาะหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่กระทบต่อรายได้ครัวเรือน

การผลิตสุราพื้นบ้านเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มสูงจากสินค้าเกษตร แต่ในขณะเดียวกันต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตผลิตที่กรมสรรพสามิตกำหนดเพื่อให้สามารถจำหน่ายในตลาดระดับประเทศได้อย่างถูกต้อง รวมถึงมาตรฐานความปลอดภัย การควบคุมคุณภาพ โครงสร้างภาษีและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน โดยต้นทุนรวมสุทธิของการผลิตสุรากลั่นชุมชน 40 ดีกรี (ขนาด 0.63 ลิตร) เท่ากับ 64.07 บาทต่อขวด (กรมสรรพสามิต, 2560) เมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายปลีกที่คาดการณ์ไว้ที่ 300 บาทต่อขวด จะพบว่ามีส่วนต่างกำไรคิดเป็น 233 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งตัวเลขนี้สะท้อนว่าผลิตภัณฑ์สุราจากเมล็ดบัควีตสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มหาศาลเมื่อเทียบกับการขายเมล็ดพันธุ์สดที่ราคาเพียง 40 บาทต่อกิโลกรัม การที่กลุ่มจะมีผลกำไรตามที่คาดการณ์และอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องใช้ตัวแปร "การเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่า" เข้ามาจัดการในกระบวนการที่สำคัญไม่ว่าจะเป็น การจัดการต้นทุนคงที่และภาษี การจัดการวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกิจกรรมในทุกขั้นตอนเพื่อสร้าง "ส่วนต่างกำไร" (Margin) ให้สูงสุด ดังนั้น การพัฒนาสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตจึงไม่อาจพิจารณาเฉพาะกระบวนการผลิตเพียงขั้นตอนเดียว แต่จำเป็นต้องมองภาพรวมของการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การแปรรูป การจัดจำหน่าย การตลาดและการบริการ รวมถึงกิจกรรมสนับสนุนด้านทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และโครงสร้างการบริหาร เมื่อบูรณาการร่วมกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่าง “บัควีต” มาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการวิเคราะห์ SWOT จะช่วยให้กลุ่มกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของตลาดสุราพื้นบ้านที่มีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2 – 3 ต่อปี ได้แม่นยำขึ้น (วรรณา ยงพิศาลภพ, 2565)

ทั้งนี้งานวิจัยก่อนหน้ายังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับการบูรณาการแนวคิด Value Chain ของ Porter เข้ากับโมเดลเศรษฐกิจ BCG ในผลิตภัณฑ์สุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตโดยเฉพาะ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาการจัดการ

ห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านนากอก จังหวัดน่าน เพื่อทำความเข้าใจการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม ระบุปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และเสนอแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG อันจะนำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนและเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในระดับประเทศได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก จังหวัดน่าน
2. เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า
3. เพื่อเสนอแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

Porter (1985) กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่าเป็นกระบวนการที่ทุกกิจกรรมในองค์กรมีส่วนเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) กิจกรรมหลักประกอบด้วย 5 กิจกรรม ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics), การปฏิบัติการ (Operations), โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics), การตลาดและการขาย (Marketing and Sales), และการบริการ (Service) ในส่วนของกิจกรรมสนับสนุนจะช่วยส่งเสริมกิจกรรมหลัก โดยประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานของกลุ่ม, การบริหารทรัพยากรมนุษย์, การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดซื้อจัดจ้าง แนวคิดนี้ใช้เพื่อวิเคราะห์การเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินงาน ซึ่งมีการประยุกต์ใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าของ Porter ถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตลอดกระบวนการผลิตสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การแปรรูป การจัดจำหน่าย การตลาดและการบริการ รวมถึงกิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า ผลการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดดังกล่าวช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่า ทั้งในด้านมาตรฐานความปลอดภัย การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และข้อจำกัดด้านการตลาด ต้นทุน และนวัตกรรม อันเป็นฐานสำคัญในการเสนอแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio–Circular–Green Economy Model)

โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นกรอบการพัฒนาเศรษฐกิจที่ประเทศไทยพัฒนาขึ้น มีผู้ผลักดันสำคัญคือ ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนผ่านการบูรณาการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพโดยบูรณาการเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนและทั่วถึง (สำนักงานนโยบายวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2564) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่าควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าจากการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มุ่งเน้นการคงคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้นานที่สุด ส่งเสริมการใช้ซ้ำ สร้างของเสียในปริมาณที่ต่ำที่สุด และให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค โดยนำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่

เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างสมดุล โดยคำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้พลังงานสะอาด

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เป็นกรอบแนวคิดที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในมิติการจัดสรรทรัพยากรชีวภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด การลดของเสียสะสมในกระบวนการผลิต และการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม งานวิจัยฉบับนี้จึงนำหลักการ BCG มาบูรณาการเพื่อประเมินการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต โดยมุ่งวิเคราะห์ความสอดคล้องของกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนตลอดจนประเมินอิทธิพลของแนวคิดดังกล่าวที่มีต่อประสิทธิภาพและการสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

แนวคิด SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยจะช่วยให้สามารถระบุ จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ที่องค์กรต้องเผชิญ เพื่อใช้เป็นฐานในการกำหนดกลยุทธ์และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Humphrey, 2005) ทั้งนี้การวิเคราะห์ SWOT จะช่วยให้สามารถวางกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าและพิจารณาถึงโอกาสทางการตลาด รวมถึงความสามารถในการแข่งขันที่จะสามารถพัฒนาได้จากการบูรณาการโมเดลต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร (Porter, 1985)

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เห็นภาพรวมของปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยการพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญต่อการวางแผนและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ งานวิจัยนี้นำการวิเคราะห์ SWOT มาใช้เพื่อวิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตในแต่ละขั้นตอน ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการเสนอแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจ BCG

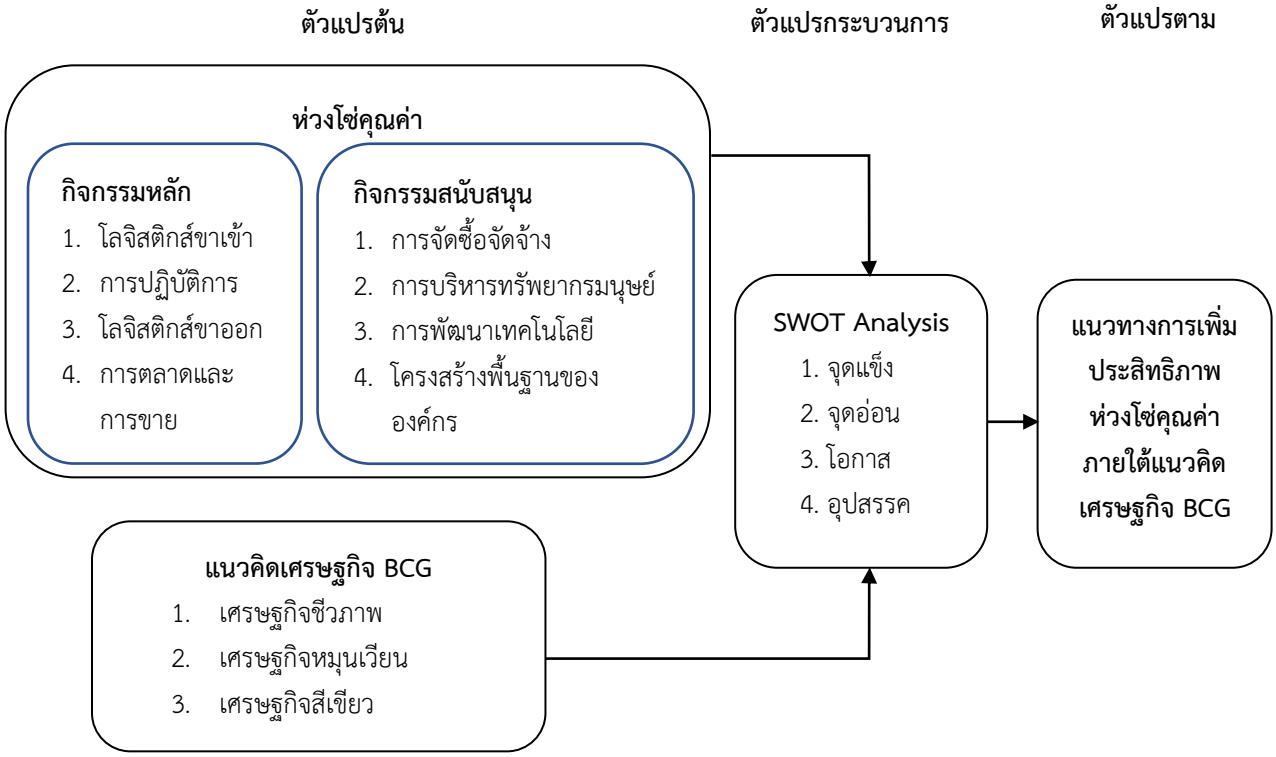
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างเป็นระบบเป็นพื้นฐานสำคัญของการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยคงศักดิ์ ตุ้ยสืบ และกนกวรรณ เวชกามา (2566) ชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการต้องครอบคลุมตั้งแต่การปลูกในระบบนิเวศที่เหมาะสมไปจนถึงการรวมกลุ่มวิสาหกิจเพื่อแปรรูป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญญาพร ดวงสา และคณะ (2568) ที่ระบุว่าการพัฒนาสุรากลั่นชุมชนต้องให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจต้นน้ำผ่านการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการจัดการปลายน้ำด้วยการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสู่บริโภค อย่างไรก็ตาม นิรันดิ์เกียรติ ลิ่วคุณูปการ (2565) ได้ให้ข้อสังเกตถึงอุปสรรคสำคัญในวิสาหกิจชุมชนว่า มักประสบปัญหาต้นน้ำในด้านปริมาณวัตถุดิบที่จำกัดและความไม่ต่อเนื่องของศักยภาพการผลิตเชิงพาณิชย์ และคู่แข่งที่มีความพร้อมด้านการตลาดที่มากกว่า ซึ่งเป็นจุดที่ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วนในการแก้ไข ในมิติของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) งานวิจัยหลายฉบับมุ่งเน้นไปที่การนำนวัตกรรมมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสีย โดยจุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ (2565) ได้นำเสนอแนวทางการจัดการวัตถุดิบเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิต (Zero Waste) เช่น การนำเปลือกกาแฟมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอาหาร ซึ่งสะท้อนการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ชัดเจน เช่นเดียวกับการศึกษาของ คงศักดิ์ ตุ้ยสืบ และกนกวรรณ เวชกามา (2566) ที่เน้นการนำของเสียจากการแปรรูปกลับมาเป็นปุ๋ยชีวภาพบำรุงดิน นอกจากนี้ นวัตกรรมทางเทคนิค เช่น เครื่องเก็บเกี่ยวขนาดเล็ก ยังเป็นตัวแปรสำคัญในการก้าวข้ามขีดจำกัดด้านแรงงานและพื้นที่ภูเขา จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ (2565) ซึ่งเป็นลักษณะทางกายภาพที่คล้ายคลึงกับพื้นที่ปลูกพืชอัตลักษณ์ในหลายชุมชน หัวใจสำคัญของการสร้างความแตกต่างในตลาดปัจจุบันคือการเปลี่ยนสินค้าให้เป็น "สินค้าวัฒนธรรม" โดย บุญญาพร ดวงสา และคณะ (2568)

เสนอกลยุทธ์การทำ "โรงเหล้าให้เป็นเรื่องเล่า" ผ่านการสืบสานภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคณะกรรมาธิการการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ วุฒิสภา (2565) ที่ระบุว่าการพัฒนาสุรากลั่นชุมชนมิได้มุ่งเน้นเพียงมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการยกระดับทรัพยากรชีวภาพในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยและเชื่อมโยงกับตลาดอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) การสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภคผ่านเรื่องราวและบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่คุณค่าในระยะยาวภายใต้กรอบเศรษฐกิจสีเขียว (จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ, 2565)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี ห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985) การวิเคราะห์สวอท (Humphrey, 2005) และแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (สำนักงานนโยบายวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2564) ร่วมกับการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2568 จึงสามารถพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย แสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยแบ่งออกเป็นสามองค์ประกอบ ได้แก่ ตัวแปรต้น ตัวแปรกระบวนการ และตัวแปรตาม โดยมุ่งอธิบายกระบวนการสร้างมูลค่าและการเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าอย่างเป็นระบบ ตัวแปรต้นประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อทำความเข้าใจการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของระบบอย่างเป็นองค์รวม ตัวแปรกระบวนการคือการวิเคราะห์จุดแข็ง

จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า ส่วนตัวแปรตาม คือ **แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG** ซึ่งพัฒนาจากการเชื่อมโยงกรอบแนวคิดทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยข้อมูลที่ใช้ในการสังเคราะห์แนวทางดังกล่าวได้มาจากผลการประเมินด้วยแบบสอบถามที่ครอบคลุมประเด็นด้านการบริหารจัดการภายในกลุ่ม การผลิตและการแปรรูป การตลาดและการจัดจำหน่าย การสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย ตลอดจนการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และความยั่งยืน อันนำไปสู่ข้อเสนอเชิงแนวทางที่เอื้อต่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ใช้กิจกรรมระดมความคิดเห็นและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อศึกษากระบวนการและปัญหาในห่วงโซ่คุณค่า และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยยึดหลักเกณฑ์ตามปฏิญญาเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และแนวทางการปฏิบัติการวิจัยทางคลินิกที่ดี (The International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP) เลขที่เอกสาร RMUTL-IRB 121/2025

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต จำนวน 55 คน ประกอบด้วย สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก จำนวน 20 คน ตัวแทนผู้นำชุมชนตำบลบ่อเกลือใต้ จำนวน 5 คน ตัวแทนผู้แปรรูปเมล็ดบัควีตเป็นสุราพื้นบ้าน จำนวน 4 คน ตัวแทนผู้จำหน่ายสุราพื้นบ้าน จำนวน 8 คน ตัวแทนผู้บริโภค จำนวน 10 คน และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Total Population Sampling ซึ่งเป็นการเลือกศึกษาประชากรทั้งหมดในกลุ่มเป้าหมาย โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างย่อยออกมา เนื่องจากขนาดของประชากรมีจำนวนไม่มากและสามารถเข้าถึงได้ทั้งหมด วิธีการนี้ช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และสะท้อนความคิดเห็นของสมาชิกทุกคนในกลุ่มได้อย่างแท้จริง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากฐานประชากรทั้งหมดข้างต้น จำนวน 12 ท่าน เพื่อทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยเกณฑ์การคัดเลือกคือเป็นผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจหรือมีประสบการณ์ตรงในแต่ละกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มละ 2 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมและเกิดการอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยแบ่งเครื่องมือเป็น 2 ส่วนตามลักษณะของข้อมูล คือ

1. ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต

โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ และ (3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการห่วงโซ่คุณค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาและถ้อยคำ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อทดสอบความสอดคล้องภายในของแต่ละมิติของแบบสอบถาม ซึ่งผลการคำนวณพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.88 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978) ที่กำหนดว่าค่าความเชื่อมั่นที่เหมาะสม ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือและมีความสอดคล้องภายในที่ดี เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้กระบวนการจัดกิจกรรมระดมความคิดเห็น (Focus Group Discussion) และ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต โดยผู้วิจัยได้บันทึกข้อมูลผ่านแบบบันทึกการสังเกตและบันทึกภาคสนาม เพื่อนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครบถ้วนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกมิติของห่วงโซ่คุณค่า โดยมีขั้นตอนและวิธีการโดยละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Collection) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก จังหวัดน่าน โดยการระดมความคิดเห็น (Focus Group Discussion) จากการดำเนินกิจกรรมสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 12 คน โดยใช้ประเด็นสนทนาปลายเปิด (Open-ended Questions) มุ่งเน้นการสะท้อนมุมมองด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรคในแต่ละกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งจดบันทึกประเด็นสำคัญและบันทึกเสียงเพื่อนำมาสังเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ยังใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ซึ่งนักวิจัยได้ลงพื้นที่สังเกตการณ์กระบวนการผลิตสุราพื้นบ้านตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ (การรับวัตถุดิบ การกลั่น การบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่าย) โดยบันทึกพฤติกรรมกลุ่มและกระบวนการทำงานจริงลงในแบบบันทึกการสังเกต เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการระดมความคิดเห็น



รูปที่ 2 กิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจำแนกจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่า และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปพัฒนาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Collection) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่า โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวมรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและเข้าใจบริบทของพื้นที่ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ประสานกับประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก เพื่อเข้าชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการรักษาความลับของข้อมูลแก่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถตอบข้อซักถามในประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างสงสัยได้ทันที และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ในแบบสอบถามทุกฉบับก่อนนำไปลงรหัสข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนาต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์กระบวนการในแต่ละขั้นของห่วงโซ่คุณค่า และใช้เทคนิค SWOT Analysis เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งนำไปสู่การสังเคราะห์และหาแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก โดยใช้วิธีการพรรณนาในการนำเสนอผลการศึกษา

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ใช้เกณฑ์การประเมินผล ดังนี้ 80–100% หมายถึง ประสิทธิภาพสูงมาก 60–79% หมายถึง ประสิทธิภาพดี 40–59% หมายถึง ประสิทธิภาพปานกลาง/ควรปรับปรุง และน้อยกว่า 40% หมายถึง ประสิทธิภาพต่ำ/ต้องมีการปรับปรุงเร่งด่วน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต พบว่า

กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

1. โลจิสติกส์ขาเข้า มีวัตถุดิบหลัก คือ เมล็ดบัควีตจากสมาชิกกลุ่มมีผลผลิตเฉลี่ยเพียงพอต่อการแปรรูป ทำให้ด้านวัตถุดิบมีความพร้อมต่อการผลิตสุราพื้นบ้าน “...ศูนย์วิจัยข้าวแพร่ได้มาส่งเสริมให้ปลูกบัควีตในหลายหมู่บ้าน แต่บ้านนากอกเป็นพื้นที่เดียวในอำเภอบ่อเกลือที่ปลูกได้ดี ทำให้เรามีวัตถุดิบเพียงพอในการทำสุราพื้นบ้าน และมีหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยรับซื้อในราคาที่แน่นอน ทำให้กลุ่มไม่ต้องกังวลเรื่องวัตถุดิบ..” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1)

2. การปฏิบัติการ กลุ่มมีประสบการณ์แปรรูปผลิตภัณฑ์อื่นอยู่แล้ว และการผลิตสุราผ่านโรงกลั่นที่ได้มาตรฐานช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ แต่ยังต้องพัฒนาความรู้ด้านเทคนิคและการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ “...สุราพื้นบ้านถ้าทำให้ได้มาตรฐานราคาจะสูงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปทั่วไป แต่กลุ่มยังต้องเรียนรู้และพัฒนาเทคนิคเฉพาะด้านอีกมาก..” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 11)

3. โลจิสติกส์ขาออก ช่องทางจำหน่ายเดิมของผลิตภัณฑ์บัควีตมีจำกัด และยังขาดอัตลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ “...ถ้าสร้างเรื่องราวของชุมชนกับบัควีตให้ลูกค้าได้รับรู้ น่าจะช่วยให้ขายง่ายขึ้น แม้ช่องทางจะยังไม่มาก...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4)

4. การตลาดและการขาย ตลาดสุรามีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2 - 3 ต่อปี แต่กลุ่มยังขาดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการสื่อสารการตลาด “...ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังโตต่อเนื่อง แต่ผู้ผลิตรายใหญ่มีสินค้าราคาถูกออกมาเยอะ ทำให้รายย่อยแข่งขันยาก...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12)

5. บริการ แม้ยังไม่มีบริการหลังการขาย แต่การผลิตที่ได้มาตรฐานจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและพัฒนาบริการในอนาคตได้กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

6. การจัดซื้อจัดจ้าง การจัดหาวัตถุดิบหลักมีความสม่ำเสมอ แต่การแปรรูปเป็นสุราพื้นบ้านอาจต้องมีการจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ และปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง

7. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบก่อนการกลั่น และการบริหารธุรกิจโดยรวม “..สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ยังขาดความรู้ด้านบัญชีและการบริหารธุรกิจ แต่ก็มีหน่วยงานเข้ามาช่วยอบรมเป็นระยะ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3)

8. การพัฒนาเทคโนโลยี ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากสถาบันการศึกษา ช่วยยกระดับกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ

9. โครงสร้างพื้นฐานของกลุ่ม ยังจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ การวางแผนองค์กรและระบบบัญชี–การเงินให้เป็นมาตรฐานมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า สามารถจำแนกประเด็นสำคัญตามองค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า ได้ดังนี้

กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

จุดแข็ง กระบวนการโลจิสติกส์ขาเข้า มีความโดดเด่นเนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบคุณภาพในพื้นที่ ปริมาณเพียงพอและมีระบบประกันราคาที่ชัดเจน ส่วนในด้านการบริการ มีความปลอดภัยสูงเนื่องจากผลิตผ่านโรงกลั่นมาตรฐาน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น

จุดอ่อน ในส่วนการปฏิบัติการและโลจิสติกส์ขาออก ยังขาดทักษะเทคนิคการผลิตเฉพาะด้าน และผลิตภัณฑ์เดิมยังขาดเอกลักษณ์ที่โดดเด่น รวมถึงมีช่องทางการจำหน่ายที่จำกัด

โอกาส ตลาดสุราพื้นบ้านมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องร้อยละ 2-3 ต่อปี ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างส่วนต่างกำไรที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์เดิม (คุกกี้และชา)

อุปสรรค ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีต้นทุนต่ำกว่าและมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

จุดแข็ง โครงสร้างพื้นฐานของกลุ่ม มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ภายในกลุ่มอย่างชัดเจน และมีระบบการหาวัตถุดิบที่สม่ำเสมอ

จุดอ่อน การบริหารทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐานด้านการเงิน ยังเป็นปัญหาหลัก โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ขาดทักษะด้านบัญชี การบริหารธุรกิจ และการวางแผนธุรกิจระยะยาว

โอกาส การได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากสถาบันการศึกษาและงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐเป็นตัวเร่งสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการผลิต

อุปสรรค ภาวะความผันผวนของแรงงานเกษตรนอกฤดูกาล และข้อจำกัดด้านงบประมาณในการจัดหาเทคโนโลยีขั้นสูงด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 ตำแหน่งในห่วงโซ่คุณค่าคือผู้ผลิตเมล็ดบัควีต จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีความเกี่ยวข้องกับเมล็ดบัควีตมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผลการประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต

	รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
การบริหารจัดการภายในกลุ่ม (Internal Management)			
1.	กลุ่มมีการวางแผนการผลิตและการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ	4.60	18.40
2.	การแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบภายในกลุ่มชัดเจน	4.45	17.82
3.	กลุ่มมีระบบควบคุมต้นทุนและบันทึกบัญชีที่เหมาะสม	3.89	15.56
4.	การตัดสินใจในกลุ่มมีการยอมรับและมีส่วนร่วมจากสมาชิก	4.29	17.16
5.	กลุ่มมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะ ๆ	4.25	17.02
	ค่าเฉลี่ย	**4.30**	**85.96**
การผลิตและการแปรรูป (Production and Processing)			
6.	กระบวนการผลิตมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย	4.80	19.20
7.	การคัดเลือกวัตถุดิบมีคุณภาพสม่ำเสมอ	4.09	16.36
8.	การแปรรูปมีขั้นตอนที่ได้รับการควบคุมและมีคุณภาพ	4.29	17.16
9.	กลุ่มมีการพัฒนาสูตร/เทคนิคการแปรรูปอย่างต่อเนื่อง	3.96	15.85
10.	มีการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย	4.58	18.33
	ค่าเฉลี่ย	**4.35**	**86.91**

	รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
การตลาดและการจัดจำหน่าย (Marketing and Distribution)			
11.	กลุ่มมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายชัดเจน (Customer Segmentation)	4.51	18.04
12.	มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง	3.98	15.93
13.	กลุ่มมีแผนการสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน	3.87	15.49
14.	ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์และฉลากที่สื่อคุณค่าและความปลอดภัยได้ดี	4.36	17.45
15.	มีกลไกรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ	4.47	17.89
	ค่าเฉลี่ย	**4.24**	**84.80**
การสนับสนุนจากเครือข่ายและภาคี (Network and Support)			
16.	กลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านเทคนิคจากหน่วยงานภายนอกที่หลากหลาย	4.80	24.00
17.	มีกลไกความร่วมมือกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ซื้อ หน่วยงานราชการ	4.87	24.36
18.	กลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านการเงิน/งบประมาณหรือแหล่งทุนที่เหมาะสม	4.44	22.18
19.	มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มอื่น ๆ	4.44	22.18
	ค่าเฉลี่ย	**4.64**	**92.73**
การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และความยั่งยืน (BCG and Sustainability)			
20.	การจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างยั่งยืน	4.80	16.00
21.	มีกระบวนการจัดการของเสียและการหมุนเวียนทรัพยากร (Circular)	4.73	15.76
22.	การผลิตคำนึงถึงการประหยัดพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.75	15.82
23.	ผลิตภัณฑ์/การปฏิบัติของกลุ่มสอดคล้องกับหลักความปลอดภัยอาหารและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม	4.69	15.64
24.	กลุ่มมีแนวทางสร้างมูลค่าเชิงวัฒนธรรม/ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (เพิ่มมูลค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ)	4.76	15.88
25.	การดำเนินงานของกลุ่มมีศักยภาพขยายสู่ตลาดที่ยั่งยืน (เช่น ตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น)	4.76	15.88
	ค่าเฉลี่ย	**4.75**	**94.97**
	ค่าเฉลี่ยรวม	**4.46**	**89.16**

จากตารางที่ 1 พบว่าโดยภาพรวมทุกมิติอยู่ในระดับ “สูงมาก” โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 คิดเป็นร้อยละ 89.16 โดยด้านการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และความยั่งยืนมีประสิทธิภาพสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.75 คิดเป็นร้อยละ 94.97 รองลงมาคือ ด้านการสนับสนุนจากเครือข่ายและภาคี ค่าเฉลี่ย 4.64 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 92.73 ด้านการผลิตและการแปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.35 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.91 ด้านการบริหารจัดการภายในกลุ่ม ค่าเฉลี่ย 4.30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.96 และด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.24 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.80 ตามลำดับ โดยในทุก ๆ มิติ มีประสิทธิภาพในระดับ “สูงมาก”

สรุปผลการประเมินสะท้อนให้เห็นว่า ห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตมีความเข้มแข็งในทุกมิติ แสดงให้เห็นว่ากระบวนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนมีความเข้มแข็งและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนได้ในระยะยาว โดยเฉพาะด้านเครือข่ายความร่วมมือและการขับเคลื่อนตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ควรรักษาและต่อยอด ส่วนด้านการบัญชีต้นทุน การพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การตลาด ควรได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและผลการประเมินประสิทธิภาพ พบว่าห่วงโซ่คุณค่าของสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ 3 มิติหลักภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ดังนี้

1) มิติเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) จากผลการประเมินพบว่าการจัดการวัตถุดิบเมล็ดบัควีตมีความสม่ำเสมอ ปลอดภัย ไม่ใช้สารเคมี แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการแปรรูป จึงควรส่งเสริมองค์ความรู้และเครื่องมือในการแปรรูปที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาด้านมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์

2) มิติเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ควรพัฒนาด้านการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต เช่น นำกากบัควีตไปพัฒนาเป็นอาหารสัตว์หรือวัสดุชีวภาพ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่า รวมถึงส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายหรือใช้ซ้ำได้

3) มิติเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ควรปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น การใช้พลังงานสะอาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นควบคู่กับการเป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ เพื่อสร้างความแตกต่างทางการตลาด และสร้างระบบการติดตามผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นเกณฑ์สำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจ BCG และพบว่ายังไม่ปรากฏในระบบปัจจุบัน

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปและนำมาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่ากับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากการศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่า พบว่ามีการดำเนินงานครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดบัควีตจนถึงการจำหน่าย ซึ่ง สอดคล้องกับผลการสังเคราะห์งานวิจัยของ บุญญาพร ดวงสา และคณะ (2568) และ คงศักดิ์ ตุ้ยสืบ และกนกวรรณ เวชกามา (2566) ที่ระบุว่าความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าสินค้าชุมชนขึ้นอยู่กับการบูรณาการกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ (วัตถุดิบ) กลางน้ำ (การผลิต) และปลายน้ำ (การตลาด) อย่างไรก็ตาม เมื่อวิพากษ์เทียบกับทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของ Porter (1985) ที่ระบุว่าการจัดการกิจกรรมหลัก โดยเฉพาะ "การปฏิบัติการ" ให้เกิดความแตกต่างจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่าวิสาหกิจชุมชนบ้านนากอกยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าการยกระดับจากคุกกี้และชามาเป็น "สุราพื้นบ้าน" จะเป็นการสร้างกำไรส่วนเพิ่ม (Margin) อย่างเป็นรูปธรรม แต่ยังคงมีจุดอ่อนในกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยเฉพาะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐานธุรกิจ ซึ่งแตกต่างจากกรณีของ บ้านรักไทย จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ (2565) ที่มีการนำนวัตกรรมเครื่องเก็บเกี่ยวมาใช้เพื่อลดช่องว่างในกิจกรรมสนับสนุน ส่งผลให้ห่วงโซ่คุณค่ามีความสมบูรณ์มากกว่า

2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในห่วงโซ่คุณค่า

ในส่วนของ “จุดแข็ง” ผลการวิจัยพบว่า "บัควีต" เป็นวัตถุดิบอัตลักษณ์ที่สร้างความแตกต่างได้ดี โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณที่สะท้อนค่าประสิทธิภาพในระดับสูง สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความเห็นว่า กลุ่มไม่ต้องกังวลเรื่องการจัดหาวัตถุดิบ และมีเครือข่ายสนับสนุนที่เอื้อต่อการดำเนินงาน ประเด็นนี้ แตกต่างจากข้อค้นพบของ นิรันดิ์เกียรติ ลิ่วคุณูปการ (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เฉพาะถิ่นมักเผชิญอุปสรรคด้านวัตถุดิบที่จำกัดจนไม่สามารถขยายสู่ระดับพาณิชย์ได้ แต่เมื่อพิจารณาในด้าน "โอกาส" พบว่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตสามารถยกระดับเป็นสินค้าวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวได้ ซึ่ง สอดคล้องกับข้อเสนอของ คณะกรรมาธิการการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ วุฒิสภา (2565) ที่ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญว่า สุราชุมชนต้องเป็น “สินค้าวัฒนธรรม” ที่มีความแตกต่างเชิงคุณค่า การพัฒนาเทคโนโลยีในห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะในขั้นตอนการแปรรูปควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของ

กระบวนการผลิต และการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน จะช่วยให้สุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างเชิงคุณค่า (value differentiation) มากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว ในด้าน “จุดอ่อน” พบว่ากระบวนการผลิตสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตของวิสาหกิจชุมชนบ้านนากอกส่วนใหญ่ยังพึ่งพาแรงงานคนและกรรมวิธีแบบดั้งเดิมเป็นหลัก ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรันดิ์เกียรติ ลิ่วคุณูปการ (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าลักษณะการทำงานแบบดั้งเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมักเป็นข้อจำกัดในการขยายกำลังการผลิตเชิงพาณิชย์ สำหรับ “อุปสรรค” ในการดำเนินงาน พบว่าในตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการแข่งขันสูงจากแบรนด์ใหญ่และสินค้านำเข้า ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรันดิ์เกียรติ ลิ่วคุณูปการ (2565) ที่พบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนมักถูกกดดันจากคู่แข่งที่มีความพร้อมด้านการตลาดมากกว่า หากสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตไม่สามารถสื่อสาร "ความแตกต่าง" หรือสร้าง "เรื่องเล่า" ได้ชัดเจนตามแนวทางของ บุญญาพร ดวงสา และคณะ (2568) ผู้บริโภคอาจมองว่าเป็นเพียงสุราขาวทั่วไป และเลือกซื้อสินค้า แบรนด์ใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่า

3. แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

ผลการประเมินประสิทธิภาพในมิติการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และความยั่งยืนพบค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเมื่อเทียบกับมิติอื่น โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างยั่งยืนและการจัดการหมุนเวียนทรัพยากร ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของ BCG Model โดยสำนักงานนโยบายวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (2564) ที่มุ่งสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและยั่งยืน เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับห่วงโซ่คุณค่าของ Porter (1985) พบว่าแนวคิด BCG มีบทบาทสำคัญในการเสริมประสิทธิภาพดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) การใช้เมล็ดบัควีตที่เป็นทรัพยากรเฉพาะถิ่นช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในกิจกรรมหลัก (Inbound Logistics) ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญญาพร ดวงสา และคณะ (2568) และ คงศักดิ์ ตุ้ยสืบ และกนกวรรณ เวชกามา (2566) ที่ระบุว่าการคัดสรรวัตถุดิบอัตลักษณ์และการบริหารจัดการภายใต้ระบบนิเวศชุมชนเป็นรากฐานสำคัญของการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

2. ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว (Circular and Green Economy) การจัดการทรัพยากรหมุนเวียนเพื่อลดต้นทุนและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในกระบวนการผลิต สอดคล้องอย่างยิ่งกับผลการศึกษาของ จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ (2565) ที่พิสูจน์ให้เห็นว่าการจัดการวัตถุดิบเหลือทิ้ง (Zero Waste) ไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นการสร้างโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้น

3. ด้านกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) การได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากภาครัฐมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประเด็นนี้ช่วยลดจุดอ่อนด้านเทคโนโลยีตามแนวคิด SWOT Analysis ของ Humphrey (2005) และ สอดรับกับข้อเสนอแนะของ คณะกรรมาธิการการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ วุฒิสภา (2565) ที่เน้นย้ำว่าการสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการศึกษาในการยกระดับมาตรฐานการผลิตเป็นปัจจัยชี้ขาดที่จะช่วยให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถแข่งขันในตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

นอกจากนี้ การใช้โอกาสจากการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาลดผลกระทบจากอุปสรรคการแข่งขัน มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ "การทำโรงเหล้าให้เป็นเรื่องเล่า" ของ บุญญาพร และคณะ (2568) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนสุราพื้นบ้านให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้บริโภค ส่งผลให้ห่วงโซ่คุณค่าปลายน้ำมีความเข้มแข็งและยั่งยืนมากกว่าการมุ่งเน้นเพียงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์เพียงอย่างเดียว

การอภิปรายข้างต้นชี้ให้เห็นว่า แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีตบ้านนากอกภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับสากลที่เน้น นวัตกรรมช่วยลดขยะ (Circular) และอัตลักษณ์ช่วยสร้างมูลค่า (Bio & Green) โดยมีประเด็นเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยและความมั่นคงของวัตถุดิบ เป็นเงื่อนไขสำคัญที่วิสาหกิจชุมชนต้องเร่งจัดการเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติตามทฤษฎีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาพบแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสุราพื้นบ้านจากเมล็ดบัควีต ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ดังนี้

1. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า แม้วัตถุดิบเมล็ดบัควีตจะมีความพร้อมและเพียงพอ แต่ในส่วนของกิจกรรมสนับสนุน โดยเฉพาะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การบันทึกบัญชีต้นทุน และเทคนิคเฉพาะทางในการผลิต ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ควรจัดทำ "คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP)" ที่ครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกคุณภาพเมล็ดบัควีตก่อนการกลั่น ไปจนถึงขั้นตอนการบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่เรียบง่าย เพื่อให้สมาชิกผู้สูงอายุสามารถเข้าใจและปฏิบัติงานแทนกันได้ รวมถึงการแสวงหาความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อจัดฝึกอบรมทักษะการบริหารธุรกิจเบื้องต้นอย่างต่อเนื่อง

2. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า จุดอ่อนสำคัญคือการขาดเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (Branding and Packaging) รวมถึงการขาดกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีราคาสินค้าต่ำกว่า ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ควร "พัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Brand Identity)" โดยเน้นการสร้างเรื่องราว (Storytelling) ที่เชื่อมโยงความหายากของเมล็ดบัควีตในพื้นที่บ้านนากอกกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับจากสินค้าทั่วไปให้เป็น "สินค้าวัฒนธรรม" และควรปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความพรีเมียม สื่อถึงความปลอดภัยและมาตรฐานโรงกลั่น เพื่อเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีกำลังซื้อสูงและไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา

3. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในมิติเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ยังไม่ปรากฏเป็นรูปธรรมในระบบปัจจุบัน โดยเฉพาะการจัดการของเสียและการใช้พลังงานสะอาด ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตรบ้านนากอก ควร "พัฒนาระบบการจัดการของเสียเหลือศูนย์ (Zero Waste Management)" โดยนำกากบัควีตที่เหลือจากการกลั่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พลอยได้ เช่น อาหารสัตว์หรือปุ๋ยชีวภาพ เพื่อลดค่ากำจัดขยะและสร้างรายได้เสริม นอกจากนี้ควรประสานงานกับหน่วยงานพลังงานในพื้นที่เพื่อศึกษาการนำ "พลังงานแสงอาทิตย์" มาใช้ในกระบวนการผลิตหรือการอบแห้งเมล็ด เพื่อสร้างจุดขายความเป็น "ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ" ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าสู่ความยั่งยืนตามมาตรฐาน BCG

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเชิงลึกด้านการบริหารจัดการภายในของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะด้านการบัญชีต้นทุน การควบคุมต้นทุน และการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมกับบริบทของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรทำการวิจัยและพัฒนาเชิงนวัตกรรมเพื่อยกระดับสู่อุตสาหกรรมอาหารฟังก์ชัน (Functional Food) หรือผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอื่น เนื่องจากบัควีตเป็นธัญพืชเทียมที่ปราศจากกลูเตน (Gluten-Free) และมีองค์ประกอบของแป้งในปริมาณสูง และมีกลิ่นหอมเฉพาะตัวที่ช่วยเพิ่มเอกลักษณ์ทางสัมผัส (Sensory Characteristics)

3. ควรศึกษากลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ชุมชน และแนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

4. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่การวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับสุราพื้นบ้านจากวัตถุดิบอื่นในพื้นที่ใกล้เคียง หรือพื้นที่ที่มีการดำเนินงาน BCG ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ได้ข้อสรุปและเป็นต้นแบบสำหรับวิสาหกิจชุมชนอื่นได้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund) ประจำปีงบประมาณ 2568

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพสามิต. (2560). ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการแจ้งราคาขายปลีกแนะนำและราคาค่าบริการ พ.ศ. 2560. *ราชกิจจานุเบกษา, 135*(ตอนพิเศษ 119ง).

คณะกรรมาธิการการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ วุฒิสภา. (2565). *รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดแพร่*. สำนักกรรมาธิการ 3 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

คงศักดิ์ ตุ้ยสืบ และกนกวรรณ เวชกามา. (2566). การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่ากาแฟของเกษตรกรรายย่อยในภาคเหนือตอนบน: กรณีศึกษา บ้านป่าเหมี้ยง อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปริทัศน์, 11*(2), 150–166.

จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล, ขนิษฐา ไชยแก้ว, คงเดช พะสีนาม, จิรศิต อินทร, ผกาวดี กู่จันทร์ และพัสกร ลิ้วศิษฏ์พัฒนา. (2565). การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของกระบวนการกาแฟเพื่อความเข้มแข็งและคุณภาพชีวิตชุมชนบ้านรักไทย ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี, 3*(3), 15–27.

นิรันดิ์เกียรติ ลิ่วคุณูปการ. (2565). การจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 17*(1), 136–146.

บุญญาพร ดวงสา, พงษ์นรินทร์ ปิดจัตุรัส, พรทิพย์ รอดพ้น, พิมพ์นิภา รัตนจันทร์, พรสวัสดิ์ สิงห์ยาม, ฐิติมนต์ ธนกิติเอื้ออังกูร, ปิยมาภรณ์ เทียมจิตร และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ. (2568). ห่วงโซ่คุณค่าและการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากข้าว: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุราสักทอง จังหวัดแพร่. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 17*(1), 17–35.

วรรณา ยงพิศาลภพ. (2565). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม*. https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2022

สำนักงานนโยบายวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม. (2564). *BCG economy model: Thailand's economic model for inclusive and sustainable growth*. สำนักงานนโยบายวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

Humphrey, A. S. (2005). SWOT analysis for management consulting. *SRI Alumni Newsletter, 1*.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

Guidelines for Managing International Graduate Programs Based on the Concept of Cultural Integration at Rajamangala University of Technology

วลี อมาตยกุล[1] จิรศักดิ์ สุรังคพิพรรธน์[2] และละมุล รอดขวัญ[3]

Valee Amatyakul[1], Jirasak Surungkapiprat[2] and Lamun Rodkhwan[3]

[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: Valee.amat@rmutr.ac.th[1], jirsu@hotmail.com[2], rodkhwan.la@gmail.com[3]

Received: Nov. 3,2025; **Revised:** Dec. 12,2025**; Accepted:** Dec. 15,2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (2) เพื่อสร้างแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 3) เพื่อประเมินและนำเสนอแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรจำนวน 199 คน ซึ่งเป็นประชากรทั้งหมดที่ปฏิบัติงานในหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 4 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบประเมิน ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการจากประชากรทั้งหมด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูงสุด คือ การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ รองลงมาคือ การพัฒนาหลักสูตร และการประกันคุณภาพหลักสูตร ในขณะที่ด้านที่มีผลการประเมินต่ำที่สุด คือ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยี 2) แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ประกอบด้วย 7 ด้านหลัก และ 33 แนวทางปฏิบัติย่อย และ 3) การประเมินแนวทาง พบว่า มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ในระดับมากที่สุด สามารถนำไปใช้ได้จริงเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนภายใต้บริบทของประเทศไทย

คำสำคัญ: แนวทางการบริหาร หลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ แนวคิดผสานวัฒนธรรม

Abstract

This mixed-methods research aimed to (1) examine the current conditions of international graduate program management based on the concept of cultural integration in Rajamangala University of Technology, (2) develop culturally integrated management guidelines for international graduate programs, and (3) evaluate and propose the finalized management guidelines for international graduate programs grounded in cultural integration. The sample consisted of 199 faculty members responsible for these programs, including program coordinators and instructors from all four RMUT campuses that offer international graduate programs. The instruments used in this research included questionnaires, in-depth interviews, and evaluation forms, all of which were validated for content validity by experts. Data collection was conducted from the entire population, and the data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and narrative description. The findings revealed that: (1) the overall current condition of international graduate program management based on cultural integration was at a high level. The highest-rated dimension was international program management, followed by curriculum development and curriculum quality assurance, while the lowest-rated dimension was intercultural communication and the use of technology. (2) The proposed management guidelines consisted of seven major components and thirty-three sub-guidelines. (3) The evaluation of the guidelines indicated the highest levels of appropriateness and feasibility. The guidelines can be practically applied to enhance the quality and effectiveness of international graduate program management, ensuring alignment with international standards and promoting sustainable implementation within the Thai higher education context.

Keywords: Management Guidelines, International Graduate Programs, Cultural Integration Concept

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่รวดเร็วและซับซ้อน ส่งผลให้การศึกษาต้องมีความพลวัตและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประเทศได้อย่างต่อเนื่อง (สุวัฒนพงษ์ ร่มศรี และสาธกา ตาลชัย, 2566) ประเทศไทยได้กำหนดกรอบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน โดยเน้นการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนในทุกระดับการศึกษา (รุ่งโรจน์ ศิริพันธ์, 2560) อีกทั้งยังเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของนักศึกษาต่างชาติ เนื่องจากวัฒนธรรม วิถีชีวิต และระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565)

การยกระดับสถาบันอุดมศึกษาไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการศึกษา จำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรนานาชาติและสร้างความร่วมมือกับสถาบันชั้นนำต่างประเทศ เพื่อรองรับความต้องการของนักศึกษาต่างชาติและแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาไทยที่ลดลง (สำนักงานนโยบายและแผนการอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี, 2561) การใช้มาตรฐานการศึกษานานาชาติยังช่วยให้มหาวิทยาลัยสร้างผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและเศรษฐกิจโลก (Hubball & Edwards-Henry, 2011; กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565)

ขณะเดียวกัน หลักสูตรนานาชาติยังคงเผชิญความท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรม การปรับตัวของนักศึกษาใหม่ ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตลอดจนต้นทุน

การดำเนินการที่สูง (ธิดาพร บุญเม่น, 2565; จรัญญา เทพพรบัญชากิจ, 2556) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การเรียนภาษาไทยเบื้องต้น และการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นมิตรและเปิดกว้าง มีส่วนสำคัญในการช่วยให้นักศึกษาต่างชาติปรับตัวด้านวัฒนธรรมและเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Berry, 1997; Kim, 2001; Ward, Bochner, & Furnham, 2001)

อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่ยังคงปรากฏ คือ การขาดกรอบการบริหารหลักสูตรที่คำนึงถึงพลวัตทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้เรียนในบริบทพหุวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาและยกระดับคุณภาพหลักสูตรให้สอดคล้องกับความเป็นนานาชาติ (UNESCO, 2020) ได้เน้นย้ำว่าการศึกษายุคใหม่จำเป็นต้องบูรณาการความยั่งยืนทางสังคมวัฒนธรรม และเทคโนโลยีเข้าไว้ในระบบการจัดการศึกษา เพื่อสร้างสมดุลระหว่างความเป็นสากลและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง โดยเฉพาะ 4 แห่งที่เปิดหลักสูตรนานาชาติ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาความเป็นนานาชาติ ทั้งด้านหลักสูตร ความร่วมมือระหว่างประเทศ และการเผยแพร่อัตลักษณ์ไทย (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2567) อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการหลักสูตรดังกล่าวยังขาดแนวทางที่ชัดเจนในการผสานวัฒนธรรมเข้ากับการจัดการศึกษา ทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้เรียนได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องมีการศึกษาและพัฒนาแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติที่ผสานวัฒนธรรม เพื่อยกระดับคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความยั่งยืนในระบบอุดมศึกษาไทย (ชุติมา สุดจรรยา, 2563)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

2.เพื่อสร้างแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

3.เพื่อประเมินและนำเสนอแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติเป็นกระบวนการจัดการที่ครอบคลุมทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายให้หลักสูตรมีคุณภาพตามมาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานโลก ซึ่งสอดคล้องกับ Burns & Sinfield (2022) ที่ชี้ว่าหลักสูตรนานาชาติต้องมีความยืดหยุ่น ทันสมัย และมุ่งพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้นอกจากนี้ การบริหารหลักสูตรยังต้องสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และการเคลื่อนย้ายทางการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ Knight (2004) ที่ระบุว่าการนานาชาติของการศึกษาเป็นกระบวนการบูรณาการมิติทางวัฒนธรรม ความร่วมมือ และมาตรฐานสากลเข้าสู่โครงสร้างหลักสูตรทั้งหมด รวมถึงงานของ Altbach & Knight (2007) ที่ชี้ว่าความร่วมมือทางวิชาการระหว่างประเทศเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จของหลักสูตรนานาชาติ

แนวคิดด้านการผสานวัฒนธรรมยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการศึกษาในยุคโลกาภิวัตน์ โดย Berry (2005) อธิบายว่าประสบการณ์ข้ามวัฒนธรรมและทักษะการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสมรรถนะทางวัฒนธรรม

ของผู้เรียน ขณะที่ Kim (2001) ระบุว่าการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมเกิดจากการปรับตัวอย่างต่อเนื่องผ่านการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรนานาชาติระดับอุดมศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ

ในด้านการบริหารจัดการหลักสูตร งานของ Stufflebeam & Coryn (2014) ชี้ว่าการพัฒนาหลักสูตรที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่น การประเมินอย่างเป็นระบบ และการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Amr et al., (2020) ที่พบว่าผู้เรียนต่างชาติต้องเผชิญความท้าทายด้านภาษา ความเข้าใจวัฒนธรรม และความพร้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จึงต้องมีระบบสนับสนุนที่เหมาะสม ในด้านการบริหารจัดการหลักสูตร นอกจากนี้ การบูรณาการด้านศิลปะและวัฒนธรรมในหลักสูตรยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจร่วมระหว่างผู้เรียนจากภูมิหลังที่แตกต่างกัน

ชุติมา สุดจรรยา (2563) ระบุว่าการบูรณาการมิติทางวัฒนธรรมในหลักสูตร การมีส่วนร่วมของอาจารย์ และระบบประกันคุณภาพภายในที่เข้มแข็งมีส่วนสำคัญต่อความยั่งยืนของหลักสูตรนานาชาติ ขณะที่ ธิดาพร บุญเม่น (2565) พบว่าความพร้อมด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการสนับสนุนด้านระบบดิจิทัลมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของนักศึกษาต่างชาติในมหาวิทยาลัยไทยจึงสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาหลักสูตรนานาชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลต้องเน้นทั้งด้านความยืดหยุ่น ความร่วมมือระหว่างประเทศ การบูรณาการวัฒนธรรม และการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี เพื่อยกระดับคุณภาพหลักสูตรให้ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยมีฐานแนวคิดสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ มุ่งเน้นการวางแผน พัฒนา การประกันคุณภาพ และการดำเนินงานหลักสูตรให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (Choudaha & Hu, 2017)

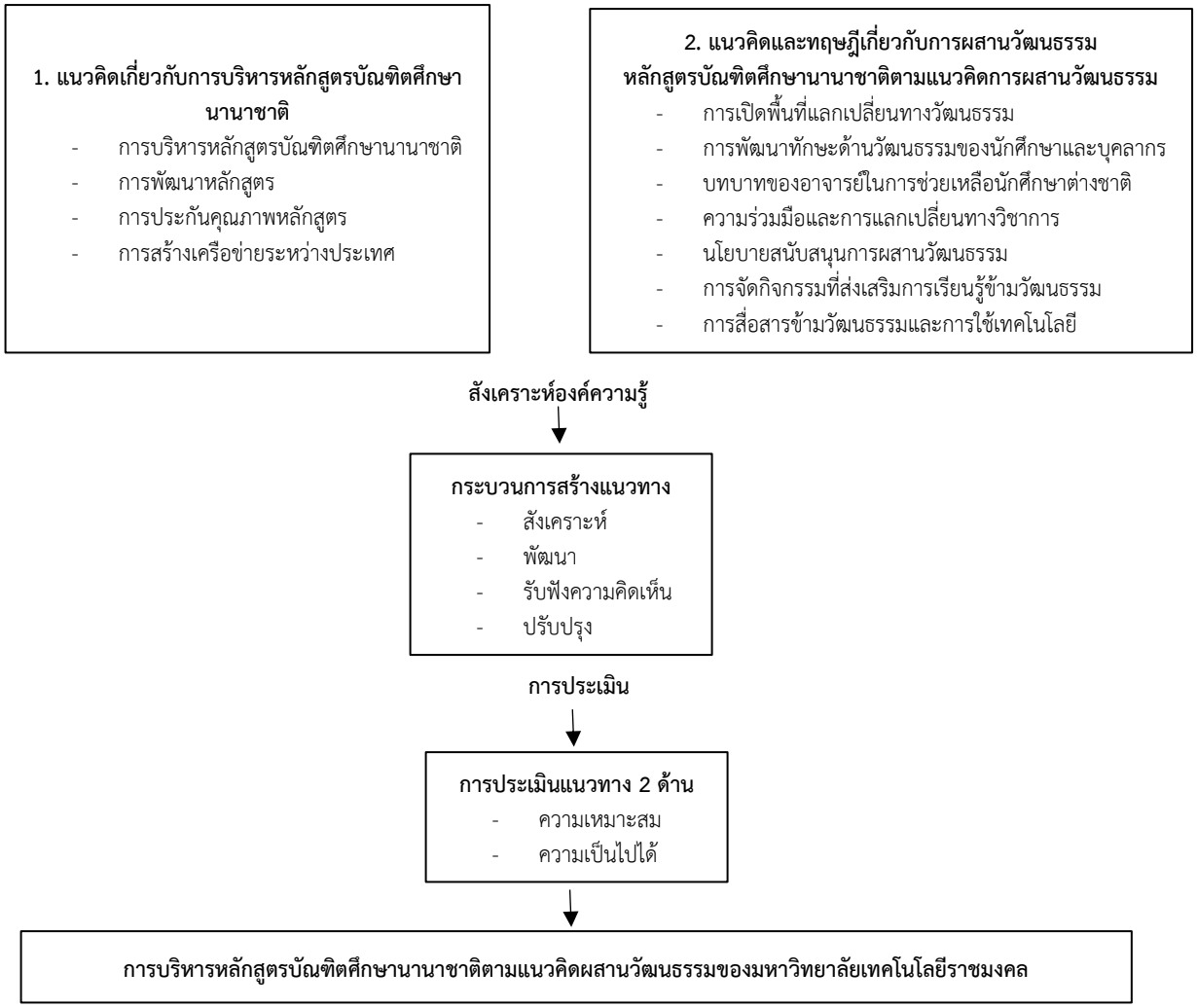
สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติให้ความสำคัญต่อการวางแผน การพัฒนา การประกันคุณภาพ และการดำเนินงานของหลักสูตรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับคุณภาพบัณฑิตให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานโลก ตลอดจนส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันในระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาการและความยั่งยืนของระบบอุดมศึกษา

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผสานวัฒนธรรม ซึ่งเน้นการสร้างความเข้าใจและการปรับตัวระหว่างวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในสภาพแวดล้อมการศึกษานานาชาติ โดยอาศัยทฤษฎีการปรับตัวทางวัฒนธรรมของ Berry (2005) อธิบายว่าการปรับตัวเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและวัฒนธรรมเมื่อบุคคลต้องอยู่ในสังคมใหม่ รวมถึงแนวคิดการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมของ Banks (2021); Parekh (2020) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้และการบริหารจัดการในบริบทพหุวัฒนธรรมจำเป็นต้องบูรณาการมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน (Hall, 1989; สุภาวดี ยงยุทธ, 2564)

สรุปได้ว่า แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผสานวัฒนธรรมชี้ให้เห็นว่าการจัดการศึกษาในบริบทพหุวัฒนธรรมจำเป็นต้องบูรณาการมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติในสังคมโลก โดยอาศัยการปรับตัวทางวัฒนธรรม การพัฒนาความสามารถระหว่างวัฒนธรรม และการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความหลากหลายและความเสมอภาค ซึ่งแนวคิดเหล่านี้ล้วนมีส่วนเกื้อหนุนต่อการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติให้มีประสิทธิภาพในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับสากล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ (1) ตัวแปรนำเข้าซึ่งเป็นแนวคิดทางทฤษฎีด้านการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติและทฤษฎีการผสานวัฒนธรรม (2) กระบวนการสังเคราะห์แนวทางเชิงทฤษฎีให้เป็นต้นแบบแนวทางการบริหาร และ (3) การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ก่อนสรุปเป็นแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติบนแนวคิดผสานวัฒนธรรมที่สมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ดังรูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลระยะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคล โดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล คืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 4 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และ 4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญคืออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร 87 คน และอาจารย์ประจำหลักสูตร 112 คน รวมทั้งสิ้น 199 คน การสุ่มตัวอย่างใช้ การเลือกแบบเจาะจงทั้งหมด (Purposive Census Sampling) เนื่องจากจำนวนประชากรไม่มาก สามารถเก็บข้อมูลจาก ทุกคน เพื่อความครบถ้วน และลดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและแม่นยำสูงสุด และทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของมหาวิทยาลัยทั้งหมด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ เครื่องมือวิจัย แบบสอบถาม 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ 2) แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรม จำนวน 12 ด้าน 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย 1) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้จริง 2) ทดลองใช้เครื่องมือ (Try-out) โดยทดลองกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงและปรับปรุงข้อคำถามก่อนนำไปใช้จริง 3) หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) และค่าความเชื่อมั่นต้อง ≥ 0.70 ขึ้นไปถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) ส่งแบบสอบถามออนไลน์ 2) ติดตามผลตอบกลับ 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ร้อยละ การจัดอันดับค่าเฉลี่ย

ระยะที่ 2 สร้างแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลจากระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาคุณลักษณะด้านความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) นัดหมายสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ 2) บันทึกข้อมูลตามแบบฟอร์ม 3) ตรวจสอบความถูกต้องของบันทึกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ขั้นตอนการดำเนินงานประกอบด้วย 1) วิเคราะห์ข้อมูลจากระยะที่ 1 เพื่อจัดทำร่างแนวทางเบื้องต้น 2) จัดทำ ร่างแนวทางฉบับที่ 1 3) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ 4) นำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์และปรับปรุง เพื่อสร้างเป็นแนวทางฉบับที่ 2 ที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น ระยะที่ 3 ระยะนี้เป็นการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารหลักสูตรนานาชาติ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาคุณลักษณะด้านความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย8คือ แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางฉบับที่ 2 ใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเหมาะสม 2) ความเป็นไปได้ การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยส่งแบบประเมินและรับคำตอบผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิถูกนำมาวิเคราะห์ ปรับปรุง และสรุปผลเพื่อปรับเป็น แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉบับสมบูรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล 1) วิเคราะห์ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้ 2) ค่าเฉลี่ย 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4) การสรุปข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพเพื่อปรับปรุงแนวทาง

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยภาพรวมและรายด้าน

การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ	4.33	0.81	มากที่สุด
2. การพัฒนาหลักสูตร	4.28	0.92	มากที่สุด
3. การประกันคุณภาพหลักสูตร	4.24	0.70	มากที่สุด
4. ความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	3.79	0.90	มาก
5. การสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ	3.69	1.04	มาก
6. การบริหารหลักสูตรนานาชาติบนแนวคิดการผสานวัฒนธรรม	3.47	0.95	มาก
7. บทบาทของอาจารย์ในการช่วยเหลือนักศึกษาต่างชาติ	3.25	1.06	ปานกลาง
8. การเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม	3.17	1.06	ปานกลาง
9. การพัฒนาทักษะด้านวัฒนธรรมของนักศึกษาและบุคลากร	3.15	1.05	ปานกลาง
10 การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	3.13	1.08	ปานกลาง
11. นโยบายสนับสนุนการผสานวัฒนธรรม	3.08	1.05	ปานกลาง
12. การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยี	2.80	1.22	ปานกลาง
รวม	**3.45**	**0.61**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 3.45, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 0.81) รองลงมา ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตร ($\bar{x}$ = 4.28, S.D. = 0.92) และ การประกันคุณภาพหลักสูตร ($\bar{x}$ = 4.24, S.D. = 0.70) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยี ($\bar{x}$ = 2.80, S.D. = 1.22) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของที่ 2 ผลการวิจัยพบว่าการสร้างแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ประกอบด้วย 12 ด้าน คือ การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ 8 ข้อ ด้านการพัฒนาหลักสูตร 5 ข้อ ด้านการประกันคุณภาพหลักสูตร 4 ข้อ ด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ 5 ข้อ ด้านการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดการผสานวัฒนธรรม 5 ข้อ ด้านการการเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม 5 ข้อ ด้านการพัฒนาทักษะด้านวัฒนธรรมของนักศึกษาและบุคลากร 5 ข้อ ด้านบทบาทของอาจารย์ในการช่วยเหลือนักศึกษาต่างชาติ 5 ข้อ ด้านความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ 5 ข้อ ด้านนโยบายสนับสนุนการผสานวัฒนธรรม ด้านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม 3 ข้อ และ ด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยี 3 ข้อ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า แนว

ทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดการผสานวัฒนธรรมในระยะที่ 1 แม้จะมีความครอบคลุมในทุกประเด็น แต่เนื้อหายังปรากฏความซ้ำซ้อนในบางด้าน และในบางประเด็นยังสามารถบูรณาการให้สอดคล้องกันได้ เพื่อให้เกิดความกระชับ ชัดเจน และเอื้อต่อการนำไปใช้จริง โดยให้ข้อเสนอแนะว่า ผู้วิจัยควรปรับผลจากระยะที่ 1 จาก 12 ด้าน 58 ข้อ ให้เหลือ 7 ด้าน 33 ข้อ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การประเมินแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ผลการประเมิน พบว่า แนวทางที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสามารถนำไปใช้ในได้จริงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

แนวทาง	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ	4.48	0.52	มากที่สุด	4.44	0.53	มากที่สุด
2. แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร	4.39	0.56	มากที่สุด	4.36	0.54	มากที่สุด
3.แนวทางการประกันคุณภาพการดำเนินงานหลักสูตร	4.42	0.57	มากที่สุด	4.39	0.55	มากที่สุด
4. แนวทางการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ	4.49	0.54	มากที่สุด	4.47	0.51	มากที่สุด
5. แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาทักษะและกิจกรรมเพื่อการผสานวัฒนธรรม	4.38	0.52	มากที่สุด	4.35	0.53	มากที่สุด
6. แนวทางบทบาทของอาจารย์ในการสนับสนุนและดูแลนักศึกษาต่างชาติ	4.31	0.62	มากที่สุด	4.28	0.59	มากที่สุด
7. นโยบายการสนับสนุนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม	4.33	0.50	มาก	4.3	0.48	มาก
รวม	**4.4**	**0.55**	**มากที่สุด**	**4.37**	**0.53**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 ผลจากการประเมิน ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางงการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.55) และความเป็นไปได้มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = 0.53) อยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมสูงสุด คือ ด้านการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระดับนานาชาติ ($\bar{x}$ = 4.49, S.D. = 0.54) และ ด้านการประกันคุณภาพการดำเนินงานหลักสูตร ($\bar{x}$ = 4.42, S.D. = 0.57) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมน้อยที่สุดคือ ด้านนโยบายการสนับสนุนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 0.50) สำหรับด้านความเป็นไปได้ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ ($\bar{x}$ = 4.44, S.D. = 0.53) รองลงมาคือ ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระดับนานาชาติ ($\bar{x}$ = 4.47, S.D. = 0.54) และ ด้านการประกันคุณภาพการดำเนินงานหลักสูตร ($\bar{x}$ = 4.39, S.D. = 0.55)

ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยความเป็นไปได้ต่ำสุดคือ ด้านนโยบายการสนับสนุนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.48) แต่ยังอยู่ในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการบริหารหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตร และการประกันคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Knight (2004) ที่ระบุว่าการนานาชาติของหลักสูตรต้องมีกรอบการจัดการที่ชัดเจนและเชื่อมโยงกับมาตรฐานสากล รวมถึงต้องมีการพัฒนารูปแบบความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่องด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยีเป็นประเด็นที่มหาวิทยาลัยยังต้องพัฒนาเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับ Berry (2005) ที่ระบุว่าการพัฒนาสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ตรงและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการปรับตัว ขณะเดียวกัน รายงานของ UNESCO (2022); Ally (2019) ระบุว่าสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งทั่วโลกยังขาดความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้พหุวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ของมหาวิทยาลัยไทยที่ยังต้องยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการสนับสนุนเชิงนโยบายเพื่อให้หลักสูตรนานาชาติมีคุณภาพและความยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการเตรียมความพร้อมของบุคลากรยังไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบสนับสนุนด้านพหุวัฒนธรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพหลักสูตรนานาชาติในอนาคต

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดการผสานวัฒนธรรมในระยะที่ 1 ประกอบด้วย 12 ด้าน และแนวทางปฏิบัติย่อย 56 ข้อ แม้จะมีความครอบคลุมในทุกประเด็น แต่เนื้อหายังปรากฏความซ้ำซ้อนในบางด้าน และในบางประเด็นยังสามารถบูรณาการให้สอดคล้องกันได้ เพื่อให้เกิดความกระชับ ชัดเจน และเอื้อต่อการนำไปใช้จริง โดยให้ข้อเสนอแนะว่า ผู้วิจัยควรปรับผลจากระยะที่ 1 จาก 12 ด้าน 58 ข้อ ให้เหลือ 7 ด้าน 33 ข้อ โดยใช้เกณฑ์การจัดกลุ่มตามความสัมพันธ์ และความใกล้เคียงของเนื้อหา เพื่อลดความซ้ำซ้อนและทำให้แนวทางมีความกระชับเข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้ ด้านที่ 1 การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ 7 ข้อ ประกอบด้วย (1) การวางแผนและดำเนินงานหลักสูตรให้สอดคล้องภาษา วัฒนธรรม และมาตรฐานสากล (2) การกำกับ ติดตาม และประเมินผลหลักสูตรตามมาตรฐานสากล (3) การขยายความร่วมมือกับสถาบันต่างประเทศ (4) การใช้เกณฑ์ AUN-QA และ EdPEx ในการบริหารและประเมินคุณภาพหลักสูตร (5) การเตรียมการสอนและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เชิงนานาชาติ (6) การออกแบบและปรับปรุงหลักสูตรให้ตรงความต้องการแรงงานนานาชาติ (7) การพัฒนาบุคลากรด้านภาษา เทคโนโลยี และวัฒนธรรม ด้านที่ 2 การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร ประกอบด้วย (1) การปรับหลักสูตรให้ทันต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา (2) การปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องด้วยข้อมูลสะท้อนกลับ (3) การพัฒนาหลักสูตรให้ตอบสนองตลาดแรงงานสากล (4) การส่งเสริมหลักสูตรแบบยืดหยุ่นและสหวิทยาการ ด้านที่ 3 การประกันคุณภาพและการดำเนินงานหลักสูตร ประกอบด้วย (1) การประเมินหลักสูตรตามเกณฑ์สากล (2) การรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (3) การดำเนินงานประกันคุณภาพตามกรอบสากลที่ได้รับการยอมรับ (4) การใช้ข้อมูลผลลัพธ์พัฒนาหลักสูตรนานาชาติ ด้านที่ 4 การสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ (1) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันและองค์กรต่างประเทศ (2) การส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการและการวิจัย (3) การสนับสนุนงานวิจัยร่วมเพื่อสร้างองค์ความรู้ระดับโลก (4) การพัฒนาหลักสูตรร่วม (5) การสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาความเข้าใจพหุวัฒนธรรม ด้านที่ 5 การเสริมสร้างทักษะ

และกิจกรรมเพื่อการผสานวัฒนธรรม ประกอบด้วย (1) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (2) การส่งเสริมพื้นที่และกิจกรรมร่วมระหว่างนักศึกษาไทยต่างชาติ (3) การพัฒนาทักษะวัฒนธรรมของนักศึกษาและบุคลากร (4) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม (5) การเรียนรู้เชิงบริการและโครงการภาคสนาม ด้านที่ 6 บทบาทของอาจารย์ในการสนับสนุนนักศึกษาต่างชาติ ประกอบด้วย (1) การให้คำปรึกษาทางวิชาการอย่างใกล้ชิด (2) การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมและอบรมเสริม (3) การส่งเสริมความร่วมมือเชิงวิชาการระหว่างอาจารย์และนักศึกษา (4) การบูรณาการความหลากหลายทางวัฒนธรรมในรายวิชา (5) การจัดการเรียนการสอนหลายภาษา และด้านที่ 7 นโยบายการสนับสนุนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ประกอบด้วย (1) การบูรณาการเนื้อหาวัฒนธรรมในหลักสูตร (2) การใช้ระบบดิจิทัลติดตามและประเมินผลการเรียนรู้ (3) การจัดทำนโยบายและมาตรการสนับสนุนเทคโนโลยีสื่อสารข้ามวัฒนธรรม แนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ประกอบด้วย 7 ด้านหลัก 33 ข้อแนวทางปฏิบัติ ซึ่งสะท้อนความสมดุลระหว่างระบบการบริหารจัดการและความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม ดังนั้นการบริหารหลักสูตรนานาชาติจำเป็นต้องผสานมิติการจัดการเชิงกลยุทธ์เข้ากับมิติทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและความเป็นสากลอย่างแท้จริง แนวทางที่พัฒนาขึ้นสะท้อนหลักการสำคัญของ Deardorff (2006) ซึ่งระบุว่าการบริหารหลักสูตรนานาชาติที่มีประสิทธิผลต้องมุ่งพัฒนาความสามารถระหว่างวัฒนธรรมของผู้เรียน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในบริบทสากล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Banks (2001) ที่เสนอว่าหลักสูตรควรบูรณาการมิติพหุวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาทักษะทางสังคมและสร้างความตระหนักรู้ในความแตกต่างทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยของ ชุติมา สุดจรรยา (2563) ชี้ว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การประเมินผลอย่างเป็นระบบ และการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพหลักสูตรให้สอดคล้องมาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ทรงคุณวุฒิมองว่าการจัดกลุ่มประเด็นตามความสัมพันธ์ของเนื้อหา จะช่วยลดความซ้ำซ้อน เพิ่มความเป็นเอกภาพ และทำให้แนวทางมีความพร้อมต่อการนำไปปฏิบัติในบริบทมหาวิทยาลัยไทยมากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผลการประเมินแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 9 ท่าน พบว่าแนวทางทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ (2) ด้านการพัฒนาหลักสูตร (3) ด้านการประกันคุณภาพและการดำเนินงานหลักสูตร (4) ด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ (5) ด้านการเสริมสร้างและพัฒนาทักษะและกิจกรรมเพื่อการผสานวัฒนธรรม (6) ด้านบทบาทของอาจารย์ในการสนับสนุนและดูแลนักศึกษาต่างชาติ และ (7) ด้านนโยบายการสนับสนุนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ สามารถนำไปใช้ได้จริงในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Knight (2004) ที่อธิบายว่าการนานาชาติของการศึกษาไม่ใช่เพียงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการบูรณาการมิติของวัฒนธรรมและความเป็นสากลเข้าไปในนโยบาย โครงสร้างและการจัดการหลักสูตรทั้งหมด ทั้งนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความสำคัญสูงสุดกับด้านเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระหว่างประเทศ แสดงถึงความเข้าใจในมิติความร่วมมือระดับโลก ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรนานาชาติอย่างยั่งยืน Altbach & Knight (2007) ขณะเดียวกัน ด้านการบริหารหลักสูตรและการประกันคุณภาพได้รับการประเมินในระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงระบบบริหารจัดการภายในที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและแนวคิดของ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2018) เน้นการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ แนวทางข้างต้นยังครอบคลุมทั้งการพัฒนาเนื้อหาหลักสูตร การส่งเสริมทักษะข้ามวัฒนธรรม และบทบาทของอาจารย์ในการสนับสนุนนักศึกษาต่างชาติ ยังสอดคล้องกับ Deardoff (2006) ที่มองว่าการพัฒนาสมรรถนะทางวัฒนธรรมคือองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ในยุคโลกาภิวัตน์ แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธิดาพร บุญเม่น (2565) ที่ชี้ว่าการพัฒนาหลักสูตรนานาชาติต้องให้ความสำคัญกับการบูรณาการมิติทางวัฒนธรรมและการสนับสนุนนักศึกษา

ต่างชาติอย่างรอบด้าน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ นพดล โพธิ์ศรี (2566) พบว่ามหาวิทยาลัยควรพัฒนาบทบาทของอาจารย์และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบทพหุวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพหลักสูตรและเสริมสร้างสมรรถนะระดับสากลของผู้เรียนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้เชี่ยวชาญตระหนักว่าการบูรณาการเครือข่าย ความร่วมมือทางวิชาการ และพัฒนาบทบาทอาจารย์เชิงพหุวัฒนธรรม เป็นกลไกหลักที่ช่วยเสริมคุณภาพและความยั่งยืนของหลักสูตรนานาชาติได้อย่างแท้จริงในบริบทมหาวิทยาลัยไทย

สรุป

การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติตามแนวคิดผสานวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยรวมมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการบริหารหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตร และการประกันคุณภาพหลักสูตร ซึ่งมีระบบการวางแผนและดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและสามารถยกระดับคุณภาพหลักสูตรได้อย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยีเป็นด้านที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้การจัดการศึกษาในบริบทพหุวัฒนธรรมมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ นำไปสู่การพัฒนาแนวทางการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติ 7 ด้านหลัก 33 แนวทางปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาเนื้อหาหลักสูตร การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระดับนานาชาติ การส่งเสริมทักษะและกิจกรรมเพื่อการผสานวัฒนธรรม รวมถึงบทบาทของอาจารย์ในการสนับสนุนนักศึกษาต่างชาติ แนวทางที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในสถาบันอุดมศึกษาไทย เพื่อพัฒนาการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนบนพื้นฐานของความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การยกระดับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลให้เป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า แนวทางด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการใช้เทคโนโลยียังมีระดับต่ำที่สุด จึงเสนอให้ มหาวิทยาลัยพัฒนาระบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัลอย่างเป็นระบบ

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ความร่วมมือระหว่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญ จึงเสนอให้ มหาวิทยาลัยสร้างเครือข่ายวิชาการระหว่างประเทศอย่างยั่งยืน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า อาจารย์มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการปรับตัวทางวัฒนธรรม จึงเสนอให้พัฒนาอบรมอาจารย์ด้านสมรรถนะพหุวัฒนธรรม โดยสามารถวัดผลได้จากจำนวนผู้เข้าร่วม ผลงานจากโครงการ และการเปลี่ยนแปลงสมรรถนะพหุวัฒนธรรมของผู้เรียน

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า แนวทางที่พัฒนามีความเหมาะสมและเป็นไปได้สูง จึงเสนอให้ หน่วยงานกำกับดูแลกำหนดนโยบายและติดตามผลตามหลัก CQI เพื่อความยั่งยืน เพื่อให้สามารถประเมินคุณภาพได้จากหลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น คะแนนประเมินผลหลักสูตร รายงานผลลัพธ์การเรียนรู้ และความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาติดตามผลแบบ Longitudinal เพื่อประเมินผลการนำแนวทางการบริหารหลักสูตรนานาชาติไปใช้จริงในสถาบันอุดมศึกษา โดยติดตามความเปลี่ยนแปลงด้านคุณภาพการจัดการศึกษาและพัฒนาการด้านสมรรถนะทางวัฒนธรรมของนักศึกษาในระยะยาว เพื่อให้ได้ผลที่แม่นยำและเชื่อถือได้มากขึ้น

2. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่วิจัย ไปยังสถาบันอุดมศึกษาในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารหลักสูตรในบริบทวัฒนธรรมที่หลากหลาย อันจะช่วยพัฒนาองค์ความรู้และสร้างแนวทางการบริหารที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น

3. ควรใช้การวิจัยแบบผสานวิธีเชิงลึก (Advanced Mixed Methods Design) เช่น Sequential Explanatory หรือ Sequential Exploratory เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณที่ชัดเจน และข้อมูลเชิงคุณภาพที่อธิบายความหมายเชิงลึกของการผสานวัฒนธรรมในบริบทหลักสูตรนานาชาติอย่างครอบคลุม

4. ควรเพิ่มตัวแปรศึกษา เช่น ตัวแปรด้านสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรมของผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา หรือปัจจัยด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ เพื่อใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการบริหารหลักสูตรนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *รายงานสถานภาพการอุดมศึกษาไทย พ.ศ. 2565*. บริษัท ส.เอเซียเพรส (1989) จำกัด.

จรัญญา เทพพรบัญชากิจ. (2556). *การบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษานานาชาติในมหาวิทยาลัยไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชุติมา สุดจรรยา. (2563). การพัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะระหว่างวัฒนธรรมของนักศึกษา. *วารสารครุศาสตร์*, *48*(2), 112–130.

ธิดาพร บุญเม่น. (2565). ความท้าทายในการจัดการศึกษานานาชาติของมหาวิทยาลัยไทย. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, *15*(2), 52–66.

นพดล โพธิ์ศรี. (2566). การบูรณาการมิติพหุวัฒนธรรมในการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, *43*(2), 45–53.

รุ่งโรจน์ ศิริพันธ์. (2560). การพัฒนาพลเมืองอาเซียนเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการรองรับประชาคมอาเซียน. *วารสารพุทธอาเซียนศึกษา*, *2*(1), 1–22.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2565). *แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย*. [ม.ป.พ.]. *(หมายเหตุ: ข้อมูลสำนักพิมพ์ไม่ครบถ้วน)*

สำนักงานนโยบายและแผนการอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี. (2561). *กรอบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580)*. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สุภาวดี ยงยุทธ. (2564). การบูรณาการวัฒนธรรมในหลักสูตรการศึกษานานาชาติ. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษา*, *8*(1), 30–33.

สุวัฒนพงษ์ ร่มศรี และ สาธกา ตาลชัย. (2566). พลวัตการศึกษายุคดิจิทัลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารการบริหารการศึกษา*, *14*(1), 2–10.

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), n.p.

Altbach, P. G., & Knight, J. (2007). The internationalization of higher education: Motivations and realities. *Journal of Studies in International Education*, *11*(3–4), 290–305.

Amr, R., Razak, N. A., Qasem, Y. A., & Mohammed, A. (2020). Challenges affecting international students' sustainable learning in Malaysian higher education institutions. *Sustainability*, *12*(18), 9182.

Banks, J. A. (2001). Multicultural education: Characteristics and goals. In J. A. Banks & C. A. McGee Banks (Eds.), *Multicultural education: Issues and perspectives* (4th ed., pp. 3–30). Wiley.

Banks, J. A. (2021). *Cultural diversity and education: Foundations, curriculum, and teaching* (7th ed.). Routledge.

Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology*, *46*(1), 5–34.

Berry, J. W. (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, *29*(6), 697–712.

Burns, D., & Sinfield, S. (2022). *Teaching, learning and study skills* (5th ed.). Sage.

Choudaha, R., & Hu, J. (2017). *International student mobility trends 2017* (pp. 1–45). World Education Services.

Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education*, *10*(3), 241–266.

Hall, E. T. (1989). *Beyond culture*. Anchor Books.

Hubball, H., & Edwards-Henry, A. (2011). Developing international graduate program curricula for global engagement. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, *8*(2), 23–25.

Kim, Y. Y. (2001). *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. Sage.

Knight, J. (2004). Internationalization remodeled: Definition, approaches, and rationales. *Journal of Studies in International Education*, *8*(1), 5–31.

Knight, J. (2011). Internationalization of higher education: Evolving concepts and frameworks. *International Journal of Educational Management*, *25*(2), 113–125.

OECD. (2018). *Education policy outlook 2018: Putting student learning at the centre*. OECD Publishing.

Stufflebeam, D. L., & Coryn, C. L. S. (2014). *Evaluation theory, models, and applications* (2nd ed.). Jossey-Bass.

UNESCO. (2020). *Education for sustainable development: A roadmap*. UNESCO Publishing.

การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ
Management of an Implementation of Low-Greenhouse Gas Emissions Rice Cultivation Promotion Project

เกษรินทร์ พูลทรัพย์[1] ชัยฤทธิ์ ทองรอด[2] และสุนันทา เสถียรมาศ[3]

Kedsarin Phoonsup[1], Chairit Thongrawd[2] and Sunanta Satieramas[3]

[1] นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[2, 3] อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

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

[2, 3] Lecturer of Doctor of Management Program College of Innovation, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: kedsarin.pho@rmutr.ac.th

Received: Dec. 22,2025; **Revised:** Jan. 23,2026**; Accepted:** Feb. 5,2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ 2) ระบุปัญหาการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ และ 3) เสนอแนวทางการจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม ได้แก่ ชาวนา เจ้าหน้าที่ส่วนกลาง ผู้ปฏิบัติงานระดับภูมิภาค และผู้ให้บริการเทคโนโลยี ที่เข้าร่วมโครงการ “ไทย ไรซ์ นามา” ใน 6 จังหวัดภาคกลาง รวมทั้งสิ้น 20 ราย ผลการวิจัยพบว่า (1) ชาวนามีข้อจำกัดด้านความรู้ และเงินทุน ขณะที่เจ้าหน้าที่ส่วนกลางขาดความเข้าใจบริบทพื้นที่ ผู้ปฏิบัติงานระดับภูมิภาคเป็นกลไกสำคัญแต่ขาดทรัพยากรและความยืดหยุ่น ส่วนผู้ให้บริการเทคโนโลยีมีศักยภาพเชิงเทคนิคแต่จำกัดด้านการขยายผล (2) ปัญหาหลักคือการดำเนินงานขาดการบูรณาการและไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับนโยบาย ระดับปฏิบัติ และระดับผู้ใช้จริง โดยเฉพาะความซับซ้อนของนวัตกรรม ความไม่เท่าเทียมด้านศักยภาพ และระบบประเมินผลที่เน้นเชิงปริมาณมากกว่าเชิงคุณภาพ และ (3) การจัดการการนำโครงการไปปฏิบัติจำเป็นต้องปรับใน 3 มิติหลัก นำไปสู่การเสนอนวัตกรรมการจัดการ 8 แนวทาง ได้แก่ 1) มิติความยืดหยุ่นเชิงพื้นที่: นวัตกรรมแพลตฟอร์มระบบวิเคราะห์การปรับพื้นที่นาอัจฉริยะ และระบบจับคู่ผู้ให้บริการเทคโนโลยีอัจฉริยะ 2) มิติการเสริมศักยภาพผู้เกี่ยวข้อง: นวัตกรรมแพลตฟอร์มชาวนาอัจฉริยะ และแอพพลิเคชั่นการติดตามและรายงานผลแบบเรียลไทม์ และ 3) มิติการสร้างแรงจูงใจเชิงเศรษฐกิจและสังคม: นวัตกรรมแพลตฟอร์มตลาดข้าวคาร์บอนต่ำ กองทุนสนับสนุนการทำนาคาร์บอนต่ำ ศูนย์กลางการจัดการคาร์บอนเครดิตภาคเกษตร และสื่อเชิงรณรงค์

คำสำคัญ : การนำนโยบายไปปฏิบัติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การทำนาข้าวคาร์บอนต่ำ

Abstract

This research aims to 1) analyze management practices in an implementation of a low–greenhouse gas emission rice cultivation promotion project, 2) identify problems in an implementation of a low–greenhouse gas emission rice cultivation promotion project, and 3) propose managerial approaches for implementing a low–greenhouse gas emission rice cultivation promotion project. This is qualitative research, which data were collected through semi-structured, in-depth interviews with 20 key informants from four groups: farmers, central and regional-level implementers,

and technology service providers participating in the “Thai Rice NAMA” project across six provinces in central Thailand. The findings reveal that (1) farmers face constraints related to knowledge and financial resources, while central authorities lack adequate understanding of local contexts. Regional-level implementers function as a critical operational mechanism but are limited by insufficient resources and managerial flexibility. While technology service providers possess strong technical expertise, their capacity for scaling up implementation remains constrained, (2) core problems are fragmented implementation and misalignment among the policy level, operational level, and end users. Key challenges include the complexity of the innovation, disparities in stakeholder capabilities, and an evaluation system that prioritizes quantitative outputs over qualitative outcomes, and (3) an effective management requires adjustments in three core dimensions, leading to the proposal of eight managerial innovations: 1) the dimension of contextual flexibility includes a development of an Intelligent Land-Levelling Analysis System and an Intelligent Technology Service Provider Matching System, 2) the dimension of stakeholders’ capability enhancement comprises a Smart Farmer Platform and a Real-Time Monitoring and Reporting Application, and 3) the dimension of economic and social incentive mechanism involves a Low-Carbon Rice Market Platform, a Low-Carbon Rice Farming Support Fund, an Agricultural Carbon Credit Management Hub, and a Campaign-Based Communication Media.

Keywords: Policy Implementation, Climate Change, Low-Carbon Rice Cultivation

บทนำ

ปัจจุบันโลกประสบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีความถี่และรุนแรงเพิ่มขึ้น ทั้งอุทกภัย ไฟป่า และภัยแล้งซึ่งส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหารในหลายประเทศ ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนภาวะ “โลกแปรปรวน” ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ระบุว่าเป็นผลโดยตรงหรือโดยอ้อมจากกิจกรรมของมนุษย์ที่ทำให้องค์ประกอบของบรรยากาศเปลี่ยนแปลงไปเกินกว่าความผันแปรตามธรรมชาติ (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2561) และสถานการณ์ได้ยกระดับสู่ “ภาวะโลกเดือด” ด้วยเหตุนี้ประชาคมโลกจึงให้ความสำคัญต่อปัญหาสะท้อนผ่านการจัดทำอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ผลักดันเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

ประเทศไทยกำลังดำเนินการตามแผนปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจก พ.ศ. 2564–2573 ซึ่งครอบคลุมทุกภาคส่วน รวมถึงภาคเกษตรกรรม (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2566) โดยข้อมูลระบุว่าภาคเกษตรกรรมเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงเป็นอันดับสองของประเทศ และการทำนาข้าวเป็นกิจกรรมที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุด คิดเป็นประมาณ 28.71 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือร้อยละ 50.58 ของการปล่อยก๊าซทั้งหมดของภาคเกษตรกรรม และคิดเป็นร้อยละ 8 ของการปล่อยก๊าซทั้งหมดของประเทศ (Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning, 2022) ส่งผลให้ผลผลิตข้าวมีความเสี่ยงต่อการถูกกีดกันทางการค้าจากมาตรฐานด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ซึ่งกระทบต่อศักยภาพการส่งออกของไทย อย่างไรก็ตาม การปรับเปลี่ยนวิธีการทำนาจะสามารถลดการปล่อยก๊าซได้ถึงประมาณ 0.25 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อไร่ต่อรอบการปลูก (นุสรา จริยะสกุลโรจน์, 2567) รัฐบาลไทยจึงเริ่มดำเนินโครงการส่งเสริมการผลิตข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น โครงการ “ไทย ไรซ์ นามา” (Thai Rice NAMA) ในช่วงปี 2561–2566 ซึ่งมุ่งอุดหนุนการปรับพื้นที่นาด้วยระบบเลเซอร์ แต่การดำเนินงานยังจำกัดอยู่ในแปลงสาธิต 7 แห่งใน 6 จังหวัด (องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน ประจำประเทศไทย, 2564) ส่งผลให้จำนวนเกษตรกรที่เปลี่ยนมาปลูกข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกยังคงมีน้อย (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2566) แม้จะมีโครงการ

ต่อเนื่อง “Thai Rice GCF” ระหว่างปี 2566–2571 ที่ขยายพื้นที่เป้าหมายเป็น 21 จังหวัด แต่ก็ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น (องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน ประจำประเทศไทย, 2566ก) ทั้งนี้ความสำเร็จของโครงการขึ้นอยู่กับการยอมรับของเกษตรกร ซึ่งต้องเผชิญความท้าทายด้านเงินทุน การเข้าถึงเทคโนโลยี และการปรับตัว

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าองค์ประกอบของการจัดการและปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติมีอยู่หลายองค์ประกอบและหลายปัจจัย แต่งานวิจัยที่ผ่านมาเป็นการเลือกศึกษาเพียงบางองค์ประกอบและบางปัจจัย และขาดการศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยดังกล่าวร่วมกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสังเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการ และปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ และได้นำองค์ประกอบและปัจจัยดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาโครงการ “ไทย ไรซ์ นามา” ที่ได้ดำเนินงานไปแล้วในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคกลาง โดยได้ทำการวิเคราะห์การจัดการการนำโครงการไปปฏิบัติในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร และทำการระบุปัญหาที่เกิดขึ้นในการนำโครงการไปปฏิบัติว่ามีอะไรบ้าง ทั้งนี้เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการนำโครงการไปปฏิบัติที่เหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในโครงการต่อเนื่องอื่น ๆ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ
2. เพื่อระบุปัญหาการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือที่เรียกกันว่า “นาข้าวลดโลกร้อน” หรือ “การทำนาข้าวแบบคาร์บอนต่ำ” เป็นการทำนาวิถีใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดน้ำ ลดต้นทุน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ (KAS Kubota (Agri) Solutions, 2567) โดยเทคโนโลยีที่เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มี 4 เทคโนโลยี ได้แก่ 1) การปรับระดับพื้นที่นาด้วยเทคโนโลยีเลเซอร์ ซึ่งช่วยให้พื้นนาเรียบเสมอ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ 2) การจัดการน้ำแบบเปียกสลับแห้ง ที่ควบคุมระดับน้ำตามช่วงการเจริญเติบโตของข้าว ช่วยลดการใช้น้ำและเชื้อเพลิง 3) การจัดการธาตุอาหารพืชแบบจำเพาะพื้นที่ ซึ่งเน้นการใช้ปุ๋ยตามข้อมูลวิเคราะห์ดิน เพื่อให้พืชได้รับธาตุอาหารอย่างสมดุล และ 4) การจัดการฟางและตอซัง ซึ่งมุ่งหลีกเลี่ยงการเผาฟางเพื่อลดการเสื่อมโทรมของดินและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน ประจำประเทศไทย, 2566)

การจัดการ

Gulick and Urwick (1937) เสนอหน้าที่การบริหาร 7 ประการ (POSDCoRB) ได้แก่ Planning การวางแผนและจัดเตรียมโครงสร้างการทำงาน Organizing การจัดองค์กร กำหนดโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ และการแบ่งงาน Staffing การบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การสรรหา การจัดอัตรากำลัง และการพัฒนา Directing การอำนวยการและสั่งการ การตัดสินใจและภาวะผู้นำ Co-ordinating การประสานงานให้ สอดคล้องกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย Reporting การรายงานและติดตามผลเพื่อการควบคุมและประเมินผล และ Budgeting การบริหารงบประมาณ การจัดทำ การควบคุมการใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทฤษฎีของ Urwick และ Gulick มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทฤษฎีการจัดการภาครัฐที่ให้ความสำคัญของการทำหน้าที่ของฝ่ายบริหารมากกว่าพนักงานระดับล่าง เห็นได้จากการที่หลักการ POSDCoRB ถูกนำมาใช้ในระดับที่ครอบคลุมและเป็นระบบในการบริหารจัดการสถานศึกษา (Mahfudin et al., 2022) และถูกนำมาใช้ในการศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการบริหารจัดการภาครัฐ (พระเมธาวินัยรส (สุเทพ พุทธจรรยา) และ สาลินี รักกตัญญู, 2566; ศุภัทรา อำนวยสวัสดิ์, 2568)

ในทางเดียวกัน ทฤษฎีการจัดการของ Henri Fayol ได้ถูกนำมาศึกษาในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงาน (ประยูร พุทธพึ่ง, 2566; วรทัศน์ วัฒนชีวโนปกรณ์ และ ณัฐวรรธน์ วิวัฒน์กิจภูวดล, 2567) ซึ่ง Fayol (1949) เน้นว่าผู้บริหารต้องดำเนินงานทั้ง 5 ด้าน (POCCC) อย่างสมดุล ได้แก่ Planning การกำหนดเป้าหมายและวิธีการบรรลุเป้าหมาย Organizing การจัดโครงสร้างองค์กรและจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับแผนงาน Commanding การสั่งการและชี้นำบุคลากรให้ปฏิบัติงานตามแผน Co-ordinating การประสานงานให้เชื่อมโยงกันอย่างราบรื่น ลดความซ้ำซ้อน และ Controlling การติดตามประเมินผลและแก้ไขความคลาดเคลื่อน

ในอีกมิติหนึ่งของการจัดการ Barnard (1938, อ้างถึงใน พงษ์เทพ จันทสุวรรณ, 2558) ได้เสนอแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับองค์การในฐานะระบบความร่วมมือ โดยมองว่าองค์การเกิดจากการประสานกิจกรรมของบุคคลหลายคน และความสำเร็จขึ้นอยู่กับการรักษาความร่วมมือระหว่างสมาชิก ทั้งนี้ บุคคลจะร่วมมือก็ต่อเมื่อเห็นว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้นผู้บริหารต้องสร้างแรงจูงใจและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความร่วมมือ นอกจากนี้ ยังเน้นความสำคัญของระบบสื่อสารในฐานะกลไกสนับสนุนการทำงานร่วมกัน และได้ระบุหน้าที่หลักของผู้บริหาร 3 ประการ ได้แก่ การสร้างและรักษาระบบสื่อสาร การสร้างแรงจูงใจ และการกำหนดเป้าหมายขององค์การให้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน ตามที่งานวิจัยของ Riambodo (2024) ได้ใช้แนวคิดของ Barnard ในการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารภายในองค์กรและปัจจัยเสริม เช่น ภาวะผู้นำและระบบรางวัล ต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และงานวิจัยของ นพวรรณ เลิศผสมสิทธิ์ (2567) ใช้แนวคิดและทฤษฎีการจัดการของ Henri Fayol ผสมผสานกับแนวคิดและทฤษฎีการจัดการของ Chester Banard มาเป็นตัวแบบของการจัดการนวัตกรรมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย

ทฤษฎีการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม เป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่นิยมนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการภาครัฐ (อัตติยาพร ไชยฤทธิ์, 2565; ฉลองบูรณ์ เพ็งลา, ธีรศักดิ์ ลีละพัฒนา, และ พีรพัฒน์ พันศิริ, 2566) ที่เน้นหลักความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าถึงได้ หลักการปรึกษาหารือ ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเชิงนโยบายที่รอบด้าน หลักการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ที่ประชาชนมีบทบาทโดยตรงในการกำหนดทางเลือกและผลลัพธ์ของนโยบาย เสริมความเป็นเจ้าของร่วมและความชอบธรรม หลักการความร่วมมือ ที่เน้นการทำงานร่วมกันในหลายภาคส่วนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน และ หลักการตรวจสอบและประเมินผลร่วมกัน ที่เปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ มีส่วนในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของรัฐ เพื่อเสริมความโปร่งใสและพัฒนาประสิทธิภาพของนโยบาย (Emerson, Nabatchi, & Balogh, 2012)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม

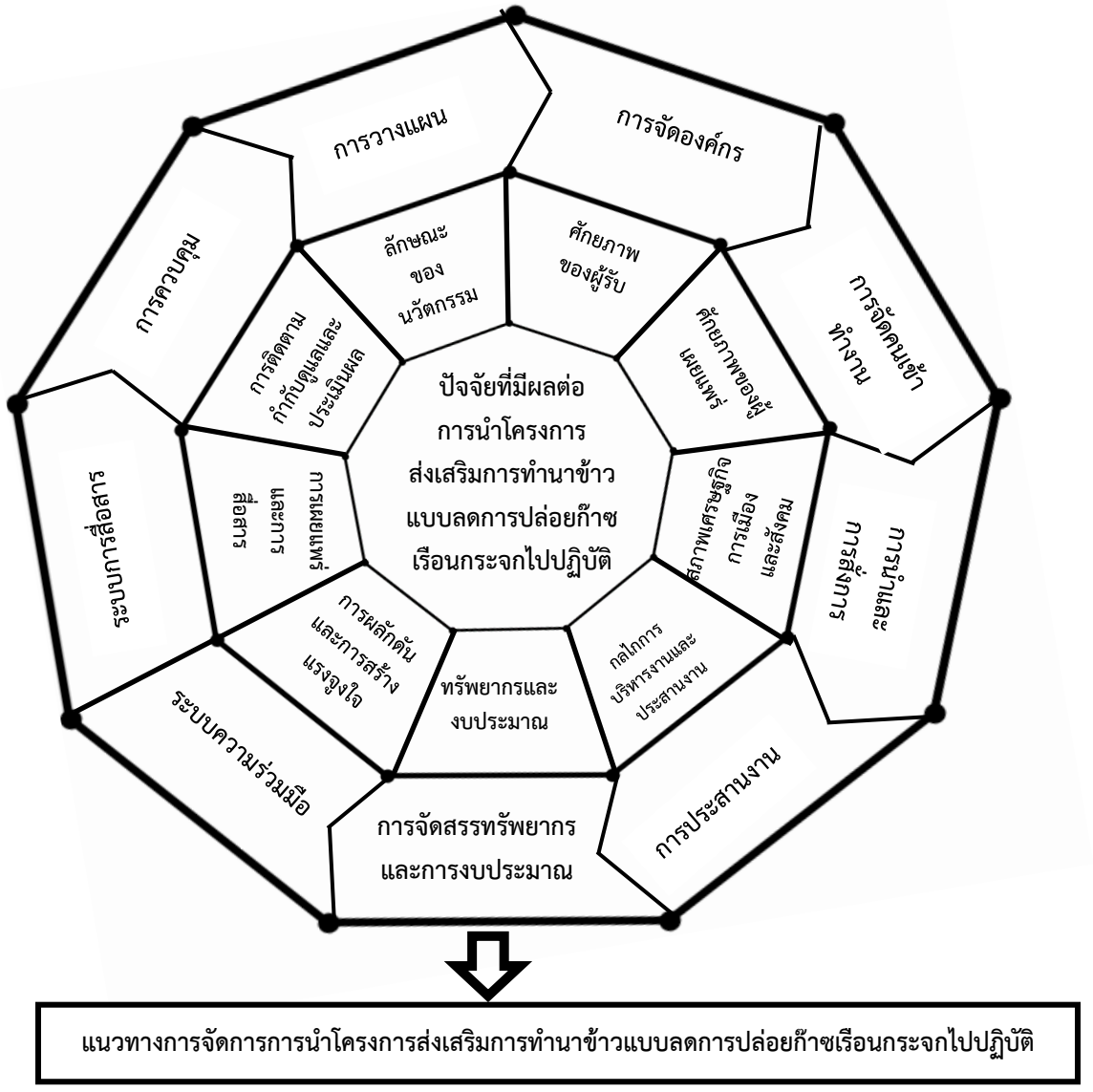
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ลักษณะของนวัตกรรม ซึ่ง “นวัตกรรม” หมายถึง แนวคิด การปฏิบัติ หรือโครงการที่ถูกมองว่าใหม่โดยผู้รับ (Rogers, 2003) ลักษณะของนวัตกรรมจึงมีผลต่อความน่าสนใจในการนำไปใช้ ผ่านคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ความได้เปรียบเชิงเทียบ ความเข้ากันได้ ความซับซ้อน ความสามารถในการทดลองใช้ และความสามารถในการสังเกตผล (Rogers & Shoemaker, 1971) ขณะที่ “การแพร่” คือกระบวนการที่นวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่งไปยังสมาชิกของระบบสังคม (Rogers, 2003) ดังนั้นการเผยแพร่และการสื่อสาร โดยการใช้แหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้และช่องทางที่เหมาะสมมีบทบาทต่อการรับรู้ การเข้าถึง และอัตราการยอมรับ (Caffaro et al., 2020; Jiang, Yan, & Chen, 2021) Rogers (2003) อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเป็นกระบวนการแสวงหาและประมวลผลข้อมูลเพื่อลดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยเกิดขึ้นตามลำดับเวลา 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นความรู้ 2) ขั้นการโน้มน้าวใจ 3) ขั้นการตัดสินใจ 4) ขั้นการนำไปใช้ และ 5) ขั้นการยืนยัน ดังนั้นศักยภาพของผู้รับนวัตกรรม จึงเป็นตัวกำหนดความเร็วในการยอมรับตามระดับความรู้ การเข้าถึงข้อมูล ความเข้าใจเทคโนโลยี ความชอบความเสี่ยง ทัศนคติและความสัมพันธ์ทางสังคม (Channa et al., 2021; Chen & Chen, 2022) และการยอมรับย่อมขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้เผยแพร่และส่งเสริม ซึ่งความพยายามจะส่งผลต่ออัตราการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ (Rogers &

Shoemaker, 1971) นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกในด้านบริบททางสังคมและการเมือง ซึ่ง Hou et al. (2019) ระบุว่าการตัดสินใจของผู้นำ นโยบายและกฎระเบียบมีบทบาทในการเข้าถึงข้อมูล และด้านเศรษฐกิจและการเงินตามหลักการประหยัดต่อขนาด ความสามารถในการลงทุนเป็นตัวกำหนดโอกาสในการยอมรับนวัตกรรม (Saqib et al., 2016)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดเป้าประสงค์และการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผล (Pressman & Wildavsky, 1973) หรือความสามารถในการผลักดันกลไกต่าง ๆ ให้ทำงานไปสู่เป้าหมาย (Williams, 1975) ต่อมา Van Meter and Van Horn (1975) ได้ขยายความหมายให้ครอบคลุมกิจกรรมของภาครัฐ เอกชน และบุคคลที่ส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบาย ต่อมามีการให้ความหมาย โดยมุ่งศึกษาสมรรถนะขององค์การในการใช้ทรัพยากรทางการบริหารทั้งมวล (Kerr, 1996) ซึ่งเน้นมิติการจัดการทรัพยากรและสมรรถนะขององค์กรมากขึ้น โดยมองว่าเป็นความสามารถในการระดมทรัพยากร การประสานงาน การกระตุ้นบุคลากรเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ (สมพิศ สุขแสน, 2551) ซึ่งการจะนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผลได้นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลากหลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติได้ทั้งหมด 13 ปัจจัย ได้แก่ 1) กลไกการบริหารงานและการประสานงาน 2) แรงจูงใจ (วรเดช จันทรศร, 2551; Adetunji, 2022) 3) สภาพแวดล้อมทางการเมือง 4) สภาพเศรษฐกิจ 5) สภาพสังคม (Visser, Jumare, & Brick, 2020; Mao, Quan & Fu, 2023; จุฑา คัมภิรานนท์, 2566) 6) มาตรฐานนโยบาย (วรเดช จันทรศร, 2551; อัญชลินทร์ สิงห์คำ, 2565) 7) ทรัพยากรและงบประมาณ (Xu et al., 2021) 8) ลักษณะหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินงาน 9) พฤติกรรมของหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินงาน 10) การติดตาม กำกับดูแล และประเมินผล 11) การผลักดันนโยบาย (พิมพ์ลิขิต แก้วหานาม และคณะ, 2565) 12) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Caffaro et al., 2020; Jiang, Yan, & Chen, 2021) และ 13) การมีส่วนร่วมของผู้รับบริการ (Chen & Chen, 2022; จุฑา คัมภิรานนท์, 2566)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการมาได้ทั้งสิ้น 9 องค์ประกอบ และจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม และการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ ได้ทั้งสิ้น 9 ปัจจัย ดังแสดงในกรอบแนวคิดในการวิจัยในรูปที่ 1 ซึ่งกรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไป

ปฏิบัติ เป็นผลจากความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบการจัดการ ซึ่งทำหน้าที่กำหนดทิศทางและกลไกการบริหารจัดการ และปัจจัยที่มีผลต่อการนำโครงการไปปฏิบัติ ซึ่งสะท้อนเงื่อนไขเชิงบริบท การรับรู้ และพฤติกรรมของผู้เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ โดยองค์ประกอบการจัดการที่มีความชัดเจนและเหมาะสมจะช่วยเสริมสร้างปัจจัยภายในให้เอื้อต่อการนำโครงการไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิผล

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ร่วม โครงการ “ไทย ไรซ์ นามา” ในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และสุพรรณบุรี เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล ได้มีการใช้ผู้ให้ข้อมูลหลายกลุ่ม (data triangulation) จาก 4 กลุ่มสำคัญ ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบดำเนินงานและเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่ใช้ในโครงการ รวมทั้งสิ้น 20 ราย ได้แก่ กลุ่มที่ 1: ชาวนา จังหวัดละ 1 ราย และในจังหวัดปทุมธานี 2 ราย รวม 7 ราย กลุ่มที่ 2: เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการบริหารส่วนกลาง จากองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ) ระดับหัวหน้างานและระดับปฏิบัติการ และจากสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร รวม 3 ราย กลุ่มที่ 3: ผู้ปฏิบัติการในหน่วยงานราชการบริหารส่วนภูมิภาค จากสำนักงานเกษตรจังหวัด จังหวัดละ 1 ราย และในจังหวัดสุพรรณบุรี 2 ราย รวม 7 ราย และ กลุ่มที่ 4: ผู้ให้บริการเทคโนโลยี การปรับระดับพื้นที่นาด้วยระบบแสงเลเซอร์ การวิเคราะห์ธาตุอาหารในดิน และการจัดการฟางและตอซัง รวม 3 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างซึ่งพัฒนาจากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและกรอบแนวคิด การวิจัย โดยผู้วิจัยแยกองค์ประกอบหลักตามกรอบแนวคิด ให้คำนิยามเชิงปฏิบัติการ และแยกองค์ประกอบย่อย สร้างคำถามจากองค์ประกอบย่อยที่ได้ โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปัจจุบัน 3) ปัญหาในการนำโครงการไปปฏิบัติ และ 4) แนวทางการจัดการเพื่อปรับปรุงการนำโครงการไปปฏิบัติ โดยแบบสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้างภาษา ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความเที่ยงตรง และความครอบคลุมของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเป็นทางการและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิผ่านการค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ ผลงานทางวิชาการ งานวิจัย และงานศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยดำเนินการตามลำดับขั้น เริ่มจากการถอดความและทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (Transcription) การระบุประเด็นสำคัญ (Key Words) การให้รหัส (Coding) กับประเด็นที่พบและการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นระบบ การสร้างธีม (Theming) ทำการวิเคราะห์ประเด็นทั้งของรายคนและรายกลุ่มย้อนไปย้อนมา แล้วเลือกประเด็นที่สะท้อนประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การตีความ (Interpretation) แปลความหมายประเด็น นั้น ๆ ให้เป็นข้อความที่แสดงถึงปรากฏการณ์หรือประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง และการสรุปความ (Conceptualization) ซึ่งผู้วิจัยจัดทำข้อสรุปทั้งในระดับประเด็นเดี่ยวและภาพรวมจากประเด็นทั้งหมดที่ตีความได้

ผลการวิจัย

การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ

มิติของชาวนา

แม้เกษตรกรมีความตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่การนำโครงการไปปฏิบัติยังเผชิญอุปสรรคในทุกองค์ประกอบของการจัดการ ทั้งด้านการวางแผนที่ไม่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ การจัดองค์กรที่พึ่งพาบทบาทผู้นำมากกว่ากลไกระบบ การจัดคนเข้าทำงานที่ขาดทักษะและแรงงาน การสั่งการที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการประสานงานที่ล่าช้าและไม่เป็นระบบ ประกอบกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ ความร่วมมือในชุมชน การสื่อสาร และการติดตามประเมินผล ดังคำให้สัมภาษณ์ว่า “นโยบายภาครัฐไม่ต่อเนื่อง ขาดงบประมาณ ไม่มีการติดตามผล และขาดความเข้าใจในปัญหาจริงของเกษตรกร” ซึ่งสะท้อนว่าการดำเนินโครงการจำเป็นต้องเสริมสร้างกลไกสนับสนุนอย่างเป็นระบบในทุกมิติ

มิติของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการบริหารส่วนกลาง

การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติเป็นกระบวนการบูรณาการความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน ครอบคลุมด้านนโยบาย ทรัพยากร และการดำเนินงาน โดยเริ่มจากการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิตที่ยั่งยืน การจัดองค์กรในหลายระดับเพื่อสนับสนุนบทบาทด้านวิชาการ การเงิน และการส่งเสริม ควบคู่กับการบริหารบุคลากรภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากร แต่ยังพบว่ากลไกการบริหารงานราชการที่ซับซ้อนเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติงาน การนำและสั่งการยังไม่ได้เน้นการสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วม ยังขาดการประสานงาน ระบบความร่วมมือ และระบบสื่อสารที่เป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกษตรกร ขาดระบบควบคุมและการติดตามประเมินผลอย่างใกล้ชิด และขาดการประเมินเชิงคุณภาพที่สะท้อนผลลัพธ์ของโครงการ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ “การแบ่งงานและอำนาจหน้าที่ของภาครัฐยังไม่ชัดเจน กลไกซับซ้อน ต่างคนต่างทำตามภารกิจของตนเอง ไม่มีการวัดผลลัพธ์เชิง Impact”

มิติของผู้ปฏิบัติการในหน่วยงานราชการบริหารส่วนภูมิภาค

แม้การวางแผนและการจัดองค์กรจากส่วนกลางมีความชัดเจน แต่การปฏิบัติจริงได้รับผลกระทบจากภาระงานสูง บุคลากรไม่เพียงพอ และการโยกย้ายบ่อยครั้ง ส่งผลให้ความต่อเนื่องของงานลดลง ขีดความสามารถในการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ถูกจำกัดด้วยงบประมาณ เวลา และภาระงานเอกสาร เห็นได้จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ “คำสั่งจากส่วนกลางลงมาถึงพื้นที่ล่าช้า มีการโยกย้ายตำแหน่งของเจ้าหน้าที่ และเจ้าหน้าที่บางส่วนมองว่าเป็นภาระงานเพิ่ม” ระบบประสานงานยังพึ่งพาความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมากกว่าโครงสร้าง ความร่วมมือในพื้นที่และการสื่อสารกับเกษตรกรยังไม่ทั่วถึง ทำให้ความเข้าใจเทคโนโลยีมีข้อจำกัด อีกทั้งระบบประเมินผลยังเน้นเชิงปริมาณและไม่สะท้อนผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ภาพรวมสะท้อนว่าระบบสนับสนุนระดับพื้นที่ยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ

มิติของผู้ให้บริการเทคโนโลยี

การดำเนินโครงการยังเผชิญข้อจำกัดในทุกองค์ประกอบของการจัดการ แม้วัตถุประสงค์มีความชัดเจน แต่การวางแผนไม่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และความพร้อมของเกษตรกร ซึ่งเห็นได้ชัดจากคำให้สัมภาษณ์ว่า “เทคโนโลยีการปรับพื้นที่ด้วยเลเซอร์แบบแห้ง ไม่สอดคล้องกับวิถีการทำนาของเกษตรกรในภาคกลางที่ทำนาแบบขังน้ำตลอด ทำให้เกษตรกรไม่ยอมรับ” รวมถึงการจัดองค์กรและบทบาทผู้เกี่ยวข้องขาดความเชื่อมโยงเป็นระบบ ขณะที่การบริหารบุคลากรและการถ่ายทอดความรู้ยังพึ่งพาประสบการณ์ส่วนบุคคล การนำและการประสานงานอาศัยช่องทางไม่เป็นทางการเป็นหลัก ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ว่า “ส่วนใหญ่ชาวนาต้องเข้าหาเทคโนโลยีเอง ภาครัฐไม่ค่อยลงพื้นที่ และข้อมูลมักมาจากสื่อโซเชียลมากกว่า” ประกอบกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ ระบบความร่วมมือ การสื่อสาร และการติดตามประเมินผลยังไม่ครอบคลุม

ปัญหาในการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ

มิติของชาวนา

จากคำให้สัมภาษณ์ “ชาวนาต้องทดลองทำและมีคนช่วยดู ติดตามประเมินผล จึงจะเข้าใจในตัวเทคโนโลยี” ชี้ให้เห็นว่าการยอมรับนวัตกรรมยังถูกจำกัดจากหลายปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน โดยลักษณะของนวัตกรรมมีความซับซ้อน ใช้ทักษะและต้นทุนสูง ขณะที่ศักยภาพของผู้รับและผู้เผยแพร่ยังมีข้อจำกัดด้านความรู้ แรงงาน ภาระงาน ความต่อเนื่องในการลงพื้นที่ และการสื่อสารที่ไม่สอดคล้องกับบริบทจริง กลไกการบริหารและการประสานงานขาดความยืดหยุ่น ทรัพยากรและงบประมาณไม่เพียงพอ และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจยังไม่ชัดเจน ประกอบกับระบบการสื่อสารและการติดตามประเมินผลที่ไม่เข้มแข็ง ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ รวมถึงบริบทเศรษฐกิจ นโยบายที่ไม่ต่อเนื่อง และทัศนคติแบบดั้งเดิมของชุมชนเกษตรกร ปัจจัยเหล่านี้ร่วมกันส่งผลให้การยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้นได้อย่างจำกัด

มิติของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการบริหารส่วนกลาง

ความซับซ้อนของนวัตกรรมและความไม่ชัดเจนของผลลัพธ์ในระยะสั้น ที่ทำให้เกษตรกรลังเลต่อการปรับเปลี่ยน ขณะที่ศักยภาพของผู้รับยังถูกจำกัดด้วยความรู้ ทัศนคติ และทรัพยากรที่ไม่เพียงพอ จะเห็นได้จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “การตัดสินใจของเกษตรกรขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านต้นทุนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ เช่น พื้นที่ลุ่มต่ำที่น้ำขังตลอดจะทำนาแบบเปียกสลับแห้งได้ยาก” ด้านผู้เผยแพร่ก็ประสบภาระงานสูงและขาดกำลังคน ส่งผลต่อคุณภาพการถ่ายทอดเทคโนโลยี กลไกการบริหารและประสานงานยังขาดความคล่องตัว ทรัพยากรและงบประมาณของหน่วยงานรัฐที่ไม่เพียงพอต่อภารกิจในพื้นที่ แรงจูงใจต่อทั้งเจ้าหน้าที่และเกษตรกรยังไม่เข้มแข็ง รวมถึงระบบการเผยแพร่ข้อมูลไม่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ระบบติดตามและประเมินผลต้องใช้ทรัพยากรมาก สภาพเศรษฐกิจ สังคม นโยบายรัฐยังไม่เอื้อต่อการลดการเผาตอซัง ทำให้การดำเนินโครงการเกิดความท้าทายในทุกมิติ

มิติของผู้ปฏิบัติการในหน่วยงานราชการบริหารส่วนภูมิภาค

การดำเนินโครงการเผชิญอุปสรรคทั้งเชิงโครงสร้างและเชิงบริบท โดยนวัตกรรมมีความซับซ้อน ใช้แรงงานสูง และไม่สอดคล้องกับข้อจำกัดพื้นที่ ขณะที่ศักยภาพของผู้รับและผู้เผยแพร่ยังจำกัดด้านความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ ทรัพยากร และภาระงาน กลไกการบริหารขาดความยืดหยุ่น ทรัพยากรและงบประมาณไม่เพียงพอ การสื่อสารและการติดตามประเมินผลยังไม่ทั่วถึงและเน้นเชิงปริมาณ ดังคำให้สัมภาษณ์ว่า “การประเมินจะวัดผลเป็นรอบๆ ในช่วงที่ลงพื้นที่เท่านั้น ไม่ได้ติดตามผลหลังจากโครงการสิ้นสุดว่าเกษตรกรยังคงปฏิบัติต่อเนื่องหรือไม่” อีกทั้งบริบทเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมยังกดดันการขับเคลื่อนโครงการ ส่งผลให้การดำเนินงานไม่สามารถบรรลุผลอย่างยั่งยืนได้

มิติของผู้ให้บริการเทคโนโลยี

การยอมรับนวัตกรรมถูกจำกัดจากปัจจัยหลายด้าน โดยนวัตกรรมมีความซับซ้อนสูง ทำให้เกษตรกรจำนวนมากไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ขณะที่ศักยภาพของผู้รับและผู้เผยแพร่ยังจำกัดด้านความรู้ ทักษะ ทรัพยากร การฝึกอบรม และภาระงาน ส่งผลให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีไม่สม่ำเสมอ กลไกการบริหารและการประสานงานขาดความเป็นระบบ ทรัพยากรและงบประมาณไม่เพียงพอ ระบบความร่วมมือ การสื่อสาร และการติดตามประเมินผลยังไม่เข้มแข็ง อีกทั้งบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และนโยบายรัฐยังไม่เอื้อต่อการขับเคลื่อนเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน ดังจะเห็นได้ชัดเจนจากคำให้สัมภาษณ์ “ยังไม่มีตลาดข้าวคาร์บอนต่ำที่ชัดเจนและราคาไม่ต่างจากข้าวทั่วไป ทำให้ขาดแรงจูงใจให้ชาวนาเปลี่ยนมาทำนาแบบโลว์คาร์บอน”

แนวทางการจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ

นวัตกรรมแพลตฟอร์ม “ระบบวิเคราะห์การปรับพื้นที่นาอัจฉริยะ”

เป็นแพลตฟอร์มเว็บไซต์และแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ที่รวมข้อมูลภูมิสารสนเทศด้านเกษตรกรรมเชิงพื้นที่หลายชั้น ได้แก่ ความสูง, ชนิดดิน, ความชื้น, ระบบชลประทาน, การถือครองที่ดิน, ภาพถ่ายดาวเทียม, สภาพอากาศ

ย้อนหลัง เข้ากับเครื่องมือวิเคราะห์และตัวช่วยตัดสินใจ ที่แนะนำเทคโนโลยีปรับพื้นที่ที่เหมาะสม ข้อดี-ข้อจำกัด ต้นทุนประมาณการ และผู้ให้บริการในพื้นที่ พร้อมมีระบบตลาด สำหรับการจองบริการ เครื่องจักร การทำสัญญาการให้บริการและระบบการขอรับสินเชื่อหรือเงินสนับสนุนจากภาครัฐ แพลตฟอร์มนี้จะทำให้สามารถเห็นข้อมูลจริงของแปลงนา เข้าใจศักยภาพและข้อจำกัดของพื้นที่ และเชื่อมต่อผู้ให้บริการเครื่องจักรและแหล่งเงินทุนได้ทันที

นวัตกรรมแพลตฟอร์ม “จับคู่ผู้ให้บริการเทคโนโลยีอัจฉริยะ”

เป็นระบบดิจิทัลที่ออกแบบมาเพื่อเชื่อมโยงผู้ให้บริการเทคโนโลยีทางการเกษตรกับชาวนาและผู้ใช้บริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการเข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับพื้นที่ ขนาดแปลงนา ความต้องการ และศักยภาพของเกษตรกรแต่ละราย ระบบนี้ทำหน้าที่เสมือน “ตลาดกลางเทคโนโลยีเกษตรแบบครบวงจร” ที่ให้บริการข้อมูล การเปรียบเทียบ การจับคู่และการทำสัญญาได้อย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ โดยจัดทำฐานข้อมูลดิจิทัลที่ครอบคลุมผู้ให้บริการทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการทำนา พร้อมข้อมูลสำคัญ เช่น พื้นที่บริการ ประเภทเทคโนโลยี ราคา และช่องทางติดต่อ แพลตฟอร์มถูกออกแบบให้ใช้งานง่ายผ่านเว็บไซต์และแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ พร้อมฟังก์ชันค้นหาแบบจำแนกตามประเภทเทคโนโลยี เปรียบเทียบราคา รีวิวจากผู้ใช้ และแผนที่แสดงตำแหน่งผู้ให้บริการ ทั้งยังมีระบบอัพเดตข้อมูลโดยผู้ให้บริการและกลไกตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อให้ฐานข้อมูลมีความทันสมัยและเชื่อถือได้ในระยะยาว

นวัตกรรมแพลตฟอร์ม “ชาวนาอัจฉริยะ”

เป็นระบบดิจิทัลแบบครบวงจรที่ออกแบบเพื่อเป็นทั้ง “ศูนย์กลางความรู้” “พื้นที่พัฒนาทักษะ” “ช่องทางสร้างเครือข่าย” และ “ระบบสนับสนุนธุรกิจเกษตร” สำหรับชาวนาดั้งเดิม ชาวนารุ่นใหม่ และผู้ประกอบการนาเช่า โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล จะทำให้ชาวนาสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการทำนาลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทุกที่ทุกเวลา โดยรวบรวมเนื้อหา เช่น เทคนิคการผลิต วิดีโอสาธิต เครื่องมือคำนวณการลดก๊าซ องค์ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนและเทคโนโลยีลดต้นทุน ตลอดจนบริการให้คำปรึกษาออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญ แพลตฟอร์มยังทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลเกษตรกรเพื่อสนับสนุนการรวมกลุ่ม การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การเรียนรู้จากกลุ่มต้นแบบ หรือระบบพี่เลี้ยง รวมทั้งเป็นช่องทางเข้าถึงสินเชื่อ เครื่องจักร เงินทุนสนับสนุน และระบบบริหารความเสี่ยงของรัฐ ช่วยให้เกษตรกรพัฒนาทักษะ เข้าถึงทรัพยากรและเปลี่ยนผ่านสู่การทำนาคาร์บอนต่ำได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

นวัตกรรมแพลตฟอร์ม “ตลาดข้าวคาร์บอนต่ำ”

เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยทำหน้าที่เป็นตลาดกลางดิจิทัลที่เชื่อมโยงชาวนา สหกรณ์ และกลุ่มแปลงใหญ่กับผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศอย่างเป็นระบบ ทำหน้าที่รวบรวมและแสดงข้อมูลผลผลิตข้าวคาร์บอนต่ำด้านปริมาณ คุณภาพ แหล่งผลิต และค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่ผ่านการรับรอง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการซื้อขาย นอกจากนี้ยังรองรับรูปแบบการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น สัญญาซื้อขายล่วงหน้า การประมูล และการจับคู่ธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของห่วงโซ่คุณค่าข้าวไทยยุคใหม่ โดยบูรณาการข้อมูลการผลิต การลดก๊าซเรือนกระจก การรับรองมาตรฐาน การซื้อขาย การโลจิสติกส์ ช่วยเสริมศักยภาพการแข่งขัน และสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรปรับตัวสู่การผลิตข้าวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

นวัตกรรมแอพพลิเคชั่น “การติดตามและรายงานผลแบบเรียลไทม์”

การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการส่งเสริมการทำนาลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกควรออกแบบเป็นระบบดิจิทัลครบวงจรที่รองรับการเก็บ ประมวลผล ตรวจสอบ และสื่อสารข้อมูล โดยเริ่มจากการกำหนดตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการในระดับผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ เช่น จำนวนเกษตรกรและพื้นที่เข้าร่วม ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก และผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากนั้นใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ฐานข้อมูลออนไลน์ แอปภาคสนาม และแดชบอร์ดข้อมูล เพื่อให้การรายงานเป็นแบบเรียลไทม์ ลดความซ้ำซ้อน และเอื้อต่อการวิเคราะห์เชิงลึก ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการวางแผนจัดสรรงบประมาณ ขยายพื้นที่ต้นแบบ ปรับปรุงรูปแบบโครงการ และสนับสนุนการกำหนดยุทธศาสตร์เกษตรคาร์บอนต่ำของประเทศ ระบบนี้จึงทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องมือกำกับติดตามและฐานข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาเกษตรอย่างยั่งยืน

นวัตกรรม “กองทุนสนับสนุนการทำนาคาร์บอนต่ำ”

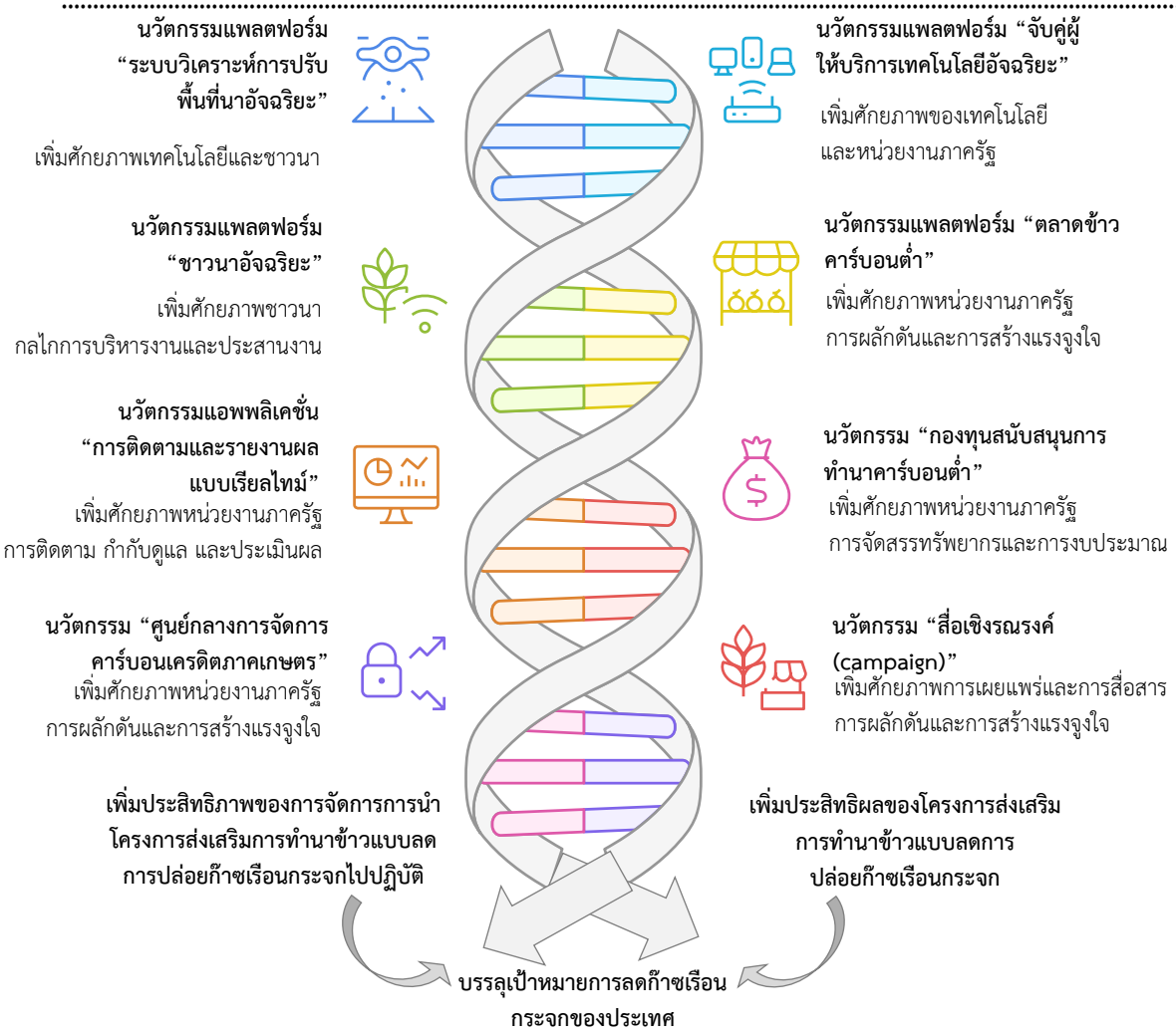
เป็นกลไกทางการเงินในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบการทำนาข้าวคาร์บอนต่ำอย่างเป็นรูปธรรม โดยสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถปรับตัว ลดความเสี่ยง และนำเทคโนโลยีลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปใช้ได้จริงในระดับแปลงนา กองทุนจึงเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลงที่เปลี่ยนการผลิตคาร์บอนต่ำจากภาระต้นทุนเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจ แนวทางการดำเนินงานควรกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตการสนับสนุนที่ชัดเจน ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการปรับเทคโนโลยีและวิธีการผลิต เช่น การปรับระดับพื้นที่ ระบบจัดการน้ำแบบเปียกสลับแห้ง การจัดการฟางโดยไม่เผา เครื่องจักรกลขนาดเล็ก ปุ๋ยอินทรีย์ และการปรับปรุงดิน นอกจากนี้ควรสนับสนุนการฝึกอบรม การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการวิจัยพัฒนา เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในด้านการบริหารจัดการ กองทุนควรมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเข้าถึงง่ายผ่านระบบดิจิทัล พร้อมหลักเกณฑ์การจัดสรรทุนที่ชัดเจนและระบบติดตามประเมินผล เพื่อให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพและเกิดผลในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างแท้จริง

นวัตกรรม “ศูนย์กลางการจัดการคาร์บอนเครดิตภาคเกษตร”

ทำหน้าที่รองรับการผลิตและซื้อขายคาร์บอนเครดิตจากภาคการทำนาอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงตลาดคาร์บอนได้ง่ายขึ้น ลดต้นทุนการเข้าร่วม และสร้างรายได้จากการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ศูนย์กลางทำหน้าที่บูรณาการข้อมูลการผลิตในระดับแปลงนาเข้ากับมาตรฐานการรับรองคาร์บอนเครดิตที่ยอมรับ เช่น T-VER หรือมาตรฐานสากล และดำเนินการเป็นตลาดกลางดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้ซื้ออย่างโปร่งใส พร้อมทั้งสนับสนุนการอบรมและให้คำปรึกษาแก่เกษตรกร การดำเนินงานดังกล่าวช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการปรับการผลิตสู่ระบบคาร์บอนต่ำ สนับสนุนภาคเอกชนในการเข้าถึงคาร์บอนเครดิตคุณภาพ และเอื้อให้ภาครัฐใช้ข้อมูลกำกับนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่ความน่าเชื่อถือของตลาดคาร์บอนภาคเกษตรและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

นวัตกรรม “สื่อเชิงรณรงค์ (campaign)”

สื่อรณรงค์เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง โดยมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจ ความตระหนักรู้ และแรงสนับสนุนจากเกษตรกร ผู้บริโภค และภาคธุรกิจ สื่อควรออกแบบให้เข้าใจง่ายและเชื่อมโยงมิติการผลิต สิ่งแวดล้อม และการบริโภค เพื่อให้การเลือกข้าวคาร์บอนต่ำถูกมองว่าเป็นการมีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อน แนวทางการดำเนินงานควรพัฒนาสารหลักที่ชัดเจนและขยายผลผ่านหลายช่องทาง โดยผสานข้อมูลเชิงวิชาการกับการเล่าเรื่อง พร้อมประเมินผลด้านการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้การเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งผลิตและตลาดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบ QR Code จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการรณรงค์และสนับสนุนการผลิตข้าวอย่างยั่งยืน โดยนวัตกรรมการจัดการทั้ง 8 แนวทางแสดงดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 นวัตกรรมการจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าว
แบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ
ที่มา: ผู้วิจัย

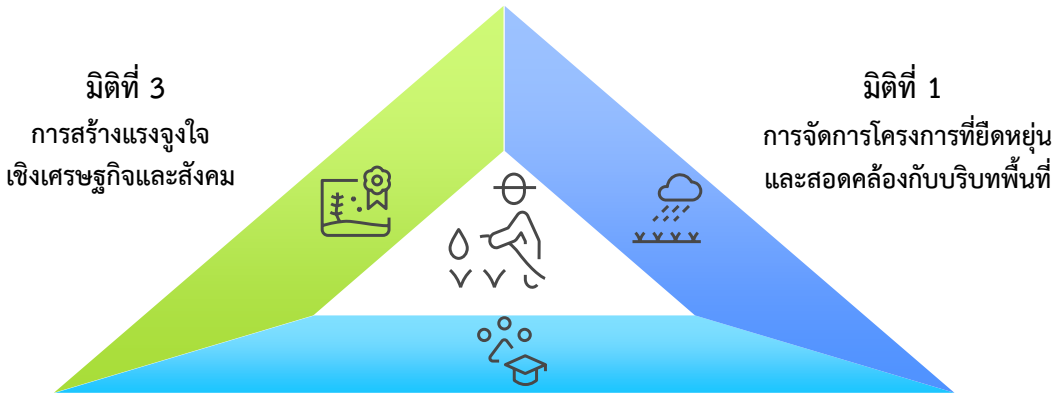
สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ พบว่าประสบข้อจำกัดจากการสื่อสาร ส่งผลให้ความร่วมมืออยู่ในระดับจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Riambodo (2024) ที่ยืนยันว่าการสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพของพนักงาน และปัจจัยเสริม เช่น ภาวะผู้นำและระบบรางวัล มีผลเชิงอ้อมต่อประสิทธิภาพโดยผ่านการสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับ Mahfudin et al. (2022) ที่พบว่าการวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการประสานงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพของคนทำงานโดยตรง นอกจากนี้ ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ ภาระงานซ้ำซ้อน และการประสานงานที่ไม่ราบรื่น

ซึ่งพบในงานวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของพระเมธาวินัยรส (สุเทพ พุทธจรรยา) และ สาลินี รักกตัญญู (2566) ที่ใช้กรอบแนวคิด POSDCoRB และระบุว่า การขาดการวางแผน การจัดบุคลากรปฏิบัติงานไม่ตรงความรู้ ข้อจำกัดด้านทรัพยากร งบประมาณไม่เพียงพอและขาดความโปร่งใสในการจัดสรร ระบบราชการที่ซับซ้อนและขาดความยืดหยุ่น การไม่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และขาดระบบการให้ข้อมูล เป็นความท้าทายในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารในหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะเดียวกัน งานวิจัยของ นพวรรณ เลิศผสมสิทธิ์ (2567) สนับสนุนข้อสรุปของงานวิจัยนี้ว่า ความสำเร็จของการนำโครงการไปปฏิบัติจำเป็นต้องอาศัยการวางแผนที่ชัดเจน การพัฒนาสมรรถนะผู้ปฏิบัติงาน ระบบการสื่อสาร และเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งจากทุกภาคส่วน (ศุภัทรา อำนวยสวัสดิ์, 2568)

การระบุปัญหาการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ พบว่าข้อสรุปของงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑา คัมภิรานนท์ (2566) Chen and Chen (2022) และ Mao, Quan, and Fu (2023) ซึ่งชี้ว่าปัจจัยสำคัญประกอบด้วยลักษณะของนวัตกรรม ศักยภาพของผู้เผยแพร่และผู้รับนวัตกรรม แรงจูงใจ และสภาพเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลทั้งสี่กลุ่มสะท้อนว่า ลักษณะของนวัตกรรมเป็นจุดเริ่มต้นของความท้าทาย เนื่องจากมีความซับซ้อน ต้องอาศัยความรู้เชิงเทคนิคและทรัพยากรจำนวนมาก เมื่อประกอบกับศักยภาพของผู้รับที่ยังมีข้อจำกัดด้านความรู้ ทักษะ และแรงงาน ทำให้การปฏิบัติไม่เป็นไปอย่างครบถ้วน ขณะเดียวกัน ศักยภาพของผู้เผยแพร่ถูกจำกัดด้วยภาระงานและงบประมาณที่ไม่เพียงพอ ส่งผลให้การถ่ายทอดองค์ความรู้ขาดความต่อเนื่อง แม้ทุกฝ่ายตระหนักถึงความสำคัญของการลดก๊าซเรือนกระจก แต่แรงจูงใจเชิงรูปธรรมยังไม่เพียงพอ โดยเกษตรกรเผชิญข้อจำกัดด้านรายได้ ต้นทุนสูง และราคาข้าวผันผวน ขณะที่ความไม่ต่อเนื่องของนโยบายและค่านิยมการทำนาแบบดั้งเดิมยังเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า การจัดการการนำโครงการไปปฏิบัติขาดการบูรณาการและไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับนโยบาย ระดับปฏิบัติ และระดับผู้ใช้จริง ทั้งนี้มาจากปัญหาในปัจจัยความซับซ้อนของนวัตกรรม ความไม่เท่าเทียมด้านศักยภาพ และระบบประเมินผลที่เน้นเชิงปริมาณมากกว่าเชิงคุณภาพ ดังนั้น การจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าวแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ จำเป็นต้องปรับใน 3 มิติหลัก ผ่านนวัตกรรมการจัดการ 8 นวัตกรรม ได้แก่ มิติที่ 1: การจัดการโครงการที่ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ มิติที่ 2: การเสริมศักยภาพทั้งผู้เผยแพร่และผู้รับนวัตกรรม มิติที่ 3: การสร้างแรงจูงใจเชิงเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสามารถแสดงองค์ความรู้ได้ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 มิติหลักของการจัดการการนำโครงการส่งเสริมการทำนาข้าว
แบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติ
ที่มา: ผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

บูรณาการองค์ประกอบการจัดการจากแนวคิดอื่นๆ เข้ากับทฤษฎีการแพร่นวัตกรรม เพื่อทำเป็นกรอบวิเคราะห์เชิงสหวิทยาการ โดยระบุความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างองค์ประกอบการจัดการกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม และปัจจัยบริบทพื้นที่ เศรษฐกิจ และสังคม เพื่ออธิบายว่าทำไมบางพื้นที่จึงรับเทคโนโลยีได้เร็วหรือช้า รวมทั้งเสนอสมมติฐานทดสอบเชิงปริมาณ ขยายขอบเขตพื้นที่เป็นการสำรวจเชิงเปรียบเทียบและเพิ่มจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพเชิงลึก ใช้การวิจัยแบบผสมผสานเชิงลำดับ โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณขนาดใหญ่ก่อน เพื่อวัดความแพร่หลายของปัญหาและทดสอบสมมติฐาน จากนั้นตามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและ Focus Group Discussions เพื่ออธิบายเหตุผลเชิงบริบทและกระบวนการที่ซ่อนอยู่

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

พัฒนานโยบายเชิงพื้นที่แทนการใช้มาตรฐานเดียวทั่วประเทศ เนื่องจากบริบทในแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน ส่งผลให้แนวทางจากส่วนกลางไม่สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิผลในทุกพื้นที่ การออกแบบนโยบายที่ยืดหยุ่นตามศักยภาพพื้นที่จะช่วยลดช่องว่างของการปฏิบัติและเพิ่มการยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกร ควบคู่กับการเสริมกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้นำเกษตรกร ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เชื่อมโยงกับค่านิยมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น นอกจากนี้ ควรปรับระบบติดตามประเมินผลจากการเน้นตัวชี้วัดเชิงปริมาณไปสู่ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพที่สะท้อนผลลัพธ์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างแท้จริง เช่น การลดการเผาฟาง การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ความถูกต้องในการปฏิบัติ และระดับความเข้าใจของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

แม้ผลการวิจัยสะท้อนว่าความรู้ ความเข้าใจ และแรงจูงใจด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญ แต่บริบทเชิงวัฒนธรรมมีผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยี การศึกษาต่อไปควรศึกษาปัจจัยเชิงสังคมวัฒนธรรม เช่น แบบแผนการผลิตที่สืบทอดกันมายาวนาน ความเชื่อท้องถิ่น และอิทธิพลของผู้นำชุมชน ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมการทำนาแบบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดทางมานุษยวิทยาและสังคมวิทยาชนบทเพื่ออธิบายกลไกเชิงวัฒนธรรมอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ การติดตามประเมินผลโครงการที่ใช้ในปัจจุบันเน้นตัวเลขและปริมาณ การศึกษาต่อไปจึงควรพัฒนางานวิจัยเพื่อสร้างเครื่องมือประเมินผลเชิงคุณภาพที่สะท้อนพฤติกรรมของเกษตรกรได้อย่างแม่นยำ เช่น การพัฒนาเครื่องมือวัดด้านความถูกต้องในการปฏิบัติ ความเข้าใจในเทคโนโลยี ระดับการปรับเปลี่ยนจากวิธีการผลิตแบบเดิม จะช่วยเพิ่มมิติคุณภาพของการประเมินและสะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2561). *แผนยุทธศาสตร์ระดับประเทศด้านปฏิบัติการเสริมพลังความร่วมมือด้านภูมิอากาศ*. https://datacenter.dcce.go.th/media/images/B/F3/E-Book%20กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.pdf

จุฑา คัมภิรานนท์. (2566). ปัญหาด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของการทำนาข้าวในประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่น. *วารสารปราชญ์ประชาคม*, *1*(3), 55–67. https://so12.tci-thaijo.org/index.php/watmahasawat_jsc/article/view/482/391

ฉลองบูรณ์ เพ็งลา, ธีรศักดิ์ ลีละพัฒนา, และ พีรพัฒน์ พันศิริ. (2566). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตำบลแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, *13*(1), 85–101. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/HUSO-J/article/view/1731

นพวรรณ เลิศผสมสิทธิ์. (2567). *นวัตกรรมการจัดการสวัสดิการสังคมเพื่อผู้สูงวัย ขององค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดเพชรบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

นิพนธ์ พัวพงศกร, กรรณิการ์ ธรรมพานิชวงค์, กัมพล ปั้นตะกั่ว, และ สุทธิภัทร ราชคม. (2566, 28 สิงหาคม). *นาเปียกสลับแห้ง หนทางแห่งอนาคต ลดผลกระทบโลกร้อน*. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ). https://tdri.or.th/2023/08/alternative-wetting-and-drying-rice/

นุสรา จริยะสกุลโรจน์. (2567, 13 สิงหาคม). *นาเปียกสลับแห้ง เคล็ดลับเพิ่มผลผลิต ลดวิกฤตโลกร้อน*. Petromat. https://petromat.org/home/นาเปียกสลับแห้ง/

ประยูร พุทธพึ่ง. (2566). ประสิทธิผลการบริหารงานบุคคลขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน*, *1*(1), 16–22. https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JPPMS/article/view/430

พงษ์เทพ จันทสุวรรณ. (2558). The functions of the executive Chester I. Barnard, 1938. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, *20*(2), 172–176. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/241800/164437

พระเมธาวินัยรส (สุเทพ พุทธจรรยา), และ สาลินี รักกตัญญู. (2566). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข. *วารสารวิจัยวิชาการ*, *6*(1), 289–302. https://doi.org/10.14456/jra.2023.22

พิมพ์ลิขิต แก้วหานาม, อาริยา ป้องศิริ, จริยา อินทนิล, กตัญญู แก้วหานาม, และ สิรินดา กมลเขต. (2565). *รายงานการวิจัยเรื่องกลไกการขับเคลื่อนการสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ตามนโยบายรัฐบาลดิจิทัลไปสู่การปฏิบัติ กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์: นโยบายและการนำไปปฏิบัติ*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์. https://www.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=654251

วรทัศน์ วัฒนชีวโนปกรณ์, และ ณัฐวรรธน์ วิวัฒน์กิจภูวดล. (2567). การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, *12*(1), 41–55. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/259393/179697

วรเดช จันทรศร. (2551). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). พริกหวานกราฟฟิค.

สมพิศ สุขแสน. (2551). *นโยบายสาธารณะและการวางแผน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

ศุภัทรา อำนวยสวัสดิ์. (2568). ความร่วมมือในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเมืองพัทยา กรณีศึกษา การบำบัดน้ำเสียพื้นที่เกาะล้าน. *วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์*, *8*(2), 582–618. https://so16.tci-thaijo.org/index.php/RJPA/article/view/1878

องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน ประจำประเทศไทย. (2564). *Factsheet: Thai Rice NAMA*. https://www.asean-agrifood.org/wp-content/uploads/2021/09/FINAL_EN_Factsheet_Thai-Rice-NAMA.pdf

องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน ประจำประเทศไทย. (2566ก). *โครงการเพิ่มศักยภาพการปลูกข้าวที่เท่าทันต่อภูมิอากาศ: Thai Rice GCF (Strengthening Climate-Smart Rice Farming Project)*. https://newwebs2.ricethailand.go.th/upload/doc/7293/1672892387.pdf

_____. (2566). *เอกสารโครงการไทย ไรซ์ นามา*. https://www.asean-agrifood.org/wp-content/uploads/2021/09/FINAL_EN_Factsheet_Thai-Rice-NAMA.pdf

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน). (2566). *การดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*. http://lowcarboncity.tgo.or.th/uploads/docs/124_20230623120017_2.pdf

อัญชลินทร์ สิงห์คำ. (2565). *การนำนโยบายมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 6901 2560 การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับฟาร์มไก่เนื้อไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาสำนักงานปศุสัตว์เขต 1* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. RSUIR at Rangsit University. https://rsuir-library.rsu.ac.th/bitstream/123456789/2142/1/UNCHALIN%20SINGKHUM.pdf

อัตติยาพร ไชยฤทธิ์. (2565). พัฒนาการและแนวคิดการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*, *5*(2), 113–127. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SASAJ/article/view/259367

KAS Kubota (Agri) Solutions. (2567, 4 กันยายน). *รู้จัก การทำนาเปียกสลับแห้ง การทำนาลดโลกร้อน*. https://kas.siamkubota.co.th/knowledge

Adetunji, M. O. (2022). *Policy sustainability issues: Case study of cassava farmers in Ikorodu, Lagos, Nigeria* [Doctoral dissertation, Walden University]. ScholarWorks. https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/12239/

Caffaro, F., Cremasco, M. M., Roccato, M., & Cavallo, E. (2020). Drivers of farmers' intention to adopt technological innovations in Italy: The role of information sources, perceived usefulness, and perceived ease of use. *Journal of Rural Studies*, *76*, 264–271. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.04.028

Channa, H., Ricker-Gilbert, J., Groote, H. D., & Bauchet, J. (2021). Willingness to pay for a new farm technology given risk preference: Evidence from an experimental auction in Kenya. *Agricultural Economics*, *52*(5), 733–748. https://doi.org/10.1111/agec.12650

Chen, Z., & Chen, F. (2022). Socio-economic factors influencing the adoption of low carbon technologies under rice production systems in China. *Carbon Balance and Management*, *17*, Article 19. https://doi.org/10.1186/s13021-022-00218-y

Emerson, K., Nabatchi, T., & Balogh, S. (2012). An integrative framework for collaborative governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, *22*(1), 1–29. https://doi.org/10.1093/jopart/mur011

Fayol, H. (1949). *General and industrial management*. Sir Isaac Pitman & Sons.

Gulick, L., & Urwick, L. (1937). *The science of administration*. Institute of Public Administration, Columbia University.

Hou, L., Chen, X., Kuhn, L., & Huang, J. (2019). The effectiveness of regulations and technologies on sustainable use of crop residue in Northeast China. *Energy Economics*, *81*, 519–527. https://doi.org/10.1016/j.eneco.2019.04.015

Jiang, W., Yan, T., & Chen, B. (2021). Impact of media channels and social interactions on the adoption of straw return by Chinese farmers. *Science of the Total Environment*, *756*, Article 144078. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.144078

Kerr, D. H. (1996). The logic of policy and successful. *Policy Sciences*, *7*(3), 351–363.

Mahfudin, D., Yuniarsih, T., Komariah, A., Saud, U. S., Nurdin, D., & Kurniady, D. A. (2022). An analysis of management function implementations in continuous professional development to improve teachers' performance. *Journal of Positive School Psychology*, *6*(8), 461–469. http://journalppw.com

Mao, H., Quan, Y., & Fu, Y. (2023). Risk preferences and the low-carbon agricultural technology adoption: Evidence from rice production in China. *Journal of Integrative Agriculture*, *22*(8), 2577–2590. https://doi.org/10.1016/j.jia.2023.04.031

Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2022). *Thailand's fourth biennial update report*. Ministry of Natural Resources and Environment. https://unfccc.int/documents/624750

Pressman, J. L., & Wildavsky, A. (1973). *Implementation*. University of California Press.

Riambodo, R. (2024). The influence of organizational communication and organizational culture on employee performance. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, *2*(3), 47–57. https://doi.org/10.38035/gijtm.v3i1

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). The Free Press.

Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations: A cross-cultural approach* (2nd ed.). The Free Press.

Saqib, S. E., Ahmad, M. M., Panezai, S., & Rana, I. A. (2016). An empirical assessment of farmers' risk attitudes in flood-prone areas of Pakistan. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *18*, 107–114. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2016.06.006

Van Meter, D. S., & Van Horn, C. E. (1975). The policy implementation process: A conceptual framework. *Administration & Society*, *6*(4), 445–488.

Visser, M., Jumare, H., & Brick, K. (2020). Risk preferences and poverty traps in the uptake of credit and insurance amongst small-scale farmers in South Africa. *Journal of Economic Behavior & Organization*, *180*, 826–836. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.05.007

Williams, W. (1975). Implementation analysis and assessment. *Policy Analysis*, *1*(3), 531–566.

Xu, C., Han, X., Zhuge, Y., Xiao, G., Ni, B., Xu, X., & Meng, F. (2021). Crop straw incorporation alleviates overall fertilizer-N losses and mitigates N2O emissions per unit applied N from intensively farmed soils: An in situ 15N tracing study. *Science of the Total Environment*, *764*, Article 142884. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.142884

นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน สู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน

Innovative Management of Small Elementary Schools with Community Involvement for Student Moral Development

ณัฐกฤตา บุตรแพ[1] จิรศักดิ์ สุรังคพิพรรธน์[2] และ ละมุล รอดขวัญ[3]

Nuttagitta Butpae[1], Jirasak Surungkapiprat[2] and Lamun Rodkhwan[3]

[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: nuttagitta.but@rmutr.ac.th[1], jirsu@hotmail.com[2], rodkhwan.la@gmail.com[3]

Received: Nov. 14,2025**; Revised:** Jan. 12,2026**; Accepted:** Jan. 13,2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการโรงเรียน 2) สร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการ และ 3) ประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน การวิจัยใช้รูปแบบผสมผสานวิธีพหุระยะ โดยเก็บข้อมูลจากโรงเรียน ในเขตตรวจราชการที่ 3 และ 4 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้อำนวยการ รักษาการผู้อำนวยการโรงเรียน และประธานคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน รวม 324 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประเมินนวัตกรรม ซึ่งแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน และการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน อยู่ในระดับมาก โดยด้านการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สำหรับการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน พบว่า การสนับสนุนและดูแลนักเรียนจากบ้านและผู้ปกครอง อยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมาคือ การออกแบบกิจกรรมร่วมกับชุมชน รวมทั้งการเป็นแบบอย่างด้านคุณธรรมและการประเมินติดตามผลร่วมกับชุมชน 2) นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียน ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน จำนวน 5 ด้าน 2.2) ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน จำนวน 4 ด้าน มีแนวทางปฏิบัติรวมทั้งสิ้น 36 ข้อ และ3) นวัตกรรมที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และประโยชน์ในระดับมาก สามารถนำไปใช้ได้จริงเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมและพัฒนาคุณธรรมผู้เรียนอย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: นวัตกรรม การบริหารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาคุณธรรมผู้เรียน

Abstract

This research aimed to: 1) study the current state of school management, 2) develop management innovations, and 3) evaluate a community-participatory management innovation in small primary schools for the development of students' morality. The study employed a mixed-methods multi-phase design, collecting data from schools in Inspection Areas 3 and 4. The sample consisted of 324 participants, including school directors, acting school directors, and chairpersons of the school committees. The participants were selected using a multi-stage random sampling method. The key informants included 9 experts. The instruments used were questionnaires, in-depth interviews, and innovation assessment forms. The questionnaire demonstrated a reliability coefficient of .96. Data were analyzed using descriptive statistics and descriptive analysis. The results revealed that: 1) Community-participatory school management was at a high level, with the highest mean observed in planning and goal-setting, followed by operations and participatory decision-making. Regarding the community's role in moral development of students, the highest level was found in support and care provided by families and parents, followed by collaboratively designed activities with the community, role modeling of moral behavior, and joint evaluation and monitoring with the community. 2) The school management innovation consisted of 2 components 2.1) community-participatory management in small primary schools, comprising 5 dimensions, and 2.2) community participation in the moral development of students, comprising 4 dimensions, with a total of 36 practical guidelines. 3) The developed innovation was rated as highly appropriate, feasible, and beneficial, and it can be practically applied to promote systematic community-participatory management in small primary schools and enhance students' moral development.

Keywords: Innovation, Community Participation Management, Student Moral Development

บทนำ

การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของชาติถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนามนุษย์ไทยให้มีความสมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม โดยพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 มาตรา 6 กำหนดให้การจัดการศึกษามุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความสมบูรณ์ในด้านดังกล่าว ขณะที่มาตรา 22 ระบุว่า การพัฒนาคุณธรรมเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญภายใต้การจัดการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ, 2542) นอกจากนี้ มาตรา 8 (2) และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 54 ได้กำหนดให้รัฐส่งเสริม การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมของประชาชน (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2560) ข้อกำหนดทางกฎหมายดังกล่าวได้รับการต่อยอดในแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 ซึ่งมุ่งให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ระบุว่าการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมของผู้เรียนควรดำเนินผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม แม้กฎหมายและนโยบายจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณธรรม แต่สังคมไทยในยุคโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีดิจิทัลยังเผชิญกับ “ภาวะวิกฤตคุณธรรม” ในระดับที่น่าเป็นกังวล (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2565) ผลการประเมินคุณธรรมของผู้เรียนระดับประถมศึกษา ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พบว่าผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 77.99 คะแนน จากคะแนนเต็ม 96 คะแนน และผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

มีคะแนนเฉลี่ย 104.18 คะแนน จากคะแนนเต็ม 120 คะแนน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเสียสละ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ปกติ พบว่าคุณธรรมทุกด้านอยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ ซึ่งสะท้อนว่า การกล่อมเกลาทางจิตใจและการฝึกฝนศีลธรรมยังไม่เพียงพอ ส่งผลให้เด็กและเยาวชนขาดจิตสำนึกในหน้าที่ ความรู้สึกผิดชอบชั่วดี และพฤติกรรมทางคุณธรรมที่เหมาะสม จำเป็นต้องมีการเสริมมาตรการจากครอบครัว สถานศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปลูกฝังคุณธรรมอย่างเป็นระบบตั้งแต่วัยเด็ก งานวิจัยจำนวนมากได้ยืนยันถึงความสำคัญของการบูรณาการคุณธรรมเข้ากับกระบวนการเรียนรู้ เช่น (ชนัญชิดา ทุมมานนท์ และคณะ, 2567) พบว่า พฤติกรรมทางคุณธรรมจริยธรรมของเยาวชนสามารถพัฒนาได้ผ่าน การเสริมสร้างความฉลาดทางคุณธรรมจริยธรรม (moral-ethical intelligence) ซึ่งประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ ความมีวินัย จิตสาธารณะ ความพอเพียง และความรับผิดชอบ นอกจากนี้ (ชนันภรณ์ ใจเสาร์ดี, 2567) ชี้ว่า Active Learning โดยเฉพาะการใช้ PAR Model ช่วยส่งเสริมคุณธรรมในศตวรรษที่ 21 ผ่านการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของผู้เรียน ในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (Creswell & Poth, 2018) กล่าวว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการและการวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยทำงานร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ช่วยให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับบริบทจริงและเอื้อต่อการพัฒนาการเรียนรู้รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนอย่างมีความหมาย สอดคล้องกับ (ปัณฑิตา บัวรัตน์ และ ทัศนีย์ นาคคุณทรง, 2562) ที่ระบุว่าผู้ปกครองในชุมชนมีบทบาทสำคัญใน การกำหนดนโยบายและกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของเด็ก ในบริบทของโรงเรียนขนาดเล็กการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและชุมชน (ชูชาติ พ่วงสมจิตร์, 2560) ชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมของโรงเรียนช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่น ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน อีกทั้ง (เการันต์ เหล็กดี และคณะ, 2568) ระบุว่าผู้บริหารโรงเรียนขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญในการสร้างกลไกการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนเพื่อขับเคลื่อนคุณธรรมให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) อย่างยั่งยืน

ปัจจุบันการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนถือเป็นประเด็นสำคัญของระบบการศึกษาไทย เนื่องจากการเสริมสร้างจริยธรรมและธรรมาภิบาลเป็นรากฐานในการพัฒนาสังคมไทยไปสู่สังคมคุณธรรม ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และโมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งมุ่งพัฒนาคนไทยให้มีความสมบูรณ์ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรมอันเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ (พุทธิพงษ์ สงวนนาม และ กาญจน์ เรืองมนตรี, 2566) ดังนั้น การพัฒนาคุณธรรมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพและการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการดำรงชีวิตในสังคมฐานความรู้ในอนาคต การปลูกฝังคุณลักษณะอันพึงประสงค์ เช่น ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเสียสละ ความอดทน และความพอเพียง มีส่วนช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่เหมาะสมและส่งเสริมให้สังคมก้าวสู่สังคมคุณธรรมอย่างยั่งยืน (ปนัดดา จันตุ่ย และคณะ) นอกจากนี้ การพัฒนาคุณธรรมยังมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมพฤติกรรมและเจตคติทางจริยธรรมของผู้เรียน ซึ่งส่งผลต่อความรับผิดชอบ การเคารพกติกาสังคม และการอยู่ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (กิตติศักดิ์ จันทอง และ กฤษกนก ดวงชาทม, 2566) ในบริบทดังกล่าวการจัดการศึกษาโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน โดยเฉพาะการใช้กระบวนการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วม การสร้างสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่เอื้อต่อความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนและชุมชน และการใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างเหมาะสม ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน โดยเฉพาะในโรงเรียนขนาดเล็กที่มีความเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดและต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน อีกทั้ง (Epstein, 2011) ชี้ว่า โรงเรียนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับครอบครัวและชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและทุนทางสังคมในชุมชนมาสนับสนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาคุณลักษณะด้านจริยธรรมและการอยู่ร่วมกันในสังคมของผู้เรียน (Chong & Tsubota, 2023) การจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วมของชุมชน เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีบทบาทในการออกแบบและดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ ซึ่งช่วยส่งเสริมพฤติกรรมและคุณลักษณะเชิง

คุณธรรมของผู้เรียน โดยเฉพาะในบริบทโรงเรียนขนาดเล็กที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชุมชน (ชูชาติ พ่วงสมจิตร์, 2560) ทั้งนี้ โรงเรียนและชุมชนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด โดยผู้เรียนทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวส่งผลต่อการหล่อหลอมพฤติกรรมและคุณลักษณะด้านคุณธรรมของผู้เรียนโดยตรง (ปัณฑิตา บัวรัตน์ และ ทัศนีย์ นาคคุณทรง, 2562) พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กช่วยเสริมสร้างกิจกรรมการเรียนรู้และพฤติกรรมเชิงคุณธรรมของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนในระยะยาว

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว บทบาทของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างกลไกความร่วมมือกับครอบครัว ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพผู้เรียนอย่างเต็มที่ (ดวงเดือน วินิจฉัย, 2561) แนวคิดนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการยกระดับคุณภาพผู้เรียนและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยของ (อัจฉราภินันท์ มาตุการุณ และคณะ, 2566) พบว่างานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพบว่าการใช้ PAR ร่วมกับสมาชิกชุมชนในการวิเคราะห์ปัญหา วางแผน และดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เข้มแข็งและส่งผลต่อการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ และเสริมศักยภาพชุมชนให้สามารถจัดการเรียนรู้ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) อีกทั้งงานวิจัยของ (ชนัญชิดา ทุมมานนท์ และคณะ, 2567) พบว่าการเสริมสร้างความฉลาดทางคุณธรรมจริยธรรม (moral-ethical intelligence) ผ่านนวัตกรรมสามารถพัฒนาคุณลักษณะสำคัญ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และจิตสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิผล ขณะที่ (ชนันภรณ์ ใจเสาร์ดี, 2567) เน้นว่า Active Learning และ PAR Model เป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างคุณธรรมในศตวรรษที่ 21 ผ่านการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมจริง งานวิจัยของ มานพ เกตุเมฆ และคณะ (2568) พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในการระดมทรัพยากรเพื่อพัฒนาโรงเรียนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและความยั่งยืนของสถานศึกษา อีกทั้งการศึกษาของ (พระครูวินัยธรวรวุฒิ เตชธมฺโม, 2567) ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในบริบทโรงเรียนชนบทและโรงเรียนขนาดเล็ก ไม่เพียงช่วยพัฒนาโครงสร้างและผลลัพธ์ของการจัดการศึกษา แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและส่งผลต่อพฤติกรรมรวมถึงคุณธรรมของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้งานวิจัยของ (ปัณฑิตา บัวรัตน์ และ ทัศนีย์ นาคคุณทรง, 2562) พบว่าผู้ปกครองมีส่วนร่วมเชิงนโยบายและกิจกรรมในการปลูกฝังคุณธรรมให้เด็กอย่างชัดเจน ขณะที่ (ชูชาติ พ่วงสมจิตร์, 2560) ระบุว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นระหว่างโรงเรียนและชุมชน (เการันต์ เหล็กดี และคณะ, 2568) ยืนยันว่าผู้บริหารโรงเรียนขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญในการสร้างกลไกการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน งานวิจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การสร้างนวัตกรรมการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการสร้างระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น เหมาะกับบริบทของโรงเรียนขนาดเล็ก ลดข้อจำกัดด้านทรัพยากร และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างครู ผู้ปกครอง นักเรียน และชุมชน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจร่วมและการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในทุกขั้นตอนของการบริหารและการพัฒนาการสร้างนวัตกรรมดังกล่าวยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนให้เกิดผลอย่างยั่งยืน สามารถนำไปปรับใช้ในระดับเขตพื้นที่และระดับนโยบายเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ (systematic change) รวมทั้งสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ นโยบาย และมาตรฐานการศึกษาซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงเรียนขนาดเล็ก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สามารถนำนวัตกรรมนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาโรงเรียนในสังกัดอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของ การศึกษาวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน” โดยมุ่งนำข้อค้นพบไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนในโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก รวมทั้งนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำรูปแบบการ

บริหารจัดการนี้ไปศึกษาต่อยอดและปรับใช้ในบริบทที่แตกต่างกัน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณธรรมอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างศักยภาพของโรงเรียนขนาดเล็กให้สามารถตอบสนองต่อความท้าทายของสังคมไทยยุคโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน

2. เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน

3. เพื่อประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน โดยมีฐานแนวคิดสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพการศึกษาในปัจจุบันจำเป็นต้องนำนวัตกรรมมาใช้ทั้งในการจัดการเรียนการสอนและบริหารสถานศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยจึงทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับแนวคิด และทฤษฎีนวัตกรรม การบริหารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนเป็นฐานทางวิชาการในการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริหาร การพัฒนาสถานศึกษาทุกระดับต้องอาศัยนวัตกรรมการบริหารเป็นกลไกสำคัญ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและสร้างความสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียน โดยเฉพาะโรงเรียนขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า นวัตกรรมการบริหารเริ่มจากการวิเคราะห์บริบทของโรงเรียนอย่างรอบด้าน และออกแบบกระบวนการบริหารที่ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับศักยภาพของบุคลากรและทรัพยากร (จิติมา วรรณศรี, 2563) การมีวิสัยทัศน์ด้านนวัตกรรมและการสร้างการมีส่วนร่วมของครูและบุคลากรช่วยให้การนำนวัตกรรมไปใช้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม (Drucker, 2014; Fullan, 2016; สุกัญญา แช่มช้อย, 2565)

สรุปแนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการนำนวัตกรรมการบริหารที่เหมาะสมกับบริบทมาใช้ในโรงเรียนขนาดเล็กสามารถยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาและสนับสนุนการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาสถานศึกษา โดย (จิติมา วรรณศรี, 2563) อธิบายว่า นวัตกรรมการบริหารเริ่มจากการวิเคราะห์บริบทของสถานศึกษาอย่างรอบด้าน และนำไปสู่การออกแบบกระบวนการบริหารที่มีความยืดหยุ่น สอดคล้องกับศักยภาพของบุคลากรและทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานศึกษา สอดคล้องกับ (สุกัญญา แช่มช้อย , 2565) ที่ชี้ว่าบทบาทของผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ด้านนวัตกรรมและสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของครูและบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นวัตกรรมการบริหารเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ในระดับสากล (Fullan, 2016) เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาอย่างยั่งยืนต้องอาศัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ ขณะที่ (Drucker, 2014) ระบุว่านวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารในการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรและการปรับตัวต่อข้อจำกัดด้านทรัพยากร จากแนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมการบริหารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสถานศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร จำเป็นต้องนำนวัตกรรมที่สอดคล้องกับบริบทมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาอย่างเหมาะสม

2. แนวคิดด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน การบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการศึกษา โดยเฉพาะในโรงเรียนขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชนครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ การวางแผนและกำหนดเป้าหมาย การตัดสินใจ การดำเนินงานและปฏิบัติ การรับผลประโยชน์ และการประเมินผลและติดตามผล ซึ่งช่วยสร้างความร่วมมือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาคุณธรรมและคุณลักษณะของผู้เรียนอย่างเหมาะสม (Arnstein, 1969; Bryson, 2018; Epstein, 2011; Pretty, 1995; ดวงเดือน วินิจฉัย, 2563; ธิญาดา ภัคธนาภิญโญ, 2565; วัลลี ธนะขว้าง และพัชรา เดชโฮม, 2566)

สรุป การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกด้านเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารโรงเรียนขนาดเล็กและสนับสนุนการพัฒนาคุณธรรมและคุณลักษณะของผู้เรียนอย่างยั่งยืน

ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการศึกษา โดยเฉพาะในโรงเรียนขนาดเล็กซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร (วัลลี ธนะขว้าง และพัชรา เดชโฮม, 2566) การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชนในกระบวนการบริหารตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล จะช่วยสร้างความร่วมมือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้เรียน (ธิญาดา ภัคธนาภิญโญ, 2565) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ (Arnstein, 1969) ที่เสนอว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องนำไปสู่การมีอำนาจร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมและความยั่งยืนในการพัฒนา ขณะที่ (Epstein, 2011) ชี้ว่าความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพการบริหารและการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบทผู้เรียน ในทำนองเดียวกัน (Bryson, 2018) และ (Pretty, 1995) เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วนช่วยเชื่อมโยงทรัพยากร ความรู้ และการแก้ไขปัญหาร่วมกันอย่างเป็นระบบ ในบริบทประเทศไทย นอกจากนี้ (ดวงเดือน วินิจฉัย, 2563) พบว่า พบว่าการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กโดยเปิดพื้นที่ให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทอย่างเป็นระบบ ช่วยสร้างความไว้วางใจ เสริมพลังอำนาจ และความต่อเนื่องในการสนับสนุนการจัดการศึกษา อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริหาร ครู และบุคลากรสามารถออกแบบกระบวนการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการของผู้เรียน

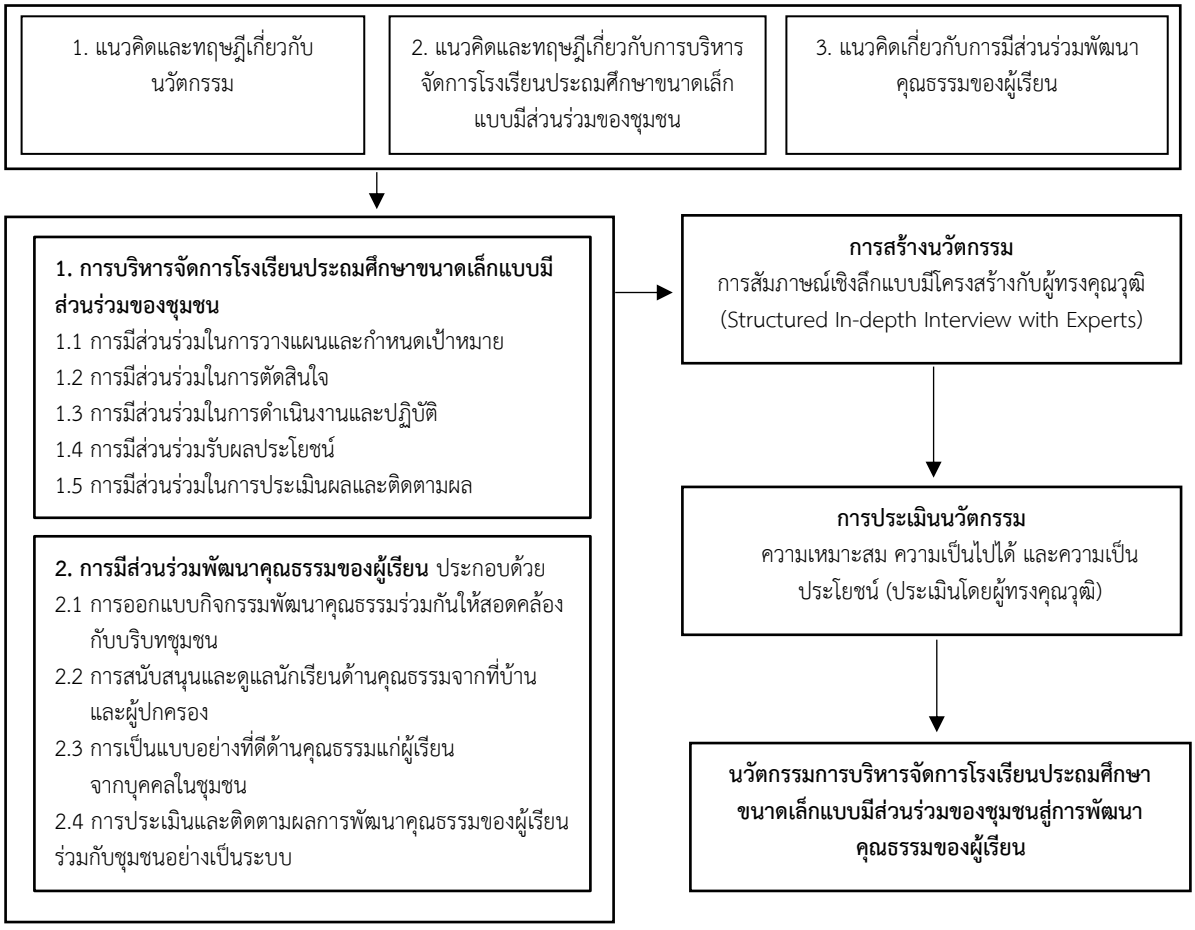
3. แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนถือเป็นนโยบายสำคัญในการจัดการศึกษา โดยสถานศึกษาควรบูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ในทุกกิจกรรมการเรียนรู้ พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน และการเป็นแบบอย่างที่ดีของครูและผู้บริหาร (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560; พระมหาอนันต์ องฺกุรสิริ, 2561) แนวคิดเชิงทฤษฎีชี้ว่าการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีความหมาย การสังเกตและการปฏิบัติจริง ตลอดจนการมีส่วนร่วมทางสังคมช่วยพัฒนาการคิดและการตัดสินใจเชิงศีลธรรม (Narvaez, 2022; Lickona, 1991) และความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาคุณธรรมเกิดผลอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (Berkowitz & Bier, 2005) จากการสังเคราะห์ พบว่าการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนครอบคลุม 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ การออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมร่วมกันให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน การสนับสนุนและดูแลนักเรียนจากครอบครัว การเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้เรียน และการประเมินและติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมร่วมกับชุมชนอย่างเป็นระบบ

สรุปแนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งการเรียนรู้ในสถานศึกษา การสนับสนุนจากครอบครัวและชุมชน และการสร้างแบบอย่างที่ดี เพื่อให้เกิดผลต่อคุณธรรมและคุณลักษณะของผู้เรียนอย่างเหมาะสมและยั่งยืน เป็นนโยบายสำคัญของการจัดการศึกษา โดย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560) กำหนดให้สถานศึกษาบูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ในทุกกิจกรรมการเรียนรู้ พร้อมกับการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน และการเป็นแบบอย่างที่ดีของครูและผู้บริหาร (พระมหาอนันต์ องฺกุรสิริ, 2561) เห็นว่าการพัฒนาคุณธรรมผู้เรียนต้องเชื่อมโยงการเรียนรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน

เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากการสังเกตและการปฏิบัติ (Narvaez, 2022) อธิบายว่า การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีความหมายและการมีส่วนร่วมทางสังคมช่วยพัฒนาการคิดและการตัดสินใจเชิงศีลธรรม ในเชิงทฤษฎี (Lickona, 1991) เสนอว่าการพัฒนาคุณธรรมต้องครอบคลุมทั้งการรู้คุณธรรมการยึดมั่นในคุณธรรม และการปฏิบัติคุณธรรม ขณะที่ (Berkowitz & Bier, 2005) ชี้ว่าความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาคุณธรรมผู้เรียนเกิดผลอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ (1) ตัวแปรนำเข้าซึ่งเป็นแนวคิดทางทฤษฎีด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (2) การมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน และ (3) การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ก่อนสรุปเป็นนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ดังรูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยรูปแบบผสานวิธีแบบพหุระยะ (Mixed Methods, Multi-phase) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน มีรายละเอียดดังรูป



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยฉบับนี้พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎีด้านนวัตกรรม การบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน โดยกำหนดให้การบริหารโรงเรียนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนดำเนินไปใน 5 ด้าน ได้แก่ การวางแผนและกำหนดเป้าหมาย การตัดสินใจ การดำเนินงานการรับผลประโยชน์ และการประเมินผลและติดตามผล ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยสร้างความร่วมมือและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมระหว่างโรงเรียนกับชุมชน และส่งผลต่อการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนผ่านการมีส่วนร่วม 4 ด้าน ได้แก่ การออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมร่วมกับชุมชน การสนับสนุนจากครอบครัวและผู้ปกครอง การเป็นแบบอย่างที่ดีจากบุคคลในชุมชน และการประเมินติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพัฒนานวัตกรรม และผ่านการประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ส่งผลให้ได้ “นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน” มีความเป็นระบบใช้ได้จริง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีพหุระยะ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ระยะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างรวม 324 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการหรือรักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการโรงเรียน และประธานคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ในพื้นที่ประจำเขตตรวจราชการที่ 3 และ 4 ซึ่งครอบคลุมจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ (Yamane, 1973) โดยตั้งค่าความคาดเคลื่อนที่ 5% และใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิอิงสัดส่วน (Proportional stratified random sampling) โดยชั้นภูมิแบ่งตามเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นสอดคล้องกับสัดส่วนประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ 2) สภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน จำนวน 5 ด้าน และการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน จำนวน 4 ด้าน 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย 1) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้จริง 2) ทดลองใช้เครื่องมือ (Try-out) โดยทดลองกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงและปรับปรุงข้อคำถามก่อนนำไปใช้จริง 3) หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ(Cronbach’s Alpha) (Cronbach, 1990) และค่าความเชื่อมั่นต้อง ≥ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) ส่งแบบสอบถามออนไลน์ 2) ติดตามผลตอบกลับ 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ร้อยละการจัดอันดับค่าเฉลี่ย

ระยะที่ 2 สร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลจากระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนานวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกใช้วิธี การเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาคุณลักษณะด้านความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) นัดหมายสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ 2) บันทึกข้อมูลตามแบบฟอร์ม 3) ตรวจสอบความถูกต้องของบันทึกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ขั้นตอนการดำเนินงานประกอบด้วย 1) วิเคราะห์ข้อมูลจากระยะที่ 1 เพื่อจัดทำ

ร่างแนวทางเบื้องต้น 2) จัดทำร่างแนวทางฉบับที่ 1 3) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ 4) นำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์และปรับปรุง เพื่อสร้างนวัตกรรมฉบับที่ 2 ที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ระยะที่ 3 ระยะนี้เป็นการประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาคุณลักษณะด้านความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของนวัตกรรมฉบับที่ 2 ใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเหมาะสม 2) ความเป็นไปได้ และ 3) ความเป็นประโยชน์ การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยส่งแบบประเมินและรับคำตอบผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิถูกนำมาวิเคราะห์ ปรับปรุง และสรุปผลเพื่อปรับเป็น นวัตกรรมนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ฉบับสมบูรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล 1) วิเคราะห์ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้ 2) ค่าเฉลี่ย 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4) การสรุปข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพเพื่อปรับปรุงนวัตกรรม ประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียน ด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน ประเมินนวัตกรรมในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) แบบสอบถาม (Questionnaire) 2) แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ (Structured In-depth Interview with Experts) และ 3) แบบประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของนวัตกรรม โดยแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Check List) ตอนที่ 2 ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (Index of Item–Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่า IOC สอดคล้องทั้งฉบับ เท่ากับ 1.0 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และ 3) การทดลองใช้เครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีของ (Cronbach, 1990) ซึ่งผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 ใช้แบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน โดยมีประเด็น คือ นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน มีความถูกต้องและครบถ้วนของขอบข่ายเนื้อหาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ในการนำไปใช้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก วิเคราะห์ข้อมูลใช้การพรรณนาวิเคราะห์ แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของ Likert (Likert, 1967) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวมและรายด้าน

สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย	4.68	0.42	มากที่สุด
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.30	0.65	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติ	4.45	0.58	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์	4.10	0.60	มาก
5. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลและติดตามผล	3.95	0.85	มาก
รวม	**4.30**	**0.69**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย และอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.42) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.58) และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.65) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลและติดตามผล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.3.95, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน โดยภาพรวมและ รายด้าน

สภาพปัจจุบันการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมร่วมกันให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน	4.05	0.59	มาก
2. ด้านการสนับสนุนและดูแลนักเรียนด้านคุณธรรมจากที่บ้านและผู้ปกครอง	4.20	0.55	มาก
3. ด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีด้านคุณธรรมแก่ผู้เรียนจากบุคคลในชุมชน	3.95	0.60	มาก
4. ด้านการประเมินและติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนร่วมกับชุมชนอย่างเป็นระบบ	3.60	0.70	มาก
รวม	**3.95**	**0.61**	**มาก**

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D.=0.61) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อยคือ การสนับสนุนและดูแลนักเรียนด้านคุณธรรมจากที่บ้านและผู้ปกครอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D.= 0.55) รองลงมา คือ การออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมร่วมกันให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D.= 0.59) และการเป็นแบบอย่างที่ดีด้านคุณธรรมแก่ผู้เรียนจากบุคคลในชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95, S.D.= 0.60) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการประเมินและติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนร่วมกับชุมชนอย่างเป็นระบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.60, S.D.= 0.70) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย มีแนวทางปฏิบัติ 5 ข้อ 2) ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีแนวทางปฏิบัติ 6 ข้อ 3) ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติ แนวทางปฏิบัติ 5 ข้อ 4) ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ แนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ และ5) ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล มีแนวทางปฏิบัติ 5 ข้อ ส่วนด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านการออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมร่วมกันให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน มีแนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ 2) ด้านการสนับสนุนและดูแลนักเรียนด้านคุณธรรมจากที่บ้านและผู้ปกครอง มีแนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ 3) ด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีด้านคุณธรรมแก่ผู้เรียนจากบุคคลในชุมชน มีแนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ และ4) ด้านการประเมินและติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนร่วมกับชุมชนอย่างเป็นระบบ มีแนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ รวมทั้งสิ้นมี 36 แนวทางปฏิบัติ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ผลการประเมิน พบว่า นวัตกรรมที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสามารถนำไปใช้ในได้จริงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน

นวัตกรรมการบริหาร	(n=9)								
	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน	4.48	0.45	มาก	4.42	0.55	มาก	4.45	0.40	มาก
2. ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน	4.35	0.48	มาก	4.38	0.60	มาก	4.42	0.42	มาก
รวม	**4.42**	**0.47**	**มาก**	**4.40**	**0.58**	**มาก**	**4.43**	**0.41**	**มาก**

จากตารางที่ 3 ผลจากการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.42, S.D.= 0.47) รองลงมาคือ ความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.43, S.D.= 0.41) และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.40, S.D.= 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน มีค่าเฉลี่ยด้านความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.48, S.D.= 0.45) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.35, S.D.= 0.48) ด้านความเป็นไปได้พบว่า ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.42, S.D.= 0.55) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.38, S.D.= 0.60) ส่วนด้านความเป็นประโยชน์ พบว่า ด้านการบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X}$=4.45, S.D.= 0.40) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.42, S.D.= 0.42) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย ซึ่งสะท้อนว่าโรงเรียนให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทตั้งแต่ขั้นต้นของการกำหนดทิศทางและนโยบาย รองลงมาคือด้านการดำเนินงานและการตัดสินใจ ส่วนด้านการประเมินและติดตามผลมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อาจเกิดจากข้อจำกัดด้านเวลาและระบบติดตามผลที่ยังไม่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (นิตยา มั่นพุ่ม และคณะ, 2566) และ(แสงเดือน อาจหาญ, 2560) ชี้ว่า การบริหารโรงเรียนขนาดเล็กจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อเปิดโอกาสให้ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบทั้งในด้านการวางแผนการเรียนการสอน การระดมทรัพยากร และการติดตามประเมินผล การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ครูและบุคคลในชุมชนช่วยสร้างความไว้วางใจ ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม และความต่อเนื่องในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ทำให้กระบวนการจัดการศึกษาเหมาะสมกับศักยภาพของโรงเรียนและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนได้อย่างยั่งยืน ในส่วนของการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณธรรมผู้เรียน พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การสนับสนุนจากครอบครัวและผู้ปกครอง ซึ่งสะท้อนถึงความร่วมมือระหว่างบ้านและโรงเรียน รองลงมาคือด้านการออกแบบกิจกรรมร่วมกับชุมชน และการเป็นแบบอย่างที่ดีด้านคุณธรรมจากบุคคลในชุมชน ขณะที่ด้านการประเมินและติดตามผลมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อาจเนื่องจากการขาดเครื่องมือและตัวชี้วัดด้านคุณธรรมที่ชัดเจนและเป็นระบบ (ปัณฑิตา บัวรัตน์, 2562; วัลลี ธนะขว้าง และพัชรา เดชโฮม, 2566) ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเชิงทฤษฎีของ (Arnstein, 1969) ที่เน้นว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอำนาจร่วมในการตัดสินใจ และสอดคล้องกับแนวคิดพัฒนาการทางศีลธรรมของ (Kohlberg, 1981) ที่ชี้ว่าการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนต้องอาศัยสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาคุณธรรมผู้เรียนอย่างยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ได้นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ผลการสร้างนวัตกรรมอยู่ในลักษณะของโมเดลการบริหารจัดการ ซึ่งประกอบด้วยภาพประกอบคำบรรยายที่อธิบายโครงสร้าง องค์ประกอบ และกระบวนการดำเนินงานของโมเดลอย่างเป็นลำดับขั้น ซึ่งสร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นสอดคล้องกันว่า นวัตกรรมดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน จำนวนทั้งสิ้น 36 แนวทางปฏิบัติ แบ่งออกเป็น 2 มิติหลัก ได้แก่ 1) มิติการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ครอบคลุม 5 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมาย ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลและติดตามผล เช่น การร่วมวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของโรงเรียนและชุมชน การจัดทำแผนประจำปีร่วมกับชุมชน การใช้ทรัพยากรบุคคลและวัสดุจากชุมชน และการจัดกลไกติดตามและรายงานผลอย่างเป็นระบบ 2) มิติการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ครอบคลุม 4 ด้าน คือ ด้านการออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมร่วมกันให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน ด้านการสนับสนุนและดูแลนักเรียนด้านคุณธรรมจากที่บ้านและผู้ปกครอง ด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีด้านคุณธรรมแก่ผู้เรียนจากบุคคลในชุมชน และด้านการประเมินและติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนร่วมกับชุมชนอย่าง

เป็นระบบ เช่น การกำหนดคุณธรรมเป้าหมายที่สอดคล้องกับค่านิยมท้องถิ่น การสร้างเครื่องมือประเมินที่เข้าใจง่าย การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) และการรายงานผลต่อผู้ปกครองและชุมชนอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด “บันไดการมีส่วนร่วม” ของ (Arnstein, 1969) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมในระดับลึกจะนำไปสู่การตัดสินใจร่วมและการกระจายอำนาจอย่างแท้จริง รวมทั้งสอดคล้องกับทฤษฎีการพัฒนาคุณธรรมของ (Kohlberg, 1981) ที่เน้นการเรียนรู้ทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาการตัดสินใจเชิงศีลธรรม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปัณฑิตา บัวรัตน์, 2562) และ (วัลลี ธนะขว้าง และพัชรา เดชโฮม, 2566) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมคุณธรรมของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม มีประโยชน์ นำไปใช้ได้จริง และช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลในการบริหารโรงเรียนและการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนได้อย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า นวัตกรรมการบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียน ที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ สามารถนำไปใช้จริงในการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปัณฑิตา บัวรัตน์, 2562) ที่ทำศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชนต่อการพัฒนาคุณธรรมผู้เรียน” ประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วัลลี ธนะขว้าง และ พัชรา เดชโฮม, 2566) ในงานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาคุณธรรมผู้เรียน” ที่ผลการประเมินด้านความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kohlberg, 1981) ที่เน้นการเรียนรู้ทางสังคมและเหตุผลทางศีลธรรมทำให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นเหมาะสมกับบริบทโรงเรียนขนาดเล็กและสามารถส่งเสริมคุณธรรมผู้เรียนได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลและติดตามผล มีระดับต่ำที่สุด จึงเสนอให้พัฒนาแนวทางการประเมินและติดตามผลแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก พร้อมทั้งนำไปใช้จริงโดยเปิดโอกาสให้ครู ผู้ปกครอง และชุมชนมีส่วนร่วม และได้รับการสนับสนุน กำกับ ติดตามจากผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัดอย่างเป็นระบบ หน่วยงานต้นสังกัดหรือเขตพื้นที่การศึกษา ควรส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ เพื่อพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนอย่างยั่งยืน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านการประเมินและติดตามผลการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนร่วมกับชุมชนอย่างเป็นระบบมีระดับต่ำที่สุด จึงเสนอให้มีการพัฒนาแนวทางการประเมินและติดตามผลที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน ควบคู่กับการนำไปใช้จริงโดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของครู ผู้ปกครอง และชุมชน และได้รับการสนับสนุน กำกับ ติดตามจากผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัดอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารสถานศึกษา ควรพัฒนานวัตกรรมการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาชุมชน บูรณาการการพัฒนาคุณธรรมของผู้เรียนในทุกกระบวนการบริหาร

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมายมีระดับสูง จึงเสนอให้ศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการมีส่วนร่วมนี้ในบริบทของโรงเรียนต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมให้สถานศึกษานำแนวทางดังกล่าวไปปฏิบัติจริง โดยเปิดโอกาสให้ครู ผู้ปกครอง และชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง และสนับสนุน กำกับ ติดตามจากผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัดอย่างเป็นระบบ ครูและบุคลากร

ทางการศึกษา ควรเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการจัดการเรียนรู้และกิจกรรมพัฒนาคุณธรรมผ่านการอบรม การนิเทศ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า นวัตกรรมที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก จึงเสนอให้มีการพัฒนาและศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลระยะยาวและการประยุกต์ใช้ในบริบทต่าง ๆ ของสถานศึกษา พร้อมทั้งนำไปใช้จริงเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการและกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมผู้เรียน โดยเปิดโอกาสให้ครู ผู้ปกครอง และชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม และสนับสนุน กำกับ ติดตามจากผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัดอย่างเป็นระบบ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนกิจกรรมและทรัพยากรของโรงเรียน เช่น กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น และการเป็นแบบอย่างด้านคุณธรรม เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเพื่อติดตามผลการใช้นวัตกรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนต่อพฤติกรรมคุณธรรมของผู้เรียนและความยั่งยืนของความร่วมมือ พร้อมปรับใช้จริงและสนับสนุนโดยผู้บริหารและหน่วยงานต้นสังกัด

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมในบริบทพื้นที่และภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อนำผลไปปรับใช้ในสถานศึกษาและประกอบการกำหนดนโยบาย

3. ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคของการนำนวัตกรรมไปใช้ เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานและสนับสนุนการบริหารของผู้บริหารและหน่วยงานต้นสังกัด

4. ควรพัฒนาและทดลองใช้นวัตกรรมแบบมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาคุณธรรมผู้เรียน พร้อมสร้างระบบสนับสนุน กำกับ และขยายผลโดยผู้บริหารและหน่วยงานต้นสังกัด

เอกสารอ้างอิง

กิตติศักดิ์ จันทอง และ กฤษกนก ดวงชาทม. (2566). แนวทางการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมนักเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุรินทร์ เขต 3. *วารสารวิชาการรัตนบุศย์*, *5*(1), 398–411.

เการันต์ เหล็กดี, สมฤทัย เตาจันทร์, และ ชวนคิด มะเสนะ. (2568). การสร้างความสัมพันธ์ของสถานศึกษากับชุมชนที่ยั่งยืนของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 4. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.)*, *7*(2), 302–318.

จิติมา วรรณศรี. (2563). *นวัตกรรมสู่การพัฒนาสถานศึกษา*. รัตนสุวรรณการพิมพ์.

ชนัญชิดา ทุมมานนท์, สุรศักดิ์ เก้าเอี้ยน, และ กนิษฐ์ ศรีเคลือบ. (2567). การพัฒนามาตรวัดความฉลาดทางคุณธรรมจริยธรรมตามหลักจิตวิทยาสำหรับเด็กและเยาวชนโดยใช้แบบวัดการตัดสินใจเชิงสถานการณ์. *วารสารการวัด ประเมินผล สถิติ และการวิจัยทางสังคมศาสตร์*, *5*(1), 16–38.

ชนันภรณ์ ใจเสาร์ดี. (2567). การใช้ Active Learning ในการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมของเยาวชนในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, *34*(1), 165–180.

ชูชาติ พ่วงสมจิตร์. (2560). การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ)*, *10*(2), 1342–1354.

ดวงเดือน วินิจฉัย. (2561). *การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].

ธิญาดา ภัคธนาภิญโญ. (2565). การบริหารแบบมีส่วนร่วมในสถานศึกษา. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการบริหารการศึกษา*, *1*(1), 1–9.

นิตยา มั่นพุ่ม, พิมผกา ธรรมสิทธิ์, และ วจี ปัญญาใส. (2566). แนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนขนาดเล็ก เมืองสุโขทัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น*, *5*(7), 103–117.

ปนัดดา จันตุ่ย. (2566). กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของนักเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 2. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *8*(6), 511–527.

ปัณฑิตา บัวรัตน์ และ ทัศนีย์ นาคคุณทรง. (2562). การบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมของชุมชน: ผลกระทบต่อพฤติกรรมและคุณธรรมผู้เรียน. *วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์*, *3*(1), 71–84.

พระครูวินัยธรวรวุฒิ เตชธมฺโม. (2567). การมีส่วนร่วมของชุมชนในบริบทโรงเรียนชนบท. *Journal of Exploration in Interdisciplinary Methodologies (JEIM)*, *1*(1), 43–53.

พระมหาอนันต์ องฺกุรสิริ. (2561). คุณธรรมจริยธรรมกับการพัฒนาผู้เรียนในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, *2*(2), 81–90.

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. (2542, 19 สิงหาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 116 ตอนที่ 74 ก. หน้า 1–19.

พุทธิพงษ์ สงวนนาม และ กาญจน์ เรืองมนตรี. (2566). ระบบการพัฒนาครูเพื่อเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมนักเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *8*(4), 425–445.

มานพ เกตุเมฆ, ศิธาชัย ศรีอุดม, และ เทิดศักดิ์ จันทร์อรุณ. (2568). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาที่โรงเรียนวังพิกุลวิทยศึกษา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก. *Journal of Dhamma for Life*, *31*(3), 152–165.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2560, 6 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก. หน้า 1–90.

วัลลี ธนะขว้าง และ พัชรา เดชโฮม. (2566). การบริหารแบบมีส่วนร่วมของโรงเรียนขนาดเล็กในเครือข่ายที่ 53 สำนักงานเขตภาษีเจริญ. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, *17*(3), 118–128.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. ผู้แต่ง.

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2565). *ผลการประเมินคุณธรรมของผู้เรียนระดับประถมศึกษา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565*. ผู้แต่ง.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *รายงานผลการประเมินสถานศึกษา*. ผู้แต่ง.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมไทย*. ผู้แต่ง.

สุกัญญา แช่มช้อย. (2565). *การบริหารวิชาการที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคพลิกผัน*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แสงเดือน อาจหาญ. (2560). กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, *11*(3), 86–94.

อัจฉราภินันท์ มาตุการุณ, จุฬารัตน์ วัฒนะ, และ พนิต เข็มทอง. (2566). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ทางการศึกษานอกระบบในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยใช้ทุนทางสังคมเป็นฐาน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางมะฝ่อ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *6*(3), 1304–1318.

Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, *35*(4), 216–224. https://doi.org/10.1080/01944366908977225

Berkowitz, M. W., & Bier, M. C. (2005). What works in character education: A research-driven guide for educators. *Journal of Research in Character Education*, *3*(1), 7–15.

Bryson, J. M. (2018). *Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement* (5th ed.). John Wiley & Sons.

Chong, C., & Tsubota, K. (2023). *The role of community engagement in student moral development*. Educational Research Press.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper & Row.

Drucker, P. F. (2014). *Management challenges for the 21st century*. HarperBusiness.

Epstein, J. L. (2011). *School, family, and community partnerships: Preparing educators and improving schools* (2nd ed.). Westview Press.

Fullan, M. (2016). *The new meaning of educational change* (5th ed.). Teachers College Press.

Kohlberg, L. (1981). *Essays on moral development: Vol. 1. The philosophy of moral development*. Harper & Row.

Lickona, T. (1991). *Educating for character: How our schools can teach respect and responsibility*. Bantam Books.

Likert, R. (1967). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Attitude theory and measurement* (p. 90). John Wiley & Sons.

Narvaez, D., Nucci, L., & Krettenauer, T. (Eds.). (2022). *Handbook of moral and character education* (2nd ed.). Routledge.

Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, *23*(8), 1247–1263. https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

Human Resource Management Strategies of Private Schools in the Digital Era

ประจักษ์ เอนกฤทธิ์มงคล[1] รักชนกชรินร์ พูลสุวรรณนธี[2] และวรรณรี ปานศิริ[3]

Prajak Anekritmongkol[1], Rakchanokcharin Poonsuwannatee[2] and Wannaree Pansiri[3]

[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: prajak.ane@rmutr.ac.th[1], Rakchanokcharin.poo@rmutr.ac.th[2], wannareepan@rmutr.ac.th[3]

Received: Dec. 8,2025**; Revised:** Jan. 30,2026**; Accepted:** Feb. 5,2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ ของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล 2) พัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล และ 3) ประเมินกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล วิจัยแบบผสานวิธี กลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา 350 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามภูมิภาค และผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารโรงเรียน และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 และประเด็นคำถามการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความต้องการจำเป็น และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชน พบว่า โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด และความต้องการจำเป็นของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการประเมินผลบุคลากร มีความต้องการจำเป็นสูงสุด รองลงมาคือด้านการพัฒนาบุคลากรและด้านการธำรงรักษาบุคคล ตามลำดับ 2) ผลการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT และตาราง TOWS ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก คือ 1 วางแผน สรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เหมาะสมกับยุคดิจิทัล 2 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีความพร้อมด้านดิจิทัล 3 พัฒนาระบบแพลตฟอร์มงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ 4 สร้างวัฒนธรรมองค์กรทางดิจิทัล ซึ่งมีแนวทางดำเนินการรวม 21 ข้อ และ 3) ผลการประเมินกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชน โดยการสนทนากลุ่มพบว่ามีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และทุกกลยุทธ์เป็นประโยชน์ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: กลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ยุคดิจิทัล

Abstract

The purposes of this study were 1) to analyze the current and desirable states of human resource management of private schools in the digital era, 2) develop human resource management strategies of private schools in the digital era, and 3) evaluate the human resource management strategies of private schools in the digital era. This research employed a mixed method. The sample for the quantitative research consisted of 350 administrators of general education private schools, selected by using stratified random sampling based on geographical regions. The key informants for the qualitative research were 9 school administrators and experts with experience in human resource management. The research instruments for data collection included a questionnaire with a reliability coefficient of 0.86 and focus group discussion. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, PNImodified, and content analysis.The findings revealed that 1) the overall current state of human resource management of private schools in the digital era as perceived by the school administrators, was at a moderate level. The overall desirable state of human resource management of private schools in the digital era was at the highest level. The priority needs for human resource management of private schools in the digital era, ranked from highest to lowest, were: personnel performance appraisal (highest need), followed by personnel development and personnel maintenance, respectively. 2) The developed human resource management strategies for private schools in the digital era by using SWOT and TOWS metrix consisted of four main strategies: (1) planning, recruitment, and selection of human resources appropriate for the digital era. (2) Developing human resources for digital readiness. (3) Developing the human resource management platform system, and (4) creating a digital organizational culture. These strategies encompass a total of 21 operational guidelines, and 3) the human resource management strategies of private schools by focus group discussion, were confirmed to possess accuracy, appropriateness, and feasibility, and were deemed highly beneficial for the human resource management of private schools in the digital era.

Keywords: Strategy, Human Resource Management, Digital Era

บทนำ

การศึกษาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างคน สร้างสังคมและสร้างชาติ และเป็นตัวขับเคลื่อน ในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ ในกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกในยุคดิจิทัล การศึกษามีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบของประเทศเพื่อการแข่งขันและยืนหยัดในเวทีโลกภายใต้ระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นพลวัต ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจึงให้ความสำคัญและทุ่มเทกับการพัฒนาการศึกษา เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ภูมิภาค และของโลก ควบคู่กับการธำรงรักษาอัตลักษณ์ของประเทศ ในส่วนของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษา การพัฒนาศักยภาพ และ ขีดความสามารถของคนไทยให้มีทักษะ ความรู้ความสามารถ และสมรรถนะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดงาน ตลอดจนการพัฒนาประเทศภายใต้แรงกดดันภายนอกจากกระแสโลกาภิวัตน์และแรงกดดันภายในประเทศที่เป็นปัญหาวิกฤติที่ประเทศต้องเผชิญเพื่อให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรมจริยธรรม และประเทศสามารถก้าวข้ามกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคตโดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษา ระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

สถานการณ์โลกปัจจุบันพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากรวดเร็วและเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Era) ซึ่งเป็นยุคที่พลโลกจะต้องก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่งเพื่อให้รู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในด้านต่าง ๆทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ที่ทำให้เกิดการแข่งขันด้านต่าง ๆ (เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ, 2561) การที่เทคโนโลยีดิจิทัลกลับกลายเป็นตัวแปรหลักที่ทำให้เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ต้องหมุนตัวตามอย่างรวดเร็ว รวมถึงการศึกษาก็เช่นเดียวกัน การศึกษาเอกชนจะสามารถอยู่ได้ต้องปรับเปลี่ยนตัวเองให้สอดคล้องกับยุคสมัย การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ “การพัฒนาคน”ให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้มีการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคดิจิทัล ซึ่งมีสิ่งที่สำคัญที่สุดคือทักษะการเรียนรู้ และการเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพของคน โดยการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มาประยุกต์ใช้ทั้งในเชิงระบบและโครงสร้างของสังคมไทยให้มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรปฏิบัติหน้าที่โดยยึดการบริหารในด้านคุณภาพผู้เรียนเป็นสำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558)

โรงเรียนเอกชนเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการศึกษาของไทยนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันการที่โรงเรียนเอกชนจะสามารถอยู่รอดได้ในปัจจุบันต้องมีการเปลี่ยนแปลงองค์กร เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน แต่สภาพปัญหาที่พบในโรงเรียนเอกชนในปัจจุบันจะมีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ การลาออกของครูผู้สอนและมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อการลาออกครู ซึ่งการเปลี่ยนครูบ่อย ทำให้โรงเรียนเสียโอกาสในหลายด้าน เช่น ต้นทุนที่ใช้ไปในการพัฒนาครู ต้นทุนที่ต้องเสียไปในการพัฒนาครูใหม่ ความรู้สะสมที่ขาดหายไปกับครูเก่า สำหรับคนใหม่ โรงเรียนมีความเสี่ยงในการศึกษาพฤติกรรมของครูใหม่ที่มีต่อเด็ก ทำให้นักเรียนไม่มีความต่อเนื่องในการเรียนการสอน ล้วนเป็นผลเสียจากการเปลี่ยนครูทั้งสิ้น การเปลี่ยนครูหรืออัตราการย้ายออกของครูที่เกิดขึ้นบ่อย สืบเนื่องมาจากปัญหาในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนได้รับผลกระทบจากการที่รัฐบาลไม่มีแผนการเรียกบรรจุที่แน่นอน และไม่สามารถบริหารงานด้านบุคลากรล่วงหน้าได้ ทำให้เมื่อเปิดรับสมัครสอบคัดเลือกจะขึ้นบัญชีไว้ เมื่อเรียกจะเรียกทันทีโดยแจ้งล่วงเพียงไม่ถึงหนึ่งสัปดาห์และเรียกบรรจุระหว่างภาคการศึกษา ทำให้ครูที่สมัครสอบไม่มาทำการสอนในวันสมัครสอบและช่วงวันที่มีการสอบ ครูที่สอบแข่งขันจะลาออกจากโรงเรียนเอกชนกะทันหันเพื่อไปสอบเป็นข้าราชการครู ทั้ง ๆ ที่อยู่ในภาคการศึกษา ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนเอกชนเพราะโรงเรียนไม่สามารถหาครูใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ ครูและบุคลากรของโรงเรียนเอกชนยังได้รับการพัฒนาไม่เท่าเทียมกับโรงเรียนของภาครัฐ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอน เนื่องจากทำให้ขาดความต่อเนื่องในการจัดการเรียนการสอน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ดังนั้นคุณภาพของบุคลากรนับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำพาโรงเรียนเอกชนไปสู่เป้าหมายได้ในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติที่มีคุณภาพ จึงควรมีกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนเอกชน มีกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อการมุ่งรักษาคนดี ส่งเสริมคนเก่ง และพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล เพื่อที่จะพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล อันจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ผู้กำหนดนโยบาย ให้ได้แนวทางในการพัฒนาโรงเรียนและการศึกษาเอกชนในภาพรวม และยังส่งผลถึงผู้เรียน ผู้ปกครอง สังคมและประเทศในอนาคตในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และเหมาะสมต่อความต้องการของตนเอง และที่สำคัญคือช่วยในการลดภาระงบประมาณแผ่นดินในการจัดการศึกษาซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล
3. เพื่อประเมินกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล 5 ด้าน ประกอบด้วย การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและการคัดเลือก การธำรงรักษาบุคคล การประเมินผลบุคลากร และการพัฒนาบุคลากร

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในวิจัย คือ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา จำนวน 3,758 คน กำหนดมาจากตัวแทนผู้บริหารโรงเรียนเอกชนโรงเรียนละ 1 คน ซึ่งมีจำนวน 3,758 โรงเรียน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในภาคเรียนที่ 1

ปีการศึกษา 2567

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา จากโรงเรียนเอกชน 350 โรงเรียน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 350 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970) และทำการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) มีขั้นตอนดังนี้

1) แบ่งกลุ่มโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาตามภูมิภาค 6 ภูมิภาค ได้แก่ 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลาง 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5) ภาคตะวันตก และ 6) ภาคใต้

2) สุ่มจำนวนโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาในแต่ละภูมิภาค

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 9 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในประเทศไทย ทั้ง 6 ภูมิภาค คือ 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลาง 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5) ภาคตะวันตก และ 6) ภาคใต้

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้กำหนดระยะเวลาเวลาในการทำวิจัยเดือน มกราคม 2567 ถึง เดือนตุลาคม 2568

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการจัดการจัดสรรทรัพยากรบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังที่วิชัย โถสุวรรณจินดา (2556) มีแนวคิดว่า บุคลากรในองค์กรเป็นทรัพยากรประเภทหนึ่งขององค์กรที่ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ มอบรางวัล ให้ค่าตอบแทน และจัดให้มีสวัสดิการ การบริหารงานจึงต้องเน้นการดึงและพัฒนาศักยภาพของบุคคลมาใช้ให้เหมาะกับงาน ให้คำแนะนำและพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในกำหนดกลยุทธ์ มุ่งพัฒนา เสริมสร้าง และกระตุ้นให้บุคคลเกิดความรัก ความศรัทธา และมุ่งมั่นทุ่มเททำงานให้กับองค์กร สนับสนุนให้บุคลากรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดที่สร้างสรรค์อันก่อให้เกิดนวัตกรรมซึ่งเป็นกำลังผลักดันและสร้างเสริมความเข้มแข็งให้องค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของวรวลัญช์ ภัทรเรืองอนันต์ (2565) มีแนวคิดว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีความสำคัญในการช่วยสร้างความเจริญเติบโตมั่นคงให้แก่องค์กร ช่วยสร้างขวัญกำลังใจให้กับบุคลากรในการปฏิบัติงานและเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรใส่ใจที่จะเสริมทักษะ ความรู้ความสามารถเสริมศักยภาพในการปฏิบัติงานของตนเอง และยังช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่สังคมและประเทศชาติ นอกจากนี้ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

นวพร กาญจนศรี, ชญาพิมพ์ อุสาโห, และสืบสกุล นรินทรางกูร ณ อยุธยา (2563) กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับบุคคลตั้งแต่การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือกบุคคลตามคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงาน การพัฒนาให้ความรู้ความสามารถ การบำรุงขวัญกำลังใจเพื่อให้บุคคลทุ่มเทความรู้ ความสามารถอย่างเต็มที่ให้แก่หน่วยงาน การดำเนินการทางวิธีตลอดจนการให้บุคคลพ้นจากงานไม่ว่าจะเป็นกรณีใด ๆ

Dessler (2013) ให้ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไว้ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง นโยบายและการบริหารจัดการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องดำเนินการให้สำเร็จ ซึ่งครอบคลุมเรื่องการวิเคราะห์งาน การวางแผนกำลังคน การสรรหาผู้สมัคร การคัดเลือกผู้สมัคร การปฐมนิเทศและฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจัดทำค่าจ้างและเงินเดือน การจัดเตรียมสิ่งจูงใจและประโยชน์เกื้อกูล และการสื่อสาร

Islami et al. (2020) ให้ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกันในการจัดการสินทรัพย์ที่มีค่าที่สุดขององค์กร ซึ่งก็คือพนักงาน ทั้งที่มีส่วนร่วมรายบุคคลและร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร บทบาทการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์องค์กรถือเป็นตัวบ่งชี้ในการบรรลุความยั่งยืนในระยะยาวในเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร

สรุปได้ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์กรในกิจกรรมทั้งปวงที่จะทำให้ปัจจัยด้านบุคคล อันเป็นทรัพยากรมนุษย์กระบวนการวางแผนกำลังคน การสรรหาและการคัดเลือก การธำรงรักษาบุคคล การประเมินผลบุคลากร รวมถึงการพัฒนาบุคลากร

แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

Budhwar and Malik (2022) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีซึ่งมาทำให้รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรมีความสะดวกรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้นจากเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น เทคโนโลยีการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์หรือการเก็บข้อมูลแบบคลาวด์ (Cloud Storage) ปัจจุบันมีเทคโนโลยีแหล่งเก็บข้อมูลแบบออนไลน์หรือเรียกว่าแบบคลาวด์ ซึ่งสมัยก่อนที่เรียกกัน ว่าเว็บฝากไฟล์เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้พื้นที่แบบออนไลน์ เนื่องจากมีข้อดีหลายประการได้แก่ข้อมูลไม่เกิดการสูญหายหรือถูกโจรกรรม สามารถกำหนดให้เป็นแบบส่วนตัวหรือสาธารณะได้ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคม (Social Media) ปัจจุบันช่องทางสื่อสารออนไลน์ด้วย โปรแกรมประยุกต์แบบสื่อสังคมสามารถเลือกใช้ได้หลายช่องทาง เช่น เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ ไลน์ (Line) หรือโปรแกรมประยุกต์อื่น ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายนอกจากค่าบริการอินเตอร์เน็ต ดังนั้นฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ จึงควรรณรงค์ให้บุคลากรใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารหรือแจ้งข่าวสารใด ๆ ในองค์การ เทคโนโลยีเหล่านี้ทำ ให้สามารถสื่อสารกันได้ แบบทันที (Real-Time) ช่วยให้สื่อสารได้รวดเร็วและเข้าถึงบุคลากรทุกคนได้ง่ายขึ้น บุคลากร ทุกคนในองค์การจึงต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา การใช้การประชุมทางวีดีทัศน์หรือการประชุมทางไกล (Video Conference) ระบบการประชุมทางวีดีทัศน์เป็นการนำเทคโนโลยีสาขาต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องโทรทัศน์และ ระบบสื่อสารโทรคมนาคมมาผสมผสานกัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้บุคลากรที่อยู่ต่างสถานที่สามารถประชุม ร่วมกันได้ทุกเวลา ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเห็นภาพ และข้อความต่าง ๆ เพื่ออภิปรายร่วมกันได้เสมือนอยู่ห้องเดียวกัน สามารถแบ่งปันงานต่าง ๆ ในแต่ละจุดให้เห็นแสดงความคิดเห็นได้ ทำให้การประชุมมีประสิทธิภาพ และที่ทำงานแบบดิจิทัล (Digital Workplace) เป้าหมายสำคัญขององค์การที่ต้องการให้มีสถานที่ทำงานยุคใหม่หรือที่เรียกว่าที่ทำงานแบบดิจิทัล คือ ต้องการปรับปรุงรูปแบบการทำงานภายในองค์การให้เป็นดิจิทัลเต็มรูปแบบเพื่อช่วยให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้นขณะเดียวกันก็ทันต่อการแข่งขันที่รวดเร็วในโลกดิจิทัล (Choi & Ruona, 2010)

Riinawati and Noor (2024) ได้ศึกษากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลของโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กล่าวว่าปัจจัยที่สำคัญหลายประการที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดการยอมรับและนำนวัตกรรมการศึกษาดิจิทัลมา

ใช้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้อย่างประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย การพัฒนาบุคลากรอย่างเข้มข้น มุ่งเน้นการยกระดับทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skills) ของบุคลากร การสร้างวัฒนธรรมความร่วมมือเพื่อกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างสรรค์นวัตกรรมร่วมกันระหว่างบุคลากร จัดให้มีระบบสนับสนุนทางเทคนิคที่เข้มแข็งเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ครูผู้สอนในการเผชิญกับความท้าทายด้านเทคโนโลยี ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์ในการกำหนดทิศทางและสนับสนุนการปฏิบัติงานที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และกำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ที่เกื้อหนุนเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร สอดคล้องกับ Ilahi et al. (2025) ที่ได้ศึกษาวิจัยพบว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในสถานศึกษายุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การจ้างงาน แต่เป็นการปรับเปลี่ยนระบบนิเวศการทำงานทั้งหมดผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในกระบวนการหลักของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ดังนี้ ด้านการสรรหาและคัดเลือก (Recruitment) ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเข้าถึงบุคลากรที่มีศักยภาพ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (Training) เปลี่ยนผ่านสู่การเรียนรู้ผ่านระบบ LMS (Learning Management System) เพื่อความยืดหยุ่นและต่อเนื่อง ส่วนด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ให้นำระบบ Human Resource Information System มาใช้เพื่อความแม่นยำและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

โดยสรุปแล้วการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลของโรงเรียนเอกชนนั้นบุคลากรสามารถทำงานได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนต้องทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารสามารถทำงานได้ไม่ว่าอยู่ที่ไหน เมื่อไรเป็นการทำงานแบบยืดหยุ่น อีกทั้งเทคโนโลยีซึ่งเข้ามาช่วยแบ่งเบาการทำงานและทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิดการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) และ TOWS Metrix

การพิจารณาถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์การเพื่อหาแนวทางขจัดจุดอ่อนเหล่านั้น ซึ่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการบรรลุเป้าหมายขององค์การ ผู้บริหารองค์การต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การ ทั้งนี้เพื่อให้องค์การสามารถตอบสนองต่อโอกาสที่เอื้ออำนวย อุปสรรค และแผนในอนาคตที่มีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมและสภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์โดยวิธี SWOT analysis เป็นแนวทางการขจัดจุดอ่อนในองค์การและเพิ่มจุดแข็งเพื่อที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ Humphrey (2005) กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กร หรือโครงการซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจาก สภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร นอกจากนี้ เนตร์พัณณา ยาวิราช (2553) ได้สรุปไว้ว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ (SWOT analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การและภายนอกองค์การเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การ ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทำให้ทราบโอกาส และอุปสรรคขององค์การ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเป็นกระบวนการขั้นแรกของการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่สำคัญ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะทำให้องค์การได้รับผลสำเร็จในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

การจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix ในกระบวนการประเมินสภาพแวดล้อม ด้วยการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยการใช้รูปแบบความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ ในรูปแบบของตารางที่เรียกว่า ทาวส์เมทริกซ์ (TOWS matrix) ซึ่งทาวส์เมทริกซ์นั้นมีลักษณะเป็นตารางการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้มาจากขั้นตอนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วนามาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ เนตร์พัณณา ยาวิราช (2553) ได้สรุปไว้ว่า การวิเคราะห์ TOWS matrix คือ การจับคู่ของหัวข้อของ SWOT เพื่อกำหนดกลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกได้ 4 ประการ (four alternative strategies) คือ

1. กลยุทธ์ SO หมายถึง องค์กรมีจุดแข็งและมีโอกาสในการเจริญเติบโตได้อีกทำให้องค์กรสามารถขยายการลงทุนเพิ่มได้อีก เพิ่มการผลิต ขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นตามโอกาสที่เอื้ออำนวย สามารถใช้กลยุทธ์เชิงรุก (proactive strategy)

2. กลยุทธ์ ST หมายถึง องค์กรมีจุดแข็งแต่มีอุปสรรคจากคู่แข่งขัน หรือปัจจัยอื่น ๆ องค์กรจึงควรหลีกเลี่ยงอุปสรรค อาจหันไปจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่นแทน โดยใช้กลยุทธ์ Blue Ocean Strategy

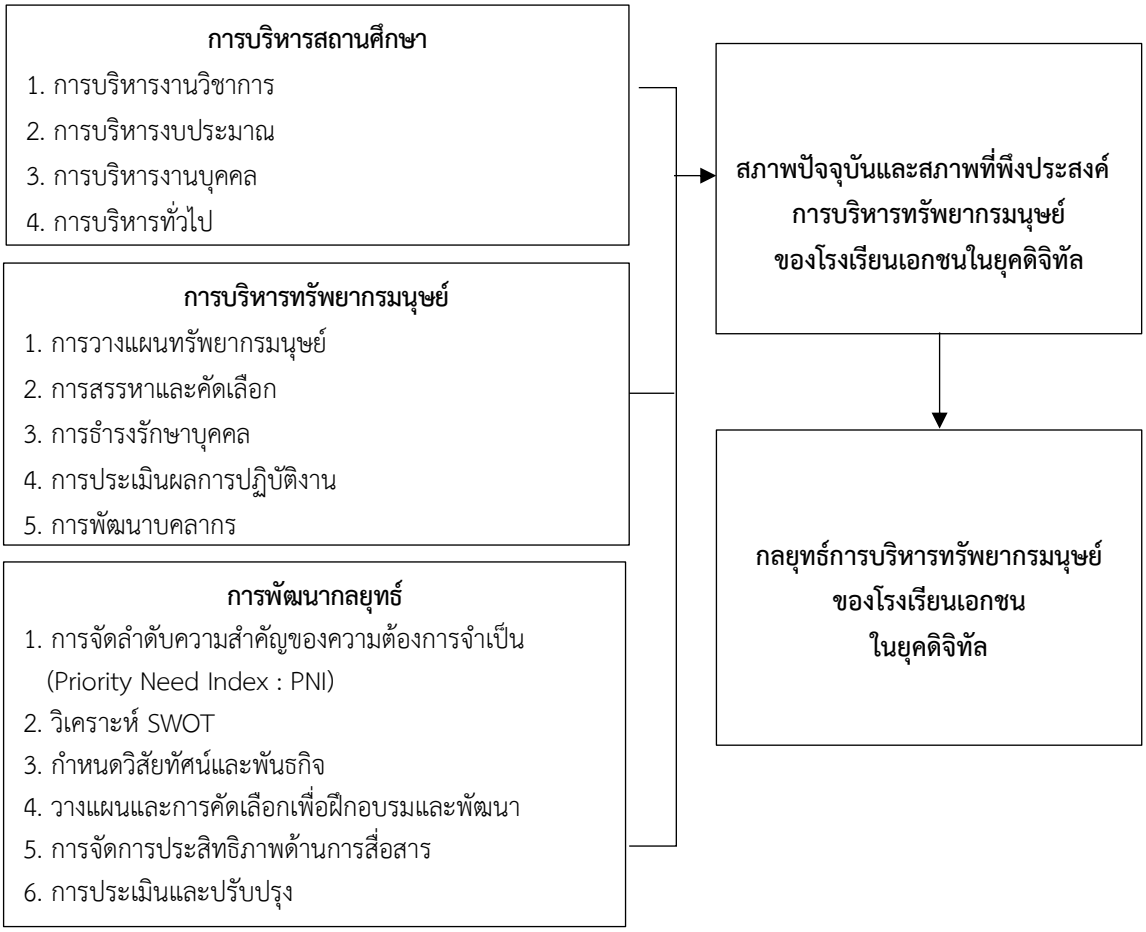
3. กลยุทธ์ WO หมายถึง องค์กรมีจุดอ่อนแต่มีโอกาสที่เอื้ออำนวยในองค์กร เช่น ขาดเงินทุนหรือขาดความเชี่ยวชาญในการผลิต หรืออาจมีจุดอ่อนอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถคงอยู่ได้ องค์กรควรค้นหาวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือช่องทางในการทาองค์กรอยู่มากอาจแสวงหาความร่วมมือกับองค์การอื่นเพื่อเสริมจุดอ่อนให้ดีขึ้น (strategic alliance)

4. กลยุทธ์ WT เป็นสภาวการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เพราะนอกจากองค์กรจะมีจุดอ่อนในตนเองแล้วยังมีอุปสรรคในการดำเนินองค์กรด้วย จึงควรพิจารณาเลิกกิจการหรือแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่นสามารถใช้กลยุทธ์ตั้งรับ (defender strategy)

สรุปได้ว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยวิธีการ SWOT และ TOWS Metrix เป็นเทคนิคที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ให้มีความเหมาะสมกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคซึ่งเป็นบริบทขององค์กรหรือสถานศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้สังเคราะห์กรอบแนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์ของ Kotler and Murphy (1981); Certo and Peter (1991); Humphrey (2005) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์กร (SWOT Analysis) นโยบายประเทศเรื่องดิจิทัลและบริบทการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน โดยในการพัฒนากลยุทธ์โดยใช้วิธี *Priority Needs Index* (*PNI*) ของ นงลักษณ์ วิรัชชัย และ สุวิมล ว่องวาณิช (สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในประเทศไทย จำนวน 3,758 คน กำหนดจากตัวแทนผู้บริหารโรงเรียนเอกชนโรงเรียนละ 1 คน ซึ่งมีจำนวน 3,758 โรงเรียน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในประเทศไทย จากโรงเรียนเอกชน 350 โรงเรียน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 350 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970) และใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) มีขั้นตอนดังนี้

1. แบ่งกลุ่มโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาตามภูมิภาค 6 ภูมิภาค ได้แก่ 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลาง 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5) ภาคตะวันตก และ 6) ภาคใต้

2. สุ่มจำนวนโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาในแต่ละภูมิภาค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน และขนาดของสถานศึกษา

ส่วนที่ 2 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของสภาพการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล 5 ด้าน คือ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและการคัดเลือก การธำรงรักษาบุคคล การประเมินผลบุคลากร และการพัฒนาบุคลากร ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบทั้งสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของสภาพการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale)

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีขั้นตอนการสร้างและการพัฒนา ดังนี้ (Lee, 2010)

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่สังเคราะห์ได้ โดยใช้นิยามคำศัพท์เฉพาะตามตัวแปรที่ศึกษาเป็นหลักในการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมตรวจสอบความถูกต้องและความชัดเจนในตัวคำถามและภาษาที่ใช้และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) แล้วนำผลการพิจารณามาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

5. ปรับปรุงภาษาที่ใช้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับผู้บริหารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (reliability) ตามวิธีของ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.86

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าดัชนีความต้องการจำเป็น (Priority Need Index--PNI) โดยวิธี $PNI_{modified}$

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

ขั้นตอนการสร้างกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT และใช้เทคนิค TOWS Matrix โดยดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยนำผลการศึกษาจากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์ SWOT Analysis นำข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน เพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยมีเทคนิคในการวิเคราะห์ SWOT

2. พิจารณาความเหมาะสมแล้วตัดสินใจ นำประเด็นทั้ง 4 คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม มาใช้ทุกประเด็นเรียงอันดับตามค่าดัชนี $PNI_{modified}$ และใช้เทคนิค TOWS Matrix

3. จัดทำร่างกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

การดำเนินการวิจัยในขั้นที่ 3 นี้ เป็นการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และด้านประโยชน์ของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยใช้การจัดกลุ่มสนทนา (Focus group discussion) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดทำแผนกลยุทธ์ จำนวน 3 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์จำนวน 3 ท่าน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เพื่อตรวจสอบร่างกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปีการศึกษา 2567 จำนวน 9 คนมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้ 1) เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 3 ท่าน 2) เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดทำแผนกลยุทธ์ จำนวน 3 ท่าน และ 3) เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มจะเป็นประเด็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ ความเหมาะสม ความถูกต้อง และด้านประโยชน์ ของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

การเก็บรวมรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสอบถามความคิดเห็น ผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)ตามประเด็นคือ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสม ความถูกต้อง และด้านประโยชน์ ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยสรุปประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับความเป็นไปได้ ความเหมาะสม ความถูกต้อง และด้านประโยชน์ของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล แสดงดังตารางที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบัน (D) สภาพที่พึงประสงค์ (I) และความต้องการจำเป็น (PNI modified) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล	สภาพปัจจุบัน (D)			สภาพที่พึงประสงค์ (I)			PNI	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล		
1. การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	3.47	0.19	ปานกลาง	4.49	0.32	มาก	0.2950	5
2. การสรรหาและการคัดเลือก	3.44	0.21	ปานกลาง	4.50	0.34	มาก	0.3086	4
3. การธำรงรักษาบุคคล	3.35	0.18	ปานกลาง	4.56	0.26	มากที่สุด	0.3588	3
4. การประเมินผลบุคลากร	3.11	0.33	ปานกลาง	4.60	0.19	มากที่สุด	0.4771	1
5. การพัฒนาบุคลากร	3.24	0.28	ปานกลาง	4.65	0.20	มากที่สุด	0.4371	2
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.32**	**0.13**	**ปานกลาง**	**4.56**	**0.19**	**มากที่สุด**	**0.3725**	

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.32, S.D. = 0.13) พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X}$ = 3.47, S.D. = 0.19) รองลงมา คือ ด้านการสรรหาและการคัดเลือก ($\bar{X}$ = 3.44, S.D. = 0.21) ด้านการธำรงรักษาบุคคล ($\bar{X}$ = 3.35, S.D. = 0.18) ด้านการพัฒนาบุคลากร ($\bar{X}$ = 3.24, S.D. = 0.28) และ ด้านการประเมินผลบุคลากร ($\bar{X}$ = 3.11, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการพัฒนาบุคลากร อยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.20) รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลบุคลากร อยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.19) ด้านการธำรงรักษาบุคคล ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.26) ด้านการสรรหาและคัดเลือก ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.34) และด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ อยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.49, S.D. = 0.32) ตามลำดับ

สำหรับความต้องการจำเป็นของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล เรียงตามลำดับค่า $PNI_{modified}$ ที่มีค่าสูงสุดและน้อยกว่าลงไปตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ ด้านการประเมินผลบุคลากร ($PNI_{modified}$ = 0.4771) ลำดับที่ 2 คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ($PNI_{modified}$ = 0.4371) ลำดับที่ 3 คือ ด้านการธำรงรักษาบุคคล ($PNI_{modified}$ =.0.3588)

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาทำการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS เมตริกซ์ เพื่อสร้างกลยุทธ์บริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลักและแนวทางการดำเนินงาน 21 ข้อ โดยกลยุทธ์หลักดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 วางแผน สรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เหมาะสมกับยุคดิจิทัลมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1. สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการจัด การเรียนรู้ในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน

2. สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความมุ่งมั่นและทุ่มเทพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอในการตอบสนองต่อความต้องการของการเรียนรู้ที่มีหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดของผู้เรียนในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

3. สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการใช้สื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีในกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเหมาะสม

4. สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีทักษะในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้และประสบการณ์ในวิชาชีพเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนรายบุคคล

5. สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีทักษะการวิพากษ์ตนเองและทักษะ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในการเรียนรู้ปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถแบ่งปันความรู้ที่ตนเองเชี่ยวชาญและทักษะทางด้านดิจิทัลให้กับเพื่อนร่วมงาน

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีความพร้อมด้านดิจิทัล มีแนวทางดำเนินการดังนี้

1. สำรวจความพร้อมของบุคลากรจากจำนวนทั้งหมด ในการจัดการเรียนสอนในยุคดิจิทัลและความพร้อมของทักษะทางด้าน Digital Literacy ที่จะนำมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนสอน

2. จัดอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอจากวิทยากรทั้งภายในและภายนอก

3. กำกับ ดูแลและติดตามการพัฒนา ทักษะด้านการใช้อุปกรณ์ดิจิทัลของบุคลากรในการปฏิบัติงานจริง

4. ประเมินและสรุปแนวทางในการปฏิบัติงานที่เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพและทักษะของตนเองในการประยุกต์ ใช้เทคโนโลยีต่างๆ และตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพในการจัดการเรียนการสอนที่มามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลาย หลายของผู้เรียนในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

6. มีการสร้างเครือข่ายจากภายในและภายนอก เพื่อให้บุคลากรแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะจากความหลากหลายเพื่อเปิดมุมมองของบุคลากรต่อ การพัฒนางานและพัฒนาผู้เรียนให้สอดคล้องกับความหลากหลายทางอาชีพในยุคดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบแพลตฟอร์มงานบริหารทรัพยากรมนุษย์

โรงเรียนต้องมีการพัฒนาระบบแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ ในการดำเนินงานทั้ง 5 องค์ประกอบคือ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและการคัดเลือก การธำรงรักษาบุคคล การประเมินผลบุคลากร และการพัฒนาบุคลากร โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร (Administrative Information System) ระบบนี้ช่วยให้การสืบค้นข้อมูลบุคลากรและการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลได้สะดวกขึ้น ผู้บริหารสามารถจัดทำรายงานสรุป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเอื้อต่อการใช้เชิงนโยบายมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 5 ด้าน มีรูปแบบรายงานที่หลากหลายเช่น กราฟ แผนภาพหรือแดชบอร์ดแบบเรียลไทม์ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้ง่ายและแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งควรพัฒนาให้สามารถส่งออกข้อมูลในรูปแบบมาตรฐาน (เช่น Excel หรือ PDF) เพื่อนำไปใช้ต่อได้สะดวก

2. พัฒนาระบบการลาและการลงเวลาปฏิบัติงาน (Leave and Time Attendance System) เพื่อช่วยลดขั้นตอนการลาที่เคยทำด้วยเอกสาร และให้สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ ควรพัฒนาระบบให้รองรับการแจ้งเตือนแบบเรียลไทม์ และให้ผู้บริหารสามารถอนุมัติการลาผ่านแพลตฟอร์มโดยตรง อีกทั้งควรเชื่อมโยงระบบการลากับการบันทึกเวลาปฏิบัติงานเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและลดความซ้ำซ้อนในการบันทึก

3. พัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal System) กำหนดตัวชี้วัดสะท้อนการปฏิบัติงานจริง มีระบบติดตามความก้าวหน้าเป็นระยะ บุคลากร สามารถบันทึกหลักฐานหรือกิจกรรมเพิ่มเติมในระบบได้ด้วยตนเอง เพื่อสร้างความยุติธรรมและสะท้อนผลงานที่แท้จริง

4. พัฒนาระบบส่งเสริมยกย่องเชิดชูเกียรติ (Teacher Recognition System) เน้นความโปร่งใส กำหนดเกณฑ์อย่างชัดเจน เช่น กำหนดตัวชี้วัดและกระบวนการคัดเลือกที่สามารถตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ครูและบุคลากร เปิดโอกาสให้ผู้เรียนและผู้ปกครองสามารถเสนอรายชื่อได้เพื่อให้การยกย่องมีความหมายในเชิงสังคมมากขึ้น อีกทั้งควรบันทึกประวัติการได้รับรางวัลไว้ในระบบดิจิทัล เพื่อเป็นหลักฐานการพัฒนาทางวิชาชีพของครูในระยะยาว

5. พัฒนาระบบ PORTFOLIO สำหรับเก็บหลักฐานผลงานและการพัฒนาวิชาชีพ และให้มีการเชื่อมโยงข้อมูลอัตโนมัติจากระบบ เช่น ข้อมูลการอบรม ผลงานวิจัย หรือการเข้าร่วมกิจกรรมวิชาการ มีฟังก์ชันจัดหมวดหมู่เอกสารและออกแบบให้ใช้งานง่าย โดยเฉพาะสำหรับครูที่ไม่ถนัดเทคโนโลยี พร้อมทั้งมีคู่มือการใช้งานที่ชัดเจน

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างวัฒนธรรมองค์กรทางดิจิทัล มีแนวทางดำเนินการดังนี้

1. ผู้บริหารมีการตัดสินใจในการกำหนดทิศทางดิจิทัลของโรงเรียน
2. สร้างวัฒนธรรมการทำงานและบรรยากาศการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแพร่หลาย
3. สร้างแรงบันดาลใจและเชื่อมโยงวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน
4. สื่อสารสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรในโรงเรียนและสร้างแรงจูงใจให้สามารถปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ดิจิทัลได้
5. ยกย่อง เชิดชูเกียรติบุคลากรที่ประสบความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการประเมินกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล พบว่า กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชน มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และทุกกลยุทธ์เป็นประโยชน์ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด และความต้องการจำเป็นของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการประเมินผลบุคลากร มีความต้องการจำเป็นสูงสุด รองลงมาคือด้านการพัฒนาบุคลากรและด้านการธำรงรักษาบุคคล ทั้งนี้จะเห็นว่าโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลมีความประสงค์พัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันโรงเรียนเอกชนประสบกับปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ เช่น การเปลี่ยนครูหรืออัตราการย้ายการลาออกของครูที่เกิดขึ้นบ่อย ซึ่งเกิดจากสาเหตุหลายประการทั้งการวางแผนสรรหา การคัดเลือก การไม่ได้รับการพัฒนา การขาดแรงจูงใจต่าง ๆ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) จึงส่งผลให้สภาพปัจจุบันการบริหารทรัพยากรมนุษย์อยู่ระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ปติพงศ์ สิริปทุมานนท์, พิชญาภา ยืนยาว และ ธีรวุธ ธาดาตันติโชค (2565) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารโรงเรียนเอกชนกรณีศึกษาโรงเรียนวินัยนุกูล พบว่า สภาพปัจจุบันในการดำเนินการของโรงเรียนวินัยนุกูลในระดับปานกลาง และมีสภาพที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดและมีความต้องการจำเป็นพัฒนากลยุทธ์ด้านการบริหารบุคคล

2. จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการสร้างกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล พบว่า กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลักคือ (1) วางแผน สรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เหมาะสมกับยุคดิจิทัล (2) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีความพร้อมด้านดิจิทัล (3) พัฒนาระบบแพลตฟอร์มงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ และ (4) สร้างวัฒนธรรมองค์กรทางดิจิทัล ซึ่งมีแนวทางดำเนินการรวม 21 ข้อ

กลยุทธ์ที่ 1 เป็นกลยุทธ์ด้านการวางแผน สรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เหมาะสมกับยุคดิจิทัล จากผลการศึกษาในกลยุทธ์ที่ 1 พบว่าการให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการวางแผนและสรรหาบุคลากรเป็นปัจจัยวิกฤตที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันองค์กรไม่ได้เผชิญเพียงแค่การเปลี่ยนแปลงทาง

เทคโนโลยี แต่ยังเผชิญกับภาวะความผันผวนของตลาดแรงงานที่ต้องการทักษะใหม่ ๆ (Digital Skills) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Votto et al. (2021) ที่ระบุว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) บีบให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ต้องปรับบทบาทจากการทำงานเชิงธุรการมาเป็นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ Artificial Intelligence (AI) และ Data Analytics มาช่วยในการวิเคราะห์ความต้องการกำลังคนเพื่อลดความผิดพลาดในการคัดเลือก นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีในการสรรหา (E-Recruitment) และการคัดเลือกผ่านระบบออนไลน์ ไม่ได้เป็นเพียงแค่ทางเลือกแต่เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่ง Kaur and Gandolfi (2023) พบว่ากระบวนการสรรหาที่นำเทคโนโลยีมาใช้จะช่วยเพิ่มความรวดเร็ว (Efficiency) และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้สมัครที่มีศักยภาพสูงได้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะการใช้ Social Media และแพลตฟอร์มเฉพาะทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พีระพงษ์ พันธุ์พินิจ, ประเสริฐ ภู่เงิน และ ฐิตาพร เวียงวิเศษ (2559) ที่ได้กล่าวว่าการบริหารงานบุคคลในยุคดิจิทัลหัวใจหลักนั้นขึ้นอยู่กับการปรับโครงสร้างตำแหน่งในแผนกระบวนการทำงานในเชิงรุก สวัสดิการสร้างสรรค์ การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้บริหารสายงานบุคคล ตลอดจนการสร้างกลยุทธ์ตั้งแต่ภายในองค์กร ไปจนถึงการสรรหาคนภายนอกที่มีฝีมือเข้ามาร่วมงาน

กลยุทธ์หลักที่ 2 กลยุทธ์พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีความพร้อมด้านดิจิทัล เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญทั้งนี้เป็นเพราะว่า ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญของโรงเรียน ดังที่ วิชัย โถสุวรรณจินดา (2556) กล่าวว่า ทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากรเป็นบุคคลสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรทุกองค์การ การบริหารงานจึงต้องเน้นการดึงและพัฒนาศักยภาพของบุคคลมาใช้ให้เหมาะกับงานและพัฒนา สอดคล้องกับแนวคิดของ Teo et al. (2021) ที่ระบุว่าการพัฒนาบุคลากรในยุคดิจิทัลต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยี (Self-efficacy) เพราะหากบุคลากรมีความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี จะส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้และการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับ นิกร ชุกะวัฒน์ และจารุวรรณ พลอยดวงรัตน์ (2564) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญต่อการบริหารองค์กรเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ องค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ ต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพและเหมาะสมกับตำแหน่ง ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลทรัพยากรมนุษย์ต้องได้รับการพัฒนาให้มีความพร้อมด้านดิจิทัล สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของโรงเรียน โดยเฉพาะการพัฒนาภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีของครูและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ยุคดิจิทัล ผู้บริหารโรงเรียนสามารถสนับสนุนให้ครูนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองรวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการโรงเรียนโดยมีแผนการจัดการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิวา ลือสัตย์ สุภาพ ผู้รุ่งเรือง และศิริ ถีอาสนา (2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารสู่การเป็นโรงเรียนดิจิทัล ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การบริหารการเป็นโรงเรียนดิจิทัล ผู้บริหารควรให้ความช่วยเหลือในการทำงานและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ควรพัฒนาและส่งเสริมให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม มีการอบรมเพื่อให้ครู มีความรู้ที่ทันสมัย สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน

กลยุทธ์หลักที่ 3 พัฒนาระบบแพลตฟอร์มงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า มีความถูกต้อง เหมาะสม มีความเป็นไปได้และมีประโยชน์ โรงเรียนจะต้องนำกลยุทธ์มาสู่การปฏิบัติทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีซึ่งเป็นแพลตฟอร์มงานบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความเหมาะสม เป็นไปได้และมีประโยชน์ทั้งนี้ การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร ระบบนี้ช่วยให้การสืบค้นข้อมูลบุคลากรและการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลได้สะดวกขึ้น ผู้บริหารสามารถจัดทำรายงานสรุป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเอื้อต่อการใช้เชิงนโยบายมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 5 ด้าน สอดคล้องกับการวิจัยของ Riinawati and Noor (2024) ได้ศึกษากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลของโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดการยอมรับและนำนวัตกรรมการศึกษาดิจิทัลมาใช้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้อย่างประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย จัดให้มีระบบสนับสนุนทางเทคนิคที่เข้มแข็ง เช่น แพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ครูผู้สอนในการเผชิญกับความท้าทายด้านเทคโนโลยี ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์ในการกำหนดทิศทางและ

สนับสนุนการปฏิบัติงานที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และกำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ที่เกื้อหนุนเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างวัฒนธรรมองค์กรทางดิจิทัล ผลการศึกษาในกลยุทธ์ที่ 4 ชี้ให้เห็นว่าการสร้างวัฒนธรรมองค์กรทางดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนโรงเรียนเอกชนให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เป็นเพราะวัฒนธรรมองค์กรเป็นรากฐานที่กำหนดพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากร ดังแนวคิดของ Martinez-Caro et al. (2020) ที่พบว่าวัฒนธรรมดิจิทัลไม่ได้หมายถึงเพียงการมีเครื่องมือที่ทันสมัย แต่คือการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการใช้นวัตกรรม โดยมี "การเปิดรับความเปลี่ยนแปลง" เป็นตัวขับเคลื่อนหลัก การที่ผู้บริหารสร้างแรงบันดาลใจและเสริมพลัง (Empowerment) ให้กับบุคลากรตามที่ผู้วิจัยค้นพบนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Muljani et al. (2024) ที่ระบุว่าในยุคหลังดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน ผู้บริหารสถานศึกษาต้องปรับบทบาทสู่การเป็น "ผู้นำเชิงวัฒนธรรมดิจิทัล" ที่เน้นการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) และการสร้างขวัญกำลังใจ ซึ่งจะช่วยลดแรงต้านในการใช้เทคโนโลยีและเพิ่มความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรวิภา เชยกลิ่น (2566) ได้กล่าวว่า การสร้างวัฒนธรรมองค์กรทางดิจิทัล ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงเรียนในการจัดการศึกษาอย่างคุณภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างบรรยากาศการทำงานให้บุคลากรครูและนักเรียนเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว พร้อมจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนอย่างเพียงพอสอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน มีการกำกับติดตามประเมินผลการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการบริหารจัดการภารกิจของโรงเรียนเอกชน เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างรอบด้าน รู้เท่าทันสื่อ ทำให้องค์กรสามารถปรับตัวได้รวดเร็ว ตลอดจนคำนึงถึงหลักจริยธรรมในการใช้สื่อและเทคโนโลยีที่ถูกต้องเหมาะสม

3. จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และทุกกลยุทธ์เป็นประโยชน์ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในการพัฒนากลยุทธ์ได้มีการศึกษาสภาพแวดล้อมทั้งภายในภายนอก มีการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นก่อนที่จะดำเนินการสร้างกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงรียนเอชนในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับผลการวิจัยของสอดคล้องกับการวิจัยของ วรวลัญช์ ภัทรเรืองอนันต์ (2565) ได้วิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันสู่มาตรฐานสากลของโรงเรียนเอกชนพบว่า กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันสู่มาตรฐานสากลของโรงเรียนเอกชนมีความถูกต้อง เหมาะสม เป็นไปได้และมีประโยชน์ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

ผลการวิจัยนี้ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการบูรณาการแนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ในบริบทของสถานศึกษาเอกชน โดยเน้นย้ำให้เห็นว่าการบริหารงานบุคคลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การจัดการเชิงเอกสาร แต่ต้องก้าวไปสู่การสร้าง "ระบบนิเวศดิจิทัล" (Digital Ecosystem) ภายในองค์กร ในทางทฤษฎี ข้อเสนอแนะนี้ชี้ให้เห็นความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) จากการบริหารแบบดั้งเดิมไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะช่วยให้นักวิชาการและผู้สนใจสามารถนำกรอบแนวคิดนี้ไปพัฒนาต่อยอดเพื่ออธิบายปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงของสถานศึกษาในยุคดิจิทัลได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 หน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลโรงเรียนเอกชนหรือคณะกรรมการบริหารโรงเรียน ควรจัดทำนโยบายที่สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการจัดสรรงบประมาณและการวางโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เพียงพอ

2.2 คุรุสภา ควรมีการกำหนดมาตรฐานสมรรถนะดิจิทัลสำหรับบุคลากรทางการศึกษาให้ชัดเจน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวางแผนอัตรากำลังและการพัฒนาครู นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างโรงเรียนในการแบ่งปันทรัพยากรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการบริหาร เพื่อให้กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลมีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติสูงขึ้น และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อภาพรวมของการจัดการศึกษาเอกชน

3. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและการจัดการ

ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนควรนำกลยุทธ์ที่ค้นพบไปประยุกต์ใช้ดังนี้

3.1 การวางแผนและสรรหา ควรนำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาวิเคราะห์อัตรากำลัง และใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลในการสรรหาบุคลากรที่มีทักษะดิจิทัลโดยเฉพาะ

3.2 การพัฒนาและธำรงรักษา ควรจัดให้มีระบบการเรียนรู้ออนไลน์ (E-learning) และคลังความรู้อัจฉริยะเพื่อให้ครูสามารถพัฒนาตนเองได้ตลอดเวลา พร้อมทั้งใช้ระบบ Digital Recognition เช่น การมอบประกาศนียบัตรออนไลน์ (E-badges) เพื่อเชิดชูเกียรติและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

3.3 การประเมินผล ควรเปลี่ยนมาใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานออนไลน์ที่เน้นความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) แบบเรียลไทม์ ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรทราบจุดเด่นและสิ่งที่ควรพัฒนาของตนเองได้อย่างทันท่วงที

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

4.1 ควรมีการศึกษาพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล กับสถานศึกษาภาครัฐ

4.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลของโรงเรียนเอกชน

4.3 ควรมีการศึกษาผลการนำกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลไปปฏิบัติ

เอกสารอ้างอิง

นวพร กาญจนศรี, ชญาพิมพ์ อุสาโห, และ สืบสกุล นรินทรางกูร ณ อยุธยา. (2563). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดการเสริมสร้างความเป็นธรรมทางการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, *15*(3), 392-401. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yru_human/article/view/239059

นิกร ชุกะวัฒน์ และจารุวรรณ พลอยดวงรัตน์. (2564). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์สู่การบริหารจัดการคนเก่ง: กระบวนการขับเคลื่อนโรงเรียนเอกชนในยุคโลกผกผัน. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย*, *3*(3), 29-44

เนตร์พัณณา ยาวิราช. (2553). *การจัดการสมัยใหม่: Modern management* (พิมพ์ครั้งที่ 7). ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.

ปติพงศ์ สิริปทุมานนท์, พิชญาภา ยืนยาว, และ ธีรวุธ ธาดาตันติโชค. (2565). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเอกชน กรณีศึกษาโรงเรียนวินัยนุกูล. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, *10*(38), 22-31.

พรวิภา เชยกลิ่น. (2566). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษายุคดิจิทัล* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยศิลปากร. http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4778/1/630630018.pdf

พีระพงษ์ พันธุ์พินิจ, ประเสริฐ ภู่เงิน, และ ฐิตาพร เวียงวิเศษ. (2559). รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียนเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *รมยสาร*, *14*(1), 263-274. https://blog.bru.ac.th/wp-content/uploads/2019/09/Rommayasan14-1-263-274.pdf

รุ่งทิวา ลือสัตย์, สุภาพ ผู้รุ่งเรือง, และ ศิริ ถีอาสนา. (2566). กลยุทธ์การบริหารสู่การเป็นโรงเรียนดิจิทัล. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, *17*(1), 196-207.

วรวลัญช์ ภัทรเรืองอนันต์. (2565). *กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันสู่มาตรฐานสากลของโรงเรียนเอกชน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ]. ThaiLIS. https://tdc.thailis.or.th/tdc/dccheck.php?Int_code=56&RecId=4300&obj_id=33248

วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2556). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ก้าวใหม่.

เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. (2561). การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลของประเทศไทย เพื่อนำไปสู่ Thailand 4.0. *วารสารวิชาการ กสทช.*, *12*(1), 4-6.

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *เส้นทางประเทศไทยสู่ประชาคมอาเซียน*. สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. กระทรวงศึกษาธิการ.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2558). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น* (พิมพ์ครั้งที่ 3 ฉบับปรับปรุง). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Budhwar, P., & Malik, A. (2022). Artificial intelligence – challenges and opportunities for international HRM: A review and research agenda. *The International Journal of Human Resource Management*, *33*(6), 1065-1097. https://doi.org/10.1080/09585192.2022.2035161

Certo, S. C., & Peter, J. P. (1991). *Strategic management: Concept and applications*. McGraw-Hill.

Choi, M., & Ruona, W. E. A. (2010). Individual readiness for organizational change and its implications for human resource and organization development. *Human Resource Development Review*, *10*(1), 46–73. https://doi.org/10.1177/1534484310384957

Dessler, G. (2013). *Human resource management* (13th ed.). Pearson Education.

Humphrey, R. D. (1960). *The relationship of participation in out-of school activities to school achievement* [Unpublished doctoral dissertation]. Indiana University.

Ilahi, L. M., Baehaqi, A., Ruslan, A., & Supendi, P. (2025). Human resource management in schools: Challenges and strategies in the digital age. *Beginner: Journal of Teaching and Education Management*, *3*(1), 64–76. https://doi.org/10.61166/bgn.v3i1.81

Islami, X., Latkovikj, M. T., Drakulevski, L., & Popovska, M. B. (2020). Does differentiation strategy model matter? Designation of organizational performance using differentiation strategy instruments–an empirical analysis. *Business: Theory and Practice*, *21*(1), 158–177. https://doi.org/10.3846/btp.2020.11648

Kaur, M., & Gandolfi, F. (2023). Artificial intelligence in human resource management–challenges and future research recommendations. *Review of International Comparative Management*, *24*(3), 382-393. https://doi.org/10.24818/RMCI.2023.3.382

Kotler, P., & Murphy, P. E. (1981). Strategic planning for higher education. *The Journal of Higher Education*, *52*(5), 470–489. https://doi.org/10.1080/00221546.1981.11778119

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607–610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308

Martinez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J. G., & Alfonso-Ruiz, V. (2020). Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture. *Technological Forecasting and Social Change*, *154*, Article 119962. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119962

Muljani, B. D., Utami, H. N., Prasetya, A., & Fahrudi, A. N. L. I. (2024, October 30). *Digital leadership in higher education institutions: A conceptual framework* [Paper presentation]. The 3rd International Conference on Public Administration and Governance (ICOPAG 2024), Malang, Indonesia. https://doi.org/10.4108/eai.30-10-2024.2354734

Riinawati, R., & Noor, F. (2024). Human resource management strategies in welcoming the digital education era in high schools: A literature review. *Jurnal Pendidikan Progresif*, *14*(1), 120-131. https://jpp.fkip.unila.ac.id/index.php/jpp/article/view/66

Teo, T., Unwin, S., Scherer, R., & Gardiner, V. (2021). Initial teacher training for twenty-first century skills in the Fourth Industrial Revolution (IR 4.0): A scoping review. *Computers & Education*, *170*, Article 104223. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104223

Votto, A. M., Valecha, R., Najafirad, P., & Rao, H. R. (2021). Artificial intelligence in tactical human resource management: A systematic literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, *1*(2), Article 100047. https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2021.100047

กลยุทธ์การบริหารการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

Strategic Management of English Communication Instruction for Achieving Excellence in Private Schools

ปานิสรา เอี่ยมวิบูลย์[1] ทัศนีย์ ช่อเทียนทิพย์[2] และทนง ทองภูเบศร์[3]

Panisara Iamwiboon [1], Tassanee Chothianthip[2] and Thanong Thongphubate[3]

[1]นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[2,3]อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[1]Doctor of Philosophy Program (Educational 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: panisara.iam@rmutr.ac.th[1], tassanee.cho@rmutr.ac.th[2], thanong.tho@rmutr.ac.th[3]

Received: Oct. 17,2025; **Revised:** Dec. 5,2025**; Accepted:** Dec. 15,2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อประเมินความต้องการจำเป็นของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน และ 2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้อำนวยการโรงเรียนและครูผู้สอนภาษาอังกฤษจำนวน 120 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น การวิเคราะห์ SWOT และการสร้างเมทริกซ์ TOWS ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการประเมินความต้องการจำเป็น พบว่า โดยรวมมีค่าดัชนีระดับต่ำ ทั้งปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และการพัฒนา ขณะที่ด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้มีค่าดัชนีสูงทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และ 2) ด้านการสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศสามารถจัดกลยุทธ์ได้เป็น 5 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนเพื่อยกระดับคุณภาพ การยกระดับคุณภาพผู้เรียนสู่มาตรฐานสากล การพัฒนาระบบและทรัพยากรเพื่อสนับสนุนครูและผู้เรียน การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน และการประเมินผลการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและแรงงาน ผลการวิจัยยืนยันว่า การใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการบริหารการศึกษาแบบองค์รวม ทฤษฎีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร และแนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ช่วยให้โรงเรียนเอกชนสามารถกำหนดทิศทางการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ความเป็นเลิศทางการศึกษา โรงเรียนเอกชน

Abstract

The study had two main objectives: (1) to assess the needs for English communication learning management toward excellence in private schools, and (2) to develop strategic management guidelines for English communication learning toward excellence in private schools. It employed a quantitative research approach using a survey design. The sample consisted of 120 participants, including school directors and English teachers. A questionnaire was used as the research instrument. Data were analyzed using descriptive statistics—frequency, percentage, mean, and standard deviation—together with the Priority Need Index (PNI modified), SWOT analysis, and TOWS matrix formulation. The findings revealed that (1) the overall results of the needs assessment showed low index values in input factors, learning processes, and development mechanisms, while the learning outcomes dimension demonstrated high index values in both internal and external environments; and (2) the development of strategic management for English communication learning toward excellence resulted in five major strategies: enhancing collaboration and support to improve quality, elevating learner quality to meet international standards, developing systems and resources to support teachers and learners, adapting to technological and labor-market changes, and aligning learning assessment with social and workforce needs. The results confirmed that applying the theoretical frameworks of holistic educational administration, communicative language teaching, and external environmental analysis enabled private schools to determine effective strategic directions for English learning management and to sustainably respond to educational quality development in the era of globalization.

Keywords: English learning management, educational excellence, private schools

บทนำ

คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เจริญก้าวหน้ามั่นคง และยั่งยืน โดยมีสมรรถนะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับประเทศและสากล ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และระบบสารสนเทศ ทำให้โลกเข้าสู่ “ยุคไร้พรมแดน” ซึ่งเป็นสังคมฐานความรู้ (Knowledge-Based Society) ที่ทุกประเทศต่างให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบการศึกษาเพื่อพัฒนาพลเมืองให้มีคุณภาพทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาด้านการศึกษา ได้แก่ สิงคโปร์ แคนาดา ฟินแลนด์ เซี่ยงไฮ้ (จีน) และออสเตรเลีย ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้ดีขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง (สรายุธ รัศมี, 2568) การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานจึงเป็นเป้าหมายหลักของประเทศ โดยเน้นทั้งด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียน อย่างไรก็ตาม เมื่อมาตรฐานการศึกษาของประเทศตกต่ำ ย่อมก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ถึงการบริหารจัดการศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนำไปสู่ความจำเป็นในการปฏิรูปการศึกษา ทั้งในด้านหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนของครูผู้สอนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การศึกษาไทยสามารถยกระดับสู่มาตรฐานสากลได้ แต่ปัจจุบันคุณภาพการศึกษาของประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศ (Rahman, 2023) การเปลี่ยนแปลงในสังคมโลกสมัยใหม่ยังส่งผลให้ “ภาษาอังกฤษ” มีความสำคัญยิ่งในการติดต่อสื่อสาร เป็นพื้นฐานของการ

เรียนรู้ทางสังคมที่ช่วยให้มนุษย์ดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าและมีความสุข อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เทคโนโลยีและการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเศรษฐกิจโลก โดยประเทศที่อ่อนด้อยด้านภาษาอังกฤษจะประสบความยากลำบากในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้และทักษะภาษาอังกฤษให้แก่เยาวชนเพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่วและมั่นใจ ผ่านการฝึกฝนทั้งในและนอกห้องเรียน ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ที่มุ่งให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดี ภาคภูมิใจในความเป็นไทย ยึดมั่นในวัฒนธรรม ประชาธิปไตย และสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์การปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของกระทรวงศึกษาธิการยังระบุว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีผู้ใช้มากที่สุดในโลกกว่า 2,000 ล้านคน หรือประมาณหนึ่งในสามของประชากรโลก จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ประชากรไทยต้องได้รับการส่งเสริมให้เรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับที่สามารถสื่อสารได้ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ การแสวงหาความรู้ และการเจรจาต่อรองทางเศรษฐกิจและสังคม การเรียนรู้ภาษานี้จึงมิใช่เพียงเพื่อความรู้ทางภาษาเท่านั้น แต่เพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะการฝึกทักษะทั้งในและนอกห้องเรียนซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะทางการสื่อสารที่แท้จริง

การเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยภายใต้หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ได้กำหนดกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศให้เป็นหนึ่งในกลุ่มสาระพื้นฐาน 8 กลุ่ม ซึ่งมุ่งพัฒนาองค์ความรู้และกระบวนการคิดสร้างสรรค์ให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในชีวิตประจำวันและในอาชีพ การเรียนภาษาต่างประเทศมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสาระอื่น เพราะไม่เพียงมุ่งเรียนรู้เนื้อหาภาษา แต่ต้องเน้นการนำภาษาไปใช้ในการสื่อสารจริง สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดให้สถานศึกษาต้องปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 โดยครูมีบทบาทสำคัญในการวางแผน ออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้จริง ครูจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักสูตรการสอน และการเลือกสื่อให้เหมาะสมกับวัยและสติปัญญาของผู้เรียน รวมถึงมีระบบการวัดและประเมินผลที่สอดคล้องกับมาตรฐานการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม การเรียนภาษาอังกฤษของคนไทยยังคงมีข้อจำกัด เนื่องจากเป็นการเรียนรู้ภาษาที่สองในสภาพแวดล้อมที่ไม่ใช้ภาษาอังกฤษจริง ทำให้การเรียนส่วนใหญ่เกิดขึ้นในห้องเรียนและขาดแรงจูงใจจากบริบทชีวิตจริง ขณะเดียวกัน ครูผู้สอนภาษาอังกฤษยังประสบปัญหาหลักสามประการ ได้แก่ การสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียน การจัดบรรยากาศการเรียนรู้ที่เหมาะสม และการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัยของผู้เรียน แม้ว่าจะมีการพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง แต่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษยังอยู่ในระดับต่ำ เช่น ผลการทดสอบในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2 ปี 2567 พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยเพียงร้อยละ 38.14 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระดับประเทศที่ร้อยละ 43.55 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2, 2567) สถานการณ์นี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ทั้งในระดับนโยบายและระดับสถานศึกษา ซึ่งต้องอาศัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม โดยเฉพาะการบูรณาการองค์ประกอบสมรรถนะทางภาษา 4 ด้าน ได้แก่ ไวยากรณ์ การสื่อสารทางสังคม การใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย และกลยุทธ์การสื่อสาร (Omidvar & Sukumar, 2013) รวมถึงแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารที่มุ่งฝึกให้ผู้เรียนใช้ภาษาในสถานการณ์จริง (Madlock, 2008) การจัดการเรียนการสอนลักษณะนี้ไม่เพียงช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสาร แต่ยังสร้างสมรรถนะในการคิด วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ภาษาในชีวิตจริง ซึ่งถือเป็นหัวใจของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เน้นการคิดเชิงสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Fandino & Yamith Jose, 2013) อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบว่ามีการนำกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษมาใช้แก้ปัญหาข้างต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การมีกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษที่เหมาะสม จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศ และสามารถยกระดับคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างให้แข่งขันได้ในระดับประเทศและนานาชาติอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินความต้องการจำเป็นของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เน้นการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. ทฤษฎีการบริหารการศึกษาแบบองค์รวม

เป็นการมองโรงเรียนเป็นระบบที่ประกอบด้วยปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลลัพธ์ และการสะท้อนกลับ ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างเป็นพลวัตเพื่อขับเคลื่อนคุณภาพการเรียนรู้ โดยเฉพาะการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่ต้องบูรณาการทรัพยากร ครู ผู้เรียน และการประเมินผลอย่างเป็นระบบ (Hoy & Miskel, 2013) แนวคิดนี้เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งผู้บริหาร ครู ผู้เรียน และชุมชน ในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมิน เพื่อพัฒนาการศึกษาอย่างยั่งยืน (ขจรรักษ์ พินิจนึก, ชารี มณีศรี, และสมหมาย สร้อยนาคพงษ์, 2568) อีกทั้งยังมุ่งบูรณาการการตัดสินใจภายใต้วิสัยทัศน์ดิจิทัล โดยมองโรงเรียนเป็นระบบที่เชื่อมโยงทรัพยากร เทคโนโลยี และความร่วมมือระหว่างเครือข่ายโรงเรียนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพองค์กรในทุกมิติ (เพชรสุภัค กิจสกุล, พิภพ วชังเงิน, และทนง ทองภูเบศร์, 2567) ในทำนองเดียวกัน สุมัณฑนา ทิมมณีฉาย, ธีรังกูร วรบำรุงกุล, และอรุณเกียรติ จันทร์ส่งแสง (2568) อธิบายว่าการบริหารการศึกษาแบบองค์รวมคือระบบการจัดการที่เปิดโอกาสให้ผู้บริหาร ครู และผู้เรียนร่วมดำเนินงานและร่วมประเมินผล เพื่อส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมภายในโรงเรียน ขณะที่ อรรถพล และสุภัทรา (2568) ย้ำว่าการจัดการศึกษาแบบองค์รวมคือการบูรณาการทุกองค์ประกอบของระบบการศึกษาอย่างสอดประสาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยกระดับคุณภาพสถานศึกษาโดยรวม

2. ทฤษฎีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร

ทฤษฎีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching: CLT) เน้นพัฒนาความสามารถทางภาษาในมิติหลากหลาย ได้แก่ ความสามารถทางไวยากรณ์ (Grammatical Competence) ความสามารถด้านสังคมวัจนภาษา (Sociolinguistic Competence) ความสามารถในการเรียบเรียงข้อความ (Discourse Competence) และความสามารถด้านกลยุทธ์ในการสื่อสาร (Strategic Competence) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (Canale & Swain, 1980) การสอนภาษาแบบ CLT มุ่งให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาในบริบทจริง มีปฏิสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจร่วม ส่งเสริมความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (ปานิสรา เอี่ยมวิบูลย์, ละมุล รอดขวัญ, และทนง ทองภูเบศร์, 2567) นอกจากนี้ การสอนแบบนี้ยังสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนวิชาชีพ เพื่อเสริมทักษะการสื่อสารเชิงปฏิบัติและซอฟต์สกิลของผู้เรียน (ภรภัทร รัตนเจริญ, กอบสุข คงมนัส, และอรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง, 2567) ข้อเสนอของ นริศรา เจี๊ยมดี และ สุรัตนา อดิพัฒน์ (2568) สนับสนุนว่า การสอนภาษาเพื่อการสื่อสารควรมุ่งพัฒนาทักษะภาษาในบริบทจริง ผ่านการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมและเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้เรียน ในทำนองเดียวกัน รณชิต อภัยวาทิน (2567) เน้นว่ากิจกรรมที่ใช้ภาษาในบริบทจริง กระบวนการทางสังคม และการสร้างความเข้าใจร่วม ล้วนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะการสื่อสารและซอฟต์สกิลของผู้เรียน ทั้งนี้ การสอนภาษาเพื่อการสื่อสารจึงเป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในโรงเรียนเอกชนเพื่อเสริมความเป็นเลิศของผู้เรียนได้อย่างรอบด้าน

3. ทฤษฎีองค์กรแห่งความเป็นเลิศ

องค์กรแห่งความเป็นเลิศในการวิจัยครั้งนี้ใช้ McKinsey 7S Framework ของ Waterman (1982, p. 69) ที่มีรายละเอียดกรอบ 7S ใช้สำหรับพัฒนาองค์กรให้สู่ความเป็นเลิศ โดยเน้นองค์ประกอบ 7 ด้านที่ต้องสอดคล้องกัน ได้แก่ กลยุทธ์ (Strategy) โครงสร้าง (Structure) ระบบ (Systems) ค่านิยมร่วม (Shared Values) รูปแบบการบริหาร (Style) บุคลากร (Staff) และทักษะ (Skills) เป็นกรอบในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ประโยชน์ต่อการวิจัย คือ สามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์บริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างเป็นระบบเพื่อพาโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศ ซึ่ง Alsarayrah & Alsarayrah (2021) อธิบายว่า องค์กรแห่งความเป็นเลิศมีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าและโดดเด่นกว่าองค์กรอื่นผ่านความเชื่อมโยงระหว่างภาวะผู้นำองค์กร กลยุทธ์ นโยบายที่นำมาใช้ และกระบวนการภายในเพื่อบรรลุความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร ประกอบด้วยสององค์ประกอบหลัก คือ การแสวงหาความเป็นเลิศขององค์กรและนโยบายและการตัดสินใจทั้งหมดที่เกิดจากการบริหารองค์กรต้องมีลักษณะเป็นเลิศ โดยทั้งสององค์ประกอบต้องมีปฏิสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันเพื่อให้องค์กรบรรลุความเป็นเลิศ ขณะที่ Jubaedah et al. (2025) อธิบายว่า McKinsey 7S Framework เป็นเครื่องมือวิเคราะห์องค์กรภายในที่ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก โดยแบ่งเป็น Hard S ซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดได้ง่าย ได้แก่ โครงสร้าง กลยุทธ์ และระบบ และ Soft S ซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดได้ยาก ได้แก่ ค่านิยมร่วม ทักษะ บุคลากร และรูปแบบการบริหาร กรอบแนวคิดนี้ใช้เป็นกิจกรรมประเมินแบบองค์รวมเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กรสู่ความเป็นเลิศ นอกจากนี้ Hidayat (2022) ศึกษาพบว่า กรอบแนวคิดMcKinsey 7S สามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรเกือบทุกประเภทเพื่อวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างระบบที่มีประสิทธิผล โดยการบูรณาการทั้งเจ็ดองค์ประกอบจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน

4. แนวคิดการวิเคราะห์และสภาพแวดล้อมภายนอกตามแนวคิด PEST Analysis

ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเมืองและนโยบาย 2) ด้านเศรษฐกิจ 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 4) ด้านเทคโนโลยี (Aguilar, 1967) โดย Musa & Suryono (2022) อธิบายว่า PEST Analysis เป็นเครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรเมื่อบูรณาการร่วมกับ SWOT Analysis จะช่วยให้องค์กรทางการศึกษาสามารถระบุปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและวางกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการพัฒนาการศึกษาอย่างยั่งยืนที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกอย่างครอบคลุม ขณะที่ Wong (2024, p. 57) อธิบายว่า PEST Analysis เป็นเครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาคภายนอกองค์กรที่ครอบคลุมสี่มิติสำคัญ การวิเคราะห์นี้ช่วยให้สถาบันการศึกษาสามารถระบุโอกาสและอุปสรรคภายนอกเพื่อวางกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ Constantin (2024) ให้ความเห็นว่า การวิเคราะห์นี้ช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจพลวัตที่ซับซ้อนและกำหนดกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

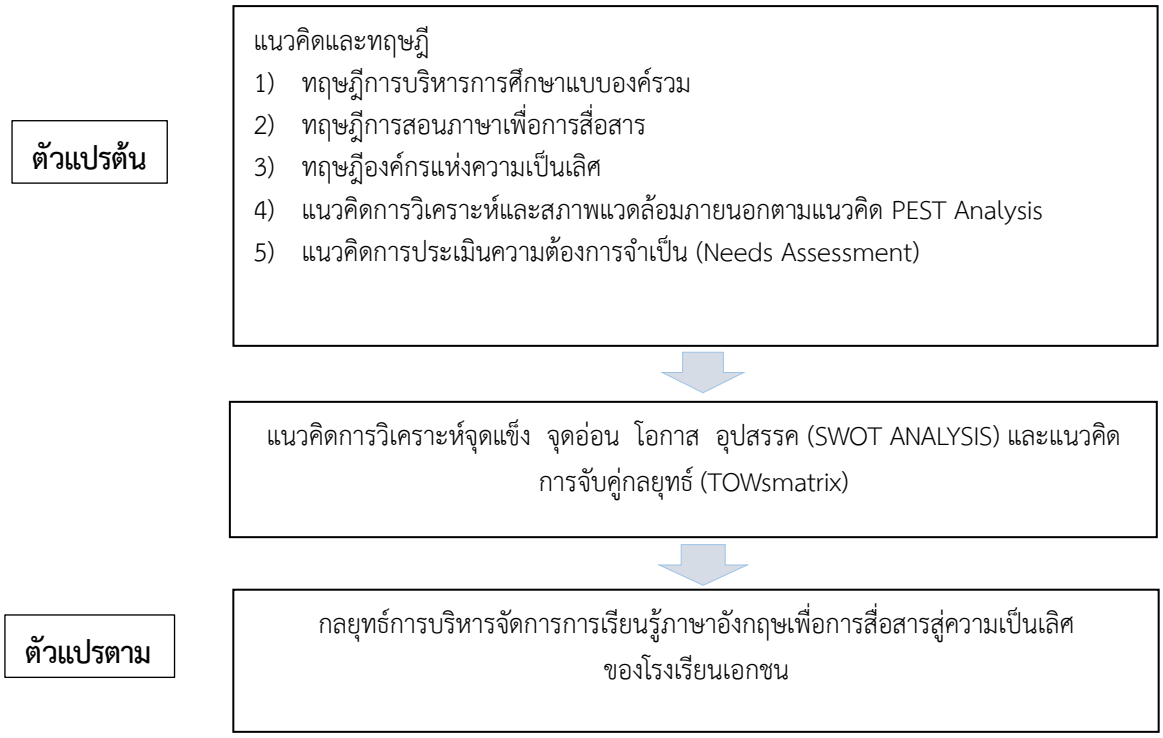
5. แนวคิดการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment)

เป็นกระบวนการวิเคราะห์เชิงระบบที่ใช้ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เพื่อระบุประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน โดยยึดหลักความแตกต่าง (Discrepancy) และความสำคัญ (Importance) เป็นเกณฑ์หลักในการพิจารณา จะสามารถจัดลำดับความจำเป็น (Priority Needs) นำไปสู่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทจริง (สุวิมล ว่องวานิช, 2562) ซึ่ง รวิวรรณ ทองศรีแก้ว และคณะ (2565) อธิบายว่า การประเมินความต้องการจำเป็นเป็นกระบวนการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสภาพที่เป็นอยู่จริงกับสภาพที่พึงประสงค์ โดยใช้ดัชนีความสำคัญของความต้องการจำเป็น (Modified Priority Needs Index: $PNI_{Modified}$) ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการ ซึ่งคำนวณจากผลต่างของค่าเฉลี่ยสภาพที่ควรจะเป็นและสภาพที่เป็นอยู่หารด้วยค่าเฉลี่ยสภาพที่เป็นอยู่ เพื่อระบุความจำเป็นในการพัฒนาอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ขณะที่ สมิทธ์ อุดมมะนะ, สุกัญญา แช่มช้อย, และเพ็ญวรา ชูประวัติ. (2564) อธิบายว่า การประเมินความต้องการจำเป็นเป็นกระบวนการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ โดยใช้ดัชนีความต้องการจำเป็น (Priority Needs Index) ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ปราณี หลำเบ็ญสะ.

(2568) อธิบายว่า การประเมินความต้องการจำเป็นเป็นกระบวนการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบันกับสภาพที่คาดหวังหรือสภาพที่ควรจะเป็นอย่างมีระบบ โดยใช้ดัชนีความต้องการจำเป็น (Priority Needs Index Modified) ในการจัดลำดับความสำคัญเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Design) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Creswell & Clark, 2018) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามทฤษฎีการบริหารการศึกษาแบบองค์รวม ทฤษฎีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร ทฤษฎีองค์กรแห่งความเป็นเลิศ และแนวคิดการวิเคราะห์และสภาพแวดล้อมภายนอกตามแนวคิด PEST Analysis โดยมีรายละเอียดตามรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้อยู่บนพื้นฐานของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ตามแนวทางของ Creswell & Clark (2018) เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน โดยผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดและทฤษฎีสำคัญ 5 ด้าน เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ (1) ทฤษฎีการบริหารการศึกษาแบบองค์รวมของ Hoy & Miskel (2013) ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างองค์ประกอบภายในขององค์กรการศึกษา เช่น โครงสร้าง วัฒนธรรม ภาวะผู้นำ และกระบวนการบริหาร (2) ทฤษฎีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารของ Canale & Swain (1980) ที่มุ่งพัฒนาความสามารถทางการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างรอบด้าน ทั้งด้านไวยากรณ์ สังคมภาษา กลยุทธ์ และวัจนปฏิบัติ (3) ทฤษฎีองค์กรแห่งความเป็นเลิศ 7S ของ McKinsey (Waterman, 1982) ซึ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้มีความสอดคล้องในด้านโครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ บุคลากร รูปแบบการจัดการ ค่านิยมร่วม และทักษะ (4) แนวคิดการวิเคราะห์และสภาพแวดล้อมภายนอก PEST Analysis ของ

(Aguilar, 1967) ซึ่งช่วยให้เข้าใจอิทธิพลของปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษา และ (5) แนวคิดการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) การบูรณาการกรอบแนวคิดทั้งห้ามิติร่วมกันนี้จึงเอื้อต่อการวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงระบบและเชิงบริบท เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและมุ่งสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืนในโรงเรียนเอกชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Creswell & Clark, 2018) ภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment Research) ที่อ้างอิงแนวคิดความแตกต่างระหว่างสภาพปัจจุบันกับสภาพที่พึงประสงค์ในอนาคต (Discrepancy Models) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่สนับสนุนการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน การวิเคราะห์ใช้ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (Priority Needs Index: $PNI_{Modified}$ Index) เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มปัจจัย ก่อนนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ SWOT และสร้างเมทริกซ์ TOWS เพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เชิงแก้ไข เชิงป้องกัน และเชิงรับให้สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 1

ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

ขั้นตอนที่ 2

วิเคราะห์ระดับความต้องการจำเป็นของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้อำนวยการโรงเรียน และครูผู้สอนภาษาอังกฤษ โรงเรียนเอกชน จำนวน 174 คน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอยู่ในระดับสูง (สำนักงานศึกษาธิการภาค 4, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน และครูผู้สอนภาษาอังกฤษ จำนวน 120 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณด้วยสูตรของ Krejcie & Morgan (1970) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เนื่องจากกลุ่มประชากรมีการบริหารสถานศึกษาภายใต้นโยบายเดียวกัน

เครื่องมือการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบและสร้างเครื่องมือวิจัย จำนวน 1 ชิ้น มีรายละเอียด ดังนี้

แบบสอบถามสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

ประกอบด้วย 2 ตอน จำนวน 35 ข้อ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน จำนวน 32 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิด Likert (Joshi, et al., 2015) โดยมีความหมายของคะแนน คือ คะแนน 5 หมายถึง มีการปฏิบัติมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง มีการปฏิบัติมาก คะแนน 3 หมายถึง มีการปฏิบัติปานกลาง คะแนน 2 หมายถึง มีการปฏิบัติน้อย และคะแนน 1 หมายถึง มีการปฏิบัติน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกับการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

2. กำหนดกรอบการสร้างแบบสอบถามจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารวิชการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. สร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ โดยยึดวัตถุประสงค์งานวิจัยเป็นหลัก

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย 3 ด้าน ดังนี้

1) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้านความถูกต้อง ชัดเจน กระชับ ไม่ซับซ้อน และเข้าใจง่ายของการใช้ภาษา สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ โดยอาจารย์ที่ปรึกษา

2) ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวัด (Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามข้อแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ (Rovinelli & Hambleton, 1976)

3) ทดลองใช้แบบสอบถาม (try out) ประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient alpha) ของ Cronbach (1990, p. 305) ได้เท่ากับ 0.960

4. จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวมรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน จากผู้อำนวยการโรงเรียน และครูผู้สอนภาษาอังกฤษ จำนวน 120 คน โดยส่งและรับผ่านทาง Google Form ภายในระยะเวลา 2 สัปดาห์ ได้แบบสอบถามกลับมา จำนวน 120 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการตามลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชนด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเมินระดับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชนโดยเทียบกับเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 - 1.80 หมายถึง สภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.81 - 2.60 หมายถึง สภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับน้อย

2.61 - 3.40 หมายถึง สภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับปานกลาง

3.41 - 4.20 หมายถึง สภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก

4.21 - 5.00 หมายถึง สภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด

(Abu-Baker, et al. 2019)

3. การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น เพื่อตรวจสอบลำดับความสำคัญของประเด็นปัญหาและจัดกลุ่มข้อมูลเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยมีเกณฑ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนี้

3.1 กำหนดให้ค่า A คือ ครึ่งหนึ่งของผลต่างระหว่างค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุด ($PNI_{modified}$ $Index_{MAX}$) และค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นต่ำที่สุด ($PNI_{modified}$ $Index_{MIN}$) หรือ A = ($PNI_{modified}$ $Index_{MAX}$ - $PNI_{modified}$ $Index_{MIN}$) / 2

3.2 กำหนดให้ค่า B คือ ผลรวมของค่า A และค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นต่ำที่สุด ($PNI_{modified}$ $Index_{MIN}$) หรือ B = A + ($PNI_{modified}$ $Index_{MIN}$)

3.3 นำค่า $PNI_{modified}$ Index ของแต่ละข้อคำถามที่แยกเป็นสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของการบริหารสถานศึกษายุคดิจิทัลเพื่อฟื้นฟูภาวะถดถอยการเรียนรู้ไว้มาจัดกลุ่ม ดังนี้ ข้อคำถามที่มีค่า $PNI_{modified}$ Index อยู่ในช่วง $PNI_{modified}$ $Index_{MIN}$ ถึง B คือ จุดแข็ง/โอกาส

ข้อคำถามที่มีค่า $PNI_{modified}$ Index อยู่ในช่วง B+0.001 ถึง $PNI_{modified}$ $Index_{MAX}$ คือ จุดอ่อน/อุปสรรค (กติกา พฤกจันทร์ ทนง ทองภูเบศร์ และวรรณรี ปานศิริ, 2567, หน้า 99)

4. การวิเคราะห์จุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส (O) และอุปสรรค (T) (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ TOWs matrix

ขั้นตอนที่ 3

สร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

ใช้ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ TOWs matrix เพื่อจับคู่และสร้างกลยุทธ์หลักในแบบ SO, WO, ST,และ WT และสร้างกลยุทธ์หลัก และวิธีดำเนินการ โดยใช้ค่า $PNI_{modified}$ Index

ขั้นตอนที่ 4

นำเสนอกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน พบว่า โดยภาพรวมสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.165, SD = 0.398) แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ภายในโรงเรียนมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในระดับสูง โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ (Learning Management Process: LMP) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือด้านปัจจัยนำเข้า (Input Factors: INF) ด้านการสะท้อนกลับและการพัฒนา (Feedback and Development: FBD) และด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ (Learning Outcomes: LOU) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการจัดการเรียนรู้เป็นจุดแข็งสำคัญของโรงเรียนเอกชน ในขณะที่ผลการวิเคราะห์สภาพที่พึงประสงค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.725, SD = 0.371) แสดงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ต้องการยกระดับการบริหารจัดการเรียนรู้ให้มีความเป็นเลิศยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับรายด้านจากสูงไปต่ำ ได้แก่ ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ ด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ด้านปัจจัยนำเข้า และด้านการสะท้อนกลับและการพัฒนา ตามลำดับ ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารและครูต่างให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้และผลลัพธ์ของผู้เรียนให้สอดคล้องกับเป้าหมายของความเป็นเลิศทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของสภาพแวดล้อมภายนอกในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน พบว่าโดยภาพรวมของสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.174, SD = 0.391) แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมภายนอกมีความเอื้อต่อการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ (Learning Management Process: LMP) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.196, SD = 0.437) รองลงมาคือด้านการสะท้อนกลับและการพัฒนา (Feedback and Development: FBD) ($\bar{X}$ = 4.183, SD = 0.438) ด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ (Learning Outcomes: LOU) ($\bar{X}$ = 4.175, SD = 0.468) และด้านปัจจัยนำเข้า (Input Factors: INF) อยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนสภาพที่พึงประสงค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.729,

SD = 0.367) สะท้อนถึงความมุ่งหวังของโรงเรียนเอกชนในการยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ให้สูงยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับรายด้านจากสูงไปต่ำ ได้แก่ ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.744, SD = 0.370) ด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.742, SD = 0.412) ด้านการสะท้อนกลับและการพัฒนา ($\bar{X}$ = 4.729, SD = 0.413) และด้านปัจจัยนำเข้า ($\bar{X}$ = 4.702, SD = 0.395) ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทุกองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมภายนอกมีแนวโน้มพัฒนาในทิศทางบวกและสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาความเป็นเลิศทางการศึกษาของโรงเรียนเอกชนอย่างต่อเนื่อง.

ผลการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของสภาพแวดล้อมภายในในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน โดยใช้ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ($PNI_{modified}$ Index) พบว่า ในภาพรวมมีค่าดัชนีอยู่ในระดับต่ำ (0.135) จัดเป็นจุดแข็งของระบบการบริหารจัดการเรียนรู้ ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในโรงเรียนที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายของการพัฒนาการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ (Learning Outcomes) มีค่าดัชนีอยู่ในระดับสูง (0.144) จัดเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อยกระดับคุณภาพของผู้เรียนให้สอดคล้องกับมาตรฐานความเป็นเลิศทางการศึกษา ส่วนด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ (Learning Management Process) ด้านการสะท้อนกลับและการพัฒนา (Feedback and Development) และด้านปัจจัยนำเข้า (Input Factors) มีค่าดัชนีอยู่ในระดับต่ำ (0.132, 0.132 และ 0.130 ตามลำดับ) จัดเป็นจุดแข็งของการบริหารจัดการภายในโรงเรียน ซึ่งบ่งชี้ว่าระบบการจัดการเรียนรู้มีความพร้อมทั้งด้านทรัพยากร กระบวนการ และกลไกการพัฒนาที่มีประสิทธิผลต่อการส่งเสริมคุณภาพการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในโรงเรียนเอกชนอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของสภาพแวดล้อมภายนอกในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน โดยใช้ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น พบว่า ในภาพรวมมีค่าดัชนีอยู่ในระดับต่ำ (0.133) จัดเป็นโอกาส แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมภายนอกโดยรวมเอื้อต่อการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในโรงเรียนเอกชน ทั้งในด้านนโยบายการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศ และแนวโน้มของสังคมที่ให้ความสำคัญกับทักษะภาษาอังกฤษมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ (Learning Outcomes) มีค่าดัชนีอยู่ในระดับสูง (0.136) และด้านปัจจัยนำเข้า (Input Factors) มีค่าดัชนีอยู่ในระดับสูง (0.135) ซึ่งจัดเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพของผู้เรียนและการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสมกับการเรียนการสอน ขณะที่ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ (Learning Management Process) และด้านการสะท้อนกลับและการพัฒนา (Feedback and Development) มีค่าดัชนีอยู่ในระดับต่ำ (0.131 และ 0.130 ตามลำดับ) จัดเป็นโอกาสทางกลยุทธ์ที่โรงเรียนสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาระบบการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและมาตรฐานความเป็นเลิศทางการศึกษาในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ TOWs matrix ผู้วิจัยนำมาจับคู่และสร้างกลยุทธ์หลักในแบบ SO, WO, ST,และ WT และสร้างกลยุทธ์หลัก และวิธีดำเนินการ โดยใช้ค่า $PNI_{modified}$ Index ได้ผลการสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชนประกอบด้วย 5 กลยุทธ์หลัก 15 กลยุทธ์รอง และ 30 วิธีการดำเนินการ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการสร้างกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และวิธีการดำเนินการของการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน

ผลสรุปเมตริก SWOT	กลยุทธ์หลัก	กลยุทธ์รอง	วิธีการดำเนินการ
SO3: FBD4 (0.116), LOU5 (0.138), FBD5 (0.124)	1. การสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนเพื่อยกระดับคุณภาพ	1.1 การสนับสนุนจากผู้บริหารและผู้ปกครอง	1) จัดเวที “Parent–School Forum” เพื่อนำข้อเสนอแนะผู้ปกครองมาใช้ปรับปรุงหลักสูตร 2) ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณเพื่อกิจกรรมภาษาอังกฤษเชิงนวัตกรรม
		1.2 การสร้าง PLC ครู ผู้ปกครอง และผู้บริหารโรงเรียน	1) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันอย่างน้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง 2) จัดกิจกรรม English Showcase ที่เชื่อมโยงครู นักเรียน และผู้ปกครอง
		1.3 การใช้กลไกการสื่อสารและข้อเสนอแนะต่อเนื่อง	1) พัฒนาช่องทางดิจิทัล เช่น Line OA หรือ Application โรงเรียน เพื่อการสื่อสารระหว่างบ้าน และโรงเรียน 2) ใช้แบบสอบถามออนไลน์ผู้ปกครองทุกภาคเรียนเพื่อเก็บข้อมูลความคาดหวังและข้อเสนอแนะ
SO2: LOU1 (0.140), LOU2 (0.143), LOU7 (0.126), LOU8 (0.127), FBD8 (0.130)	2. การยกระดับคุณภาพผู้เรียนสู่มาตรฐานสากล	2.1 การเสริมสร้างสมรรถนะการสื่อสารภาษาอังกฤษ	1) จัด Debate Contest, Storytelling, Speech Contest 2) สร้างระบบ Mentoring ให้รุ่นพี่ประกบรุ่นน้องเพื่อฝึกการสื่อสาร
		2.2 การส่งเสริมการเข้าร่วมเวทีนานาชาติ	1) ส่งนักเรียนเข้าค่าย English Camp และ Virtual Exchange Program 2) ประสานความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือองค์กรนานาชาติจัด English Fair
		2.3 การประเมินผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานสากล	1) จัดสอบเทียบ CEFR หรือ TOEFL Junior ภายในโรงเรียน 2) สร้างระบบ Dashboard วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์นักเรียนและเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน
WO1: INF3 (0.144), INF8 (0.137) WO4: LMP2 (0.138), INF8 (0.137) WO8: FBD1 (0.137), FBD5 (0.124)	3. การพัฒนาระบบและทรัพยากรเพื่อสนับสนุนครูและผู้เรียน	3.1 การพัฒนาระบบจัดสรรทรัพยากรดิจิทัล	1) สร้างระบบ Online Resource Management สำหรับจัดสรรสื่อและอุปกรณ์ 2) จัดสรรงบประมาณสนับสนุนสื่อภาษาอังกฤษรายปี
		3.2 การพัฒนาสมรรถนะครูด้านดิจิทัล	1) อบรมครูด้าน Digital Pedagogy และการใช้ AR/VR ในการสอนภาษา 2) จัดทำคู่มือออนไลน์สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัล
		3.3 การพัฒนาระบบสะท้อนผลและการประเมินเพื่อการปรับปรุง	1) ใช้ระบบ Reflective Learning Report เพื่อติดตามผลการเรียนรู้ 2) จัดเวิร์กชอปครูเพื่อปรับปรุงการสอนจากผลประเมิน

ผลสรุปเมตริก SWOT	กลยุทธ์หลัก	กลยุทธ์รอง	วิธีการดำเนินการ
ST2: INF2 (0.120), FBD4 (0.116), LMP6 (0.135), FBD6 (0.136) ST3: LMP3 (0.120), LMP7 (0.133), LMP8 (0.131)	4. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน	4.1 การพัฒนาวิธีสอนที่ทันสมัย	1) จัดอบรมครูเรื่อง CLT และ Project-based Learning 2) ทดลองใช้แพลตฟอร์ม AI/Chatbot เพื่อเสริมทักษะภาษา
		4.2 การเชื่อมโยงการเรียนภาษาอังกฤษกับทักษะอาชีพ	1) พัฒนารายวิชา English for Career เช่น English for Business, English for Tourism 2) สร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการให้ผู้เรียนฝึกงานด้านภาษา
		4.3 การใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาหลักสูตร	1) สร้างระบบ Big Data เพื่อติดตามแนวโน้มทักษะภาษาอังกฤษ 2) เชื่อมข้อมูลการเรียนรู้กับแพลตฟอร์มสากล เช่น Google Classroom, Duolingo for School
WT6: LOU3 (0.147), LOU6 (0.152), FBD7 (0.131) WT7: LOU4 (0.147), INF7 (0.135), LMP8 (0.131)	5. การประเมินและติดตามผลเพื่อสอดคล้องกับความต้องการสังคมและตลาดแรงงาน	5.1 การพัฒนาระบบประเมินที่สะท้อนสมรรถนะจริง	1) ปรับการสอบจาก Paper-based เป็น Performance-based เช่น การโต้วาที การนำเสนอ 2) พัฒนาชุดเกณฑ์การวัดผลภาษาอังกฤษสอดคล้องกับ CEFR
		5.2 การใช้ผลการประเมินเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร	1) จัดประชุมครูประจำภาคเรียนเพื่อนำผลประเมินมาออกแบบการสอนใหม่ 2) เชื่อมผลการประเมินกับระบบ Feedback จากผู้ปกครองและนายจ้าง
		5.3 การติดตามและเชื่อมโยงกับตลาดแรงงาน	1) จัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าและสถานประกอบการเพื่อติดตามคุณภาพผู้เรียน 2) วิเคราะห์ทักษะภาษาอังกฤษที่ตลาดแรงงานต้องการเพื่อนำมาปรับรายวิชา

จากตารางที่ 1 มีรายละเอียดเกี่ยวกับ 5 กลยุทธ์หลัก 15 กลยุทธ์รอง และ 30 วิธีการดำเนินการ ดังนี้

กลยุทธ์หลักที่ 1 การสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนเพื่อยกระดับคุณภาพ (SO3: FBD4 (0.116), LOU5 (0.138), FBD5 (0.124)) กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ครู ผู้ปกครอง และชุมชน เพื่อสร้างระบบสนับสนุนการเรียนรู้ภาษาอังกฤษที่เข้มแข็งและต่อเนื่อง โรงเรียนเอกชนควรมีการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน (collaborative culture) และสร้างกลไกเชื่อมโยงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบที่เป็นระบบมากขึ้น กลยุทธ์รองประกอบด้วย (1) การสนับสนุนจากผู้บริหารและผู้ปกครอง โดยจัดตั้งเวที “Parent–School Forum” เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะและนำมาปรับหลักสูตร พร้อมทั้งให้ผู้บริหารจัดสรรงบประมาณสนับสนุนกิจกรรมภาษาอังกฤษเชิงนวัตกรรม (2) การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ระหว่างครู–ผู้ปกครอง–ผู้บริหาร เพื่อแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีและร่วมกันวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ (3) การพัฒนาระบบการสื่อสารและการให้ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น Line OA หรือระบบแอปพลิเคชันของโรงเรียน เพื่อให้เกิดข้อมูลย้อนกลับแบบเรียลไทม์ นำไปสู่การบริหารจัดการที่ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อบริบทการเรียนรู้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์หลักที่ 2 การยกระดับคุณภาพผู้เรียนสู่มาตรฐานสากล (SO2: LOU1 (0.140), LOU2 (0.143), LOU7 (0.126), LOU8 (0.127), FBD8 (0.130)) กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างเป็นธรรมชาติและมีสมรรถนะตรงตามกรอบมาตรฐานสากล เช่น CEFR ทั้งในด้านฟัง พูด อ่าน และเขียน กลยุทธ์รองได้แก่ (1) การเสริมสร้างสมรรถนะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยจัดกิจกรรมแข่งขันภาษาอังกฤษ เช่น Debate Contest, Storytelling, Speech Contest และจัดระบบ Mentoring โดยรุ่นพี่ดูแลรุ่นน้องเพื่อพัฒนาทักษะการพูดจริง (2) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมระดับนานาชาติ เช่น Virtual Exchange และ English Camp ร่วมกับโรงเรียนในต่างประเทศ เพื่อเปิดโลกทัศน์และสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษา และ (3) การประเมินผลตามมาตรฐานสากล ด้วยการจัดสอบเทียบ CEFR ภายในโรงเรียน รวมทั้งพัฒนาระบบ Dashboard แสดงผลการเรียนรู้รายบุคคล เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

กลยุทธ์หลักที่ 3 การพัฒนาระบบและทรัพยากรเพื่อสนับสนุนครูและผู้เรียน (WO1: INF3 (0.144), INF8 (0.137); WO4: LMP2 (0.138), INF8 (0.137); WO8: FBD1 (0.137), FBD5 (0.124)) กลยุทธ์นี้ตอบโจทย์การลดจุดอ่อนภายในองค์กรโดยการสร้างระบบสนับสนุนที่ครอบคลุมและยั่งยืน เพื่อให้การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์รองประกอบด้วย (1) การพัฒนาระบบจัดสรรทรัพยากรดิจิทัล โดยจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์สำหรับการบริหารสื่ออุปกรณ์ และงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งตั้งศูนย์ Digital English Hub เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมของครูและนักเรียน (2) การพัฒนาสมรรถนะครูด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยจัดอบรมด้าน Digital Pedagogy และการใช้ AR/VR ในห้องเรียน พร้อมจัดทำคู่มืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการออกแบบสื่อการสอน และ (3) การพัฒนาระบบสะท้อนผลการเรียนรู้โดยใช้เครื่องมือเชิงดิจิทัล เช่น Reflective Learning Report เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง–จุดอ่อนของผู้เรียน และจัดเวิร์กชอปให้ครูปรับปรุงแนวทางสอนจากผลการสะท้อนนั้น ซึ่งจะช่วยให้กระบวนการเรียนรู้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นวงจรต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 4 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน (ST2: INF2 (0.120), FBD4 (0.116), LMP6 (0.135), FBD6 (0.136); ST3: LMP3 (0.120), LMP7 (0.133), LMP8 (0.131)) กลยุทธ์นี้สะท้อนการใช้จุดแข็งของโรงเรียนในการตอบสนองต่ออุปสรรคจากเทคโนโลยีและความต้องการแรงงาน โดยมุ่งสร้างความพร้อมให้ครูและนักเรียนสามารถปรับตัวได้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์รองมี 3 ประการ ได้แก่ (1) การพัฒนาวิธีสอนที่ทันสมัย เช่น Project-based Learning และ CLT (Communicative Language Teaching) พร้อมส่งเสริมการใช้ AI หรือ Chatbot ในกระบวนการเรียนรู้ (2) การเชื่อมโยงภาษาอังกฤษกับทักษะอาชีพ เช่น การพัฒนารายวิชา English for Business และ English for Tourism เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะภาษาและทักษะอาชีพไปพร้อมกัน และ (3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาหลักสูตรโดยจัดตั้งระบบ Big Data ติดตามแนวโน้มทักษะภาษาและเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มการเรียนรู้สากล เช่น Google Classroom และ Duolingo for School เพื่อสร้างหลักสูตรที่ตอบสนองต่อบริบทอาชีพในอนาคต

กลยุทธ์หลักที่ 5 การประเมินและติดตามผลเพื่อสอดคล้องกับความต้องการสังคมและตลาดแรงงาน (WT6: LOU3 (0.147), LOU6 (0.152), FBD7 (0.131); WT7: LOU4 (0.147), INF7 (0.135), LMP8 (0.131)) กลยุทธ์นี้มุ่งพัฒนา “ระบบการประเมินและติดตามผล” ให้เป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ โดยเน้นการใช้ข้อมูลจริงเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายและการปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน กลยุทธ์รองประกอบด้วย (1) การพัฒนาระบบประเมินสมรรถนะจริงของผู้เรียน (Performance-based Assessment) เช่น การโต้วาที บทบาทสมมติ หรือการนำเสนอผลงาน (2) การใช้ผลการประเมินเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร โดยจัดประชุมครูและผู้บริหารทุกภาคเรียน เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลการประเมินกับระบบ Feedback จากผู้ปกครองและนายจ้าง และ (3) การติดตามผู้เรียนหลังสำเร็จการศึกษา โดยจัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าและสถานประกอบการ เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของสมรรถนะภาษาอังกฤษกับความต้องการแรงงาน ซึ่งจะทำให้โรงเรียนสามารถปรับกลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนให้เท่าทันแนวโน้มของโลกอาชีพอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ทั้งห้าด้านดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในเชิงระบบและสามารถขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิดการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่เน้นการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมและใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นฐาน ทั้งในมิติของโครงสร้างการบริหาร คุณภาพผู้เรียน สมรรถนะครู เทคโนโลยีสนับสนุน และการประเมินผล ซึ่งทั้งหมดมีเป้าหมายร่วมกันคือการยกระดับการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของโรงเรียนเอกชนให้มีคุณภาพ เทียบเคียงมาตรฐานสากล และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1) จากผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของสภาพแวดล้อมภายในในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน สรุปได้ว่าโดยภาพรวมการดำเนินงานภายในอยู่ในระดับที่ดีและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ซึ่งได้รับการประเมินสูงสุด สะท้อนให้เห็นถึงการจัดการเรียนการสอนที่มีระบบและสอดคล้องกับเป้าหมายทางวิชาการของโรงเรียน ขณะเดียวกันทุกด้านยังมีแนวโน้มของสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับสูงมาก แสดงถึงความมุ่งมั่นของโรงเรียนในการยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ให้มีมาตรฐานสูงยิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญทั้งต่อการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ผลลัพธ์ของผู้เรียน การจัดการทรัพยากรและปัจจัยนำเข้า ตลอดจนการสะท้อนผลและการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงทิศทางที่ชัดเจนของโรงเรียนเอกชนในการพัฒนาและบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน ในขณะที่ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของสภาพแวดล้อมภายนอกในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน สรุปได้ว่า โดยภาพรวมสภาพแวดล้อมภายนอกมีความเอื้อต่อการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ในระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมของปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายภาครัฐ กระแสสังคมโลกาภิวัตน์ และการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ช่วยสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ได้รับการประเมินสูงสุด แสดงถึงการปรับตัวของโรงเรียนเอกชนให้สอดคล้องกับแนวโน้มทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์สภาพที่พึงประสงค์สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของโรงเรียนในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยให้ความสำคัญกับการยกระดับกระบวนการจัดการเรียนรู้และผลลัพธ์ทางการศึกษาให้มีคุณภาพสูงสุด ตลอดจนการใช้ข้อมูลสะท้อนกลับและการพัฒนาปัจจัยนำเข้าอย่างเป็นระบบ เพื่อขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษให้บรรลุเป้าหมายของความเป็นเลิศในบริบทของโรงเรียนเอกชนได้อย่างยั่งยืน

2) จากผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน พบว่า โรงเรียนมีความพร้อมด้านโครงสร้างการบริหารจัดการและกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการจัดสรรทรัพยากร การพัฒนาครูผู้สอน และระบบติดตามประเมินผลที่สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ซึ่งถือเป็นจุดแข็งสำคัญขององค์กร ขณะเดียวกันยังมีจุดอ่อนในด้านผลลัพธ์ของการเรียนรู้ที่ต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของความเป็นเลิศทางภาษาอังกฤษ ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอกพบว่าโดยภาพรวมเอื้อต่อการพัฒนา โดยได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ แนวโน้มสังคมที่ให้ความสำคัญกับทักษะภาษาอังกฤษ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการศึกษา อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคในบางประเด็น เช่น ความไม่สมดุลของทรัพยากรทางการศึกษาและคุณภาพผู้เรียนที่แตกต่างกัน ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของโรงเรียนเอกชนมีทิศทางการพัฒนาเชิงบูรณาการที่ชัดเจน โดยควรใช้จุดแข็งและโอกาสเพื่อยกระดับคุณภาพและลดข้อจำกัดภายในและภายนอก เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศทางการศึกษาอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1) ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมทั้งด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโรงเรียนเอกชนในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งมีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญกับงานของ Rahman (2023) ที่ชี้ว่าการยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในยุคโลกาภิวัตน์ต้องอาศัยทั้งปัจจัยภายในโรงเรียน เช่น ระบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายรัฐและแรงสนับสนุนจากสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่งานวิจัยนี้พบว่ามีบทบาทสำคัญต่อความพร้อมของโรงเรียนเอกชน นอกจากนี้ ความสำคัญของกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ได้รับการประเมินสูงสุดในงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Shirley Su Chai Siik & Hawkins (2013) ซึ่งยืนยันว่าการพัฒนากลยุทธ์การสอนภาษาอังกฤษที่เป็นระบบและอิงหลักฐานช่วยเสริมความก้าวหน้าของผู้เรียนอย่างชัดเจน ขณะเดียวกันผลการศึกษายังสนับสนุนข้อค้นพบของ Wolf (2016) ที่ชี้ว่าการปรับตัวของโรงเรียนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและวิธีการเรียนรู้ใหม่ ๆ เป็นเงื่อนไขสำคัญในการยกระดับคุณภาพภาษาอังกฤษของผู้เรียน อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างที่สำคัญคือ งานวิจัยนี้เน้นการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันสภาพที่พึงประสงค์และความมุ่งมั่นเชิงกลยุทธ์ของโรงเรียนเอกชน ขณะที่งานของ Rahman (2023) and Wolf (2016) มุ่งวิเคราะห์การปฏิบัติการจัดการเรียนการสอนในระดับห้องเรียนมากกว่า แต่โดยรวมแล้วทั้งสามงานต่างสนับสนุนประเด็นร่วมคือ การพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพต้องอาศัยความพร้อมของระบบ การสนับสนุนจากปัจจัยแวดล้อม และการปรับตัวเชิงนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

2) ผลการอภิปรายเชิงเปรียบเทียบชี้ให้เห็นว่า แผนกลยุทธ์สามระดับ คือ กลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง และวิธีดำเนินการ มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญกับวรรณกรรมจำนวนมากที่มุ่งยกระดับสมรรถนะภาษาอังกฤษผ่านการพัฒนาครู ระบบสนับสนุน และการประเมินผลตามมาตรฐานสากล ทั้งในมิติความร่วมมือเชิงระบบ PLC ข้อเสนอแนะต่อเนื่อง (SO3: FBD4, LOU5, FBD5) การยกระดับคุณภาพผู้เรียนสู่มาตรฐานสากล (SO2: LOU1, LOU2, LOU7, LOU8, FBD8) การพัฒนาทรัพยากรและระบบสนับสนุนครู ผู้เรียน (WO1/WO4/WO8: INF3, INF8, LMP2, FBD1, FBD5) การปรับตัวต่อเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน (ST2/ST3: INF2, FBD4, LMP6, FBD6, LMP3, LMP7, LMP8) และการประเมิน ติดตามผลให้สอดคล้องความต้องการสังคม แรงงาน (WT6/WT7: LOU3, LOU6, FBD7, LOU4, INF7, LMP8) ซึ่งเน้นการเชื่อมโยงนโยบาย โครงสร้างการบริหาร หลักสูตร กิจกรรมนอกห้องเรียน และการประเมินเชิงสมรรถนะอย่างเป็นระบบ ความสอดคล้องปรากฏชัดกับงานของสิริกรและพา ซึ่งเสนอการพัฒนาสมรรถนะครูผ่านกลยุทธ์แบบองค์รวมและการนิเทศ/PLC เพื่อยกระดับผลลัพธ์ผู้เรียนในบริบทประถมศึกษา (สิริกร ชาลีกัน และพา อักษรเสือ, 2563) ตรงกับกลยุทธ์รองด้านการสร้าง PLC ครู ผู้ปกครอง ผู้บริหารและเวที Parent–School Forum เพื่อหมุนข้อมูลสะท้อนกลับเข้าสู่การปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง (SO3) อีกด้านหนึ่ง งานของชูขวัญ รัตนพิทักษ์ธาดา นันทรัตน์ เจริญกุล และพฤทธิ์ ศิริบรรณพิทักษ์. (2564) ที่บูรณาการภาษาอังกฤษกับเนื้อหาวิชา แนวคิดคล้าย CLIL/Content–Language Integration เพื่อพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษระดับมัธยม สอดคล้องกับกลยุทธ์ยกระดับผู้เรียนสู่มาตรฐานสากลผ่านกิจกรรมแข่งขัน การแลกเปลี่ยนเสมือนจริง และการสอบเทียบ CEFR/ระบบแดชบอร์ดผลสัมฤทธิ์ (SO2) รวมถึงงานของลักษณ์พร เข้มขัน และจิติมา วรรณศรี. (2564) ที่ออกแบบรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะครูภาษาอังกฤษในสังกัด สพฐ. ซึ่งเน้นการพัฒนาอย่างเป็นระบบตามสมรรถนะและเทคโนโลยีสนับสนุน สอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาระบบทรัพยากรดิจิทัลและสมรรถนะครูด้านดิจิทัล (WO1/WO4/WO8) ขณะเดียวกัน ชุดหลักฐานด้านโฟนิกส์ ทั้งรายงานการพัฒนาทักษะการสอนโฟนิกส์ของครูเอกชนในนครศรีธรรมราชที่ศึกษาโดย สันติภัทร โคจีจุล. (2566) และงานวิจัยต่างประเทศ (Shirley Su Chai Siik & Hawkins, 2013; McGeown & Medford, 2016; Wolf, 2016) สนับสนุนว่า แนวทางการสอนที่เป็นระบบและเน้น print-to-sound/letter-sound mapping ช่วยยกระดับทักษะอ่านต้นทางของผู้เรียน ซึ่งสอดรับกับกลยุทธ์ย่อยด้านการประเมินสมรรถนะจริง Performance-based และ English for Career/กิจกรรมสื่อสารจริง ที่เน้นทักษะใช้การได้ในบริบทจริง (WT6/WT7 และ ST3) อย่างไรก็ดี จุดแตกต่างสำคัญ คือ วรรณกรรมโฟนิกส์จำนวนมากมุ่งที่ระดับทักษะอ่านเบื้องต้น

หรือชั้นปีต้น และเน้นวิธีสอนเฉพาะ (method-specific) มากกว่าการวางสถาปัตยกรรมเชิงกลยุทธ์ทั้งระบบ ขณะที่การบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชนขยายจากห้องเรียนสู่ระดับนโยบาย โครงสร้าง ทรัพยากร ภาคีเครือข่าย แรงงาน พร้อมกลไก Big Data/แดชบอร์ด การมีส่วนร่วมผู้ปกครอง และการจัดการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี (SO2, ST2/3, WO1/4/8, WT6/7) นอกจากนี้ งานวิจัยไทยหลายชิ้นเน้นโรงเรียนรัฐ/สังกัด สพฐ. เป็นหลัก ในขณะที่ผลการสังเคราะห์เชิง TOWs ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งโรงเรียนเอกชนและผูกกับความคล่องตัวด้านทรัพยากร ความคาดหวังผู้ปกครอง และความเชื่อมโยงตลาดแรงงานอย่างเด่นชัด จึงให้กรอบปฏิบัติที่ครอบคลุมและยืดหยุ่นกว่าในระดับการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ทั้งสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนสามารถนำกลยุทธ์ที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะการสร้างระบบสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร ครู ผู้ปกครอง และชุมชนในลักษณะเครือข่ายเชิงบูรณาการ เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้และสร้างวัฒนธรรมการใช้ภาษาอังกฤษในโรงเรียนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยการจัดตั้งศูนย์พัฒนาครูด้านนวัตกรรมการสอนภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนาสมรรถนะครูให้สามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและสอดคล้องกับแนวทาง Communicative Language Teaching (CLT) รวมถึงสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) หน่วยงานต้นสังกัดของโรงเรียนเอกชนสามารถนำกลยุทธ์ที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปกำหนดแนวทางการประเมินคุณภาพการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่เชื่อมโยงกับกรอบมาตรฐานสากล เช่น CEFR และพัฒนาระบบติดตามผลลัพธ์ผู้เรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อให้การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในโรงเรียนเอกชนมีทิศทางและมาตรฐานที่ชัดเจนในระดับประเทศ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นจากการวิจัยนี้ โดยทดลองใช้ในโรงเรียนเอกชนหลายรูปแบบ เช่น โรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และความเหมาะสมในบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้สามารถปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับสภาพจริงของสถานศึกษาได้มากยิ่งขึ้น

2) การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตไปสู่การศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมของผู้เรียนและครูที่มีผลต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เช่น แรงจูงใจในการเรียนรู้ ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ หรือความพร้อมทางเทคโนโลยี เพื่อสร้างแบบจำลองเชิงสาเหตุที่สามารถอธิบายกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างเป็นระบบ

3) ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านนโยบายการบริหารจัดการ และผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษระหว่างโรงเรียนเอกชนกับโรงเรียนของรัฐ อันจะช่วยให้ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของประเทศไทยให้สอดคล้องกับกรอบการศึกษาระดับสากลและยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กติกา พฤกจันทร์, ทนง ทองภูเบศร์, และ วรรณรี ปานศิริ. (2567). *กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรการศึกษาโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กยุคหลังโควิด-19* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ขจรรักษ์ พินิจนึก, ชารี มณีศรี, และ สมหมาย สร้อยนาคพงษ์. (2568). การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอำเภอเมืองสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนจังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารการบริหารการจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน*, *3*(1), 136-147.

ชูขวัญ รัตนพิทักษ์ธาดา, นันทรัตน์ เจริญกุล, และ พฤทธิ์ ศิริบรรณพิทักษ์. (2564). กลยุทธ์การบริหารวิชาการตามแนวคิดการเรียนรู้แบบบูรณาการเนื้อหากับภาษา และสมรรถนะทางภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษา. *วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, *49*(2), EDUCU4902001.

นริศรา เจี๊ยมดี, และ สุรัตนา อดิพัฒน์. (2568). การศึกษาทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสอนภาษาด้วยวิธีการสื่อสารของครูผู้สอนภาษาอังกฤษอำเภอท่ายางภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. *วารสารการบริหารการจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน*, *3*(2), 595-606.

ปานิสรา เอี่ยมวิบูลย์, ละมุล รอดขวัญ, และ ทนง ทองภูเบศร์. (2567). การเสริมสร้างความเป็นเลิศในการสื่อสารภาษาอังกฤษในโรงเรียนเอกชน. *วารสารมณีเชษฐาราม*วัดจอมมณี, *7*(4), 1015-1030.

ปราณี หลำเบ็ญสะ. (2568). การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพการประเมินผลการเรียนรู้ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ของครูผู้สอนในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามในจังหวัด. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, *36*(2), 24-34.

เพชรสุภัค กิจสกุล, พิภพ วชังเงิน, และ ทนง ทองภูเบศร์. (2567). นวัตกรรมการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลโดยใช้รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมและการบริหารแบบเครือข่ายของกลุ่มโรงเรียนเอกชนคาทอลิกภาคใต้. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, *6*(3), 207-221.

ภรภัทร รัตนเจริญ, กอบสุข คงมนัส, และ อรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง. (2567). การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมแบบผสมผสานร่วมกับชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพเพื่อส่งเสริมสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ภาษาเพื่อการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับครูภาษาอังกฤษในโรงเรียนเอกชน. *Journal of Education and Innovation*, *26*(1), 291-302.

รณชิต อภัยวาทิน. (2567). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนโดยใช้ทฤษฎีสรรคนิยมที่เน้นกระบวนการทางสังคมเป็นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารและซอฟต์สกิลของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในการเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษ. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, *24*(1), 138-150.

รวิวรรณ ทองศรีแก้ว, นงลักษณ์ เขียนงาม, สมเกียรติ อินทสิงห์, และ สุนีย์ เงินยวง. (2565). การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะการสอนคิดตามแนวคิดโรงเรียนในฐานะชุมชนแห่งการเรียนรู้สำหรับครูโรงเรียนเอกชนจังหวัดเชียงใหม่. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University*, *28*(2),173-186.

ลักษณ์พร เข้มขัน, และ จิติมา วรรณศรี. (2564). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของครูภาษาอังกฤษในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, *23*(4), 298-309.

สันติภัทร โคจีจุล. (2566). *รายงานผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาทักษะการสอนออกเสียงภาษาอังกฤษ (Phonics) สำหรับครูภาษาอังกฤษ ระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566*. สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครศรีธรรมราช กระทรวงศึกษาธิการ.

สิริกร ชาลีกัน, และ พา อักษรเสือ. (2563). กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะครูในการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ โรงเรียนประถมศึกษา จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, *5*(6), 232-244.

สุมัณฑนา ทิมมณีฉาย, ธีรังกูร วรบำรุงกุล, และ อรุณเกียรติ จันทร์ส่งแสง. (2568). การบริหารสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจังหวัดจันทบุรี. *Education Journal Faculty of Education, Nakhon Sawan Rajabhat University*, *8*(2), 263-274.

สมิทธ์ อุดมมะนะ, สุกัญญา แช่มช้อย, และ เพ็ญวรา ชูประวัติ. (2564). ความต้องการจำเป็นของการบริหารวิชาการโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นตามแนวคิดการเรียนการสอนที่มีผลิตภาพสำหรับผู้เรียนที่มีความแตกต่างกัน. *Journal of Education and Innovation*, *23*(2), 310-321.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2562). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สรายุธ รัศมี. (2568). การศึกษาคุณภาพสูงระดับโลก. *วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ*, *13*(1), 79-84.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. (2567). *รายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ปีการศึกษา 2567 ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. https://www.pbi2.go.th/web/?p=3994

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*. http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF

สำนักงานศึกษาธิการภาค 4. (2566). *ข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตรวจราชการ เขตตรวจราชการที่ 4*. กลุ่มตรวจราชการและติดตามประเมินผล สมุทรสงคราม.

อรรถพล สมมาตร, และ สุภัทรา ภูษิตรัตนาวลี. (2568). การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานโรงเรียนในอำเภอเกาะสมุย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1. *RATANABUTH JOURNAL*, *7*(2), 115-125.

Abu-Baker, M. I. K., Abu-Zaid, M. K. S., Alsawalqah, H., Al-Shamayleh, Y., & Al-Shboul, B. (2019). The impact of the implementation of capability maturity model integration on user satisfaction: Case study on software companies in Jordan. *Journal of Software*, *14*(7), 299.

Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the business environment*. Macmillan.

Alsarayrah, A. Z., & Alsarayrah, A. M. (2021). The impact of performance management on organizational excellence in educational institutions and how to strengthen it in private schools. *Journal of Educational and Social Research*, *11*(2), 154. https://doi.org/10.36941/jesr-2021-0036

Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, *1*(1), 1–47. https://doi.org/10.1093/applin/1.1.1

Constantin, A. (2024). Digitalization of Romania's education sector: A PESTLE analysis. In *Proceedings of the 18th International Conference on Business Excellence* (Vol. 18, No. 1, pp. 102-119). Sciendo. https://doi.org/10.2478/picbe-2024-0010

Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). HarperCollins.

Fandino, Y. J. (2013). 21st century skills and the English foreign language classroom: A call for more awareness in Colombia. *GIST Education and Learning Research Journal*, *7*, 190-208.

Hidayat, V. (2022). The performance of school supervision organizations in the remote area of East Aceh Regency. In *Proceedings of the 5th International Conference on Current Issues in Education (ICCIE 2021)* (pp. 250-254). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220129.046

Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2013). *Educational administration: Theory, research, and practice* (9th ed.). McGraw-Hill.

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, *7*(4), 396–403. https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975

Jubaedah, E., Sudirman, I., & Djulius, H. (2025). Implementation of McKinsey's 7S framework as a strategy to improve the performance of educational institutions. *International Journal of Business, Law, and Education*, *6*(1), 499-510.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607–610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308

Madlock, P. E. (2008). The link between leadership style, communicator competence, and employee satisfaction. *Journal of Business Communication*, *45*(1), 61-78. https://doi.org/10.1177/0021943607309351

McGeown, S. P., & Medford, E. (2016). Using method of instruction to predict the skills supporting initial reading development: Insight from a synthetic phonics approach. *Reading and Writing*, *27*(3), 286-298. https://doi.org/10.1007/s11145-013-9445-5

Musa, E. I. O., & Suryono, Y. (2022). Learning challenges during new normal era using a combination of SWOT-PESTEL analysis. In *Proceedings of the 5th International Conference on Current Issues in Education (ICCIE 2021)* (pp. 358-362). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220129.066

Omidvar, R., & Sukumar, B. (2013). The effects of global education in the English language conversation classroom. *English Language Teaching*, *6*(7), 151-157. https://doi.org/10.5539/elt.v6n7p151

Rahman, N. A. (2023). Educational equity in a globalized era: Comparative insights from Southeast Asia and other developing regions. *Sinergi International Journal of Education*, *1*(3), 163-177.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). *On the use of content specialists in the assessment of content validity of objective tests*. University of Massachusetts at Amherst.

Siik, S. S. C., & Hawkins, J. (2013). THRASS Phonics: A case study of Thomas as an emerging reader in English. *The English Teacher*, *43*(1), 1-18.

Waterman, R. H., Jr. (1982). The seven elements of strategic fit. *The Journal of Business Strategy*, *2*(3), 69-73.

Wolf, M. (2016). Letter-sound reading: Teaching preschool children print-to-sound processing. *Early Childhood Education Journal*, *44*(1), 1-12. https://doi.org/10.1007/s10643-014-0676-4

Wong, S. H. (2024). Sustainable development of Chinese education in Malaysia: A SWOT-PEST analysis of internal and external environments. *Malaysian Studies Journal*, *13*, 55-78.

กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

STEM Education–Based Learning Management Strategies of Opportunity Expansion Schools Toward Becoming Innovative Schools

วัลลภ โพธิ์ไทย[1] วีระวัฒน์ พัฒนกุลชัย[2] และภูมิภควัธจ์ ภูมพงศ์คชศร[3]

Wanlop Pothai[1], Weerawat Pattanakulchai[2] and Phumphakhawat Phumphongkhochasorn[3]

[1]นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์,

[2,3]อาจารย์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารการศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[1]Doctor of Philosophy Program in Educational Adminstration Innovation College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin,

[2,3]Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Educational Adminstration Innovation College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: *wanlop.pot@rmutr.ac.th[1], pkc_d@hotmail.com[2], phumphakhawat.phu@rmutr.ac.th[3]*

Received: Dec. 28, 2025; **Revised: Jan.** 27, 2026; **Accepted: Jan.** 29, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นของการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม 2) สร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนขยายโอกาส และ 3) ประเมินและรับรองกลยุทธ์ดังกล่าวโดยผู้ทรงคุณวุฒิ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงลำดับในลักษณะการวิจัยและพัฒนา แบ่งการดำเนินการออกเป็น 3 ระยะ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้รับผิดชอบการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษาและสะเต็มศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมินกลยุทธ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบันกับสภาพที่พึงประสงค์ในทุกด้าน ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ การขาดแคลนทรัพยากรและสื่อการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ความไม่เพียงพอของบทเรียนสะเต็มศึกษาที่มีคุณภาพ และข้อจำกัดด้านความรู้และทักษะของครูในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบฐานปัญหา จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านนโยบายและวิสัยทัศน์สะเต็มศึกษา (2) ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา (3) ด้านการจัดการเรียนรู้และนวัตกรรมในห้องเรียน และ (4) ด้านการสร้างชุมชนการเรียนรู้และเครือข่ายนวัตกรรม ผลการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

คำสำคัญ: การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา โรงเรียนขยายโอกาส สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

Abstract

This research aimed to (1) analyze the problems and needs of STEM education learning management in opportunity expansion schools transitioning toward innovative schools, (2) develop STEM education learning management strategies appropriate to the context of opportunity expansion schools, and (3) evaluate and validate the proposed strategies by experts. The study employed a sequential mixed methods research design within a research and development framework, conducted in three phases. The sample groups consisted of school administrators, teachers responsible for STEM education learning management, and experts in educational administration and STEM education. The research instruments included interview forms, questionnaires, and strategy evaluation forms. Data were analyzed using descriptive statistics and content analysis. The results revealed that the overall level of problems in STEM education learning management in opportunity expansion schools was high, with gaps identified between the current conditions and the desirable conditions across all dimensions. Key issues included shortages of scientific and technological resources and learning materials, inadequacy of high-quality STEM instructional units, and limitations in teachers' knowledge and skills in designing problem-based learning activities. Based on these findings, STEM education learning management strategies for opportunity expansion schools toward innovative schools were developed in four dimensions: (1) STEM policy and vision, (2) teacher and educational personnel development, (3) learning management and classroom innovation, and (4) the development of learning communities and innovation networks. Expert evaluation indicated that the proposed strategies demonstrated a high to highest level of validity, appropriateness, feasibility, and usefulness.

Keywords: STEM Education Learning Management, Opportunity Expansion Schools, Innovative Educational Institutions

บทนำ

การสร้างความมั่นคงและความสามารถในการแข่งขันของประเทศในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม รัฐบาลไทยจึงกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล Thailand 4.0 โดยมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีสมรรถนะสูง มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน วาระการพัฒนาดังกล่าวสะท้อนบทบาทสำคัญของการศึกษาในฐานะกลไกหลักในการผลิตกำลังคนคุณภาพและสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม การศึกษาจึงเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและส่งเสริมการสร้างอาชีพในเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของบริบทโลกและตลาดแรงงานทำให้สังคมต้องการกำลังคนที่มีทักษะหลากหลาย สามารถทำงานข้ามศาสตร์ และใช้ความรู้เชิงบูรณาการในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การจัดการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวและวางแผนการผลิตกำลังคนให้สอดคล้องกับอาชีพในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต (สำนักบริหารการมัธยมศึกษาตอนปลาย, 2561)

แนวคิด การศึกษา 4.0 จึงถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัล โดยเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุก มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถด้านการคิดสร้างสรรค์ การวิจัย และการสร้างนวัตกรรมด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการได้ผลักดันนโยบายสำคัญหลายประการ เช่น การลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้ การยกระดับมาตรฐาน

ภาษาอังกฤษ และการส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี รวมถึงการจัดการเรียนการสอนแบบสะเต็มศึกษา (STEM Education) เพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เรียนสู่ศตวรรษที่ 21 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2559)

สะเต็มศึกษา (STEM Education) เป็นแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง การคิดอย่างมีเหตุผล และการทำงานร่วมกัน เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา การคิดเชิงวิพากษ์ และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับสมรรถนะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2563; Bybee, 2019) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในช่วงปี 2020–2025 ชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาไม่ได้ขึ้นอยู่กับกิจกรรมการเรียนรู้เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ในระดับสถานศึกษา อย่างมีระบบ (Chuaythaisong & Worrachat, 2020)

ในบริบทของ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ซึ่งมีผู้เรียนที่มีความหลากหลายทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และศักยภาพการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษายังเผชิญข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ ความไม่เพียงพอของทรัพยากร งบประมาณ ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของครู รวมถึงโครงสร้างการบริหารที่ยังไม่เอื้อต่อการบูรณาการนวัตกรรมการเรียนรู้ (Seeon, Masantiah, & Tippayakulpairoj, 2024) ส่งผลให้การนำสะเต็มศึกษาไปใช้ในทางปฏิบัติยังไม่บรรลุผลอย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะในมิติของการพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็นผู้สร้างนวัตกรรม (innovators)

การพัฒนาโรงเรียนขยายโอกาสสู่ สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม จึงเป็นประเด็นสำคัญในบริบทการปฏิรูปการศึกษาในศตวรรษที่ 21 งานวิจัยหลายชิ้นยืนยันว่า การยกระดับสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมจำเป็นต้องอาศัยการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมการจัดการเรียนรู้ การพัฒนาครูและบุคลากร การบริหารทรัพยากร และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (สุพานี สกฤษฎ์วานิช, 2560; Sengsri & Sengsri, 2023) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในช่วงปี 2020–2025 ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการศึกษาผลลัพธ์ของการจัดการเรียนรู้ STEM หรือรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้เป็นรายวิชามากกว่าการวิเคราะห์ กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาในระดับองค์กรสถานศึกษา โดยเฉพาะในบริบทของโรงเรียนขยายโอกาส (Sittisak & Roekmongkol, 2025) จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวพบช่องว่างการวิจัย (research gap) ที่สำคัญ คือ การขาดองค์ความรู้เชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการเรียนรู้ STEM ที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของโรงเรียนขยายโอกาส การขาดกรอบแนวคิดการบริหารที่เชื่อมโยง STEM Education กับการพัฒนาสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน การขาดงานวิจัยเชิงลึกที่บูรณาการมิติการบริหาร การจัดการเรียนรู้ และวัฒนธรรมองค์กรเข้าด้วยกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม เพื่อพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบทจริงของโรงเรียนขยายโอกาส อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียน การสร้างนวัตกรรมทางการศึกษา และการพัฒนาสถานศึกษาให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและประเทศได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม
2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม
3. เพื่อประเมินและรับรองกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนขยายโอกาส

จากการสังเคราะห์งานวิจัยและเอกสารทางวิชาการในช่วงปี พ.ศ. 2563–2568 (ค.ศ. 2020–2025) พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนขยายโอกาสมีลักษณะร่วมสำคัญ คือ การใช้การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกลไกหลักในการยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ โดยคำนึงถึงบริบทเฉพาะของโรงเรียนขนาดเล็ก ความหลากหลายของผู้เรียน และข้อจำกัดด้านทรัพยากร ซึ่งสามารถสังเคราะห์สาระสำคัญจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

กิติศักดิ์ พงษ์สุระ, เฉลิมพล มีชัย และ ชัยวัฒน์ ประสงค์สร้าง (2568) ได้นำเสนอแนวคิดการบริหารสถานศึกษาสู่โรงเรียนนวัตกรรม โดยชี้ให้เห็นว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ประกอบหลักของสถานศึกษา ได้แก่ การจัดการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาครูและบุคลากร และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดนวัตกรรม แนวคิดดังกล่าวเน้นการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมขององค์กร การพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการจัดการเรียนรู้และการพัฒนาโรงเรียนในระยะยาว

สอดคล้องกับแนวคิดข้างต้น สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2567) เสนอแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community-based Learning) สำหรับโรงเรียนขยายโอกาส โดยมองว่าชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญซึ่งสามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้กับบริบทชีวิตจริงของผู้เรียน แนวคิดนี้เน้นการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชนในการสนับสนุนการเรียนรู้ อันส่งผลต่อการพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน และช่วยลดข้อจำกัดด้านทรัพยากรของโรงเรียนขนาดเล็ก

ในระดับสากล Fullan (2020) ได้นำเสนอแนวคิดวัฒนธรรมการเรียนรู้เชิงบูรณาการ (Integrated Learning Culture) โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้นำสถานศึกษาและครูในการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนขนาดเล็กหรือโรงเรียนในพื้นที่ชนบท แนวคิดนี้มุ่งเน้นการเสริมพลังครู การทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และการจัดการเรียนรู้ที่มีความหมายต่อผู้เรียน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทั้งผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการและทักษะชีวิตของผู้เรียน

จากการสังเคราะห์งานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนขยายโอกาสเป็นแนวคิดที่มุ่งใช้การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นตัวขับเคลื่อนคุณภาพการเรียนรู้ โดยเน้นการบูรณาการการ จัดการเรียนรู้ การพัฒนาครู การใช้ทรัพยากรชุมชน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ ภายใต้บริบทเฉพาะของโรงเรียน

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารโรงเรียนขยายโอกาสตามแนวคิดสะเต็มศึกษา

จากการสังเคราะห์งานวิจัยและเอกสารทางวิชาการในช่วงปี พ.ศ. 2563–2568 (ค.ศ. 2020–2025) พบว่า การบริหารโรงเรียนขยายโอกาสตามแนวคิดสะเต็มศึกษาให้ความสำคัญกับการบริหารงานวิชาการในฐานะกลไกหลักในการขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพผู้เรียนให้มีทักษะการคิด การแก้ปัญหา และการประยุกต์ใช้ความรู้ในบริบทจริง ซึ่งสามารถสังเคราะห์สาระสำคัญจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

สิริการย์ ดิษย์ชนะพงศ์ (2566) ได้นำเสนอแนวคิดการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสตามแนวสะเต็มศึกษา โดยเน้นการบูรณาการองค์ความรู้จากหลายสาขา ได้แก่ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เพื่อพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูงของผู้เรียน แนวคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา การเตรียมความพร้อมของครูและผู้บริหาร รวมถึงการจัดระบบการวัดและประเมินผลที่มุ่งพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทของการบริหารวิชาการในฐานะโครงสร้างสนับสนุนการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาส

สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว วัชราภรณ์ อมรศักดิ์, พงษ์ลิขิต เพชรผล และพฤทธิ์ ศิริบรรณพิทักษ์ (2565) เสนอแนวคิดการบริหารการศึกษาโดยใช้สะเต็มศึกษาเป็นฐาน โดยมองว่าสถานศึกษาควรพัฒนานวัตกรรมการบริหารวิชาการที่เชื่อมโยงการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการแก้ปัญหาในชีวิต

จริง แนวคิดนี้เน้นการพัฒนาบุคลากร ระบบนิเทศ ติดตาม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่ช่วยสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ STEM อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ในระดับแนวนโยบายและการปฏิบัติ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2565) อธิบายว่า สะเต็มศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านการลงมือปฏิบัติ การเชื่อมโยงความรู้กับปัญหาและบริบทจริง และการทำงานร่วมกันเป็นทีม แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ในโรงเรียนขยายโอกาส ซึ่งมีความหลากหลายของผู้เรียนและข้อจำกัดด้านทรัพยากร โดยการบริหารที่ดีจะช่วยเอื้อให้การจัดการเรียนรู้สะเต็มศึกษาเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

จากการสังเคราะห์งานวิจัยข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การบริหารโรงเรียนขยายโอกาสตามแนวคิดสะเต็มศึกษาเป็นแนวคิดที่มุ่งใช้ การบริหารงานวิชาการและการพัฒนาครู เป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ โดยคำนึงถึงบริบทของโรงเรียนขนาดเล็กและความพร้อมของบุคลากร

แนวคิดเกี่ยวกับสถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

จากการสังเคราะห์งานวิจัยและเอกสารทางวิชาการในช่วงปี พ.ศ. 2563–2568 (ค.ศ. 2020–2025) พบว่า แนวคิดเกี่ยวกับสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนบทบาทของสถานศึกษาจากแหล่งถ่ายทอดความรู้ไปสู่ระบบการเรียนรู้ที่สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยี และตลาดแรงงานในศตวรรษที่ 21 โดยมีการบูรณาการนวัตกรรมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการและการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ

ตามที่ Alagöz และ Canlı (2024) อธิบายไว้ว่า สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมหมายถึงแนวทางการจัดการศึกษาที่มีลักษณะเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา การคิดเชิงวิพากษ์ และการบูรณาการเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมยังสะท้อนถึงการก้าวข้ามรูปแบบการสอนแบบดั้งเดิม และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

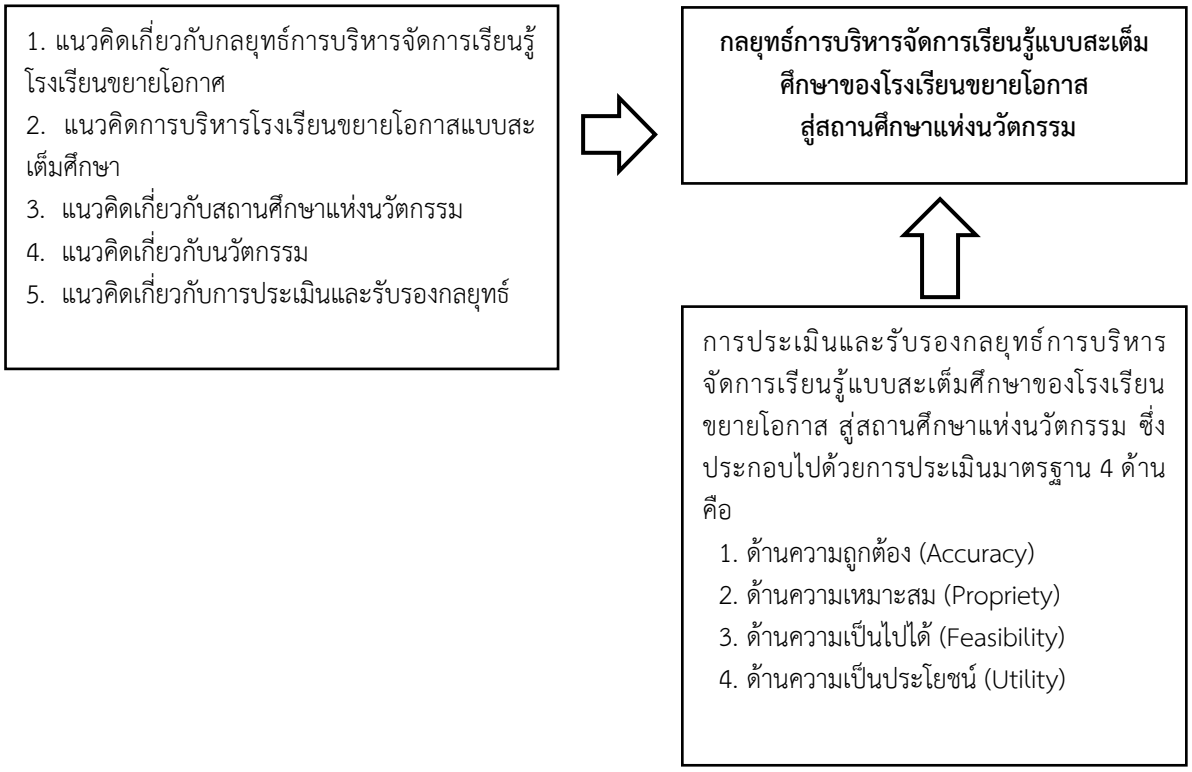
สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว Fullan (2020) อธิบายว่า สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมควรมีวัฒนธรรมการเรียนรู้เชิงลึก (deep learning culture) ที่เชื่อมโยงการบริหารเชิงกลยุทธ์กับการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเน้นบทบาทผู้นำสถานศึกษาในการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม การเสริมพลังครู และการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่านวัตกรรมทางการศึกษาไม่ได้เกิดจากเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากกระบวนการบริหารที่สนับสนุนการเรียนรู้ การทดลอง และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ OECD (2021) ได้นำเสนอกรอบแนวคิด Innovative Learning Environments ซึ่งระบุว่าสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมควรออกแบบระบบการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เชื่อมโยงการเรียนรู้กับบริบทจริง ส่งเสริมการคิดเชิงสร้างสรรค์และการแก้ปัญหา และใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ กรอบแนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นว่าสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมต้องมีโครงสร้างการบริหารที่ยืดหยุ่น เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม และสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากการสังเคราะห์งานวิจัยข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม เป็นสถานศึกษาที่สามารถบริหารและจัดการเรียนรู้ได้อย่างยืดหยุ่นและต่อเนื่อง โดยบูรณาการ การบริหารเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมทางการศึกษา และเทคโนโลยีเข้าเป็นกลไกหลักในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้และศักยภาพของผู้เรียน ทั้งนี้ การสร้างสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมจำเป็นต้องอาศัยผู้นำเชิงนวัตกรรม วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และความร่วมมือของทุกภาคส่วน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร ตำรา แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การบริหารการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิด ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยองค์ความรู้และแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องถูกนำมาสังเคราะห์เป็น กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส ซึ่งเป็นตัวแปรต้น กลยุทธ์ดังกล่าวถูกนำไปใช้เพื่อขับเคลื่อนโรงเรียนสู่ สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม และได้รับการตรวจสอบความเหมาะสมผ่านการประเมินและรับรองตามมาตรฐาน 4 ด้าน ได้แก่ ความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ เพื่อยืนยันคุณภาพและความน่าเชื่อถือของกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research: MMR) ตามกรอบแนวคิดของ Creswell and Plano Clark (2018) โดยมุ่งบูรณาการข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่มีความลึกซึ้งและน่าเชื่อถือ การวิจัยดำเนินการในลักษณะ Sequential Mixed Methods Design แบ่งเป็น 3 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบสภาพและระดับของตัวแปร จากนั้นใช้ผลดังกล่าวเป็นฐานในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายและขยายความเชิงลึก ในระยะสุดท้ายมีการบูรณาการผลการวิจัยทั้งสองรูปแบบเพื่อยืนยันผลร่วมกัน (Triangulation) และสังเคราะห์เป็นข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนขยายโอกาส

ระยะที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นของการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

ใช้การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน โดยมีคุณสมบัติ คือ ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาขนาดเล็ก จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาขนาดกลาง จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาขนาดใหญ่ จำนวน 1 คน หัวหน้าโครงการการบริหารโรงเรียนขยายโอกาสแบบสะเต็มศึกษา จำนวน 3 คน พร้อมแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และ หัวหน้าโครงการสเต็มศึกษา 560 คน เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นของการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

ระยะที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม โดยผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากระยะที่ 1 ซึ่งเป็นผลการวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา มาใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการพัฒนาและยกร่างกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ ในระยะนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการบริหารสถานศึกษา การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และการพัฒนาโรงเรียนขยายโอกาส โดยใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มุมมอง แนวคิด และข้อเสนอแนะที่สะท้อนบริบทจริงของโรงเรียนขยายโอกาสผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากระยะที่ 2 ถูกนำมาสังเคราะห์ร่วมกับผลการวิจัยจากระยะที่ 1 เพื่อยกร่าง กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม (ฉบับที่ 1) ซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญด้านการจัดการเรียนรู้ การพัฒนาครูและบุคลากร การบริหารทรัพยากร และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งนวัตกรรม ทั้งนี้ การยกร่างกลยุทธ์ดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์และการตีความเชิงวิชาการ เพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับบริบท และสามารถนำไปใช้พัฒนาสถานศึกษาได้อย่างเป็นรูปธรรม

ระยะที่ 3 การประเมินและรับรองกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

การประเมินและรับรองกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้มีวิธีดำเนินการประเมินและรับรองกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม โดยผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 คน โดยร่างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม ฉบับที่ 2 แบบประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม เป็นแบบ Check List และข้อคำถามปลายเปิดให้เขียนตอบ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1)เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม 2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม และ3) เพื่อประเมินและรับรองกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้

แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมซึ่งเป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ที่แบ่งการดำเนินการออกเป็น 3 ระยะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการจำเป็น

1.) จะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นในการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษาและหัวหน้าโครงการในโรงเรียนขยายโอกาส จำนวน 560 คน

2.) ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้าน (N=560)

ข้อ	สภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา	สภาพปัญหา (D)			สภาพที่คาดหวัง (I)		
		$\bar{x}$	S.D	แปลผล	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
1.	ด้านการออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้	4.376	.400	มาก	4.964	.157	มากที่สุด
2.	ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้	4.389	.387	มาก	4.956	.191	มากที่สุด
3.	ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา	4.378	.413	มาก	4.959	.185	มากที่สุด
4.	ด้านการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง	4.394	.408	มาก	4.953	.205	มากที่สุด
5.	ด้านการวัดและประเมินผล	4.391	.423	มาก	4.955	.196	มากที่สุด
	รวม	**4.386**	**.406**	**มาก**	**4.958**	**.187**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์โดยรวมของสภาพปัญหาการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา พบว่าอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.386, S.D. = 0.406) ในขณะที่สภาพที่คาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.958, S.D. = 0.187) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบันกับความคาดหวังที่สูงมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 3 อันดับแรกของสภาพปัญหาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง ($\bar{x}$ = 4.394, S.D. = 0.408), ด้านการวัดและประเมินผล ($\bar{x}$ = 4.391, S.D. = 0.423) และ ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.389, S.D. = 0.387) ตามลำดับทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ในรายข้อของแต่ละด้านได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.3 ถึง 4.6

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้าน (N=560)

ข้อ	สภาพปัญหาโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม	สภาพปัญหา (D)			สภาพที่คาดหวัง (I)		
		$\bar{x}$	S.D	แปลผล	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
1.	ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร	4.404	.395	มาก	4.961	.174	มากที่สุด
2.	ด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและสร้างนวัตกรรม	4.384	.399	มาก	4.960	.179	มากที่สุด
3.	ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรสู่มืออาชีพด้านนวัตกรรม	4.404	.397	มาก	4.959	.188	มากที่สุด

ข้อ	สภาพปัญหาโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม	สภาพปัญหา (D)			สภาพที่คาดหวัง (I)		
		$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
4.	ด้านการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย	4.389	.407	มาก	4.959	.201	มากที่สุด
5.	ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้	4.395	.410	มาก	4.949	.229	มากที่สุด
6.	ด้านการบริหารจัดการที่เน้นคุณภาพและนวัตกรรม	4.392	.400	มาก	4.960	.197	มากที่สุด
	รวม	**4.393**	**.403**	**มาก**	**4.957**	**.199**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โดยรวมของสภาพปัญหาโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม พบว่าอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$ = 4.393, S.D. = 0.403) โดยมีสภาพที่คาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.957, S.D. = 0.199) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 3 อันดับแรกของสภาพปัญหาคือ ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ ผู้บริหาร ($\bar{X}$ = 4.404), ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรสู่มืออาชีพด้านนวัตกรรม ($\bar{X}$ = 4.400) และ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.395) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรและภาวะผู้นำเป็นความท้าทายสูงสุดในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ในรายข้อของแต่ละด้านได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.9 ถึง 4.14

สรุปวิเคราะห์สภาพปัญหา (D) โดยภาพรวมของทุกด้านที่ทำการสำรวจ พบว่า สภาพปัญหา อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในช่วง 4.376 ถึง 4.404 ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงความท้าทายในการบริหารจัดการในระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ โดยด้านที่มีสภาพปัญหาสูงที่สุดคือ ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ ผู้บริหาร ($\bar{X}$ = 4.404) และ ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรสู่มืออาชีพด้านนวัตกรรม ($\bar{X}$ = 4.400) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

ส่วนสภาพที่คาดหวัง ในทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในช่วง 4.949 ถึง 4.964 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่สูงมากในการพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ ด้านการออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ ในบริบทของสะเต็มศึกษา ($\bar{X}$ = 4.964) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เกี่ยวข้องให้ความสำคัญสูงสุดกับการมีหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ที่สมบูรณ์แบบและเอื้อต่อการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา รองลงมาคือ ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ ผู้บริหาร ($\bar{X}$ = 4.961) ซึ่งสะท้อนความต้องการให้ผู้บริหารมีบทบาทนำในการขับเคลื่อนนวัตกรรมอย่างเข้มแข็งและเป็นรูปธรรม

จากผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัจจุบัน (D) และสภาพที่คาดหวัง (I) ของการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนการขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์หาค่าดัชนีความต้องการจำเป็นที่ปรับปรุงแล้ว (Priority Needs Index Modified: PNI Modified) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นการบริหารจัดการที่ต้องได้รับการพัฒนา โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวังของปัจจัยต่างๆ การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นดังกล่าวใช้การคำนวณค่าดัชนีความสำคัญของความต้องการจำเป็น โดยใช้การคำนวณหาค่าดัชนี Modified Priority Needs Index (PNI Modified) เพื่อระบุความต้องการจำเป็นจากสูตร $PNI_{Modified}$ (สุวิมล ว่องวานิช, 254) ดังนี้

$$PNI_{Modified} = (I - D) / D$$

โดยที่

I หมายถึง สภาพที่คาดหวัง ของปัจจัยการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาและการขับเคลื่อนสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

D หมายถึง สภาพปัญหา ของปัจจัยการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาและการขับเคลื่อนสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้จะถูกนำมาสังเคราะห์เป็นข้อมูลเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา ปัจจัยการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาและการขับเคลื่อนสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม ต่อไป

จากการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$) ในระดับรายประเด็นย่อย สามารถสรุปประเด็นที่มีความต้องการจำเป็นสูงสุดและรองลงมาในแต่ละด้านของการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาได้ดังนี้

ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแนวทางสะเต็มศึกษาของครูและบุคลากร ($PNI_{Modified}$ = 0.141) โดยมีประเด็นรองลงมาคือการ สนับสนุนบุคลากรเข้ารับการอบรมหรือพัฒนาครูด้านสะเต็มศึกษาอย่างต่อเนื่อง ($PNI_{Modified}$ = 0.135) ซึ่งสะท้อนถึงความเร่งด่วนในการยกระดับสมรรถนะบุคลากรเป็นอันดับแรก

ด้านการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น ความรู้ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของผู้ปกครองและชุมชน ($PNI_{Modified}$ = 0.141) ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องเร่งดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรภายใน

ด้านการวัดและประเมินผล ประเด็นที่ต้องเร่งแก้ไขคือการขาด เครื่องมือวัดและประเมินผลที่เหมาะสมกับลักษณะกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา ($PNI_{Modified}$ = 0.140) โดยมีประเด็นรองลงมาคือการเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจของครูในการออกแบบเครื่องมือประเมินที่วัดทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และการคิดเชิงวิศวกรรม ($PNI_{Modified}$ = 0.132)

ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น การบำรุงรักษาและจัดเตรียมทรัพยากรให้พร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง ($PNI_{Modified}$ = 0.139) และรองลงมาคือ ความเพียงพอของทรัพยากรการเรียนรู้ ($PNI_{Modified}$ = 0.137)

ด้านการออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น การกำหนดแนวทางหรือกรอบแนวคิดในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ ($PNI_{Modified}$ = 0.139) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ การบูรณาการแนวคิดสะเต็มศึกษาในหลักสูตรอย่างชัดเจน ($PNI_{Modified}$ = 0.137)

โดยสรุปแล้ว ปัจจัยการบริหารจัดการเรียนรู้ควรเน้นไปที่การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องทั้งในกลุ่มครูและผู้ปกครอง รวมถึงการพัฒนาเครื่องมือวัดผลที่สอดคล้องกับธรรมชาติของกิจกรรมสะเต็มศึกษา เพื่อให้การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษามีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายการเป็นสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมได้อย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$) ในระดับรายประเด็นย่อย สามารถสรุปประเด็นที่มีความต้องการจำเป็นสูงสุดและรองลงมาในแต่ละด้านของปัจจัยการขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมได้ดังนี้

ด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและนวัตกรรม มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น การสนับสนุนแหล่งเรียนรู้หรือทรัพยากรที่สนับสนุนการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และการลงมือปฏิบัติจริง ($PNI_{Modified}$ = 0.143) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ การจัดการชั้นเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้แบบร่วมมือ การทดลอง และการแก้ปัญหาของผู้เรียน ($PNI_{Modified}$ = 0.134)

ด้านการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น ภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาอย่างต่อเนื่อง ($PNI_{Modified}$ = 0.142) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายช่วยส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้ครูและนักเรียน ($PNI_{Modified}$ = 0.131)

ด้านการบริหารจัดการที่เน้นคุณภาพและนวัตกรรม มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการบริหารจัดการสะเต็มศึกษาในสถานศึกษามีความรวดเร็วและเพียงพอ ($PNI_{Modified}$ = 0.136) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ ผู้บริหารมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานสะเต็มศึกษาอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ($PNI_{Modified}$ = 0.130)

ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น ผู้บริหารมีการส่งเสริมหรือสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมแบบสะเต็มศึกษาอย่างต่อเนื่อง ($PNI_{Modified}$ = 0.133) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ ผู้บริหารกำหนดวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนนโยบายสะเต็มศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม ($PNI_{Modified}$ = 0.130)

ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนการสอนสะเต็มศึกษามีความทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการของผู้เรียน ($PNI_{Modified}$ = 0.132) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ ห้องเรียนและสถานที่เรียนมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมสะเต็มศึกษา ($PNI_{Modified}$ = 0.130)

ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรสู่มืออาชีพด้านนวัตกรรม มีความต้องการจำเป็นสูงสุดในประเด็น ส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านทักษะการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมนวัตกรรม ($PNI_{Modified}$ = 0.132) โดยมีประเด็นรองลงมาคือ การอบรม/พัฒนาครูตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับการใช้จริงในการเรียนการสอน ($PNI_{Modified}$ = 0.128)

ระยะที่ 2 ผลการสร้างและพัฒนากลยุทธ์

ในระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการวิเคราะห์จากระยะที่ 1 มาสังเคราะห์และยกร่างกลยุทธ์ฯ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา (ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก) และหัวหน้าโครงการสะเต็มศึกษาของโรงเรียน เพื่อระดมความคิดเห็นในการสร้างและพัฒนากลยุทธ์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

1. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์จากการสนทนากลุ่ม

จากการวิเคราะห์การสนทนากลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบหลักของกลยุทธ์ โดยอิงจากสภาพปัญหาที่พบในระยะที่ 1 และขยายความจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ซึ่งสามารถสังเคราะห์เป็นประเด็นหลัก (Themes) ได้ 4 ประเด็น

จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของการสนทนากลุ่ม พบว่ากลยุทธ์ทั้ง 4 ประเด็นหลักมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับสภาพปัญหาที่ต้องการแก้ไขในระยะที่ 1 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสภาพปัญหาอยู่ในระดับสูงที่สุด ได้แก่ ด้านการวัดและประเมินผล และ ด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีและทรัพยากรนวัตกรรมจากผู้บริหาร ซึ่งถูกนำมาเป็นแกนหลักในการกำหนดกลยุทธ์ที่ 3 และกลยุทธ์ที่ 2 ตามลำดับ

กลยุทธ์ที่ 1 มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาด้าน ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และ การพัฒนาครูและบุคลากร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 2 มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาด้าน โครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากร ซึ่งเป็นฐานสำคัญในการจัดการเรียนรู้เชิงสะเต็มและนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 3 มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาด้าน การออกแบบหลักสูตร และ การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นหัวใจของการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 4 มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาด้าน การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืนและการสนับสนุนจากภายนอก

กลยุทธ์ที่ยกร่างขึ้นนี้จึงเป็นกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการในการยกระดับโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมได้อย่างเป็นระบบและมีทิศทางที่ชัดเจนมากขึ้น

ระยะที่ 3: ผลการประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์

ในระยะที่ 3 เป็นการนำร่างกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม จำนวน 7 ท่าน ประเมินเพื่อตรวจสอบและรับรองความถูกต้อง (Validity), ความเหมาะสม (Propriety), ความเป็นไปได้ (Feasibility), และความเป็นประโยชน์

(Utility) ของกลยุทธ์ โดยใช้แบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และการสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันและให้ข้อเสนอแนะสุดท้าย

ผลการประเมินความเหมาะสมของร่างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาส สู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

ผลการประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาเพื่อขับเคลื่อนโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ (N=7) แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ดังกล่าวมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.38 ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับและความเห็นพ้องต้องกันในระดับสูงของผู้เชี่ยวชาญ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ความถูกต้อง (Validity) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.85 ,S.D. = 0.32) รองลงมาคือ ความเป็นประโยชน์ (Utility) ($\bar{X}$ = 4.82, S.D. = 0.35) และ ความเหมาะสม (Propriety) ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.41) ตามลำดับ ส่วนด้าน ความเป็นไปได้ (Feasibility) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.48) แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุด การที่ด้านความถูกต้องมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีความแปรปรวนต่ำที่สุด บ่งชี้ว่าผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นสอดคล้องกันอย่างยิ่งว่ากลยุทธ์มีความสอดคล้องกับหลักการและวัตถุประสงค์ ในขณะที่ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงกว่าเล็กน้อยในด้านความเป็นไปได้ อาจสะท้อนถึงความท้าทายในการนำไปปฏิบัติจริง อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินโดยรวมสนับสนุนว่ากลยุทธ์มีความเหมาะสมและพร้อมสำหรับการนำไปใช้ในการขับเคลื่อนเป็นแผนเชิงปฏิบัติต่อไป

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์และระยะการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิเคราะห์สภาพปัญหาและสภาพที่คาดหวัง ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาสยังมีช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบันกับสภาพที่พึงประสงค์ในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการเรียนรู้และการพัฒนาครูและบุคลากร ผลดังกล่าวสะท้อนข้อจำกัดด้านความพร้อมเชิงโครงสร้าง ความรู้ความเข้าใจของครูเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบ STEM และการสนับสนุนเชิงนโยบายภายในสถานศึกษา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับรายงานของ OECD (2021) ที่ระบุว่าสถานศึกษาที่ขาดกลไกการบริหารเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาครูอย่างเป็นระบบมักไม่สามารถขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิผล โดยเฉพาะในโรงเรียนที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร นอกจากนี้ Marginson et al. (2023) ยังชี้ให้เห็นว่าโรงเรียนในบริบทชนบทหรือโรงเรียนขยายโอกาสประสบปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสการเข้าถึงทรัพยากร เทคโนโลยี และการพัฒนาวิชาชีพครู ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการจัดการเรียนรู้แบบ STEM ดังนั้น ช่องว่างที่ค้นพบจากผลการวิจัยระยะที่ 1 จึงสะท้อนความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้ที่มีความเป็นระบบและสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนขยายโอกาส เพื่อใช้เป็นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนสู่การเป็นสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมในบริบทการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาในปัจจุบัน

ระยะที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) การพัฒนาระบบบริหารจัดการเชิงนวัตกรรม (2) การพัฒนาครูและบุคลากรด้าน STEM (3) การจัดการเรียนรู้ฐานนวัตกรรมสู่ผู้เรียน และ (4) การสร้างเครือข่ายและการสนับสนุนจากชุมชนและหน่วยงานภายนอก องค์ประกอบด้านการพัฒนาระบบบริหารจัดการเชิงนวัตกรรมสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาของ Fullan, Quinn, and McEachen (2021) ที่เน้นการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วม การบริหารเชิงกลยุทธ์ และการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นฐานในการตัดสินใจ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบอย่างยั่งยืนในส่วนของการพัฒนาครูและบุคลากรด้าน STEM ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall and Hord (2020) และงานวิจัยของ Darling-Hammond et al. (2022) ที่ระบุว่าความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษาขึ้นอยู่กับการพัฒนาศักยภาพครูอย่าง

ต่อเนื่องผ่านการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงและชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) องค์ประกอบด้านการจัดการเรียนรู้ฐานนวัตกรรมสู่ผู้เรียนมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิด STEM Education ของ Bybee (2020) ซึ่งมุ่งพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูง การแก้ปัญหา และการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านการเรียนรู้เชิงบูรณาการและการลงมือปฏิบัติจริง ขณะที่องค์ประกอบด้านการสร้างเครือข่ายและการสนับสนุนจากภายนอกสอดคล้องกับรายงานของ UNESCO (2023) ที่ชี้ว่าความร่วมมือกับชุมชนและภาคีเครือข่ายเป็นกลไกสำคัญในการลดข้อจำกัดด้านทรัพยากรของสถานศึกษา กลยุทธ์ทั้ง 4 องค์ประกอบจึงสะท้อนการบูรณาการผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างชัดเจน และสามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการที่ค้นพบจากระยะที่ 1 ได้อย่างเป็นระบบ

ระยะที่ 3 การประเมินและรับรองกลยุทธ์ ผลการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม ความถูกต้อง และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงในระดับ “มากที่สุด” ทุกองค์ประกอบ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการยอมรับนวัตกรรมของ Rogers (2020) ที่ระบุว่านวัตกรรมทางการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับบริบทและความต้องการของผู้ใช้ จะมีโอกาสถูกนำไปใช้จริงและเกิดความยั่งยืนสูงนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kools and Stoll (2022) ที่ชี้ว่าการพัฒนากลยุทธ์หรือรูปแบบการบริหารสถานศึกษาที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและศักยภาพในการนำไปใช้จริงในสถานศึกษา โดยเฉพาะในบริบทโรงเรียนขยายโอกาสที่ต้องการแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและทรัพยากร

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ตามลำดับวัตถุประสงค์ดังนี้ วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า โรงเรียนขยายโอกาสยังมีช่องว่างอย่างชัดเจนระหว่างสภาพจริงกับสภาพที่คาดหวังในทุกมิติของการจัดการเรียนรู้แบบ STEM โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการเรียนรู้เชิงระบบ การพัฒนาครูและบุคลากรให้มีสมรรถนะด้าน STEM และการสนับสนุนทรัพยากรและแหล่งเรียนรู้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้โรงเรียนจะมีความตระหนักและความพร้อมในระดับหนึ่ง แต่ยังขาดแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อนสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา โดยอาศัยข้อมูลจากระยะที่ 1 และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ร่วมกับการให้คำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ได้รูปแบบกลยุทธ์ที่เป็นระบบ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาระบบบริหารจัดการเชิงนวัตกรรม กลยุทธ์การพัฒนาครูและบุคลากรด้าน STEM กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ฐานนวัตกรรมสู่ผู้เรียน กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการสนับสนุนจากชุมชนและหน่วยงานภายนอก ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนขยายโอกาสที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร แต่เน้นการใช้ศักยภาพภายในและการบูรณาการความร่วมมือภายนอก

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการตรวจสอบและรับรองกลยุทธ์โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม ความถูกต้อง และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงในระดับสถานศึกษา โดยทุกองค์ประกอบได้รับการประเมินอยู่ในระดับ “มากที่สุด” แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการขับเคลื่อนโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

การอภิปรายผลการวิจัย ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การขับเคลื่อนโรงเรียนขยายโอกาสสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมผ่านการจัดการเรียนรู้แบบ STEM ไม่สามารถอาศัยเพียงการปรับกิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียนเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การบริหารจัดการในระดับระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมที่มองโรงเรียนเป็น “ระบบนิเวศการเรียนรู้” (Educational Ecosystem) ประเด็นสำคัญของกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ประการแรก กลยุทธ์การพัฒนาระบบบริหารจัดการเชิงนวัตกรรมมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผลการวิจัยในระยะที่ 1 พบว่า การขาดวิสัยทัศน์เชิงระบบและกลไกการบริหารที่ชัดเจนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการจัดการเรียนรู้แบบ

STEM การมีกลยุทธ์ด้านนี้ช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดทิศทาง นโยบาย และโครงสร้างการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมทางการเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Fullan (2020) ที่ชี้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาจะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนเมื่อสถานศึกษามีการบริหารการเปลี่ยนแปลงในระดับองค์กร โดยอาศัยวิสัยทัศน์ร่วม วัฒนธรรมการเรียนรู้ และการเสริมพลังบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

ประการที่สอง กลยุทธ์การพัฒนาครูและบุคลากรด้าน STEM ถือเป็นหัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม เนื่องจากครูเป็นผู้ถ่ายทอดและแปลงนโยบายรวมถึงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจริงในห้องเรียน ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าครูในโรงเรียนขยายโอกาสยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความรู้เชิงเนื้อหา ทักษะการออกแบบการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ และการใช้กระบวนการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall and Hord (2020) ที่ระบุว่าความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษาขึ้นอยู่กับระดับการยอมรับ การสนับสนุน และการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติในทุกขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลง

ประการที่สาม กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ฐานนวัตกรรมสู่ผู้เรียน ช่วยให้การจัดการเรียนรู้แบบ STEM ไม่เป็นเพียงกิจกรรมเสริม แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนาทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 เช่น การคิดเชิงระบบ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกัน และการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้เรียนในสถานศึกษาแห่งนวัตกรรม

ประการที่สี่ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการสนับสนุนจากชุมชนและหน่วยงานภายนอก มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อโรงเรียนขยายโอกาสที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร เนื่องจากช่วยเสริมสร้างแหล่งเรียนรู้ งบประมาณ และองค์ความรู้จากภายนอก ทำให้โรงเรียนสามารถพัฒนานวัตกรรมได้จริงในระดับปฏิบัติการ สอดคล้องกับแนวคิดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มองการศึกษาเป็นความร่วมมือของหลายภาคส่วน

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาที่พัฒนาขึ้นไม่ได้เป็นเพียงชุดแนวคิดเชิงทฤษฎี แต่เป็นกลยุทธ์ที่มีความเป็นไปได้สูงในการนำไปใช้จริง และสามารถเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับโรงเรียนขยายโอกาสไปสู่การเป็นสถานศึกษาแห่งนวัตกรรมได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน หากได้รับการสนับสนุนด้านนโยบาย การบริหารจัดการ และทรัพยากรอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้สนับสนุนแนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์และการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา โดยชี้ให้เห็นว่าการถอดกลยุทธ์สู่แผนปฏิบัติการ การพัฒนาครูอย่างเป็นระบบ และการบริหารทรัพยากรแบบมุ่งผลลัพธ์ เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการบริหารสถานศึกษากับคุณภาพการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาทฤษฎีการบริหารสถานศึกษาเชิงนวัตกรรมในบริบทโรงเรียนขยายโอกาส ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความหลากหลายของผู้เรียน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานต้นสังกัดควรนำกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาไปใช้เป็นกรอบกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาสถานศึกษา โดยสนับสนุนให้สถานศึกษาจัดทำแผนปฏิบัติการรายปีและระยะกลางที่มีความชัดเจนในด้านกิจกรรม งบประมาณ ตัวชี้วัด และผู้รับผิดชอบ รวมถึงกำหนดนโยบายการพัฒนาครูด้าน STEM อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา ชุมชน ภาคเอกชน และสถาบันอุดมศึกษา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสถานศึกษาสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและการจัดการ

สถานศึกษาควรถอดกลยุทธ์การบริหารจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาเป็นแผนปฏิบัติการที่สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยกำหนดกิจกรรมหลัก ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลา งบประมาณ และตัวชี้วัดความสำเร็จอย่างชัดเจน ควบคู่กับการพัฒนาครูและบุคลากรผ่านระบบ Coaching & Mentoring และการเชื่อมโยงการอบรมกับการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน นอกจากนี้ควรบริหารทรัพยากรโดยใช้แนวคิดงบประมาณแบบมุ่งผลลัพธ์ และเสริมพลังการดำเนินงานด้วยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้แบบ STEM และการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มความแม่นยำของผลวิจัย ควรมีทิศทางต่อยอดดังนี้

1. ขยายกลุ่มตัวอย่างในบริบทที่หลากหลาย ควรขยายการศึกษาครอบคลุมโรงเรียนที่มีบริบทแตกต่างกัน เช่น โรงเรียนขนาดใหญ่ โรงเรียนในเขตเมือง และโรงเรียนในต่างจังหวัด เพื่อเปรียบเทียบระดับความพร้อม ปัจจัยความสำเร็จ และข้อจำกัดเชิงบริบท อันจะช่วยเพิ่มความสามารถในการอธิบายและประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในวงกว้างมากขึ้น

2. พัฒนาและใช้โมเดลต้นแบบตามระดับความพร้อมของสถานศึกษา ควรวิจัยและพัฒนา “โมเดลต้นแบบการบริหารจัดการเรียนรู้แบบ STEM” สำหรับโรงเรียนที่มีระดับความพร้อมแตกต่างกัน (เช่น ความพร้อมสูง ปานกลาง และต่ำ) เพื่อให้สถานศึกษาสามารถเลือกใช้หรือปรับประยุกต์กลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมกับทรัพยากรและศักยภาพของตนเอง เพิ่มความยืดหยุ่นและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง

3. ศึกษาผลการนำกลยุทธ์ไปใช้ในระยะยาว ควรดำเนินการวิจัยติดตามผล (Follow-up Study) จากการนำกลยุทธ์หรือโมเดลต้นแบบไปใช้จริงในระยะเวลาอย่างน้อย 4–6 เดือน โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) หรือการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อประเมินประสิทธิผล ความคุ้มค่า และอุปสรรคเชิงปฏิบัติการในบริบทจริงของโรงเรียน

4. พัฒนาเครื่องมือวัดผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมและปัจจัยด้านมนุษย์ ควรพัฒนาเครื่องมือเชิงปริมาณที่สะท้อนผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมโดยตรง เช่น ดัชนีนวัตกรรมสถานศึกษา หรือ Rubric สมรรถนะผู้เรียนเชิงนวัตกรรม ควบคู่กับการศึกษาปัจจัยด้านความพร้อมของครู เจตคติ วัฒนธรรมองค์กร และความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การออกแบบและพัฒนากลยุทธ์ตอบสนองต่อปัจจัยเชิงมนุษย์ได้อย่างรอบด้าน

เอกสารอ้างอิง

กิติศักดิ์ พงษ์สุระ, เฉลิมพล มีชัย, และ ชัยวัฒน์ ประสงค์สร้าง. (2568). การบริหารสถานศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนนวัตกรรม (School administration towards becoming an innovative school). *Rajapark Journal, 19*(62), 431-443, https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/275873?utm_source=chatgpt.com

สิริการย์ ดิษย์ชนะพงศ์. (2566). การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการที่มีประสิทธิผลของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 12*(6), 322–331, https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/258965?utm_source=chatgpt.com

วัชราภรณ์ อมรศักดิ์, พงษ์ลิขิต เพชรผล และพฤทธิ์ ศิริบรรณพิทักษ์. (2565). นวัตกรรมบริหารวิชาการสร้างนวัตกรสะเต็มศึกษาเพื่อใช้ในชีวิตจริง. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ, 15*(2), 72-85, https://so05.tci-thaijo.org/index.php/edjour_stou/article/view/258015

สำนักบริหารการมัธยมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2561). *ทิศทางการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนากำลังคนในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพมหานคร: สำนักบริหารการมัธยมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

สุพานี สกฤษฎ์วานิช. (2560). *การบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมในสถานศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Alagöz, T., & Canlı, S. (2024). *The effect of innovative schools and schools' openness to change on teachers' adaptive performance*. *Journal of Theoretical Educational Science, 17*(4), 791–813. https://doi.org/10.30831/akukeg.1466406

Bybee, R. W. (2018). *STEM education Now more than ever*. National Science Teaching Association. https://static.nsta.org/pdfs/samples/PB437Xweb_STEM%20Edu%20Now.pdf

Chuaythaisong, P., & Worrachat, P. (2020). The development of STEM education management guidelines in schools under the Office of Secondary Education Service Area 32. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus, 9*(2), 584-597, https://so01.tci-thaijo.org/index.php/AJMBU/article/view/241233?utm_source=chatgpt.com

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications. https://collegepublishing.sagepub.com/products/241842?utm_source=chatgpt.com

Darling-Hammond, L., Burns, D., & Campbell, C. (2022). *Inclusive Education for the 21st century*. https://www.scribd.com/document/834101108/Inclusive-Education-for-the-21st-Century-Theory-Policy-Linda-J-Graham-Editor-2-2024-Routledge-Chapman-Hall-Incorporated-9781000

Fullan, M. (2020). *Leading in a culture of change* (2nd ed.). Jossey-Bass.

Fullan, M., Quinn, J., & McEachen, J. (2021). *Deep learning: Engage the world change the world*. Corwin Press.

Hall, G. E., & Hord, S. M. (2020). *Implementing change: Patterns, principles, and potholes* (5th ed.). Pearson.

Kools, M., & Stoll, L. (2022). *The school as a learning organisation: A review and concept paper*. OECD Publishing.

Marginson, S., Tytler, R., Freeman, B., & Roberts, K. (2023). *STEM: Country comparisons*. Australian Council of Learned Academies.

OECD. (2021). *The OECD learning framework 2030: Future of education and skills*. OECD Publishing.

Rogers, E. M. (2020). *Diffusion of innovations* (6th ed.). Free Press.

Seeon, U., Masantiah, C., & Tippayakulpairoj, D. (2024). Readiness to implement STEM education to foster learner development in accordance with the PISA 2025 assessment framework. *Interdisciplinary Academic and Research Journal, 4*(1), 225–238, https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/276485

Sengsri, S., & Sengsri, T. (2023). Integrating learning management and community resources to develop commercial innovation for opportunity expansion schools in Si Samrong District of Sukhothai Province. *Journal of Education and Innovation, 26*(4), 309–319, https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/254101?utm_source=chatgpt.com

Sittisak, R., & Roekmongkol, N. (2025). Developing opportunity-expanding schools' (OES) STEM education in Thailand. *Educational Process: International Journal, 16*, Article e2025200, pp.1-22 https://doi.org/10.22521/edupij.2025.16.200

NESCO. (2023). *Global education monitoring report 2023: Technology in education: A tool on whose terms?*. UNESCO Publishing. https://doi.org/10.54676/UZQV8501

แนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

Guidelines for Welfare for Informal Workers on Platforms Food Delivery Services

กอบกุลณ์ คำปลอด[1] เพ็ญศรี ฉิรินัง[2] อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ[3] และศิริพร แย้มนิล[4]

Kobkun Kamplod[1], Pensri Chirinang[2], Udomvit Chaisakulkiet[3] and Siriporn Yamnil[4]

[1]นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[2]อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[3]อาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[4]อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

[1]Doctor of Public Administration Program in Public Management Innovation, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

[2]Lecturer of the Doctor of Public Administration Program in Public Management Innovation, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

[3] Lecturer of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

[4]Lecturer in the Doctor of Public Administration, Faculty of Social Sciences and Humanities Mahidol University

E-mail: kp.kobkun@gmail.com[1], pensri.chi@rmutr.ac.th[2], udomvit.k@rmutr.ac.th[3], siriporn.yam@mahidol.ac.th[4]

Received: Dec. 09, 2025; **Revised: Jan.** 18, 2026; **Accepted: Jan.** 20, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ (1) ศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร (2) ศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร (3) ระบุ ปัญหา และความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร และ (4) เสนอแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 54 คน ได้แก่ กลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร จาก Grabfood Lineman Foodpanda กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการแรงงาน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการแรงงาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) บริษัทแพลตฟอร์ม Grabfood Lineman และ Foodpanda มีการดำเนินการจัดสวัสดิการให้กับแรงงานแต่เป็นลักษณะสวัสดิการแบบสมัครใจไม่ใช่สวัสดิการพื้นฐานที่แรงงานทุกคนได้รับ สวัสดิการเป็นเพียงกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจที่เน้นสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ไม่ได้สร้างความพึงพอใจหรือสะดวกสบายให้กับแรงงาน (2) แรงงานรับรู้ข้อมูลสวัสดิการจากบริษัทแพลตฟอร์มไม่ครบถ้วน และมีความต้องการสวัสดิการด้านความปลอดภัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านความมั่นคงรายได้ และด้านการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ ต้องการยกเลิกเงื่อนไขสวัสดิการและสำรวจความต้องการแรงงานก่อนกำหนดสวัสดิการ (3) ปัจจุบันกฎหมายไม่ได้กำหนดสถานภาพของแรงงานแพลตฟอร์ม ส่งผลต่อการไม่ได้รับสิทธิสวัสดิการและการคุ้มครองตามกฎหมาย หน่วยงานภาครัฐขาดอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทแพลตฟอร์ม (4) แนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ต้องยึดหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ตอบสนองความต้องการแท้จริงของแรงงาน หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ครอบคลุมทุกคน หลักการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน และหลักความยืดหยุ่นหลากหลาย ผลักดันให้แรงงานแพลตฟอร์มได้รับสถานะทางกฎหมาย กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำด้านสวัสดิการที่เหมาะสม ปรับปรุงกฎหมายให้รองรับรูปแบบธุรกิจบนแพลตฟอร์ม และสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างแรงงาน บริษัทแพลตฟอร์ม และหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ: แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม สวัสดิการแรงงาน แพลตฟอร์มบริการรับส่งอาหาร

Abstract

This research has three objectives: (1) to study the welfare provisions of workers on food delivery platform companies; (2) to study legal measures related to the welfare provision of workers in the informal sector on food delivery platform companies; (3) to identify the welfare problems and needs of workers in the informal sector on food delivery platform companies; and (4) to propose guidelines for providing welfare to workers in the informal sector on food delivery platform companies.This research is qualitative, with 54 key informants including informal workers on food delivery platform companies such as Grabfood, Lineman, and Foodpanda; government agencies involved in labor welfare provision; and experts related to labor welfare provision. Data was collected through in-depth interviews and analyzed using content analysis.The research findings indicate that: (1) Grabfood, Lineman, and Foodpanda platform companies provide welfare to their workers, but it is voluntary and not a basic benefit for all workers. Welfare is merely a business competition strategy focused on motivating work, not on creating satisfaction or convenience for workers. (2) Workers have incomplete information about welfare from platform companies and desire welfare in terms of safety, economic security, income security, and effective counseling. They want the welfare conditions to be abolished and for labor needs to be surveyed before defining welfare. (3) Currently, the law does not define the status of workers on platform companies. This affects the failure to receive welfare rights and legal protection. Government agencies lack the power to enforce laws against platform companies. (4) Guidelines for providing welfare for informal workers on food delivery platforms must adhere to the principles of providing welfare that meets the actual needs of workers, the principles of providing welfare that covers everyone, the principles of participation in providing welfare, and the principles of flexibility and diversity. Push for platform workers to receive legal status, set appropriate minimum welfare standards, improve laws to support business models on platforms, and create mechanisms for cooperation between workers, platform companies, and government agencies.

Keywords: Informal platform workers, Labor welfare, Food delivery service platforms

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งเชื่อมโยงกับการเจริญเติบโตและการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน แรงงานถือเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยจากข้อมูลปี 2565 ประเทศไทยมีแรงงานรวม 39.6 ล้านคน แบ่งเป็นแรงงานในระบบร้อยละ 49 (19.4 ล้านคน) และแรงงานนอกระบบร้อยละ 51 (20.02 ล้านคน) ซึ่งถือเป็นกลุ่มแรงงานที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) ด้วยแนวทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีเป้าหมายสู่การเป็นเศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล เพื่อยกระดับประเทศสู่กลุ่มรายได้สูงภายในปี พ.ศ. 2579 ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจในรูปแบบ “เศรษฐกิจดิจิทัล” ที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างรายได้และเพิ่มผลผลิต ปัจจุบันธุรกิจในประเทศไทยจำนวนมากมีการดำเนินการผ่านระบบดิจิทัลเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร (Food delivery Platform) เป็นหนึ่งในธุรกิจบนแพลตฟอร์มที่มีอัตราการเติบโตสูงมาก โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) ประเมินว่า ในปี พ.ศ. 2564 มูลค่า

ตลาดของธุรกิจนี้ในประเทศไทยมีการเติบโตถึงร้อยละ 62 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปี พ.ศ. 2563 คิดเป็นมูลค่า 1.05 แสนล้านบาท (Marketeer Team, 2565) มูลค่าตลาดบริการสั่งอาหารออนไลน์ในระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2558-2567) มีสัดส่วนการเติบโตร้อยละ 135.17 โดยคาดการณ์มูลค่าตลาดในปี พ.ศ. 2567 จะสูงถึง 99,000 ล้านบาท (ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิสภาองค์กรของผู้บริโภค, 2564) โดยปัจจุบันมีแพลตฟอร์มรายใหญ่ 6 แพลตฟอร์มในประเทศไทย จากการสำรวจในช่วงเดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ. 2565 พบว่า แพลตฟอร์มที่คนนิยมใช้บ่อยที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ Grabfood (ร้อยละ 32), Lineman (ร้อยละ 27), และ Foodpanda (ร้อยละ 23) แพลตฟอร์มเหล่านี้มีการขยายบริการครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึง 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และได้รับการกำหนดให้อยู่ในแผนส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของภาครัฐ

การเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นดิจิทัล ส่งผลต่อกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยเกิดรูปแบบการจ้างงานที่เรียกว่า “Gig Work” ซึ่งเป็นการจ้างงานที่ไม่มีมาตรฐาน ทำงานระยะสั้นผ่านแพลตฟอร์มบนฐานของเว็บ (กฤษฎา ธีระโกศลพงศ์, 2563) แรงงานในรูปแบบนี้ถูกเรียกว่า “แรงงานนอกระบบบนธุรกิจแพลตฟอร์ม” ซึ่งมีความสัมพันธ์ในการจ้างงานที่แตกต่างไปจากเดิม ขาดความมั่นคง และปราศจากกฎเกณฑ์กำกับดูแล (นิภาพรรณ เจนสันติกุล, 2564) เกิดปัญหาขาดการคุ้มครองการทำงานและความไม่เป็นธรรมในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข (อุไรรัตน์ จันทรศิริ, 2566) ผู้ประกอบการมักนิยามแรงงานเหล่านี้ว่า “พาร์ทเนอร์” ไม่ใช่ “ลูกจ้าง” (ประชาไทย, 2564) การจัดสถานะเป็นแรงงานอิสระทำให้พวกเขาไม่ได้รับสิทธิประโยชน์และการคุ้มครองทางสังคมที่สำคัญ (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2565) แบกรับความเสี่ยงด้านชีวิตและทรัพย์สินจากการประสบอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน และต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเองในกรณีลูกค้าปฏิเสธคำสั่งซื้อ รวมถึงการขาดมาตรการเยียวยาเมื่อติดเชื้อโรคระบาด

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารเพื่อศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ระบุ ปัญหา และความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร และเสนอแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร
3. เพื่อระบุปัญหาและความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร
4. เพื่อเสนอแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ใช้แนวคิดและทฤษฎีหลักเป็นกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์ ดังนี้

ทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงาน ตามแนวคิดของ M.V. Moorthy (อ้างในสุรางค์รัตน์ วศินารมณ์, 2540) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. The Policing Theory of Labour Welfare ตามทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงานดังกล่าวนี้มีความคิดเชื่อว่าคนส่วนใหญ่ในโลกมีแนวโน้มที่จะเป็นคนเลวมากกว่าคนดี คนรวยมักจะเอาเปรียบคนจน เปรียบเสมือนนายจ้างที่เอาเปรียบลูกจ้างด้วย หากปราศจากการกำหนดมาตรฐานการให้ความมั่นคงจากรัฐ (State security) ดังนั้น การกำหนดเป็นกฎหมาย

เพื่อให้ความคุ้มครองแรงงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นจึงเป็นมูลเหตุให้มีการกำหนดกฎหมายเพื่อบังคับใช้ให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม ป้องกันการกดขี่ลูกจ้าง และเป็นเครื่องมือสำหรับใช้ในการตรวจตราของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

2. The Religious Theory of Labour Welfare แนวความคิดตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า ทำดีย่อมได้ดี ซึ่งเป็นการหวังผลในชาติหน้านายจ้างที่มีศีลธรรมยึดถือในศาสนาจึงมีความเชื่อว่า ถ้าจัดสวัสดิการให้แก่ลูกจ้างมีความเป็นอยู่ที่ดีในชาตินี้ผลตอบแทนก็คงจะกลับสู่นายจ้างในชาติหน้าด้วย ซึ่งเป็นการจัดให้ตามความพึงพอใจของนายจ้าง

3. The Philanthropic Theory of Labour Welfare ทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงานนี้มีแนวความคิดที่ว่า มนุษย์ทั่วไปย่อมรักเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน มีความต้องการที่จะช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ที่ตกทุกข์ได้ยาก ดังนั้น นายจ้างที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีนี้ จึงมีความสมัครใจที่จะจัดสวัสดิการให้ลูกจ้างเป็นอย่างดีโดยไม่หวังผลตอบแทน ทฤษฎีนี้มีมุมมองมาตรการด้านสวัสดิการสังคมมากกว่าในสวัสดิการในสถานประกอบการ โดยทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับหลักการทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงานที่เป็นความเชื่อทางศาสนาแต่ทฤษฎีนี้เน้นย้ำว่าสมาชิกทุกคนควรมีความสัมพันธ์ที่กลมกลืนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ ในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในที่นี่หมายถึงแรงงานหรือลูกจ้าง สัมพันธภาพที่ดี เป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมสภาพแวดล้อมที่สงบสุข และความร่วมมือ

4. The Paternalistic Theory of Labour Welfare/The Trusteeship Theory of Labour Welfare โดยทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงานนี้มีสันนิษฐานว่าแรงงานไม่สามารถดูแลตนเองได้ ดังนั้นนายจ้างจึงต้องจัดให้มีสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ลูกจ้างมีความเป็นอยู่ที่ดี เพื่อสร้างความไว้วางใจเพื่อประโยชน์ของลูกจ้าง ตามแนวความคิดนี้จึงมองว่านายจ้างและลูกจ้าง เปรียบเสมือนบิดาและบุตร ดังนั้นบิดาต้องเป็นผู้เกื้อกูลบุตรที่อยู่ในฐานะช่วยเหลือตนเองไม่ได้

5. The Placating Theory of Labour Welfare ตามทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงานนี้มีความคิดที่ว่า ลูกจ้างมีความสำนึกในสิทธิและผลประโยชน์ของตน และสามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม และเมื่อถึงเวลาหนึ่งลูกจ้างจะรวมตัวกันเรียกร้องค่าจ้างที่สูงขึ้น แนวความคิดดังกล่าวแสดงว่า การจัดสวัสดิการแรงงานขึ้นอยู่กับความกลัวของนายจ้าง ถ้านายจ้างกลัวว่าลูกจ้างจะเรียกร้องก็จะจัดสวัสดิการแรงงานให้ ทฤษฎีนี้ไม่ได้เป็นการบังคับใช้กฎหมายให้จัดสวัสดิการแรงงานโดยตรงแต่เป็นการบังคับในทางอ้อม เพราะถ้านายจ้างทุกคนปฏิบัติก็จะเป็นการป้องกันหรือลดข้อเรียกร้องจากลูกจ้าง ซึ่งเป็นความพยายามในการให้รางวัลในส่วนของคนงานหรือลูกจ้าง (Kohli และ Sharma, 1997 อ้างใน Kiran patel, มปป.) เป็นสิทธิของชนชั้นแรงงานที่จะรวมตัวกันเป็นสมาคม หรือสหภาพแรงงาน ในการวางแผนกิจกรรมการประท้วง และบังคับให้ฝ่ายบริหารจัดให้มีสวัสดิการเพิ่มเติมแก่คนงานหรือลูกจ้าง ดังนั้นจึงเห็นได้ชัดว่าชนชั้นแรงงานจะมีความเข้มแข็งขึ้น

6. The Public Relations Theory of Labour Welfare ตามแนวความคิดที่ว่า การจัดสวัสดิการแรงงานที่ดีให้แก่ลูกจ้าง ก็จะเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงหรือเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่กิจการของนายจ้าง ก่อให้เกิดการสร้างความนิยมให้แก่ลูกจ้างตลอดจนสังคมภายนอกที่จะมองดูองค์การอย่างชื่นชม ส่งผลให้ประชาชนนิยมซื้อสินค้าหรือใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นจากองค์การเหล่านั้น อย่างไรก็ตามการจัดสวัสดิการแรงงานแบบนี้อาจขาดความจริงใจและไม่ได้อยู่บนพื้นฐานความต้องการของบรรดาลูกจ้างอย่างแท้จริง เพราะนายจ้างมุ่งผลด้านการโฆษณาและสร้างชื่อเสียงให้ตนเองมากกว่าการจัดสวัสดิการแรงงานรูปแบบนี้ไม่ต้องบังคับใช้กฎหมาย

7. The Functional Theory of Labour Welfare ตามทฤษฎีการจัดสวัสดิการนี้ให้แก่คนงานหรือลูกจ้างก็เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพราะการทำงานในสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีหรือมีสิ่งจูงใจที่ดี ลูกจ้างย่อมจะทำงานด้วยความพึงพอใจและเป็นสุขใจ เปรียบเสมือนเครื่องจักรที่มีการดูแล บำรุงรักษาอย่างดี การทำงานย่อมทำให้ได้ผลผลิตที่ดีตามมา ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวบอกเป็นนัยว่ามีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและสิทธิประโยชน์ให้กับลูกจ้างต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสวัสดิการที่จัดให้ลูกจ้างด้วย ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของลูกจ้างหรือแรงงานด้วย (Mishra และ Bhagat, 2010 อ้างใน Kiran patel, มปป.)

สวัสดิการเป็นผลประโยชนที่หน่วยงานหรือองค์กรจัดให้แก่ผู้ใช้แรงงานที่นอกเหนือจากค่าจ้าง เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้แรงงาน เป็นค่าตอบแทนเสริมอย่างหนึ่งในการสร้างความพึง

พอใจ หลักการจัดสวัสดิการที่มีมาตรฐานสามารถนำไปประยุกต์ให้เกิดเหมาะสมและสอดคลองกับสถานการณ์ของแต่องค์กรได้ หลักการจัดสวัสดิการประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ จากการศึกษาของ ระพีพรรณ คำหอม (2557) กิ่งพร ทองใบ (2553) และณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ (2545) ได้เสนอหลักการการจัดสวัสดิการที่มีความสำคัญและเหมะสม ดังนี้ 1. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกจ้าง 2. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ครอบคลุมลูกจ้างทุกคน 3. หลักการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน การจัดสวัสดิการแรงงานควรเปิดโอกาสให้แรงงานหรือลูกจ้างทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสวัสดิการแรงงาน 4. การจัดสวัสดิการแรงงานที่อยู่บนพื้นฐานหลักการประชาธิปไตยและสิทธิพลเมือง การจัดสวัสดิการแรงงานผู้ประกอบการหรือนายจ้างต้องคำนึงถึงสิทธิขั้นพื้นฐานที่แรงงานพึงได้รับตามสิทธิความเป็นพลเมือง 5. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่คำนึงถึงความเสมอภาคและความยุติธรรม 6. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่มีประสิทธิภาพ คุ้มค่า และคำนึงถึงความสามารถในการจ่ายของนายจ้าง 7. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งนายจ้างและลูกจ้าง การจัดสวัสดิการแรงงานต้องก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งนายจ้างและลูกจ้างไม่ได้เพียงเกิดประโยชน์ต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น 8. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่จูงใจ และสร้างขวัญกำลังใจให้กับลูกจ้าง 9. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่มีความยืดหยุ่น และมีความหลากหลายของสวัสดิการ 10. หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของลูกจ้าง

ประเภทของสวัสดิการแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2552) ได้กำหนดสวัสดิการแรงงานในสถานประกอบกิจการไว้ 2 ประเภท ประกอบด้วย

1. สวัสดิการแรงงานตามกฎหมาย คือ สิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และกฎกระทรวงแรงงานว่าด้วยการจัดสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ พ.ศ. 2548

2. สวัสดิการแรงงานนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด คือ สิทธิประโยชน์ หรือบริการที่นอกเหนือกฎหมายที่นายจ้างจัดให้เพื่อตอบแทนการทำงานของลูกจ้าง หรือเพื่อดึงดูดให้ลูกจ้างทำงานกับนายจ้างในระยะยาว หรือเป็นสวัสดิการที่อาจได้มาจากการเรียกร้องของลูกจ้างนอกเหนือจากกฎหมายกำหนด ประเภทของสวัสดิการตามแนวคิดของนักวิชาการแบ่งเป็น 7 ประเภทที่มีนักวิชาการได้มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน จากการศึกษาของ ณัฐฏพันธ์ เขจรนันท์ (2545) ชนิกานต์ สิทธิฟอง (2550) และ ปราชญา กล้าผจัญ และพอตา บุตรสุทธิวงศ์ (2550) ประกอบด้วย

(2.1) สวัสดิการด้านการบริการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย หมายถึง การให้การบริการด้านการแพทย์และการพยาบาล การจ่ายผลประโยชน์ทดแทนให้เนื่องจากการเจ็บป่วยและการรักษาตัว การอนุญาตให้ลาพักรักษาตัวตลอดจนการตรวจสุขภาพ

(2.2) สวัสดิการด้านความปลอดภัยในระหว่างทำงาน หมายถึง การจัดบริการที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในระหว่างการปฏิบัติงาน

(2.3) สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ หมายถึง สิ่งที่องค์กรให้การช่วยเหลือลูกจ้างในลักษณะที่เป็นตัวเงินและการบริการอื่นที่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินได้

(2.4) สวัสดิการด้านความมั่นคง หมายถึง การบริการที่ให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่เกี่ยวกับการมั่นคงในการทำงาน และความมั่นคงทางการเงินสำหรับลูกจ้างในรูปแบบต่าง ๆ

(2.5) สวัสดิการด้านการศึกษาและการพัฒนาตนเอง หมายถึง การบริการให้ความรู้ทั่วไป หรือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์หรือแหล่งข้อมูลออนไลน์

(2.6) สวัสดิการด้านการให้คำปรึกษา หมายถึง การที่องค์กรจัดให้มีการบริการให้คำปรึกษาแก่ลูกจ้างโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการให้คำปรึกษามารับฟังปัญหา ให้คำปรึกษา

(2.7) สวัสดิการด้านนันทนาการ หมายถึง การบริการที่เป็นประโยชน์แก่ลูกจ้าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกจ้างขององค์กรได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลินใจเป็นการช่วยลดความตึงเครียดจากการปฏิบัติงานในหน้าที่

ซึ่งการจัดสวัสดิการแรงงานและการขับเคลื่อนข้อเสนอเชิงนโยบายต่อคุณภาพชีวิตของคนทำงานแพลตฟอร์ม พบว่าเงื่อนไขการทำงานของแรงงานในแพลตฟอร์มมักจะถูกกำหนดจากข้อตกลงและเงื่อนไข (terms of services)

จากบริษัทแพลตฟอร์มแต่ฝ่ายเดียว โดยแพลตฟอร์มโดยกำหนดข้อกำหนดต่าง ๆ ในการทำงาน และผลประโยชน์ที่แรงงานควรจะได้ และการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มกับแรงงานมีลักษณะความสัมพันธ์กันด้วยสัญญา (contractual relationship) แต่ไม่ใช่การจ้าง (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2565) สอดคล้องกับการศึกษาของ Collier (2017) พบว่า สวัสดิการที่กำหนดไม่ใช่สวัสดิการพื้นฐานเหมือนแรงงานในระบบจ้างงานทั่วไป สวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์มจึงเป็นเพียงกลยุทธ์แข่งขันทางธุรกิจเน้นการ “สร้างแรงจูใจในการทำงาน” มากกว่า “มาตรการในการคุ้มครองแรงงาน” สะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดคุณลักษณะหรือการสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ ให้กับแรงงานแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่แพลตฟอร์มจะได้รับ ซึ่งเป็นช่องว่างที่ก่อให้เกิดการครอบงำผลประโยชน์ที่กระจุกตัวเฉพาะเจ้าของแพลตฟอร์ม

แนวคิดพื้นฐานของการคุ้มครองแรงงานนอกระบบขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO : International Labour Organization) มาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO : International Labour Organization) และมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยในการส่งเสริมสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ประกอบด้วย พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 พระราชบัญญัติประกันสังคม และพ.ศ. 2533 พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 และประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งในปัจจุบันมาตรการทางกฎหมายในประเทศไทยที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ยังไม่ครอบคลุมการคุ้มครองแรงงานแพลตฟอร์ม ศรัณย์ จงรักษ์ (2564 อ้างถึงในอรวรรณ เกสร, 2565) กล่าวว่า เมื่อสถานภาพของแรงงานแพลตฟอร์มไม่เป็นลูกจ้างจึงไม่สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ในลักษณะต่าง ๆ ของกฎหมายแรงงานได้ คนทำงานบนแพลตฟอร์มไม่มีสถานะสภาพของแรงงาน และการขาดการรวมกลุ่มกันทางสังคมแรงงานจึงไม่มีแนวทางในการป้องกันต่าง ๆ ทำให้แรงงานแพลตฟอร์มอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบเชิงอำนาจ (Ming Cham Kit, 2022) และในปัจจุบันการพิจารณาของศาลทั่วโลกมีความเห็นเป็นเอกฉันท์เพิ่มมากขึ้นว่าแรงงานแพลตฟอร์มมีลักษณะเป็นลูกจ้างจริง ทั้งนี้แม้ว่าการบังคับใช้กฎหมายเพื่อกำหนดแนวทางการคุ้มครองแรงงานและการจัดสวัสดิการจะไม่สามารถทำได้ หน่วยภาครัฐจึงทำได้เพียงบทบาทในฐานะผู้ส่งเสริม ประสานงานและไกล่เกลี่ยเมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาททางด้านแรงงานขึ้น (Katsabian and Davidov, 2022)

แนวคิดคุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life – QWL) เป็นองค์ประกอบหรือมิติหนึ่งที่สำคัญของคุณภาพชีวิตโดยรวม (Quality of Life) คุณภาพชีวิตในการทำงานคือองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เป็นคุณภาพชีวิตการทำงานในสถานประกอบการของคนทำงานที่ทำให้การดำรงอยู่มีสุขภาวะที่สมบูรณ์และมีความมั่นคงของผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทั้งสุขภาวะทางกาย อารมณ์ และสังคม Walton (1973) กล่าวถึงเกณฑ์ที่ชี้วัดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานประกอบด้วย

1.การได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ

2.สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย

3.เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้และขีดความสามารถของตนเอง

4.โอกาสความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน

5.การมีส่วนร่วมในการทำงานและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

6.ลักษณะงานที่ตั้งอยู่บนฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม

7.ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยส่วนรวม 8.ความเป็นประโยชน์ต่อสังคม

แนวคิด Work–Life Balance หมายถึง ภาวะที่บุคคลสามารถจัดสรรเวลา พลังงาน และบทบาทหน้าที่ระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม โดยไม่ให้ด้านใดด้านหนึ่งส่งผลกระทบเชิงลบต่ออีกด้านหนึ่ง แนวคิดนี้มุ่งเน้นให้บุคคลมีคุณภาพชีวิตที่ดี ควบคู่กับการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ Greenhaus และ Beutell (1985) อธิบายว่าความไม่สมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวเกิดจาก “ความขัดแย้งระหว่างบทบาท” (Work–Family Conflict) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบทบาทการทำงานรบกวนบทบาทในครอบครัวหรือชีวิตส่วนตัว และในทางกลับกัน ดังนั้น

Work–Life Balance จึงเป็นแนวคิดที่พยายามลดความขัดแย้งดังกล่าว เพื่อให้แต่ละบทบาทสามารถดำเนินไปได้อย่างเกื้อหนุนกัน เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากร โดยสะท้อนผ่านชั่วโมงการทำงาน เวลาพักผ่อน เวลาสำหรับครอบครัว และสุขภาวะโดยรวม ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น การทำงานแบบยืดหยุ่น การทำงานจากที่บ้าน การลางานเพื่อครอบครัว หรือการจัดสวัสดิการด้านสุขภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน ลดความเครียด และเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารใช้วิธีการศึกษาในรูปแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย เพื่อได้แนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร โดยมีการปกปิดและงดการสอบถามนามจริง (alias) ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อจริยธรรมในการวิจัย ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 54 คน ประกอบด้วย

(1) กลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร จาก Grabfood Lineman Foodpanda โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) คัดเลือกจากแพลตฟอร์มละ 2 คน ซึ่งทำงานในพื้นที่ให้บริการในเขตภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด รวมทั้งสิ้นจำนวน 46 คน หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว (data saturation) โดยกระบวนการอิ่มตัวของข้อมูลเกิดขึ้นเมื่อไม่ได้รับข้อมูลใหม่จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแล้ว

(2) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการแรงงาน โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ประกอบด้วย ผู้แทนกองคุ้มครองแรงงานนอกระบบ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จำนวน 1 คน ผู้แทนกองพัฒนาระบบบริการจัดหางาน กรมการจัดหางาน จำนวน 1 คน ผู้แทนสภาที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาแรงงานแห่งชาติ จำนวน 1 คน ผู้แทนสำนักงานประกันสังคม จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 คน

(3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ประกอบด้วย ตัวแทนจากสมาคมไรเดอร์แห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน ผู้บริหารกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จำนวน 1 คน ผู้บริหารจากสำนักงานประกันสังคม จำนวน 1 คน และตัวแทนจากสถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม (JELI) จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 คน

2. เครื่องมือการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยเรื่องแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบข้อคำถามเกี่ยวกับความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและภาษาที่ใช้ เพื่อให้ข้อคำถามครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ภายหลังที่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบเครื่องมือเป็นที่เรียบร้อยแล้วดำเนินการแก้ไข และนำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ดำเนินการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและรวบรวมเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussions) เกี่ยวกับประเด็นแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Induction Analysis) และ เขียนบรรยาย (Descriptive) (จุมพล หนิมพานิช, 2550) โดยแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

(1) การจำแนกประเภทข้อมูล

ในขั้นตอนนี้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร โดยนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาจัดแบ่งประเภท ตามที่ได้กำหนดไว้

(2) การวิเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูล

นำข้อมูลประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร เชื่อมโยงและอธิบายความสัมพันธ์ของข้อมูลในแต่ละส่วนที่ได้มา

(3) การสรุปผล

สรุปผลการผลการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร การศึกษามาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร สรุปปัญหา และความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร และข้อเสนอแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารเพื่อนำบทสรุปดังกล่าวมาเสนอเป็นแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เรียกว่า “การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า” (Triangulation) เพื่อตรวจสอบข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ ไม่เชื่อแหล่งข้อมูลแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ได้มาในตอนแรกนั้นเชื่อถือได้ โดยเน้นการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) มีรายละเอียดดังนี้ (สุภางค์ จันทรวานิช, 2553)

(1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบ พิสูจน์ว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมานั้นมีความถูกต้องหรือไม่ โดยตรวจสอบได้จากแหล่งที่มาของข้อมูล ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่และแหล่งบุคคล

(2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ผู้วิจัยแบ่งผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. การศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

การศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร 3 แพลตฟอร์ม ได้แก่ Grabfood Lineman และ Foodpanda โดยมีรายละเอียดการจัดสวัสดิการให้กับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มดังนี้

1.1 การจัดสวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร Grabfood เป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม โดยครอบคลุมสิทธิประโยชน์หลัก 5 ประการ ได้แก่ (Grabdriverth, มปป) (1) การประกันอุบัติเหตุอุ่นใจและอุ่นใจพลัส เพื่อสร้างหลักประกันด้านความปลอดภัย (2) สินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพ ที่ช่วยให้แรงงานเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริหารจัดการทางการเงิน (3) สิทธิประโยชน์และรางวัล (GrabBenefits)

ที่กำหนดตามระดับการทำงานและคะแนนความน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างแรงจูงใจและความมั่นคงในอาชีพ (4) โครงการช้อปก่อนจ่ายทีหลัง เพื่ออำนวยความสะดวกในการผ่อนชำระสินค้าและอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการทำงาน และ (5) GrabAcademy ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ และคุณภาพชีวิตของแรงงาน ทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดที่บริษัทกำหนด และแรงงานสามารถรับสิทธิประโยชน์โดยการเข้าถึงได้ผ่านแอปพลิเคชัน Grab จากการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์ม Grabfood ผู้วิจัยวิเคราะห์การจัดสวัสดิการของบริษัทแพพลตฟอร์ม Grabfood มีจุดเด่นในด้านการ**มีระบบสวัสดิการที่ครอบคลุมและหลากหลาย** ทั้งสวัสดิการด้านการเงิน สิทธิประโยชน์ และการพัฒนาทักษะอาชีพของแรงงาน นอกจากนี้บริษัทแพลตฟอร์ม**ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในระหว่างการทำงาน** สะท้อนจากการกำหนดให้มีประกันอุบัติเหตุอุ่นใจและประกันแบบ Partner Cover เป็นจุดเด่นสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบอาชีพของแรงงาน และ**ระบบจูงใจแรงงานผ่านการใช้เกณฑ์ระดับสิทธิประโยชน์ (Tier System)** เข้ามามีส่วนร่วมผ่านระบบ GrabBenefits จะมีการแบ่งระดับตั้งแต่เริ่มต้น–ระดับฮีโร่ ทำให้แรงงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น เพราะระดับที่สูงขึ้นจะได้รับสิทธิประโยชน์มากกว่า ด้านการส่งเสริมพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพ บริษัทมีการกำหนด GrabAcademy ถือเป็นแนวทางในการพัฒนาที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบที่เน้นการยกระดับศักยภาพแรงงาน แต่ข้อจำกัดการของจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัท Grabfood จากการศึกษาผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า**ลักษณะของสวัสดิการเป็นระบบการให้สวัสดิการแบบ “สมัครใจ” มากกว่าการกำหนดตาม “สิทธิพื้นฐาน”** ที่แรงงานพึงได้รับ ซึ่งสะท้อนจากการที่ให้แรงงานเลือกซื้อสิทธิประโยชน์ด้วยตนเองหรือการกำหนดคุณสมบัติของแรงงาน เช่น การประกันแบบ Partner Cover เป็นลักษณะของการให้แรงงานเลือกซื้อสิทธิประโยชน์และการคุ้มครองเพิ่มเติมด้วยตนเอง แต่บริษัทแพลตฟอร์มได้ใช้คำอธิบายว่ามอบให้แรงงานทุกคน และสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพ สำหรับแรงงานที่มีสิทธิในการได้รับสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพนั้นต้องมีคุณสมบัติตามที่บริษัทกำหนด นอกจากนี้**บริษัทมีการกำหนดเงื่อนไขการได้รับสิทธิประโยชน์มีความซับซ้อน** สะท้อนจากระบบ GrabBenefits และโครงการช้อปก่อนจ่ายทีหลังซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์หลายด้าน เช่น จำนวนรอบการขับ คะแนนหรือดาว รายได้ย้อนหลัง เป็นต้น ซึ่งทำให้แรงงานบางกลุ่มไม่สามารถเข้าสิทธิประโยชน์ได้ ส่งผลให้แรงงานบางส่วนรู้สึกถูกจำกัดสิทธิแม้จะเป็นแรงงานเช่นเดียวกัน

1.2 จากการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์ม Lineman สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญที่บริษัทได้ดำเนินการตอบสนองความต้องการของแรงงานและสร้างสิ่งจูงใจในการทำงาน โดยบริษัทแพลตฟอร์ม Lineman ได้ดำเนินการจัดสวัสดิการเน้นให้ความสำคัญ 3 ประเภทสวัสดิการ ประกอบด้วย (linemanpartner,มปป) (1)สวัสดิการด้านสุขภาพและอนามัย บริษัท Lineman ได้ให้ความสำคัญในด้านสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน โดยการดำเนินโครงการตรวจสุขภาพฟรีให้กับแรงงานและครอบครัว (2) สวัสดิการด้านความปลอดภัยระหว่างการปฏิบัติงาน แพลตฟอร์ม Lineman ได้กำหนดให้มีบริการประกันอุบัติเหตุ “พร้อมเซฟ” ที่ครอบคลุมแรงงานผู้โดยสาร การให้ความช่วยเหลือยามเกิดเหตุ และประกันรถจักรยานยนต์ที่ให้ความคุ้มครองต่อความเสียหายทั้งต่อตัวรถและบุคคลภายนอก และ (3) สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ เช่น การผ่อนชำระสินค้ากับ Lineman ทุนการศึกษาสำหรับบุตรหลานLineman สิทธิพิเศษเพิ่มเติม เป็นต้น (linemanwongnai, มปป) จากการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์ม Lineman ผู้วิจัยวิเคราะห์จุดเด่นของการจัดสวัสดิการแรงงานว่าบริษัทแพลตฟอร์ม Lineman **ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยและสุขภาพของแรงงานโดยปรากฏชัดในโครงการประกันอุบัติเหตุ** “พร้อมเซฟ” และประกันรถจักรยานยนต์ ซึ่งให้ความคุ้มครองทั้งแรงงานผู้โดยสาร และบุคคลภายนอกในกรณีเกิดอุบัติเหตุ ถือเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงทางอาชีพให้แก่แรงงานที่ต้องปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยงสูง นอกจากนี้บริษัทแพลตฟอร์มยังมีโครงการตรวจสุขภาพฟรีสำหรับแรงงานและครอบครัว ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับสุขภาวะของแรงงานและครอบครัว เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในการดูแลอย่างรอบด้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร

นอกจากนี้บริษัทแพลตฟอร์ม Lineman มี**ระบบแรงจูงใจทางการเงินและการจัดระดับแรงงาน (Tier System)** ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับบรอนซ์ถึงระดับเลเจนด์ โดยแต่ละระดับจะได้รับสิทธิประโยชน์แตกต่างกัน ซึ่งระบบดังกล่าวเป็นกลไกสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และบริษัทแพลตฟอร์ม Lineman

ได้กำหนด**สวัสดิการส่งเสริมคุณภาพชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคม** เช่น การให้สิทธิผ่อนชำระสินค้าในราคาพิเศษ และการจัดทุนการศึกษาสำหรับบุตรหลานแรงงาน ที่คำนึงถึงความมั่นคงและสวัสดิภาพของครอบครัวแรงงานอีกด้วย

แต่การจัดสวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์ม Lineman ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดสวัสดิการแรงงาน โดยทุกสวัสดิการที่บริษัทได้ดำเนินการ**จัดบริการให้กับแรงงานนั้นมีลักษณะ “สมัครใจ” มากกว่า “สิทธิพื้นฐาน”** เช่น โครงการผ่อนชำระสินค้า โบนัส อินเซนทีฟ มีการกำหนดเกณฑ์เงื่อนไขเฉพาะสำหรับแรงงาน โดยกำหนดให้แรงงานที่ผ่านเกณฑ์หรือมีระดับสูงเท่านั้นจึงจะได้รับสวัสดิการดังกล่าว ทำให้แรงงานบางกลุ่มโดยเฉพาะแรงงานที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์หรือเพิ่งเริ่มงานใหม่อาจไม่สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์เหล่านี้ได้อย่างเท่าเทียม ร่วมกับ**ระบบการจัดระดับแรงงานยังอาจสร้างความกดดันในการทำงานให้เกิดการแข่งขันสูง**เพื่อให้ได้ระดับที่ดีกว่าและสิทธิพิเศษมากกว่า นอกจากนี้ยังการจัดสวัสดิการยังไม่สามารถสร้างความมั่นคงระยะยาวให้กับแรงงานได้ ขาดระบบการประกันรายได้ระหว่างหยุดงาน การคุ้มครองในวัยเกษียณอายุการทำงาน หรือระบบออมเงินเพื่ออนาคต ซึ่งยังมีข้อจำกัดส่งผลให้แรงงานขาดหลักประกันทางสังคมในระยะยาว

1.3 จากการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์ม Foodpanda บริษัทได้ดำเนินการในการจัดสวัสดิการให้กับแรงงาน ซึ่งประกอบด้วยสวัสดิการ 5 ประเภท ประกอบด้วย (Foodpanda, 2567) (1) ด้านสุขภาพอนามัย กิจกรรมการตรวจสุขภาพ Rider Hub พื้นที่ผ่อนคลายสำหรับแรงงาน (2) ด้านความปลอดภัยในระหว่างทำงาน ระบบแจ้งเตือนหยุดพัก ระบบการแจ้งเตือนความปลอดภัย ระบบแจ้งหยุดรับงานชั่วคราว ระบบแจ้งเส้นทางปลอดภัย (GPS) ระบบช่วยเหลือฉุกเฉิน (Emergency Assistance) (3) ด้านเศรษฐกิจ เช่น บัตรเงินสด บัตรกำนัลซื้อสินค้า โบนัสประจำปี เงินอุดหนุนค่าใช้จ่าย ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง คูปองส่วนลดจากร้านค้า รางวัล panda award และเงินโบนัส (4) ด้านการพัฒนาตนเอง (Personal Development) การจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน เช่น หลักสูตรการขับขี่ปลอดภัย Yamaha Riding Academy (กรุงเทพธุรกิจ, 2024) และ (5) ด้านนันทนาการ ซึ่งบริษัทแพลตฟอร์ม Foodpanda ได้จัดกิจกรรมสัมพันธ์เพื่อให้แรงงาน ได้พบปะพูดคุย หรือเป็นกิจกรรมที่ให้แรงงานได้สะท้อนปัญหาหรือความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ให้กับบริษัทแพลตฟอร์ม

จากการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์ม Foodpanda ผู้วิจัยวิเคราะห์ของการจัดสวัสดิการพบว่าบริษัทแพลตฟอร์ม Foodpanda มีจุดเด่นด้านความหลากหลายของประเภทสวัสดิการ โดยบริษัทแพลตฟอร์มได้การจัดสวัสดิการแรงงานครบถ้วน ทั้งด้านสุขภาพอนามัย ความปลอดภัยในการทำงาน เศรษฐกิจ การศึกษาและพัฒนาตนเอง และด้านนันทนาการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของบริษัทในการยกระดับคุณภาพชีวิตของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มให้เทียบเท่ากับแรงงานในระบบ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาประเภทของสวัสดิการพบว่า บริษัทแพลตฟอร์ม Foodpanda ให้ความสำคัญกับสวัสดิการด้านความปลอดภัยระหว่างการทำงานเป็นอย่างมากเนื่องจากปรากฏได้ชัดเจนในการกำหนดระบบการจัดการและการบริการสำหรับแรงงาน เพื่อลดความเสี่ยงของอันตรายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ โดยมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาร่วมบริการ ซึ่งแตกต่างกับบริษัทแพลฟอร์มอื่นที่มักให้ความสำคัญกับการบริการด้านการประกันอุบัติเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้บริษัท Foodpanda ยังมีการพัฒนาระบบการให้คะแนนความปลอดภัยเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แรงงานมีพฤติกรรมการขับขี่ที่ปลอดภัย ถือเป็นนวัตกรรมด้านความปลอดภัยที่ตอบสนองกับพฤติกรรมการทำงานรวมถึงการสร้างจิตสำนึกให้กับแรงงานสะท้อนไปสู่การรับผิดชอบต่อสังคม และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มแรงงานและเกิดสัมพันธภาพอันดีระหว่างกัน เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทแพลตฟอร์ม 3 แพลตฟอร์ม การจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์ม Foodpanda ถือเป็นการจัดสวัสดิการที่ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มจนสามารถนำไปสู่ความเข้มแข็งของกลุ่มแรงงาน แต่ยังพบข้อจำกัดที่ส่งผลประสิทธิภาพของสวัสดิการ คือ ลักษณะของสวัสดิการเป็นระบบ “สมัครใจ” มากกว่า “สิทธิพื้นฐาน” สืบเนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานภาพของแรงงาน เช่นเดียวกับการจัดสวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์ม Grabfood และ บริษัทแพลตฟอร์ม Lineman นอกจากนี้การจัดสวัสดิการยังไม่สามารถสร้างความมั่นคงระยะยาวได้ ซึ่งบริษัทแพลตฟอร์มไม่ได้จัดสวัสดิการที่สร้างความมั่นคงในระยะยาวที่จะทำให้แรงงานได้รับสิทธิในด้านต่างๆเพื่อความมั่นคงในชีวิตและอาชีพ

2. มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการแรงงาน พบว่า ปัจจุบันกฎหมายไม่ได้กำหนดสถานภาพของแรงงานแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน ส่งผลต่อการไม่ได้รับสิทธิสวัสดิการ และการคุ้มครองตามกฎหมายที่เกี่ยวกับแรงงาน หน่วยงานภาครัฐขาดอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทแพลตฟอร์ม จึงมีบทบาทเพียงส่งเสริมประสานงานและไกล่เกลี่ยเมื่อเกิดปัญหา จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่าประเด็นที่เกิดการร้องเรียนจากแรงงานแพลตฟอร์มต่อหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานประกอบด้วย 5 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การร้องเรียนหรือเกี่ยวกับการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการและการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการสวัสดิการในบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร โดยสถานการณ์ในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐไม่พบกรณีการร้องเรียนเพื่อขอให้มีการจัดตั้งเกี่ยวกับคณะกรรมการสวัสดิการ แต่แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มจัดตั้งและรวมกลุ่มด้วยตนเอง ในการขับเคลื่อนด้านสวัสดิการและสถานภาพของแรงงาน การรวมกลุ่มดังกล่าวไม่ได้รับรองสถานะทางกฎหมาย ซึ่งตามกรอบของกฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 หมวด 7 สวัสดิการ มีการกล่าวถึงการกำหนดให้สถานประกอบการมีการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการและกล่าวถึงอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมสวัสดิการ ได้แก่ มาตรา 96 บัญญัติว่าในสถานประกอบกิจการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ห้าสิบคนขึ้นไปให้นายจ้างจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการ และมาตรา 97 คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการมีอำนาจในการร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง แต่เนื่องด้วยสถานภาพของแรงงานไม่ได้ถูกนิยามตามกฎหมายให้เป็นลูกจ้าง จึงทำให้หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวได้

ประเด็นที่ 2 การการร้องเรียนจากแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มเกี่ยวกับการจัดการรักษาพยาบาล การจ่ายเงินชดเชยทดแทน และการฟื้นฟูสมรรถภาพให้กับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มที่ประสบอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงาน พบว่ามีการร้องเรียนและเรียกร้องให้บริษัทแพลตฟอร์มช่วยเหลือเยียวยาเมื่อมีกรณีการประสบอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงาน แต่หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติเงินทดแทน มาตรา 13-25 เกี่ยวกับการจ่ายค่ารักษาพยาบาลให้กับลูกจ้าง การได้รับการฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงานของลูกจ้าง การจัดการจ่ายค่าทำศพแก่ผู้จัดการศพของลูกจ้าง และการจ่ายค่าทดแทนเมื่อลูกจ้างถึงแก่กรรม เนื่องจากกฎหมายไม่ได้กำหนดสถานะของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มเป็นลูกจ้าง แนวทางการแก้ไขที่หน่วยงานภาครัฐดำเนินการ โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานแนะนำหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่สามารถเยียวยาช่วยเหลือได้ และประสานงานกับบริษัทแพลตฟอร์มเพื่อเจรจาให้เยียวยาตามหลักสิทธิมนุษยชน

ประเด็นที่ 3 การร้องเรียนบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารเกี่ยวกับข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้างงาน สัญญาจ้างแรงงาน และการกำหนดบทลงโทษ ระเบียบในการทำงาน หน่วยงานภาครัฐได้รับเรื่องร้องเรียนจากแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มบ่อยครั้ง เกี่ยวกับการข้อตกลงในการทำงาน ซึ่งข้อตกลงการทำงานที่บริษัทแพลตฟอร์มกำหนดไม่ได้ขัดต่อกฎหมายแต่ลักษณะที่ทางบริษัทแพลตฟอร์มได้ดำเนินการเป็นลักษณะการทำสัญญาที่ได้เปรียบเกินสมควรและเป็นผู้กำหนดข้อตกลงในการจ้างงานเองโดยไม่มีช่องทางให้แรงงานได้ต่อรอง ซึ่งแท้จริงแล้วสถานภาพของบริษัทแพลตฟอร์มและแรงงานไม่ได้อยู่ในบริบทของนายจ้างและลูกจ้าง ทำให้ไม่สามารถใช้อำนาจบังคับตามกฎหมายพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 มาตรา 11 ข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้างงาน มาตราที่ 12 ระยะเวลาการบังคับใช้ข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง และมาตราที่ 13 การกำหนดข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง การแก้ไขเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้แนวทางการแก้ไขที่หน่วยงานภาครัฐดำเนินการ เมื่อมีกรณีการร้องเรียนหน่วยงานภาครัฐจะใช้แนวทางการบริหารแรงงานสัมพันธ์เชิงรุกเป็นสื่อกลางในการสร้างความพึงพอใจทุกฝ่ายผ่านการประชุมหารือ และขับเคลื่อนเพื่อกำหนดกฎหมายใหม่ คือ พระราชบัญญัติส่งเสริมและคุ้มครองแรงงานอิสระ

ประเด็นที่ 4 การร้องเรียนบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงาน พบว่าแรงงานรวมกลุ่มเองและเข้ายื่นหนังสือเกี่ยวกับประเด็นด้านความต้องการสวัสดิการแก่หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐจึงได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานให้กับบริษัทแพลตฟอร์ม ซึ่งหากสถานภาพของการรวมกลุ่มของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มได้รับการรับรองตามกฎหมายจะทำให้สามารถใช้อำนาจ

ตามพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ มาตรา 50 ที่กำหนดให้นายจ้างต้องจัดให้มีการประชุมหารือกับคณะกรรมการลูกจ้างอย่างน้อยสามเดือนต่อหนึ่งครั้ง หรือเมื่อกรรมการลูกจ้างเกินกึ่งหนึ่งของกรรมการลูกจ้างทั้งหมด หรือสหภาพแรงงานร้องขอโดยมีเหตุผลควร เพื่อการจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง ปรึกษาหารือเพื่อกำหนดข้อบังคับในการทำงานอันจะเป็นประโยชน์ต่อนายจ้างและลูกจ้าง พิจารณาคำร้องทุกข์ของลูกจ้าง และการหาทางปรองดองและระงับข้อขัดแย้งในสถานประกอบกิจการ

ประเด็นที่ 5 การร้องเรียนบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกันตน พบว่า กลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มได้มีการเรียกร้องต้องการเป็นผู้ประกันตนมาตรา 33 ตามพระราชบัญญัติประกันสังคม ขอให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือและดำเนินการให้เข้าสู่ระบบประกันสังคม ปัจจุบันกฎหมายได้นิยามแรงงานนอกระบบและบริษัทแพลตฟอร์มเป็นคู่สัญญาไม่ได้มีสถานะของนายจ้างและลูกจ้างจึงทำให้หน่วยงานภาครัฐไม่มีอำนาจบังคับตามพระราชบัญญัติประกันสังคมและพระราชบัญญัติเงินทดแทนได้ แนวทางการแก้ไขที่ภาครัฐได้ดำเนินการคือการส่งเสริมให้แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มได้เป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พร้อมทั้งขอความร่วมมือให้บริษัทแพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสมัครและสิทธิของการเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 และประชุมหารือกับบริษัทแพลตฟอร์มเพื่อหาแนวทางในการช่วยเหลือจ่ายเงินสมทบการเป็นผู้ประกันตน

3. ปัญหา และความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

การศึกษาปัญหา และความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร จาก Grabfood Lineman และFoodpanda พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสะท้อนการจัดสวัสดิการแรงงานที่บริษัทแพลตฟอร์มกำหนดให้ ประกอบด้วย 5 ประเภท ได้แก่ 1. ค่าอินเซนทีฟ/เบี้ยงขยัน 2. การผ่อนชำระสินค้า 3. การสะสมเพชร/การสะสมคะแนนสำหรับสิทธิพิเศษ 4. สินเชื่อเงินสดเพื่อการกู้ยืมเงิน และ 5. คูปองน้ำมัน และมีข้อค้นพบที่เกิดจากการสังเคราะห์ข้อมูลของการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้

1. แรงงานนอกระบบรับทราบสิทธิประโยชน์และสวัสดิการไม่ครบถ้วนทั้งหมด โดยจากการเปรียบเทียบข้อมูลการศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร กับข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มนั้น เห็นถึงการสะท้อนข้อมูลที่พบว่าแรงงานนอกระบบรับทราบเฉพาะสวัสดิการและสิทธิประโยชน์บางส่วนเท่านั้น

2. ความเข้าใจเกี่ยวกับการได้รับสิทธิประโยชน์และสวัสดิการนั้นขึ้นอยู่กับการศึกษาด้วยตนเองของแรงงานนอกระบบ บริษัทแพลตฟอร์มไม่ได้มีการอธิบายถึงสวัสดิการแรงงานและสิทธิประโยชน์ให้กับแรงงานโดยตรง ส่วนมากใช้เป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียวโดยการระบุรายละเอียดไว้ในแอพพลิเคชันของบริษัทแพลตฟอร์ม

3. ข้อกำหนดกฎเกณฑ์ในการมอบสวัสดิการแรงงานถูกกำหนดจากบริษัทแพลตฟอร์มเพียงฝ่ายเดียว ส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับสวัสดิการ รวมถึงความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของแรงงาน

4. ประเภทของสวัสดิการที่แรงงานรับรู้ส่วนมากเป็นสวัสดิการด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นการจัดบริการให้กับแรงงานในลักษณะที่เป็นตัวเงินหรือการบริการอื่นที่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินได้ ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการของแรงงานที่มุ่งการแสวงหาสวัสดิการด้านเศรษฐกิจ

ด้านปัญหาและความต้องการด้านสวัสดิการแรงงาน พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลต้องการสวัสดิการประเภทต่าง ๆ โดยอธิบายตามลำดับความต้องการของแรงงานร่วมกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

ลำดับที่ 1 สวัสดิการด้านความปลอดภัยในระหว่างทำงาน แรงงานมีความต้องการให้บริษัทแพลฟอร์มสนับสนุนหมวดนิรภัยและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการทำงาน ประกันอุบัติเหตุ การเยียวยาเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การทุพลภาพ การหยุดงานไม่ได้ทำงาน

ลำดับที่ 2 สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ บริษัทแพลตฟอร์มสามารถตอบสนองความต้องการสวัสดิการด้านเศรษฐกิจ แต่การได้รับสิทธิสวัสดิการดังกล่าวมีการกำหนดเงื่อนไขและคุณสมบัติของแรงงาน ทำให้แรงงานไม่สามารถเข้าถึงสิทธิดังกล่าวได้ทุกคน

ลำดับที่ 3 สวัสดิการด้านความมั่นคง แรงงานมีการเรียกร้องและต้องการความมั่นคงในด้านอัตราค่าบริการรับส่งอาหาร (ค่ารอบ) ที่เป็นธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของแรงงาน

ลำดับที่ 4 สวัสดิการด้านการให้คำปรึกษา บริการให้คำปรึกษาผ่านศูนย์ให้คำปรึกษาที่ปรากฏในแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นระบบอัตโนมัติ ก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้แรงงานได้ทันที

ลำดับที่ 5 สวัสดิการด้านการบริการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย แรงงานต้องการให้มีบริการส่งเสริมสุขภาพอนามัย และการได้รับการเยียวยาเมื่อเจ็บป่วย

ลำดับที่ 6 สวัสดิการด้านการศึกษาและการพัฒนาตนเอง แรงงานบางกลุ่มมองว่าสวัสดิการดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ หรือใช้เกี่ยวกับการทำงานได้ แต่บางกลุ่มมองว่าบริการที่บริษัทแพลตฟอร์มจัดให้เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีข้อจำกัดในด้านเวลา

ลำดับที่ 7 สวัสดิการด้านการนันทนาการ แรงงานที่ต้องการสวัสดิการดังกล่าวมีความคิดเห็นว่าการรวมกลุ่ม การทำกิจกรรมร่วมกัน ก่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์และการแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงาน กลุ่มแรงงานที่ไม่ต้องการสวัสดิการด้านนันทนาการมองว่าสภาพการทำงานไม่เอื้ออำนวยต่อการสร้างสัมพันธภาพ

นอกจากนี้เมื่อสัมภาษณ์กลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการที่มีความความทั่วถึงและตรงกับความต้องการของแรงงาน พบว่า บริษัทแพลตฟอร์มมีการจัดสวัสดิการแรงงานอย่างทั่วถึงให้กับแรงงานทุกคน แต่สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ดังกล่าวมีเงื่อนไขของผู้รับสิทธิ บริษัทแพลตฟอร์มจะกำหนดคุณสมบัติของแรงงาน สิทธิประโยชน์ การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกเกี่ยวกับสวัสดิการเองโดยไม่เปิดโอกาสให้แรงงานมีส่วนร่วมหรือแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้ประเภทของสวัสดิการที่บริษัทแพลตฟอร์มกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการของแรงงาน คือ สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ ที่มีลักษณะหลากหลาย เช่น การกู้ยืมเงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การผ่อนชำระสินค้ากับทางบริษัทแพลตฟอร์ม เป็นต้น

4. แนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

แนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดสวัสดิการแรงงาน โดยเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของสวัสดิการที่เหมาะสมกับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มตามบริบทความต้องการ และความเหมาะสมของลักษณะการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์ม โดยให้ความสำคัญกับประเภทของสวัสดิการแรงงาน 4 ประเภท ได้แก่ สวัสดิการความปลอดภัยในการทำงาน สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความมั่นคง และสวัสดิการในการให้คำปรึกษา ซึ่งถือว่าสวัสดิการทั้ง 4 ประเภทมีความเหมาะสมกับบริบทแรงงานดังกล่าวเป็นอย่างมาก สำหรับสวัสดิการประเภทอื่นขึ้นอยู่กับบริษัทแพลตฟอร์มจะเลือกจัดบริการให้กับแรงงาน หากบริษัทต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างแรงจูงใจในการทำงาน และทำให้แรงงานรู้สึกถึงความสะดวกสบายและความพอใจในการใช้ชีวิต ก็สามารถจัดบริการสวัสดิการได้ทั้ง 7 ประเภท แต่ประเด็นสำคัญที่เหมาะสมกับลักษณะของการทำงานในรูปแบบใหม่นี้ให้ความสำคัญกับ 4 ประเภทของสวัสดิการหลักที่ควรมีและแรงงานมีความต้องการ ในขณะเดียวกันก็ยังพบสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ จึงต้องดำเนินการจัดประเภทสวัสดิการควบคู่กับการดำเนินการตามหลักของการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมด้วย

จากการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เสนอหลักการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร กลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับ 4 ประเด็นหลักที่จะนำไปสู่หลักการจัดสวัสดิการอื่น ๆ ได้ ซึ่งประกอบด้วย

(1) หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกจ้าง ซึ่งการจัดสวัสดิการที่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกจ้าง นำไปสู่หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งนายจ้างและลูกจ้าง นายจ้างใช้งบประมาณในการจัดสวัสดิการที่ก่อให้เกิดการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกจ้างได้อย่างแท้จริง ในขณะเดียวกันลูกจ้างก็ได้รับสวัสดิการที่ตอบสนองความต้องการเกิดประโยชน์กับแรงงาน ซึ่งก็จะนำไปสู่หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่จูงใจ และสร้างขวัญกำลังใจให้กับลูกจ้างหรือแรงงาน ซึ่งหากแรงงานได้รับการจัดสวัสดิการ

ที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงได้แล้วนั้นย่อมส่งผลต่อการปฏิบัติงานของลูกจ้างสอดคล้องกับหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของลูกจ้าง

(2) หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ครอบคลุมลูกจ้างทุกคน ซึ่งเป็นแนวคิดการจัดสวัสดิการแรงงานต้องครอบคลุมหรือเกิดประโยชน์แก่ลูกจ้างทุกคน ไม่เฉพาะคนใดคนหนึ่งหรือเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อันสะท้อนถึงหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่คำนึงถึงความเสมอและความยุติธรรม แรงงานต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและความยุติธรรม ได้รับสวัสดิการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมที่จะสามารถให้ลูกจ้างหรือแรงงานดำรงชีวิตได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดี

(3) หลักการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน ต้องเปิดโอกาสให้แรงงานหรือลูกจ้างทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสวัสดิการแรงงาน ซึ่งสอดคล้องหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่อยู่บนพื้นฐานหลักการประชาธิปไตยและสิทธิพลเมือง คำนึงถึงสิทธิขั้นพื้นฐานที่แรงงานพึงได้รับตามสิทธิความเป็นพลเมืองเปิดโอกาสตามกระบวนการประชาธิปไตยให้แรงงานหรือลูกจ้างได้มีโอกาสในการเสนอและได้รับสวัสดิการแรงงาน

(4) หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่มีความยืดหยุ่น และมีความหลากหลาย ที่การจัดสวัสดิการแรงงานต้องมีความยืดหยุ่นแก่กลุ่มลูกจ้างที่จะได้รับโดยคำนึงถึงเพศ อายุ สถานภาพ รูปแบบและประเภทของสวัสดิการแรงงานที่ผู้ประกอบการหรือองค์การมอบให้ต้องมีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการทุกด้านของชีวิตแรงงาน สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่มีประสิทธิภาพ คุ้มค่า และคำนึงถึงความสามารถในการจ่ายของนายจ้าง โดยพิจารณาถึงความสามารถในการจ่ายที่เป็นต้นทุนในการบริหารจัดการ วิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าเพื่อให้การจัดสวัสดิการแรงงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางในการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารที่ต้องพัฒนากระบวนการเชิงระบบที่ควรดำเนินการควบคู่กันไปกับการยึดหลักการจัดสวัสดิการ

(1) การผลักดันให้แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มได้รับสถานภาพทางกฎหมาย และการกำหนดกฎหมายที่ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม ซึ่งการผลัดดันให้แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มได้รับสภาพทางกฎหมายจะก่อให้เกิดการเข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐานด้านแรงงานและสวัสดิการ เป็นกลไกสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมทางสังคม รวมถึงการส่งเสริมสิทธิในการรวมกลุ่มและการเจรจาต่อรอง ซึ่งการรับรองทางกฎหมายที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม จะช่วยให้แรงงานสามารถจัดตั้งกลุ่ม องค์กร หรือสหภาพแรงงานได้อย่างเป็นทางการ

(2) การจัดทำมาตรฐานขั้นต่ำด้านสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสมกับบริบทการทำงานของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร แรงงานกลุ่มนี้มีรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นแต่ขาดความมั่นคง ทั้งด้านรายได้และการคุ้มครองในด้านต่าง ๆ การกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำจะช่วยให้แรงงานได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเป็นธรรม ไม่ว่ารูปแบบการจ้างงานจะเป็นเช่นใด ผู้เชี่ยวชาญจึงมีความคิดเห็นร่วมกันว่าสวัสดิการที่จำเป็นและเหมาะสมต่อบริบทของแรงงานแพลตฟอร์ม ควรครอบคลุมในด้านสวัสดิการความปลอดภัยในการทำงาน สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความมั่นคง และสวัสดิการในการให้คำปรึกษา มาตรฐานขั้นต่ำดังกล่าวต้องออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของงานแพลตฟอร์ม เน้นความยืดหยุ่นและบริบทสภาพการทำงาน แม้ว่าแรงงานลักษณะนี้ไม่ได้มีรูปแบบการทำงานแบบประจำ การจัดสวัสดิการควรใช้กลไกที่ยืดหยุ่นหรือสร้างรูปแบบสวัสดิการที่แรงงานมีสิทธิเลือกได้ (Flexible Benefits) ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างการได้รับสิทธิประโยชน์ของแรงงานมีความเหมาะสม

(3) การขับเคลื่อนด้านกฎหมายที่ส่งเสริมการจัดสวัสดิการแรงงานแพลตฟอร์มและกฎหมายอื่นที่เหมาะสมกับบริบทการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ เป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับบริษัทแพลตฟอร์ม หน่วยงานภาครัฐ โดยการปรับปรุงกฎหมายแรงงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานใหม่ กฎหมายแรงงานควรกำหนดสถานะทางกฎหมายของแรงงานแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้ตกอยู่นอกขอบเขตการคุ้มครอง หรือการกำหนกฎหมายเฉพาะที่เหมาะสมกับบริบทของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม

(4) สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างแรงงาน บริษัทแพลตฟอร์ม และหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม เป็นพื้นฐานสำคัญในการทำให้การจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มมีความเป็นรูปธรรมและตั้งอยู่บนหลักการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร Grabfood Lineman และ Foodpanda มีการจัดสวัสดิการให้กับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม แต่สวัสดิการดังกล่าวเป็นสวัสดิการแบบ “สมัครใจ” คือบริษัทแพลตฟอร์มจะมีการเสนอให้แก่พนักงาน ซึ่งพนักงานมีสิทธิเลือกเข้าร่วมหรือไม่ก็ได้ โดยสวัสดิการดังกล่าวไม่มีมาตรฐานขั้นต่ำ ไม่ได้ถูกกำหนดร่วมกันระหว่างบริษัทแพลตฟอร์มและแรงงาน รวมถึงเป็นสวัสดิการที่บริษัทแพลตฟอร์มมีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงตามนโยบายทางธุรกิจ กำหนดสวัสดิการโดยบริษัทแพลตฟอร์มฝ่ายเดียว ทำให้แรงงานไม่มีอำนาจต่อรองและสวัสดิการที่กำหนดไม่ใช่สวัสดิการพื้นฐานเหมือนแรงงานในระบบจ้างงานทั่วไป สวัสดิการของแพลตฟอร์มจึงเป็นเพียง “เครื่องมือทางธุรกิจ” เป็นกลยุทธ์แข่งขันทางธุรกิจเน้นการ “สร้างแรงจูใจในการทำงาน” มากกว่า “มาตรการในการคุ้มครองแรงงาน” เช่น การใช้ระบบคะแนน การให้โบนัส ค่าอินเซนทีฟ และการใช้ระดับของการทำงานเพื่อรับสิทธิประโยชน์ เป็นต้น ซึ่งไม่ก่อให้เกิดการคุ้มครองแรงงาน พร้อมกันนี้สวัสดิการต่าง ๆ ที่บริษัทแพลตฟอร์มกำหนดไม่ได้ครอบคลุมในด้านความมั่นคงในอาชีพ เนื่องจากไม่ได้ปรากฏเรื่อง เงินทดแทน การประกันสังคม เป็นต้น

ในด้านมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ปัจจุบันกฎหมายยังไม่ครอบคลุมการคุ้มครองแรงงานแพลตฟอร์ม ยังไม่มีระบบกฎหมายที่สามารถรองรับการทำงานในลักษณะดังกล่าวได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถนิยามสถานะตามกฎหมายว่าเป็น “แรงงาน/ลูกจ้าง” ส่งผลต่อการไม่ได้รับสิทธิและสวัสดิการตามกฎหมายแรงงานและการประกันสังคม เช่น เงินทดแทน ค่าชดเชย และสิทธิสวัสดิการแรงงาน บทบาทของหน่วยงานภาครัฐทำได้เพียงส่งเสริม ประสานงานและไกล่เกลี่ยเมื่อเกิดปัญหา บทบาทของแรงงานมีความพยายามในการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างเข้มแข็งกับการต่อรองกับบริษัทแพลตฟอร์มและประสานหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรณีการตั้งคณะกรรมสวัสดิการและการเรียกร้องด้านสวัสดิการรวม แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มมีการรวมกลุ่มด้วยตนเองเพื่อขับเคลื่อนเรื่องสวัสดิการ แต่ไม่มีสถานะทางกฎหมาย จึงไม่สามารถทำงานแบบคณะกรรมการตามกฎหมายได้ หน่วยงานภาครัฐทำหน้าทีเป็นสื่อกลางรวบรวมข้อมูลความต้องการของแรงงานและส่งต่อให้บริษัทแพลตฟอร์มพิจารณา หรือแม้แต่กรณีการเยียวยาแรงงานแพลตฟอร์มที่ประสบอุบัติเหตุจากการทำงาน หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถบังคับใช้พระราชบัญญัติเงินทดแทนกับบริษัทแพลตฟอร์มได้ เนื่องจากเกิดข้อจำกัดในด้านสถานภาพตามกฎหมาของแรงงาน หน่วยงานภาครัฐจึงพยายามแก้ไขปัญหาด้วยการประสานขอความช่วยเหลือบริษัทแพลตฟอร์มให้ช่วยเยียวยาตามหลักสิทธิมนุษยชน ในด้านการพิทักษ์สภาพการจ้าง ข้อสัญญา และบทลงโทษการทำงาน หน่วยงานภาครัฐได้รับการร้องเรียนว่าบริษัทแพลตฟอร์มทำสัญญาไม่เป็นธรรม แม้ว่าจะไม่ผิดกฎหมายแต่อยู่ในลักษณะเอาเปรียบเกินสมควร ในกรณีดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยประสานงาน และผลักดันกฎหมายใหม่เพื่อให้แรงงานมีสถานะที่ชัดเจนและได้รับสิทธิที่ควรได้รับ นอกจากนี้การเรียกร้องเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถใช้อำนาจตามกฎหมายบังคับบริษัทแพลตฟอร์มได้เพราะกฎหมายไม่ถือว่าบริษัทแพลตฟอร์มเป็น “นายจ้าง” แนวทางปัจจุบันคือ ส่งเสริมให้แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มสมัครเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 และให้บริษัทแพลตฟอร์มช่วยประชาสัมพันธ์ เท่านั้น

สำหรับปัญหาที่พบเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานจากบริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งส่งอาหาร ส่วนใหญ่บริษัทแพลตฟอร์มเลือกจัดสวัสดิการบางประเภทให้กับแรงงาน โดยเลือกเฉพาะสวัสดิการที่สร้างแรงจูงใจในการทำงาน เช่น สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้แรงงานจำนวนมากรับรู้ข้อมูลสวัสดิการที่บริษัทแพลตฟอร์มจัดให้ไม่ครบถ้วน เนื่องจากการสื่อสารของบริษัทเป็นแบบทางเดียวและอยู่ในระบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม ทำให้แรงงานต้องศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง

นำไปสู่ข้อจำกัดในการเข้าถึงสิทธิ อีกทั้งเกณฑ์และเงื่อนไขต่าง ๆ ถูกกำหนดและสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยบริษัทแพลตฟอร์มจึงส่งผลให้แรงงานจำนวนหนึ่งไม่สามารถใช้สิทธิได้อย่างทั่วถึง

สวัสดิการที่แรงงานแพลตฟอร์มต้องการมากที่สุด คือ สวัสดิการด้านความปลอดภัยในการทำงาน เช่น อุปกรณ์ป้องกันระหว่างการปฏิบัติงาน การประกันอุบัติเหตุ และการเยียวยาเมื่อได้รับผลกระทบอุบัติเหตุระหว่างการทำงาน รองลงมาคือสวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความมั่นคงในรายได้ สวัสดิการด้านการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ สวัสดิการด้านการบริการด้านสุขภาพ สวัสดิการด้านการศึกษาและการพัฒนาตนเอง และสวัสดิการด้านนันทนาการ ในภาพรวมแรงงานเห็นว่าสวัสดิการที่บริษัทแพลตฟอร์มจัดให้แม้จะตรงกับความต้องการหลายด้าน แต่การมีเงื่อนไขการรับสิทธิมากเกินไปทำให้แรงงานจำนวนหนึ่งไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการดังกล่าว จึงมีข้อเรียกร้องว่าบริษัทแพลตฟอร์มควรยกเลิกเงื่อนไขบางประการ และสำรวจความต้องการของแรงงานแพลตฟอร์มก่อนกำหนดนโยบายด้านสวัสดิการ เพื่อให้แรงงานทุกคนมีโอกาสในการได้รับสวัสดิการอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับบริบทการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์ม และช่วยเสริมแรงจูงใจและคุณภาพชีวิตในการทำงานได้อย่างแท้จริง

สำหรับแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร บริษัทแพลตฟอร์มควรให้ความสำคัญกับสวัสดิการ 4 ประเภท ที่เป็นพื้นฐานที่แรงงานทุกคนควรได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของแรงงาน ได้แก่ สวัสดิการด้านความปลอดภัยในการทำงาน สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความมั่น และสวัสดิการด้านการให้คำปรึกษา เนื่องจากเป็นสวัสดิการที่เหมาะสมกับสภาพการทำงานและความเสี่ยงที่แรงงานแพลตฟอร์มเผชิญมากที่สุด และเป็นพื้นฐานที่ช่วยให้แรงงานมีความพึงพอใจและมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น ส่วนสวัสดิการประเภทอื่นบริษัทแพลตฟอร์มสามารถจัดเพิ่มเติมได้ขึ้นอยู่กับนโยบายและความพร้อมของแต่ละบริษัท

ในการดำเนินการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ผู้เชี่ยวชาญเสนอหลักการสำคัญ 4 ประการ ซึ่งช่วยให้สวัสดิการมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ประกอบด้วย 1) การจัดสวัสดิการที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของแรงงาน ด้วยเหตุผลว่าเมื่อแรงงานได้รับสวัสดิการที่ตรงกับความต้องการย่อมนำไปสู่ความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน 2) หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ครอบคลุมลูกจ้างทุกคน การจัดสวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์มต้องจัดสวัสดิการให้กับแรงงานทุกคน ที่สะท้อนถึงความจำเป็นในการให้สวัสดิการแก่แรงงานทุกคนโดยไม่แบ่งแยกและก่อให้เกิดความเสมอภาค 3) หลักการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน เปิดโอกาสให้แรงงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอความต้องการ แนวทางในการจัดสวัสดิการร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักประชาธิปไตยและสิทธิความเป็นพลเมืองของแรงงาน และ 4) หลักความยืดหยุ่นและหลากหลาย เพื่อให้รูปแบบและประเภทการจัดสวัสดิการสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความแตกต่างของบริบทแรงงานและความพร้อมของบริษัทแพลตฟอร์ม ทั้งในด้านงบประมาณที่ใช้ในการจัดสวัสดิการและบริบทที่เปลี่ยนไปตามรูปแบบธุรกิจแพลตฟอร์ม

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางในการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารที่ต้องพัฒนากระบวนการเชิงระบบที่ควรดำเนินการควบคู่กันไปกับการยึดหลักการจัดสวัสดิการแรงงาน ได้แก่ การผลักดันให้แรงงานแพลตฟอร์มได้รับสถานะทางกฎหมาย การกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำด้านสวัสดิการที่เหมาะสม การปรับปรุงกฎหมายให้รองรับรูปแบบธุรกิจบนแพลตฟอร์ม และการสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างแรงงาน บริษัทแพลตฟอร์ม และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อทำให้การจัดสวัสดิการสามารถดำเนินไปได้จริงและเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนภาพของการจัดสวัสดิการแบบบูรณาการที่มุ่งเน้นทั้งทางด้านสิทธิแรงงาน ประสิทธิภาพในการจัดการ และคุณภาพชีวิตของแรงงานแพลตฟอร์มในระยะยาว

อภิปรายผล

การศึกษาการจัดสวัสดิการแรงงานของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร บริษัทแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารมีการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้กับแรงงาน รูปแบบการจัดสวัสดิการดังกล่าวเป็นข้อเสนอให้กับแรงงานซึ่งแรงงานมีสิทธิเลือกที่จะเข้าร่วมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งขัดแย้งกับหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่การจัดสวัสดิการนั้น

ต้องอยู่บนพื้นฐาน**หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ครอบคลุมทุกคน และหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่คำนึงถึงความเสมอภาคและความยุติธรรม** การจัดสวัสดิการแรงงานต้องครอบคลุมหรือเกิดประโยชน์แก่แรงงานทุกคน ไม่เฉพาะคนใดคนหนึ่งหรือเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น การจัดสวัสดิการแรงงานต้องทำให้แรงงานได้รับสวัสดิการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม แต่การกำหนดรูปแบบการจัดสวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์มไม่ได้เป็นไปในลักษณะดังกล่าว อีกทั้งการกำหนดสวัสดิการไม่มีการระบุมาตรฐานขั้นต่ำ ไม่ได้กำหนดให้แรงงานได้มีส่วนร่วมในการกำหนดสวัสดิการซึ่งขัดแย้งกับ**หลักการจัดสวัสดิการแรงงานบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน และหลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่อยู่บนพื้นฐานหลักการประชาธิปไตยและสิทธิพลเมือง** การจัดสวัสดิการแรงงานต้องเปิดโอกาสให้แรงงานทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสวัสดิการแรงงาน เพื่อให้สวัสดิการแรงงานดังกล่าวเป็นไปตามความต้องการของแรงงานผู้ได้รับประโยชน์ แต่การจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลฟอร์มที่เกิดขึ้นเป็นเพียงการกำหนดจากบริษัทแพลตฟอร์มเพียงฝ่ายเดียว ทั้งรูปแบบสวัสดิการ ประเภทสวัสดิการที่แรงงานจะได้รับ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการได้รับสวัสดิการ สอดคล้องกับการศึกษาของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2565) พบว่าเงื่อนไขการทำงานของแรงงานในแพลตฟอร์มมักจะถูกกำหนดจากข้อตกลงและเงื่อนไข (terms of services) ของแพลตฟอร์มแต่ฝ่ายเดียว โดยแพลตฟอร์มโดยกำหนดข้อกำหนดต่าง ๆ ในการทำงาน และผลประโยชน์ที่แรงงานควรจะได้ และการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มกับแรงงานมีลักษณะความสัมพันธ์กันด้วยสัญญา (contractual relationship) แต่ไม่ใช่การจ้าง

นอกจากนี้การกำหนดสวัสดิการโดยบริษัทแพลตฟอร์มฝ่ายเดียว ทำให้แรงงานไม่มีอำนาจต่อรอง การจัดสวัสดิการที่ไม่เปิดโอกาสให้แรงงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และถูกกำหนดจากบริษัทแพลตฟอร์มเพียงฝ่ายเดียวอาจทำให้สวัสดิการที่กำหนดมาไม่ครอบคลุมความต้องการของแรงงาน ซึ่งขัดแย้งกับ**หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ต้องตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกจ้าง** และ**หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่จูงใจสร้างขวัญกำลังใจให้กับลูกจ้าง** เพราะสวัสดิการแรงงานต้องเป็นสิ่งที่บริษัทแพลตฟอร์มจัดให้กับแรงงานทำให้แรงงานรู้สึกพึงพอใจและมีความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้สวัสดิการที่กำหนดไม่ใช่สวัสดิการพื้นฐานเหมือนแรงงานในระบบจ้างงานทั่วไป สวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์มจึงเป็นเพียงกลยุทธ์แข่งขันทางธุรกิจเน้นการ “สร้างแรงจูใจในการทำงาน” มากกว่า “มาตรการในการคุ้มครองแรงงาน” ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Collier (2017) ที่บ่งชี้ให้เห็นว่าการกำหนดคุณลักษณะหรือการสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ ให้กับแรงงานแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่แพลตฟอร์มจะได้รับ ซึ่งเป็นช่องว่างที่ก่อให้เกิดการครอบงำผลประโยชน์ที่กระจุกตัวเฉพาะเจ้าของแพลตฟอร์ม

การศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร กฎหมายปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมการคุ้มครองแรงงานแพลตฟอร์ม ยังไม่มีระบบกฎหมายที่สามารถรองรับการทำงานในลักษณะดังกล่าวได้อย่างชัดเจน เหตุประการหนึ่งมากจากการไม่กำหนดสถานะตามกฎหมายให้กับแรงงานว่าเป็น “ลูกจ้าง” ซึ่งก่อให้เกิดผลต่อการรับรองสิทธิและการคุ้มครองทางด้านแรงงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณย์ จงรักษ์ (2564 อ้างถึงใน อรวรรณ เกษร 2565) เมื่อสถานภาพของแรงงานแพลตฟอร์มไม่เป็นลูกจ้างจึงไม่สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ในลักษณะต่างๆ ของกฎหมายแรงงานได้ ทำให้บทบาทของหน่วยงานภาครัฐไม่มีอำนาจในการใช้กฎหมายบังคับให้บริษัทแพลตฟอร์มจัดสวัสดิการให้กับแรงงาน ซึ่งขัดแย้งกับ**ทฤษฎีการจัดสวัสดิการแรงงาน The Policing Theory of Labour Welfare ตามแนวคิดของ M.V. Moorthy** (1968 อ้างถึงในสุรางค์รัตน์ วศินารมณ์, 2540) ที่อธิบายว่าการจัดสวัสดิการแรงงานเป็นความรับผิดชอบทางกฎหมายหรือตามกฎหมายของนายจ้าง ทฤษฎีนี้กำหนดให้นายจ้างทุกคนถูกบังคับให้จัดสวัสดิการแรงงานตามมาตรฐานขั้นต่ำแก่แรงงาน เช่น อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ความปลอดภัยขั้นต่ำ และข้อกำหนดด้านความปลอดภัย ซึ่งถือเป็นทฤษฎีที่เป็นแนวทางการกำหนดมาตรการทางกฎหมายต่าง ๆ ในการคุ้มครองแรงงาน โดยการให้รัฐทำหน้าที่เป็นผู้บังคับการจัดสวัสดิการแรงงานดังกล่าว จากปัญหาการไม่มีสถานภาพทางกฎหมายที่รองรับอันนำไปสู่ปัญหาต่างๆเกี่ยวกับการได้รับสิทธิสวัสดิการและการคุ้มครองแรงงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Ming Cham Kit (2022) พบว่าปัญหาความเสี่ยงและสวัสดิการของคนทำงานบนแพลตฟอร์มบริการรับส่งอาหาร เป็นผลมาจากการไม่มีสถานะของแรงงานแพลตฟอร์ม และการขาดการรวมกลุ่มกันทางสังคมแรงงานที่จะใช้เป็นแนวทางในการป้องกันต่างๆ ทำให้แรงงาน

แพลตฟอร์มอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบเชิงอำนาจ ซึ่งหากในอนาคตอาจมีแนวโน้มที่การระบุสภาพทางกฎหมายของแรงงานแพลตฟอร์มจะเกิดขึ้นเพื่อเป็นหลักการในการรองรับการคุ้มครองตามมาตรการทางกฎหมายสอดคล้องกับการศึกษาของ Katsabian and Davidov (2022) พบว่าการพิจารณาของศาลทั่วโลกมีความเห็นเป็นเอกฉันท์เพิ่มมากขึ้นว่าแรงงานแพลตฟอร์มมีลักษณะเป็นลูกจ้างจริง ทั้งนี้แม้ว่าการบังคับใช้กฎหมายเพื่อกำหนดแนวทางการคุ้มครองแรงงานและการจัดสวัสดิการจะไม่สามารถทำได้ หน่วยภาครัฐจึงเสนอบทบาทในฐานะผู้ส่งเสริม ประสานงานและไกล่เกลี่ยเมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาททางด้านแรงงานขึ้น นอกจากนี้แรงงานแพลตฟอร์มเองยังได้เกิดการสร้างกลไกลการต่อรองด้วยตนเองโดยการพยายามรวมกลุ่ม เพื่อสร้างเข้มแข็งกับการต่อรองกับบริษัทแพลตฟอร์มและประสานหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความช่วยเหลือกรณีต่าง ๆ

ด้านปัญหา และความต้องการด้านสวัสดิการของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร การจัดสวัสดิการของบริษัทแพลตฟอร์มบริการรับส่งอาหารยังไม่ครอบคลุมและเข้าถึงได้ยาก การจัดสวัสดิการบริษัทแพลตฟอร์มให้ความสำคัญเฉพาะสวัสดิการที่เน้นการสร้างแรงจูงใจ เช่น สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ ปัญหาประการหนึ่งส่งผลต่อการจัดสวัสดิการแรงงานแพลตฟอร์ม คือการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสวัสดิการไม่ครบถ้วน เพราะการสื่อสารหรือส่งต่อข้อมูลเกี่ยวกับสวัสดิการเป็นลักษณะการสื่อทางเดียวโดยใช้แพลตฟอร์มเป็นผู้เสนอข้อมูลให้กับแรงงาน และการกำหนดเงื่อนไขการรับสิทธิด้านสวัสดิการต่าง ๆ ที่บริษัทแพลตฟอร์มเป็นผู้กำหนดและสามารถปรับเปลี่ยนได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้แรงงานบางส่วนไม่สามารถได้รับสิทธิอย่างทั่วถึง และสวัสดิการที่แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มต้องการมากที่สุดคือสวัสดิการด้านความปลอดภัย รองลงมาคือสวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความมั่นคงรายได้ สวัสดิการด้านการให้คำปรึกษาสวัสดิการด้านการบริการสุขภาพ สวัสดิการด้านการศึกษาและพัฒนาตนเอง และสวัสดิการด้านนันทนาการ สอดคล้องกับการศึกษาของฐาปนี ชุมพลวงศ์ และคณะ (2564) พบว่าแรงงานนอกระบบภาคการเกษตรเห็นว่า ค่าตอบแทน ความปลอดภัยด้านสุขภาพในการทำงาน และ ความมั่นคงในการทำงาน ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของแรงงานนอกระบบภาคการเกษตรในเขตชุมชนตำบลเสริมขวา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ทั้งนี้การจัดสวัสดิการแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์มจะตอบสนองตามความต้องการบางประการของแรงงาน แต่เงื่อนไขที่ยุ่งยากต่อการเข้าถึงสิทธิ แรงงานแพลตฟอร์มต้องการให้บริษัทลดเงื่อนไขที่ไม่จำเป็น และสำรวจความต้องการด้านสวัสดิการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดสวัสดิการแรงงานตามแนวคิดของ ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ (2545) และกิ่งพร ทองใบ (2553) ที่เสนอให้มีหลักการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน เปิดโอกาสให้แรงงานเข้ามามีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสวัสดิการแรงงาน

ด้านแนวทางการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับสวัสดิการ 4 ประเภท ที่บริษัทแพลตฟอร์มอาจกำหนดเป็นพื้นฐานที่แรงงานทุกคนควรได้รับ ได้แก่ สวัสดิการด้านความปลอดภัย สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการด้านความมั่นคง และสวัสดิการด้านการให้คำปรึกษา เนื่องจากเป็นสวัสดิการที่เหมาะสมกับสภาพการทำงานและความเสี่ยงที่แรงงานแพลตฟอร์มเผชิญมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ Behrendt, Nguyen and Rani (2021) พบว่าการคุ้มครองในปัจจุบันสำหรับคนงานบนแพลตฟอร์มเกิดช่องว่างในด้านการคุ้มครองด้านความปลอดภัย ซึ่งลักษณะการทำงานดังกล่าวควรจัดหาสวัสดิการที่เพิ่มความคุ้มครองด้านการปลอดภัยเป็นสำคัญ รวมถึงผลประโยชน์ให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวของผู้ทำงานแพลตฟอร์ม

หลักการจัดสวัสดิการที่สำคัญที่มีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการอาหาร ประกอบด้วย 1) การจัดสวัสดิการที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของแรงงาน เมื่อแรงงานได้รับสวัสดิการที่ตรงกับความต้องการย่อมนำไปสู่ความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน 2) หลักการจัดสวัสดิการแรงงานที่ครอบคลุมลูกจ้างทุกคน การให้สวัสดิการแก่แรงงานทุกคนโดยไม่แบ่งแยกและก่อให้เกิดความเสมอภาค 3) หลักการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการแรงงาน เปิดโอกาสให้แรงงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอความต้องการ แสวงหาแนวทางในการจัดสวัสดิการร่วมกันกับบริษัทแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับหลักประชาธิปไตยและสิทธิความเป็นพลเมืองของแรงงาน และ 4) หลักความยืดหยุ่นและหลากหลาย เพื่อให้รูปแบบและประเภทการจัดสวัสดิการสามารถปรับเปลี่ยนได้ตาม

ความแตกต่างของบริบทแรงงานและความพร้อมของบริษัทแพลตฟอร์ม ทั้งในด้านงบประมาณที่ใช้ในการจัดสวัสดิการและบริบทที่เปลี่ยนไปตามรูปแบบธุรกิจแพลตฟอร์ม สอดคล้องกับงานวิจัยของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2565) พบว่าข้อเสนอเชิงนโยบายต่อการพัฒนาสุขภาวะของคนทำงานแพลตฟอร์ม ควรจำแนกออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ งานที่เป็นธรรม (Fair Work) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม (Fair Reward) และการแข่งขันที่เป็นธรรม (Fair Competition)

ด้านแนวทางในการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารที่ต้องพัฒนากระบวนการเชิงระบบที่ควรดำเนินการควบคู่กันไปกับการยึดหลักการจัดสวัสดิการแรงงาน ประกอบด้วย

1. การผลักดันให้แรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มได้รับสถานภาพทางกฎหมาย และการกำหนดกฎหมายที่ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม สอดคล้องกับการศึกษาของอรรคณัฐ วันทนะสมบัติ และเกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร (2561) การขยายตัวของเศรษฐกิจแบบไม่เป็นทางการ (informal economy) ส่งผลต่อการลดมาตรฐานแรงงานและสภาพการทำงานแรงงาน ความคลุมเครือในสถานภาพทางกฎหมายของแรงงานแพลตฟอร์มทำให้บริษัทแพลตฟอร์มปฏิบัติต่อแรงงานให้อยู่ภายใต้สภาพบังคับของบริษัทแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการละเมิดสิทธิทางด้านแรงงาน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐต้องเพิ่มบทบาทเชิงรุกในการทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และแพลตฟอร์มที่มีแรงงานเป็นศูนย์กลางบนฐานของเป้าหมายเรื่องความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ

2. การจัดทำมาตรฐานขั้นต่ำด้านสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสมกับบริบทการทำงานของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร จะช่วยให้แรงงานได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเป็นธรรม ไม่ว่ารูปแบบการจ้างงานจะเป็นเช่นใด โดยมาตรฐานสวัสดิการขั้นต่ำต้องสอดคล้องกับบริบทของงานแพลตฟอร์ม เน้นความยืดหยุ่นและบริบทสภาพการทำงาน แม้ว่าแรงงานลักษณะนี้ไม่ได้มีรูปแบบการทำงานแบบประจำ การจัดสวัสดิการควรใช้กลไกที่ยืดหยุ่นหรือสร้างรูปแบบสวัสดิการที่แรงงานมีสิทธิเลือกได้ (Flexible Benefits) ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างการได้รับสิทธิประโยชน์ของแรงงานมีความเหมาะสม

3. การขับเคลื่อนด้านกฎหมายที่ส่งเสริมการจัดสวัสดิการแรงงานแพลตฟอร์มและกฎหมายอื่นที่เหมาะสมกับบริบทการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ การขับเคลื่อนด้านกฎหมายที่ส่งเสริมการจัดสวัสดิการแรงงานแพลตฟอร์มมีสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับบริษัทแพลตฟอร์ม และหน่วยงานภาครัฐ การปรับปรุงกฎหมายแรงงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานใหม่ การกำหนดสถานะทางกฎหมายของแรงงานแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้ตกอยู่นอกขอบเขตการคุ้มครอง หรือการกำหนกฎหมายเฉพาะที่เหมาะสมกับบริบทของแรงงานและการทำงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Joseph David Humphreys (2019) พบว่าการกำหนดคุณลักษณะหรือการสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ ให้กับแรงงานแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่แพลตฟอร์มจะได้รับ ซึ่งเป็นช่องว่างที่ก่อให้เกิดการครอบงำผลประโยชน์ของบริษัทแพลตฟอร์ม ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐต้องทำหน้าที่ในการกำหนดกฎหมายใหม่ ซึ่งหากหน่วยงานภาครัฐไม่มีมาตรการทางด้านแรงงานจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานบนแพลตฟอร์มต่อไป

4. สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างแรงงาน บริษัทแพลตฟอร์ม และหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งกลไกความร่วมมือจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มให้มีความเป็นรูปธรรมและตั้งอยู่บนหลักการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย หากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานแพลตฟอร์มมีความชัดเจนขึ้น หน่วยภาครัฐจำเป็นต้องส่งเสริมความร่วมมือทั้งสามฝ่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประเด็นทางด้านแรงงานเป็นภาระร่วมที่ทุกฝ่ายต้องจัดการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เร่งรัดการกำหนดสถานภาพทางกฎหมายของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารให้มีความชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดการคุ้มครองแรงงานในทุกมิติ ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่เป็นไปตามกรอบของ

กฎหมายของบริษัทแพลตฟอร์มในการจัดสวัสดิการแรงงาน และส่งเสริมมาตรการในการสร้างความมั่นคงในด้านคุณภาพชีวิตให้กับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

เสริมสร้างความเข้มแข็งภาคประชาสังคมให้เกิดเครือข่ายแรงงานแพลตฟอร์มระดับชาติในขับเคลื่อนเพื่อให้มีกลไกในการแสดงออกต่อรองอย่างเป็นระบบ การสะท้อนความต้องการต่าง ๆ จากกลุ่มแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม และสนับสนุนให้มีกลไกตัวแทนภาคประชาชน เข้าร่วมในคณะกรรมการหรือเวทีนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์ม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษารูปแบบสวัสดิการที่เหมาะสมกับลักษณะงานของแรงงานแพลตฟอร์มเพื่อให้ได้รูปแบบของการจัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารที่สอดคล้องต่อบริบทของกลุ่มแรงงาน ศึกษาการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารจากการได้รับการจัดสวัสดิการจากบริษัทแพลตฟอร์ม รวมถึงวิเคราะห์มาตราการทางกฎหมายและเสนอข้อกฎหมายเฉพาะสำหรับแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร ศึกษาเปรียบเทียบ วิเคราะห์แนวทางการจัดการแรงงานนอกระบบแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหารกับต่างประเทศเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายของประเทศไทยให้เหมาะสมต่อรูปแบบการทำงานและการคุ้มครองแรงงานในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ร่วมกับการศึกษาคุณภาพชีวิตของแรงงานนอกระบบบนแพลตฟอร์มการให้บริการรับส่งอาหาร

เอกสารอ้างอิง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2552). *รายงานฉบับสมบูรณ์: โครงการศึกษาวิจัยรูปแบบการจัดสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

กรุงเทพธุรกิจ. (2024, 4 เมษายน). *ไรเดอร์จาก foodpanda อัปสกิลขับขี่ปลอดภัยกับ Yamaha Riding Academy*. bangkokbiznews.com/corporate-moves/news/corporate-moves/1120915

กฤษฎา ธีระโกศลพงศ์. (2563). การบริหารแรงงาน : Gig Economy ตามทัศนมิติแรงงาน. *วารสารธรรมศาสตร์*, *39* (1), 131-158.

กิ่งพร ทองใบ. (2553). *ระบบค่าตอบแทนสมัยใหม่จากวิชาการสู่วิชาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: เอชอารเซ็นเตอร.

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2565). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการขับเคลื่อนข้อเสนอเชิงนโยบายต่อคุณภาพชีวิตของคนทำงานแพลตฟอร์ม*. สำนักงานนโยบายแรงงานนอกระบบ สำนักปลัดกระทรวงแรงงาน และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

จุมพล หนิมพานิช. (2550). *การวิจัยเชิงคุณภาพในทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนิกานต์ สิทธิฟอง. (2550). *การเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารและระบบการจัดสวัสดิการแก่พนักงานระหว่างบริษัทสหรัฐอเมริกา บริษัทญี่ปุ่นและบริษัทไทย ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ* [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.] 10.14457/CMU.res.2007.531.

ฐาปนี ชุมพลวงศ์ และคณะ. (2564). แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของแรงงานนอกระบบภาคการเกษตรในเขตชุมชนตำบลเสริมขวา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, *15*(3), 97-107.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2545). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทซีเอ็ดยูเคชัน จำกัด (มหาชน).

นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2564). แรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารวิชาการแสงอีสาน, 18*(1), 1-10.

ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ สภาองค์กรของผู้บริโภค (สอบ.). (2564, 25 พฤศจิกายน). *ปัญหาของผู้บริโภคจากการใช้บริการแพลตฟอร์ม หรือแอปพลิเคชันบริการสั่งอาหาร Food Delivery*. สภาองค์กรของผู้บริโภค https://www.tcc.or.th/appeal/ปัญหาของผู้บริโภคจากกา/

ปราชญา กล้าผจัญ และพอตา บุญสุทธิวงศ์. (2550). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง.

ประชาไทย. (2564, 13 สิงหาคม). *ชวนรู้จักปัญหา 'ไรเดอร์' มุมแรงงานสัมพันธ์ที่ยังคลุมเครือ และแนวแก้ไขคุ้มครองในทางกฎหมายที่อาจต้องถกอีกยาว*. https://prachatai.com/journal/2021/08/94442

ระพีพรรณ คำหอม. (2557). *สวัสดิการสังคมกับสังคมไทยพิมพ์ครั้งที่ 4 (แก้ไขเพิ่มเติม)*. กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *การสำรวจแรงงานนอกระบบ พ.ศ. 2565*. กรุงเทพมหานคร: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สุภางค์ จันทวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 18)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรางค์รัตน์ วศินารมณ์. (2540). *สวัสดิการในองค์กร : แนวคิดและวิธีการบริหาร*. กรุงเทพมหานคร : เม็ดทรายพริ้นติ้ง.

อรรคณัฐ วันทนะสมบัติและเกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร (2561). *เศรษฐกิจแพลตฟอร์มและผลกระทบต่อแรงงานภาคบริการในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม (JELI) มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท (FES).

อรวรรณ เกษร. (ม.ป.ป.). *แรงงานในเศรษฐกิจแพลตฟอร์มกับปัญหาการคุ้มครองแรงงานตามกฎหมาย*. https://cdc.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=2893.

อุไรรัตน์ จันทรศิริ. (2566, 18 พฤษภาคม). *สิทธิไรเดอร์ไทยคุ้มครองอย่างไรให้เป็นธรรม?*.https://tdri.or.th/2023/05/rider-rights/.

Christina Behrendt, Quynh Anh Nguyen, Uma Rani. (2021). Social protection systems and the future of work: Ensuring social security for digital platform workers. *International Social Security Review, 2021(No.72)*, p.17-41. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/issr.12212

Foodpanda. (2567, 13 มิถุนายน). *Foodpandaยืนยันความมุ่งมั่นที่จะยกระดับประสบการณ์การทำงานของพาร์ทเนอร์ผู้ส่งอาหารด้วยหัวใจแพนด้า.* https://www.newswit.com/th/ifgaxtjrp7n7xl42u3cogsu9wsxmybve

Grabdriverth. (มปป). *ช้อปก่อน จ่ายทีหลัง(โครงการผ่อนชำระสินค้าแบบรายวัน)*. https://www.grab.com/th/driver/lending/shop-now-pay-later/

Greenhaus, J. H., & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. Academy of Management Review, 10(1), p.76–88.

Joseph David Humphreys. (2021). *Policy development and the welfare state:The case of the platform economy. Master of Public Policy Economic, Finance and Development Policy*. 5 February 2024, from https://www.pp.u-tokyo.ac.jp/wp-content/uploads/2016/02/51188255.pdf

Linemanpartner. (2025, 20 สิงหาคม). *คนขับไลน์แมนตรวจสุขภาพฟรีเพื่อสุขภาพที่ดีของคนขับไลน์แมน*. https://linemanpartner.com/blog-linemanrider-driver-healthy-aug/,

Linemanwongnai. (มปป). *ผ่อนชำระสินค้ากับ LINE MAN*. https://linemanwongnai.my.salesforce-sites.com/rd/rdarticles?id=LINE-MAN-Installment,

Kiran patel. (n.d.). *Concept, Theory and Models of Labour Welfare and Social Security.* Gujarat University. https://www.academia.edu/36405539/Concept_Theory_and_Models_of_Labour_Welfare_and_Social_Security

Ming Cham Kit. (2022). *Platform work, social risks and social welfare : a qualitative Study on worker' s experiences and views in Hong Kong*. [Master of Philosophy in Sociology and Social Policy]. LingnanUniversity. https://commons.ln.edu.hk/cgi/viewcontent.cgi?article=1169&context=otd

Marketeer Team. (2021, 4 พฤศจิกายน). *เจาะอินไซด์ Food delivery มีโอกาสเติบโตมากแค่ไหน*. https://marketeeronline.co/archives/238462

Richard E. Walton. (1973). Quality of Working Life: What is it?. Harvard University. *Sloan Management Review, (pre-1986)*, p.11-13. https://www.academia.edu/2085254/Quality_of_working_life_what_is_it

Ruth Berins Collier. (2017). *Labor Platforms and Gig Work: The Failure to Regulate*. IRLE Institute for Research on Labor and Employment. https://irle.berkeley.edu/wp-content/uploads/2017/09/Labor-Platforms-and-Gig-Work.pdf

Tammy Katsabian and Guy Davidov. (2022). Flexibility, Choice and Labour Law: The Challenge of On-Demand Platforms.). *University of Toronto Law Journa*, *2022(No.73)*. p.348-379. https://utppublishing.com/doi/10.3138/utlj-2021-0113

การพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Development of Innovation in Academic Service Management at Rajamangala University of Technology Rattanakosin

มงคล ฟองศรี[1] อำนวย บุญรัตนไมตรี[2] และฐิติมา โห้ลำยอง[3]

Mongkol Fongsri[1], Amnuat Boonratmaitree[2] and Thitima Holumyong[3]

[1] นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[2, 3] อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

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

[2, 3] Lecturer of Doctor of Management Program College of Innovation, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: Mongkol.fon@rmutr.ac.th[1], Amnuat .Boo@rmutr.ac.th[2], Thitima.hol@rmutr.ac.th[3]

Received: Dec. 11, 2025; **Revised: Jan.** 21, 2026; **Accepted: Feb.** 05, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 2) เพื่อระบุปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 3) เพื่อเสนอการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร ขอบเขตเนื้อหา ตามแนวทางจากการสังเคราะห์แนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2557 โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย กลุ่มหัวหน้าหน่วยงานมหาวิทยาลัย กลุ่มบุคลากรมหาวิทยาลัย และชุมชน โดยมีประสบการณ์ในเรื่องที่ศึกษาซึ่งมีผลต่อสารัตถะด้วยข้อมูล และต้องอาศัยความชำนาญ ผู้เชี่ยวชาญ หรือมีองค์ความรู้ของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นพิเศษเป็นข้อมูลสำคัญ จำนวน 22 ท่าน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้หลักการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) ผลจากการวิจัยพบว่า 1) การจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน คือ การจัดการงานบริการวิชาการ การตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคม การนำเทคโนโลยีในการพัฒนางานบริการวิชาการ และ การมีส่วนร่วมของบุคลากรในงานบริการวิชาการ 2) ปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พบประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนา ได้แก่ ความเชี่ยวชาญการให้บริการวิชาการ แหล่งอ้างอิงทางวิชาการ การชี้นำสังคม การพัฒนาชุมชน การพัฒนาอาจารย์ นำไปใช้ในการเรียนและวิจัย สร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม และเป็นแหล่งรายได้ของมหาวิทยาลัย และ 3) เสนอการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนางานบริการวิชาการ ลักษณะของนวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ การสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม การบูรณาการความรู้ทางวิชาการ และความคาดหวังของผู้รับบริการ

คำสำคัญ: การพัฒนานวัตกรรม นวัตกรรมการจัดการ งานบริการวิชาการ

Abstract

This research article has three objectives: 1) to study the management of academic services at Rajamangala University of Technology Rattanakosin, 2) to identify problems in the management of academic services at Rajamangala University of Technology Rattanakosin, and 3) to propose innovative developments for the management of academic services at Rajamangala University of Technology

Rattanakosin. This study employed a qualitative research approach, utilizing documentary research and in-depth interviews. The scope of the study was based on synthesized concepts derived from the guidelines of the Office of the Higher Education Commission and the Internal Quality Assurance Manual for Higher Education Institutions B.E. 2557 (2014). Data were collected through interviews with 22 key informants, including university administrators, heads of university units, university personnel, and community representatives. All informants possessed relevant experience related to the research topic and had specialized expertise or in-depth knowledge, which was essential for providing meaningful and substantive information. The collected data were analyzed using thematic analysis.The research findings revealed that: 1) the management of academic service operations at Rajamangala University of Technology Rattanakosin consists of four key components: academic service management, responsiveness to community and societal needs, the application of technology in academic service development, and personnel participation in academic service activities; 2) the major problems in academic service management that require urgent improvement include expertise in providing academic services, the availability of reliable academic references, social leadership, community development, faculty development, integration of academic services into teaching and research, network building and stakeholder participation, and the role of academic services as a source of university income; and 3) the proposed development of innovative academic service management at Rajamangala University of Technology Rattanakosin comprises guidelines for academic service development, characteristics of innovative academic service management, support and promotion mechanisms for innovation development, integration of academic knowledge, and expectations of service recipients.

Keywords: Development of Innovation, Management Innovation, Academic Service

บทนำ

มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ รวมถึงการส่งเสริมการวิจัย การพัฒนาทักษะทางวิชาการ และการให้บริการสังคมผ่านโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการ งานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยไม่เพียงแค่มีเป้าหมายในการสร้างความรู้ใหม่เท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสังคม ชุมชน เพื่อสนับสนุนการเติบโต ของเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน (Carroll, 1999) มหาวิทยาลัยในฐานะองค์กรการศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความรับผิดชอบทางสังคม ควรมีการจัดกิจกรรมและบริการวิชาการที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความมั่นคงให้กับชุมชน เช่น การจัดหลักสูตรฝึกอบรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม การให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่น หรือการร่วมมือกับองค์กรภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

อย่างไรก็ตาม มหาวิทยาลัยยังสามารถใช้ทรัพยากรและความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในการแก้ไขปัญหาสังคม เช่น การวิจัยเพื่อหาวิธีการแก้ไขปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น หรือการพัฒนานวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชน การเข้าถึงการศึกษาและการเสริมสร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้กับทุกคนในสังคมถือเป็นส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบทางสังคมที่มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญ การที่องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการสนับสนุนจากชุมชนในระยะยาว มหาวิทยาลัยทั่วโลกต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เช่น

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถแข่งขันในยุคปัจจุบันได้ (Rogers, 2003) การพัฒนานวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการตลาดเข้าใจกลไกที่ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ และสามารถนำแนวทางนี้ไปใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการศึกษา เพื่อให้สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้ใช้และสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ (Rothwell & Gardiner, 1985) กล่าวว่า นวัตกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด แต่รวมถึงการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า โดยสถาบันการศึกษาไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญ คือ การลดลงของงบประมาณจากภาครัฐ ส่งผลให้มหาวิทยาลัยต้องปรับตัวเพื่อหารายได้เลี้ยงตัวเอง แนวโน้มที่สถาบันการศึกษาจะให้บริการทางวิชาการในรูปแบบของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมมากขึ้น

การบริการวิชาการเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาในการนำองค์ความรู้จากการเรียนการสอนและการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าการดำเนินงานบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษายังคงประสบปัญหาในหลายประเด็น โดยเฉพาะปัญหาการขาดความเป็นระบบในการวางแผนและการบริหารจัดการ ทำให้การให้บริการวิชาการในบางกรณีไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน (สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน), 2550 ในบริบทของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีพันธกิจหลักด้านการผลิตบัณฑิตเชิงปฏิบัติการวิชาชีพ และเทคโนโลยี ปัญหาการบริการวิชาการยิ่งมีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการดำเนินงานต้องสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ที่หลากหลายของวิทยาเขต รวมถึงความแตกต่างด้านศักยภาพของบุคลากร งบประมาณ และทรัพยากรสนับสนุน ส่งผลให้การจัดบริการวิชาการบางโครงการยังคงเป็นลักษณะกิจกรรมระยะสั้น ขาดการบูรณาการองค์ความรู้ข้ามสาขา และยังไม่สามารถต่อยอดผลลัพธ์เชิงพื้นที่ได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้ ยังพบว่าการบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาบางแห่งยังคงดำเนินงานในลักษณะกิจกรรมระยะสั้น หรือเป็นการดำเนินการตามนโยบายเชิงโครงการ มากกว่าการพัฒนาเชิงระบบและเชิงพื้นที่ ส่งผลให้ผลลัพธ์ของการบริการวิชาการไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชนได้เท่าที่ควร อีกทั้งการบูรณาการองค์ความรู้จากหลายสาขาวิชายังไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2553)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่มหาวิทยาลัยจะต้องมีการพัฒนาแนวทางการจัดการบริการวิชาการอย่างเป็นระบบ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงาน และมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคม การพัฒนานวัตกรรมในด้านนี้ไม่เพียงแค่ทำให้งานบริการวิชาการมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังเป็นการเสริมสร้างความสามารถของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมบทบาทของตนเองในฐานะศูนย์กลางของความรู้และการพัฒนาสังคม นวัตกรรมดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการที่ทันสมัยมากขึ้น และสร้างระบบการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันจะนำไปสู่การยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะกลไกสำคัญของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
2. เพื่อระบุปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
3. เพื่อเสนอการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ศึกษาแล้วนำมาสรุปเป็นความคิดรวบยอดที่เกี่ยวข้องโดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ดังนี้ 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการ 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา และ 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการวิชาการ ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการ

การพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษา จำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดที่สามารถอธิบายทั้งพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับบริการ และกระบวนการบริหารจัดการภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ จากการทบทวนและสังเคราะห์งานวิจัยในช่วงปี พ.ศ. 2563–2568 (ค.ศ. 2020–2025) พบว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม และ ทฤษฎีการจัดการเชิงระบบ เป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการนำมาใช้และยืนยันผลในบริบทงานบริการวิชาการและการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง

1.1 การสังเคราะห์งานวิจัยตามทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

งานวิจัยของ Smith et al. (2020) ศึกษาการนำองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัยไปใช้ในชุมชน พบว่าปัจจัยด้านความสอดคล้องกับบริบทชุมชน (Compatibility) และ ความสามารถในการทดลองใช้ (Trialability) มีผลโดยตรงต่อการยอมรับนวัตกรรมของประชาชนในพื้นที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Nguyen et al., 2022) พบว่า งานบริการวิชาการที่ออกแบบให้มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทำให้ผลลัพธ์ของนวัตกรรม สามารถสังเกตเห็นได้ (Observability) จะช่วยเร่งกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมในระดับชุมชน ขณะที่ (สุภาวดี ขุนทองจันทร์, 2567) รายงานว่าการจัดกลุ่มผู้รับบริการตามระดับการยอมรับนวัตกรรม ทำให้การบริหารจัดการโครงการมีประสิทธิภาพมากขึ้นและลดแรงต้านจากกลุ่มยอมรับล่าช้า เมื่อสังเคราะห์งานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของ (Rogers, 2003) ไม่เพียงอธิบายกระบวนการยอมรับนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการออกแบบและขยายผลงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยให้เกิดผลอย่างยั่งยืน

1.2 การสังเคราะห์งานวิจัยตามทฤษฎีการจัดการเชิงระบบ

สำหรับทฤษฎีการจัดการเชิงระบบ งานวิจัยของ Brown & Green (2020) พบว่า การมองงานบริการวิชาการเป็นระบบเปิดที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ ช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ (Park et al., 2022) ที่ระบุว่าการบูรณาการหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยผ่านกรอบคิดเชิงระบบ ส่งผลต่อคุณภาพและความต่อเนื่องของโครงการบริการวิชาการ

นอกจากนี้ วรัญญา และคณะ (2567) ยังชี้ให้เห็นว่าการนำแนวคิด Input–Process–Output/Outcome มาใช้ร่วมกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้งานบริการวิชาการสามารถเชื่อมโยงกับพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัย ได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว จากการสังเคราะห์งานวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีการจัดการเชิงระบบช่วยเสริมสร้างมุมมองเชิงองค์รวมในการบริหารจัดการงานบริการวิชาการ ทำให้การดำเนินงานมีความเป็นระบบ เชื่อมโยง และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยจากการสังเคราะห์ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยบูรณาการหลักการของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ได้แก่ ความสอดคล้อง การทดลองใช้การสังเกตเห็นผลลัพธ์ และบทบาทของกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมร่วมกับ แนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงระบบ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ เพื่อใช้เป็นฐานในการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพ สร้างผลกระทบเชิงสังคม และเกิดความยั่งยืนในระยะยาว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

McAleese (2013) ได้ชี้ให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยมิได้มีหน้าที่เพียงการจัดการเรียนการสอนเท่านั้น หากแต่ต้องทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของการสร้างองค์ความรู้ การวิจัยเชิงนวัตกรรม และการบริการวิชาการที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน ทั้งในมิติของการแก้ไขปัญหาสังคม การพัฒนาเทคโนโลยี และการส่งเสริมความยั่งยืน นอกจากนี้ McAleese ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน และภาคธุรกิจ เพื่อให้การบริการวิชาการสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความท้าทายของสังคมได้ อย่างแท้จริง แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ชยาวัฒ เกียรติกมลมาลย์ และสุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์, 2564) ซึ่งพบว่า ความต้องการของผู้รับบริการวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษามีความแตกต่างกันตามลักษณะของหน่วยงานและกลุ่มผู้รับบริการ ทั้งในด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ให้บริการ สถานที่ ระยะเวลา และความพร้อมของทรัพยากร โดยปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญสูงสุดกับการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง รองลงมาคือ คุณภาพของผู้ให้บริการวิชาการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่สถาบันอุดมศึกษาต้องออกแบบรูปแบบการบริการวิชาการให้มีความยืดหยุ่นเข้าถึงง่าย และตอบโจทย์บริบทของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย และได้สังเคราะห์ร่วมกัน จะเห็นได้ว่าแนวคิดของ McAleese และผลการศึกษาของ ชยาวัฒ เกียรติกมลมาลย์ และสุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์ มีความสอดคล้องกันในประเด็นที่ว่า มหาวิทยาลัยควรทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานวิจัย และ การบริการวิชาการเข้ากับความต้องการของสังคม โดยต้องคำนึงถึงบริบทของผู้รับบริการ ความแตกต่างของพื้นที่ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม การพัฒนารูปแบบการบริการวิชาการจึงควรมุ่งเน้นทั้งด้านกระบวนการ ผู้ให้บริการ ระยะเวลา และผลลัพธ์ของการนำความรู้ไปใช้ เพื่อให้มหาวิทยาลัยสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งงานวิจัยทั้งสองแหล่งสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนามหาวิทยาลัยในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องบูรณาการบทบาทด้านการศึกษา การวิจัย และการบริการวิชาการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ภายใต้ความร่วมมือกับชุมชนและภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มหาวิทยาลัยสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฐานความรู้ได้อย่างแท้จริง

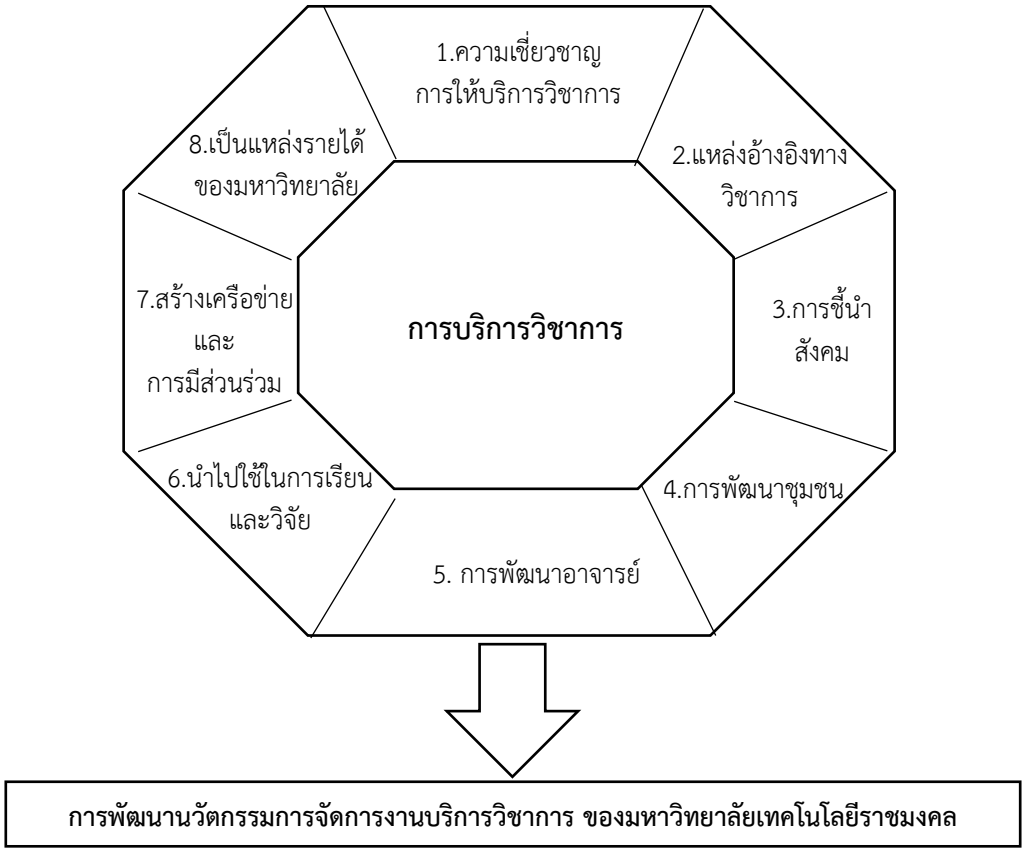
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการวิชาการ

แนวคิดของ Boyer (1990) เน้นบทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันที่ต้องเชื่อมโยงการวิจัย การเรียนการสอน และการบริการวิชาการเข้าด้วยกันอย่างบูรณาการ (Scholarship of Engagement) เพื่อให้องค์ความรู้ทางวิชาการสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคมได้อย่างแท้จริง แนวคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการบริการวิชาการไม่ใช่ภารกิจรอง แต่เป็นพันธกิจหลักที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงหุ้นส่วนระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน และก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน (Slaughter & Rhoades, 2004) ได้เสนอแนวคิด Academic Capitalism ซึ่งอธิบายถึงการเปลี่ยนผ่านของมหาวิทยาลัยในยุคเศรษฐกิจใหม่ ที่ต้องเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานวิจัย และบริการวิชาการเข้ากับกลไกตลาดและภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยมหาวิทยาลัยไม่ได้ทำหน้าที่เพียงผลิตองค์ความรู้เพื่อคุณค่าทางวิชาการเท่านั้น แต่ยังต้องสามารถแปรเปลี่ยนองค์ความรู้นั้นให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผ่านการสร้างนวัตกรรม สิทธิบัตร ความร่วมมือกับภาคเอกชน และการตอบสนองต่อนโยบายรัฐด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและนวัตกรรม เมื่อพิจารณาร่วมกัน แนวคิดของ Boyer (1990) and Slaughter & Rhoades (2004) สามารถสังเคราะห์ได้ว่า บทบาทของมหาวิทยาลัยในปัจจุบันต้องดำเนินไปในสองมิติที่เกื้อหนุนกัน ได้แก่ มิติการรับใช้สังคมและชุมชนผ่านการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และมิติการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจจากองค์ความรู้และนวัตกรรม แนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายกรอบการพัฒนางานบริการวิชาการในบริบทมหาวิทยาลัยยุคใหม่ ที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนและการสร้างรายได้หรือความสามารถในการแข่งขันของสถาบันการศึกษาดังนั้น การนำแนวคิดทั้งสองมาบูรณาการในการวิเคราะห์ผลการวิจัยจึงช่วยยืนยันว่า การพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย ไม่เพียงแต่ต้องมุ่งตอบสนองความ

ต้องการของชุมชนและสังคมตามแนวคิด Scholarship of Engagement เท่านั้น แต่ยังต้องสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้กับกลไกเศรษฐกิจและตลาด เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยในระยะยาว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการสังเคราะห์ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยบูรณาการ ตามหลักการของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ได้แก่ ความสอดคล้อง การทดลองใช้ การสังเกตเห็นผลลัพธ์ และบทบาทของกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมร่วมกับแนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงระบบ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ เพื่อใช้เป็นฐานในการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษา ให้มีประสิทธิภาพ สร้างผลกระทบเชิงสังคม และเกิดความยั่งยืนในระยะยาว



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : สังเคราะห์จากแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2557

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีความเกี่ยวข้องกับประเด็น

การวิจัยโดยตรง โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวน 22 คน ตามเกณฑ์ความเกี่ยวข้องกับงานบริการวิชาการ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย 2) กลุ่มหัวหน้าหน่วยงานมหาวิทยาลัย 3) กลุ่มบุคลากรมหาวิทยาลัย และ 4) ชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมเนื้อหา และตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือตัวแทนโดยมีประสบการณ์ในเรื่องที่ศึกษา ซึ่งมีผลต่อข้อมูลโดยตรง และต้องอาศัยความชำนาญ ผู้เชี่ยวชาญ หรือมีองค์ความรู้ของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นพิเศษเป็นข้อมูลสำคัญจำนวน 22 คน ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารมหาวิทยาลัย คือ รองอธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดี จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 2 หัวหน้าหน่วยงานในสังกัดมหาวิทยาลัย จำนวน 7 คน กลุ่มที่ 3 บุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัย จำนวน 9 คน และกลุ่มที่ 4 ชุมชน จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเอกสารประกอบอื่นๆ นำมาวิเคราะห์โดยคำถามในการสัมภาษณ์เชื่อมโยงกับคำถามการวิจัยทั้ง 3 ข้อ คือ 1) การจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์เป็นอย่างไร 2) ปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์เป็นอย่างไร 3) เพื่อเสนอการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ควรเป็นอย่างไร โดยมีการขออนุญาตและมีการนัดหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์

1. เอกสารทางด้านวิชาการ บทความงานวิจัย บทความทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารคู่มือต่าง ๆ ที่เผยแพร่อย่างเป็นทางการของหน่วยภาครัฐ และภาคเอกชน จากฐานข้อมูลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ และการจัดการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ProQuest, Journal, Google Scholar, SCOPUS และระบบเครือข่ายส่วนตัวเสมือน คือ ระบบ VPN (Virtual Private Network) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ได้แก่ งานวิจัยระดับดุษฎีนิพนธ์ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ที่มีเนื้อหาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการจัดการงานบริการวิชาการ

2. การวางโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ การจัดการงานบริการวิชาการ ปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการ และการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์เชิงเนื้อหา นิยามศัพท์ และการใช้ภาษาเพื่อการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นเตรียมความพร้อม (Pre-Collection) มีรายละเอียดดังนี้

1) การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2) เตรียมเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ปากกา สมุดจดบันทึก พร้อมแนวทางในการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interviews) ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล

ขั้นดำเนินการเก็บข้อมูล (During Collection) มีรายละเอียดดังนี้

1) ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิธีการสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสบายใจและให้ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) ตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้

2) เก็บรวมรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data Triangulation)

ขั้นหลังการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ (Post-Collection & Analysis) มีรายละเอียดดังนี้

1) นำบันทึกการสัมภาษณ์มาถอดความอย่างละเอียดและคัดกรองเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคำถามการวิจัยที่ทำการศึกษา โดยแยกตามกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2) วิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมข้อมูลและอธิบายขยายความพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายตามข้อเท็จจริง ปัญหาที่เกิดขึ้น ให้เห็นภาพชัดเจนตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และค้นหาข้อมูลโดยวิธีการรวบรวมข้อมูลใช้หลักการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) การตีความ สารัตถะ แยกแยะ ความหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยง สังเคราะห์ข้อมูลเป็นข้อความอย่างเป็นระบบ

2. รวบรวมคำอธิบายด้วยประเด็นสำคัญจากข้อมูลที่มีอยู่แยกประเภท หรือ จัดระบบจำแนกเป็นชุด ๆ โดยหาความเชื่อมโยงของข้อมูลที่ปรากฏจากการเลือกข้อมูล โดยนำข้อสรุปมาเปรียบเทียบกัน และจัดการทำรายงานโดยสร้างข้อสรุปเลือกเนื้อหาอธิบายในประเด็นสำคัญ

ผลการวิจัย

1. การจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ด้านการจัดการงานบริการวิชาการ การดำเนินงานการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ต้องคำนึงถึงบริบทและความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้การให้บริการสามารถตอบสนองได้อย่างตรงจุด โดยมีการบริหารจัดการทรัพยากรทั้งบุคลากร งบประมาณ และอุปกรณ์อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ร่วมถึงกระบวนการทำงานจึงต้องเริ่มจากการวางแผนและกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน ก่อนจะดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งมีระบบติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสะท้อนความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรค และใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาให้การดำเนินงานบริการวิชาการมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืน

ด้านการตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคม กระบวนการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความเป็นระบบและความร่วมมือกับชุมชนอย่างใกล้ชิด โดยเริ่มต้นจากการ สำรวจและวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ตลอดจนสิ่งที่ชุมชนคาดหวัง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นพื้นฐานในการวางแผนวิจัยและพัฒนากิจกรรมบริการวิชาการที่สามารถตอบสนองได้อย่างตรงจุด กระบวนการนี้ไม่เพียงช่วยให้โครงการมีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากผู้รับบริการ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและความคุ้มค่าในระยะยาว โดยมีการส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การช่วยเหลือ สนับสนุน ไปจนถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมั่นคง โดยเฉพาะในพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพในการเป็นฐานความร่วมมือสำคัญสำหรับการดำเนินงานในอนาคต และสามารถก่อให้เกิดการเติบโตร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนอย่างยั่งยืน

ด้านการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนางานบริการวิชาการ เทคโนโลยีเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้งานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัล ปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพและความทันสมัยให้กับการดำเนินงาน โดยเทคโนโลยีมีบทบาทตั้งแต่ระดับการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการจัดการภายในและการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน รวมถึงการบูรณาการเทคโนโลยีกับงานบริการวิชาการไม่เพียงช่วยเพิ่มความรวดเร็วและความสะดวกในการสื่อสาร หากยังสร้างความเป็นระบบในการบริหารจัดการ และทำให้การถ่ายทอดองค์ความรู้มีความทันสมัยและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรในงานบริการวิชาการ การมีส่วนร่วมของบุคลากรถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงานบริการวิชาการ เนื่องจากสามารถมีบทบาทได้ทั้งในฐานะผู้จัดโครงการและผู้เข้าร่วมอบรม

โดยในด้านการเป็นผู้จัดบุคลากรจะมีหน้าที่ในการวางแผน ดำเนินการ และประเมินผลโครงการบริการวิชาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มเป้าหมาย การมีส่วนร่วมของบุคลากรยังเอื้อต่อการวิเคราะห์ปัญหาและประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างดำเนินงาน ส่งผลให้สามารถหาแนวทางการแก้ไขและดำเนินการที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิผล ทำให้การบริการวิชาการของหน่วยงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ

2. ปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ด้านความเชี่ยวชาญการให้บริการวิชาการ ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของการให้บริการวิชาการในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การออกแบบกิจกรรม ไปจนถึงการติดตามและประเมินผลโครงการ บุคลากรที่มีความรู้ลึกในสาขาตนสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กิจกรรมบริการวิชาการมีความน่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

ด้านแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ เกิดจากการขาดระบบบริหารจัดการข้อมูลกลาง ที่สามารถรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง ข้อมูลบางส่วนยังคงถูกจัดเก็บในรูปแบบเอกสารหรือแฟ้มส่วนบุคคล ซึ่งเสี่ยงต่อการสูญหายและไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ยังพบว่าบุคลากรบางส่วนขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดการข้อมูล ส่งผลให้การบันทึกและอัพเดตข้อมูลไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

ด้านการชี้นำสังคม การที่ชุมชนไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงไม่ได้หมายถึงความล้มเหลวของโครงการบริการวิชาการ แต่เป็นสัญญาณที่สะท้อนถึงความจำเป็นในการออกแบบกระบวนการพัฒนาให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ โดยเน้นการปรับวิธีการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจ และการดำเนินงานอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยอมรับและมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ด้านการพัฒนาชุมชน ความแตกต่างทางวัฒนธรรมเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อการประสานงานระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางสังคมและค่านิยม ทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับชุมชน ส่งผลให้การถ่ายทอดองค์ความรู้หรือนวัตกรรมไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

ด้านการพัฒนาอาจารย์ การสร้างแรงจูงใจให้อาจารย์ของมหาวิทยาลัยเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการบริการวิชาการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพและความต่อเนื่องของการดำเนินงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย แรงจูงใจดังกล่าวเกิดขึ้นได้จากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร โดยปัจจัยภายใน ได้แก่ ความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของอาจารย์ในฐานะนักวิชาการ เพื่อสังคมที่มุ่งนำองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน ตลอดจนความภาคภูมิใจในวิชาชีพและความสำเร็จที่เกิดจากการเห็นผลลัพธ์ของงานพัฒนาในพื้นที่จริง

ด้านนำไปใช้ในการเรียนและวิจัย มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับการบูรณาการองค์ความรู้จากการเรียนการสอนในห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมบริการวิชาการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายและตอบสนองต่อการพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง กระบวนการดังกล่าวเป็นการเชื่อมโยงศาสตร์ทางวิชาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการลงมือปฏิบัติจริงของคณาจารย์และนักศึกษา โดยมีชุมชนเป็นพื้นที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน ส่งผลให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

ด้านสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม มหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกกลางในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ผ่านการดำเนินโครงการและกิจกรรมบริการวิชาการที่หลากหลายและต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมทั้งการพัฒนาองค์ความรู้ การส่งเสริมทักษะอาชีพ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันได้ในระดับเศรษฐกิจฐานรากและเชิงพาณิชย์ การดำเนินงานดังกล่าวช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน ทำให้เกิดความไว้วางใจ ความร่วมมือ และความผูกพันในระยะยาว

ด้านเป็นแหล่งรายได้ของมหาวิทยาลัย ภาวะการแข่งขันสูงในงานบริการวิชาการแบบจัดหารายได้ ถือเป็นแรงผลักดันให้มหาวิทยาลัยต้องปรับตัวเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านนวัตกรรม รูปแบบการให้บริการ และการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้สามารถดำรงบทบาทในฐานะองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

3. เสนอการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ด้านความเชี่ยวชาญการให้บริการวิชาการ บุคลากรของมหาวิทยาลัยจะต้องมีความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขา สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเข้าใจง่าย และออกแบบกิจกรรมให้มีคุณภาพ ทันสมัย ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของการดำเนินงานบริการวิชาการ คือ ศักยภาพและความเชี่ยวชาญของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้และเชื่อมโยงวิทยาการสู่การปฏิบัติจริงในชุมชน โดยชุมชนและผู้รับบริการคาดหวังว่าบุคลากรจะต้องมีความรู้เชิงลึกในสาขาวิชาชีพของตน มีทักษะในการสื่อสาร ถ่ายทอดและประยุกต์ความรู้ให้เข้าใจง่าย เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนหรือผู้รับบริการ เพื่อให้การเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างแท้จริงและเกิดผลลัพธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพ

ด้านการใช้แหล่งอ้างอิงข้อมูลในงานวิจัยและการเรียนการสอนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการยกระดับคุณภาพทางวิชาการของมหาวิทยาลัย ทั้งในด้าน ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และความเป็นปัจจุบันขององค์ความรู้ หน่วยงานให้ความสำคัญกับการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลวิชาการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ เพื่อใช้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในการพัฒนางานวิจัยและการจัดการเรียนรู้ ข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงที่มีคุณภาพช่วยให้ผู้วิจัยและผู้เรียนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่ทันสมัยและครอบคลุม ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม

ด้านการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งองค์ความรู้และกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจและสังคมผ่านการจัดโครงการบริการวิชาการอย่างเป็นระบบ โครงการดังกล่าวมุ่งเน้นการสร้างอาชีพ การพัฒนาทักษะวิชาชีพ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการประกอบอาชีพให้แก่ประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองได้อย่างเป็นรูปธรรม การดำเนินโครงการบริการวิชาการในลักษณะนี้ช่วยส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งรายได้ที่หลากหลายและมั่นคงมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว นอกจากนี้การพัฒนาทักษะและอาชีพที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ยังมีส่วนช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของมหาวิทยาลัยในการเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (development partner) ที่ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนและสมดุลทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคม

ด้านสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม บุคลากรมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพของการจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นกลไกหลักที่ขับเคลื่อนกระบวนการดำเนินงานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินกิจกรรม การติดตามผล ไปจนถึงการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ บุคลากรแต่ละระดับมีบทบาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยคณาจารย์ทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และเชื่อมโยงงานวิจัยสู่การปฏิบัติจริง เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ประสานงานและบริหารจัดการทรัพยากร ขณะที่บุคลากรภาคสนามเป็นผู้สร้างปฏิสัมพันธ์กับชุมชนและเชื่อมโยงกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ การมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพของงานบริการวิชาการให้มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ สะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมของการจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ซึ่งมีความก้าวหน้าในเชิงโครงสร้างและกระบวนการดำเนินงาน แต่อย่างไรก็ตามยังคงเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากร บุคลากร และระบบสนับสนุนบางประการ การอภิปรายผลจึงพิจารณาเปรียบเทียบผลการวิจัยกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในช่วงปี 2020–2025 ดังนี้

1. การจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยประกอบด้วย 4 มิติหลัก ได้แก่ การจัดการงานบริการวิชาการ การตอบสนองความต้องการของชุมชน การใช้เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของบุคลากร ซึ่งสะท้อนถึงการดำเนินงานที่มีลักษณะเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การสำรวจความต้องการ การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยร่วมสมัยในช่วงปี 2020–2025 ที่ชี้ให้เห็นว่าการจัดการบริการวิชาการที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยกระบวนการเชิงระบบและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Brown & Green, 2020; Park et al., 2022) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิด Service-Dominant Logic (SDL) ที่เน้นการสร้างคุณค่าผ่านการปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้รับบริการ มากกว่าการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบฝ่ายเดียว ซึ่งงานวิจัยในช่วงหลังปี 2020 หลายฉบับยืนยันว่าการร่วมสร้างคุณค่า (value co-creation) เป็นหัวใจสำคัญของงานบริการวิชาการในยุคใหม่ โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยที่มุ่งรับใช้สังคม (Engaged University)อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบความท้าทายในด้านความสอดคล้องของทรัพยากร งบประมาณ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยในต่างประเทศและในประเทศช่วงปี 2020–2025 ที่ระบุว่า โครงสร้างสนับสนุนภายในองค์กรยังเป็นปัจจัยจำกัดสำคัญของการขับเคลื่อนงานบริการวิชาการให้เกิดผลอย่างเต็มศักยภาพ

2. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการงานบริการวิชาการ

ผลการวิจัยด้านปัญหาการจัดการงานบริการวิชาการสะท้อนว่า ปัญหาดังกล่าวมิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง หากแต่เป็นผลจากความเชื่อมโยงของระบบการบริหารจัดการ ความไม่ต่อเนื่องของโครงการ ข้อมูลความต้องการของชุมชนที่ไม่เป็นปัจจุบัน และการขาดตัวชี้วัดผลกระทบทางสังคมที่ชัดเจน ประเด็นเหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยช่วงปี 2020–2025 ที่ชี้ว่ามหาวิทยาลัยจำนวนมากยังขาดระบบข้อมูลและกลไกการประเมินผลเชิงคุณค่า (Value-Based Evaluation) ในงานบริการวิชาการ

เมื่อพิจารณาผ่านกรอบ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers) จะเห็นได้ว่าปัญหาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับระดับความพร้อมของบุคลากรและชุมชน ความสอดคล้องของนวัตกรรมกับบริบท และความสามารถในการทดลองใช้ ซึ่งงานวิจัยร่วมสมัยยืนยันว่า หากขาดการสื่อสารและการสร้างความเข้าใจในระดับผู้ปฏิบัติ การนำนวัตกรรมหรือแนวทางใหม่ไปใช้ย่อมเผชิญข้อจำกัดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. การพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการชี้ให้เห็นว่า การบูรณาการการวางแผน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น e-Learning ระบบฐานข้อมูล และ Big Data ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้ม Digital Transformation ในภาคการศึกษา และงานวิจัยในช่วงปี 2020–2025 ที่ระบุว่าเทคโนโลยีเป็นกลไกหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และการเข้าถึงบริการวิชาการ นอกจากนี้ การพัฒนานวัตกรรมการจัดการที่เน้นการมีส่วนร่วมและการร่วมสร้างคุณค่ากับชุมชน ยังสอดคล้องกับแนวคิด Service-Dominant Logic (SDL) ที่ได้รับการพัฒนาโดย (Vargo & Lusch, 2004) และงานวิจัยด้านการพัฒนาชุมชนร่วมสมัยที่เน้นการสร้างความเป็นเจ้าของโครงการและความยั่งยืนของผลลัพธ์ในระยะยาว เมื่อพิจารณาในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ นวัตกรรมการจัดการดังกล่าวมีศักยภาพในการตอบสนองต่อพันธกิจของมหาวิทยาลัยด้านการรับใช้สังคม และการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

โดยสรุป ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดการงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยมีพื้นฐานที่มั่นคงจากการดำเนินงานเชิงระบบและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ แต่การเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร การใช้เทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ และการสร้างกลไกการประเมินผลเชิงคุณค่า ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม การพัฒนานวัตกรรมการจัดการจึงเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยร่วมสมัย และบริบทจริงของมหาวิทยาลัย เพื่อให้การบริการวิชาการสามารถสร้างผลกระทบเชิงสังคมและความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดนโยบายการจัดการงานบริการวิชาการที่เน้นนวัตกรรมเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนพันธกิจด้านการรับใช้สังคม โดยกำหนดกรอบนโยบายที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งการวางแผน การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล และการต่อยอดผลลัพธ์ เพื่อให้ทุกหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคมได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

2. ควรสนับสนุนการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของชุมชน ข้อมูลผลการดำเนินงาน และข้อมูลทรัพยากร เพื่อใช้ในการวางแผนและปรับแผนโครงการบริการวิชาการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่น ลดความเสี่ยง และยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการงานบริการวิชาการให้มีความทันสมัยมากขึ้น

3. ควรจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเชิงลึกเพื่อส่งเสริมทักษะการประยุกต์ใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการแก้ไขปัญหาเชิงปฏิบัติการในชุมชน รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำเสนอในงานวิจัย

4. ควรกำหนดนโยบาย RMUTR Knowledge Marketplace เป็นแพลตฟอร์มกลางระดับสถาบัน โดยจัดตั้งกลไกกำกับดูแล (Governance) และมาตรฐานการดำเนินงานแบบครบวงจร ได้แก่ (1) เกณฑ์คัดเลือกหรือรับรองคุณภาพหลักสูตรและบริการวิชาการ (2) หลักเกณฑ์กำหนดราคาและแพ็กเกจบริการแบบโปร่งใส (3) ระบบแบ่งปันรายได้และแรงจูงใจแก่บุคลากรหรือหน่วยงานอย่างเป็นธรรม (4) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลผู้ใช้ (5) ระบบติดตามผลลัพธ์เชิงรายได้และผลกระทบต่อสังคมผ่าน Dashboard เพื่อให้แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางบริหารรายได้จากบริการวิชาการได้จริง และสร้างความยั่งยืนของการบริการวิชาการในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านนวัตกรรมและการทำงานแบบสหวิทยาการ การดำเนินงานบริการวิชาการต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญหลากหลายและสามารถทำงานร่วมกับชุมชนในบริบทที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม บุคลากรบางส่วนยังขาดทักษะด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล และทักษะการทำงานแบบสหวิทยาการ การพัฒนาหลักสูตรอบรม การสร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ และการฝังตัวในพื้นที่ ทำให้สามารถออกแบบและดำเนินโครงการบริการวิชาการได้อย่างมีคุณภาพและตอบโจทย์ชุมชนมากขึ้น

2. การพัฒนากลไกความร่วมมือกับชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความยั่งยืนของโครงการบริการวิชาการ บางครั้งไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนได้ เนื่องจากขาดกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน การสร้างกลไกความร่วมมือ เช่น คณะทำงานร่วมมหาวิทยาลัย กับชุมชน เวทีประชาคมเชิงนวัตกรรม หรือกระบวนการจะช่วยให้การระบุปัญหา การวางแผน และการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะทางการวิจัย

1. ควรพัฒนาระบบแพลตฟอร์มดิจิทัลกลางสำหรับการบริหารจัดการงานบริการวิชาการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การสำรวจความต้องการของชุมชน การวางแผนโครงการ การจัดสรรทรัพยากร การติดตามผล ไปจนถึงการประเมินผลและรายงานผลการดำเนินงาน ระบบดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ลดความซ้ำซ้อนของงาน และสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงานบริการวิชาการในทุกระดับของมหาวิทยาลัย

2. ควรศึกษานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการที่สามารถต่อยอดไปสู่การสร้างรายได้ เช่น การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเชิงวิชาชีพ การให้บริการที่ปรึกษาเชิงลึก และการนำองค์ความรู้จากงานบริการวิชาการไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการเชิงพาณิชย์ โดยยังคงยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและพันธกิจของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษานวัตกรรมการจัดการงานบริการวิชาการที่บูรณาการเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เข้ากับระบบการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาแนวทางนวัตกรรมด้านการจัดการงานบริการวิชาการในระดับโครงสร้างและกระบวนการเป็นหลัก ขณะที่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเชิงลึกดังกล่าวสามารถช่วยยกระดับการวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน การติดตามผลการดำเนินงาน และการพยากรณ์ปัญหาในอนาคตให้มีความแม่นยำและทันต่อสถานการณ์มากยิ่งขึ้น การนำ Big Data และ AI มาใช้จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการออกแบบโครงการบริการวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการเชิงพื้นที่จริง ลดความคลาดเคลื่อนในการตัดสินใจเชิงบริหาร และส่งเสริมให้งานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยพัฒนาไปสู่ระบบอัจฉริยะที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

2. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านนวัตกรรมดิจิทัลและการทำงานร่วมกับชุมชนแบบมีส่วนร่วม เนื่องจากศักยภาพของบุคลากรเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการงานบริการวิชาการ โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล การออกแบบนวัตกรรม และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์กับชุมชน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและยกระดับผลลัพธ์ของงานบริการวิชาการให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

3. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของโครงการบริการวิชาการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการถ่ายโอนองค์ความรู้และการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว

4. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Study) รูปแบบการจัดการงานบริการวิชาการของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์กับสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกัน เพื่อค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) ในการพัฒนางานบริการวิชาการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). *การพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนการสอน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชยาวัฒ เกียรติกมลมาลย์. (2564). *แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการวิชาการของสถาบัน อุดมศึกษาเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมบริการ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*

, 15(1), 100-118.
https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/247432

สุภาวดี ขุนทองจันทร์. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมและการจัดการโครงการบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ ปริทรรศน์, 13*(2), 349-359.
https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/261253

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน). (2550). *คู่มือการประเมินคุณภาพภายนอกรอบสาม ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพมหานคร.

Brown, A., & Green, T. D. (2020). The essentials of instructional design: Connecting fundamental principles with process and practice (4th ed.). New York, NY: Routledge.

Boyer, E. L. (1990). *Scholarship reconsidered: Priorities of the professoriate*. Princeton, NJ: The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching. https://eric.ed.gov/?id=ED326149

Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. Business & Society, 38(3), 268-295. https://doi.org/10.1177/000765039903800303

Jitrabundit, W., Suebsomsri, K., & Watthanasinsin, J. (2024). The effects of a caregivers' capacity development program using individualized care plan on knowledge and skills in caring for elderly patients. *BCNNON Health Science Research Journal*, *18*(3), 62.

Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1979). *Organization and management*: *A systems approach*, New York, NY: McGraw-Hill.

McAleese, M. (2013). *The Role of the University in Society*: *Academic Development*. In *Building Stronger Universities: A Global Perspective.*

Nguyen, T. H., Nguyen, Q. A., & Tran, L. D. (2022). Factors affecting the diffusion of innovation in community-based academic services: The role of communication channels and observability. *Journal of Innovation and Community Development*, *14*(2), 45-62.

Park, J. H., Kim, S. J., & Lee, Y. M. (2022). A systems thinking approach to university internal integration: Improving the quality and continuity of academic service projects. Journal of Higher Education Management and Policy, 34(2), 125-143.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York, NY: Free Press.

Rothwell, R., & Gardiner, P. (1985). Invention, innovation, Re-inventing the Innovation Process. *Innovation in Industry*, 12(2), 38-49. https://doi.org/10.1016/0166-4972(85)90012-4

Smith, J. D., Rafferty, M. R., Heinemann, Meachum, M, k., Villamar, J., Lieber, R, L., & Brown, C, H., (2020). Pragmatic adaptation of implementation research measures for a novel context and multiple professional roles: A factor analysis study. BMC Health Services Research, 20, Article 257. https://doi.org/10.1186/s12913-020-05118-4

Slaughter, S., & Rhoades, G. (2004). *Academic capitalism and the new economy*: Markets, state, and higher education. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1–5.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). *Evolving to a new dominant logic for marketing*. Journal of Marketing, *68*(1), 1-17. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036

นวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Digital Marketing Management Innovations for Agricultural Products: A Case of the Agricultural Technology and Innovation Center, Prachuap Khiri Khan Province

ธนัชชยาณินทร์ ดอกสร้อยฟ้า[1], กาญจนา พันธุ์เอี่ยม[2] และสุดารัตน์ สุดสมบูรณ์[3]

Thanuttchayanin Doksroifa[1], Khanjana Phungeiam[2] and Sudarat Sudsomboon[3]

[1]นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[2,3]อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[1]Doctor 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: Thanuttchayanin.dok@rmutr.ac.th[1], kanjana.pun@rmutr.ac.th[2], sudsomboon.pao1208@gmail.com[3]

Received: Aug. 16, 2025; **Revised:** Oct. 16, 2025; **Accepted:** Oct. 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดยุคดิจิทัล และ 3) เสนอนวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัล การวิจัยเป็นแบบเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 25 คน ประกอบด้วยผู้บริหารศูนย์ ผู้รับบริการ และผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีแก่นสาระ ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรยังอยู่ในระยะเริ่มต้น โดยในอดีตพึ่งพาช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม เช่น การขายตรงในตลาดสดและผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกษตรกรขาดอำนาจในการกำหนดราคา ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังเป็นผลสด ไม่ผ่านการแปรรูป ไม่มีตราสินค้าหรือมาตรฐานสากล บรรจุภัณฑ์ไม่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น จุดแข็งคือคุณภาพมาตรฐาน การสนับสนุนด้านนวัตกรรม และความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ส่วนจุดอ่อนคือการขาดความหลากหลายและทักษะดิจิทัลของเกษตรกร โอกาสมาจากการสนับสนุนของภาครัฐ และความนิยมในสินค้าคุณภาพปลอดภัย ขณะที่อุปสรรคคือผลผลิตล้นตลาด ต้นทุนสูงการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ และข้อจำกัดด้านทักษะ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดดิจิทัลประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณภาพและความปลอดภัย 2) ราคาที่แม้ต้นทุนสูงแต่แข่งขันได้ 3) ช่องทางจำหน่ายที่ขึ้นกับพันธมิตรและทำเล 4) การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ 5) การตลาดเชิงเนื้อหาที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญ 6) เว็บไซต์มีอิทธิพลต่ำ 7) สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook มีบทบาทสูง และ 8) อีเมลไม่มีผลต่อการตลาด แต่ Search Engine ช่วยเพิ่มการรับรู้และการเข้าถึง และงานวิจัยเสนอแนวทางนวัตกรรมการจัดการการตลาดดิจิทัล 8 ด้าน (8P’s) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และพันธมิตรทางการค้า (Partnership) เพื่อยกระดับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การตลาดดิจิทัล นวัตกรรมการตลาด ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

Abstract

This study aimed to 1) analyze the digital marketing situation of agricultural products at the Agricultural Technology and Innovation Center, Prachuap Khiri Khan Province, 2) identify factors influencing digital marketing, and 3) propose innovations for digital marketing management. The research employed a qualitative approach with 25 key informants, including center staff, service recipients, and product buyers, selected purposively. Semi-structured in-depth interviews were used for data collection, and the data were analyzed using content analysis.The findings revealed that digital marketing for agricultural products is in its early stages. Traditionally, marketing relied on conventional channels such as direct sales in fresh markets and middlemen, limiting farmers' pricing power and direct access to consumers. Most products remained unprocessed, lacked branding or international standards, and had packaging that did not reflect local identity. Strengths included product quality, innovation support, and local distinctiveness, while weaknesses were limited product diversity and farmers' digital skills. Opportunities arose from government support and growing consumer interest in quality and safe products, whereas challenges included market oversupply, high costs, climate change, and farmers' skill limitations. Factors affecting digital marketing included 1) product quality and safety, 2) pricing that, despite high costs, remained competitive, 3) distribution channels dependent on quality partners and locations, 4) online promotion activities, 5) content marketing requiring expert assistance, 6) limited influence of websites, 7) social media, especially Facebook, as a key platform, 8) email having no impact, and 9) search engines enhancing awareness and market reach. The study proposed eight innovations (8P's) for digital marketing management: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, and Partnership, to sustainably enhance digital marketing of agricultural products.

Keywords: Digital Marketing, Marketing Innovation, Agricultural Products

บทนำ

ปี 2567 ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ คิดเปนมูลค่า1,930,142 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 1,782,965 ล้านบาท ของป 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.25 โดยมีการสงออกไปยังประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุน สหพันธรัฐมาเลเซีย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐอินเดีย สาธารณรัฐเกาหลี สหราชอาณาจักรตามลำดับ สำหรับสินค้าส่งออกสำคัญที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลไม้และผลิตภัณฑ์ ข้าวและผลิตภัณฑ์ และผักและผลิตภัณฑ์ตามลำดับ สินค้าส่งออกสำคัญที่มีมูลค่าลดลง ได้แก่ ยางธรรมชาติ เนื้อไก่และผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ ปลาและผลิตภัณฑ์กุ้ง และผลิตภัณฑ์และกากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหาร อาหารที่จัดทำไว้สำหรับเลี้ยงสัตว์ตามลำดับ

สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑสงออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผลไม้และผลิตภัณฑ มูลค่า 309,519 ล้านบาท หรือคิดเปนร้อยละ 16.04 ของมูลค้าส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ โดยส่งออกทุเรียน มากที่สุด มูลค่า 158,319 ล้านบาท 2) ยางธรรมชาติ มูลค่า 270,724 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.03 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ โดยสงออกยางแทงมากที่สุด มูลคา 112,571 ล้านบาท 3) ข้าวและผลิตภัณฑ มูลคา 255,209 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.22 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ โดยส่งออก ข้าวเจ้ามากที่สุด มูลคา 120,410 ล้านบาท 4) เนื้อไก่และผลิตภัณฑ มูลคา 151,312 ล้านบาท หรือคิดเปนร้อยละ 7.84 ของมูลคส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์

โดยสงออกไก่ปรุงแต่งมากที่สุด มูลคา 103,559 ล้านบาท 5) น้ำตาลและผลิตภัณฑ์ มูลค่า 132,138 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.85 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ โดยสงออกน้ำตาลทรายมากที่สุด มูลค่า 51,092 ล้านบาท 6) ปลาและผลิตภัณฑ์ มูลค่า 129,229 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.70 ของมูลคาสงออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ โดยสงออกปลาปรุงแตงมากที่สุด มูลคา 112,673 ล้านบาท 7) มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ มูลค่า 109,618 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.68 ของมูลค่าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ โดยส่งออกแป้งมันสำปะหลังมากที่สุด มูลค่า 57,838 ล้านบาท 8) กุ้งและผลิตภัณฑ์ มูลค่า 43,432 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.25 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ โดยส่งออกกุ้งปรุงแต่งมากที่สุด มูลค่า 35,886 ล้านบาท 9) ผักและผลิตภัณฑ์ มูลค่า 33,450 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.73 ของมูลคาส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ โดยส่งออกข้าวโพดหวานปรุงแต่งมิให้เสียมากที่สุด มูลค่า 8,302 ล้านบาท และ 10) กากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหาร อาหารที่จัดทำไว้สำหรับเลี้ยงสัตว์ มูลคา 21,672 ล้านบาท หรือคิดเปนรอยละ 1.12 ของมูลคาสงออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ โดยส่งออกของปรุงแต่งชนิดที่ใช้ในการเลี้ยงสัตว มากที่สุด มูลคา 17,792 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567)

ในปี 2567 ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หดตัวร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีสินค้าการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ สับปะรดโรงงาน มะพร้าวแก่ และสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI (Geographical Indication) เช่น ทุเรียนป่าละอู และมะพร้าวทับสะแก อย่างไรก็ตามพื้นที่การเพาะปลูกส่วนใหญ่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการปลูกพื้นเชิงเดี่ยวมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ปัญหาของการเกษตรหรือการปลูกพืชเชิงเดี่ยว คือ แมลงศัตรู หรือ โรคพืช สามารถทำลายทั้งแปลงได้อย่างรวดเร็ว ในฤดูเก็บเกี่ยวมีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ทำให้ประสบกับปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ หากขายได้ช้าผลผลิต อาจเน่าเสีย ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคาเพราะหากขายได้ช้าผลผลิตจะเสียหายเกษตรกรจึงต้องยอมขาย (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2567) ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการเกษตร ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และยกระดับรายได้เกษตรกร ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ดังนั้นเกษตรกรจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงการตลาดดิจิทัล เพื่อเป็นการพัฒนาภาคเกษตรให้มีคุณภาพสูง ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างฟาร์มอัจฉริยะ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของภาคเกษตรไทย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2563)

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพื่อส่งเสริมเกษตรกรให้เข้าถึงและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมทางการเกษตรในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร สร้างความยั่งยืนในการดำรงชีพ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับฐานรากต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อเสนอนวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ศึกษาแล้วนำมาสรุปเป็นความคิดรวบยอดที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ดังนี้ 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดยุคดิจิทัล และ 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม ถือได้ว่าเป็นแนวคิดที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยในยุคปัจจุบันอย่างมาก นวัตกรรมนั้นเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถขององค์การและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงทำให้นวัตกรรมเป็นที่ยอมรับขององค์การและธุรกิจต่าง ๆ ที่ได้นำเข้ามาใช้เพื่อสร้างความสำเร็จให้กับองค์การ ดังนั้นนวัตกรรม จึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จในองค์กร (Qingya Li, 2021, pp. 45-59) โดยการนำความรู้มาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การสร้างคุณค่าคุณประโยชน์บางอย่าง ซึ่งไม่ใช่เฉพาะกับประเทศไทยเท่านั้น แต่ต้องบอกว่านวัตกรรมเป็นหัวใจในการพัฒนาประเทศของทุกๆ ประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2562)

โดย ศศิมา สุขสว่าง (2563) ได้จำแนกรูปแบบของนวัตกรรมไว้ 4 ประเภทคือ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้นกว่าเดิม ตัวอย่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เช่น โทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ที่มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ รถยนต์ไฟฟ้าที่มีดีไซน์และประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น 2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ตัวอย่างนวัตกรรมกระบวนการ เช่น โรงงานอุตสาหกรรมที่ติดตั้งเครื่องจักรอัตโนมัติเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต โรงพยาบาลที่พัฒนาระบบการบริการผู้ป่วยแบบดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วย เป็นต้น 3) นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) เป็นการสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่หรือปรับปรุงรูปแบบธุรกิจที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตัวอย่างนวัตกรรมทางธุรกิจ เช่น ธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าแบบดั้งเดิม ธุรกิจสตาร์ทอัพที่พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น และ 4) นวัตกรรมเชิงนโยบาย (Policy Innovation) เป็นการสร้างสรรค์นโยบายใหม่หรือปรับปรุงนโยบายที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตัวอย่างนวัตกรรมเชิงนโยบาย เช่น นโยบายภาษีใหม่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อลดมลพิษ เป็นต้น ทั้งนี้ Keeley, Pikkel, Quinn, & Walters, (2013) ได้กล่าวถึงแนวคิดของนวัตกรรมไว้ 10 ประการ (Ten Types of Innovation) ประกอบด้วย 1) แบบจำลองผลกำไร 2) เครือข่าย 3) โครงสร้าง 4) กระบวนการ 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6) การปรับปรุงระบบของสินค้า 7) การบริการ 8) ช่องทางการจัดจำหน่าย 9) ตราสินค้า ภาพลักษณ์ 10) การสร้างความผูกพันกับลูกค้า โดยนวัตกรรมทางการจัดการ (Innovative management) จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนต่อระบบกระบวนการจัดการขององค์กรที่จะช่วยนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ (Hamel Gary, 2007)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สรุปแนวคิดนวัตกรรมได้ว่า นวัตกรรมมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาองค์กร หรือธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการก็เป็นกลไกสำคัญในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งองค์กรจะต้องมีการลงทุนและพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ในด้านของ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมธุรกิจ และ นวัตกรรมเชิงนโยบาย เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาคน องค์การ หน่วยงาน ความก้าวไกลของประเทศชาติ ซึ่งนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และนำสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง

2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

แนวคิดการจัดการซึ่งแต่ละแนวคิดมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร แต่ละแนวคิดต่าง ๆ เหล่านี้มีจุดมุ่งเน้นหรือวิธีในการจัดการ เพื่อไปให้ถึงเป้าหมายแตกต่างกันไป (สาคร สุขศรีวงศ์, 2550) สามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. แนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) โดย ได้กล่าวถึง แนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ ว่าเกิดขึ้นในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยแนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ มีการตั้งสมมติฐาน กำหนดตัวแปร ทดลองแล้วจึงวัดผลการทดลองตามกระบวนการซ้ำจนค้นพบวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น กระทั่งค้นพบวิธีที่ดีที่สุดในการทำงาน ผู้ค้นพบการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน จนได้รับชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ คือ เฟรดเดอริก เทอร์เลอร์ (Frederick Winslow Taylor)

2. แนวคิดการจัดการเชิงบริหาร (Administrative Management) โดย Henri Fayol (2017) วิศวกรเหมืองแร่และนักวิชาการชาวฝรั่งเศส ได้เสนอแนวคิดการจัดการเชิงบริหาร แนวคิดนี้ เน้นไปที่การจัดระเบียบโครงสร้างและกระบวนการทำงานในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดหลักการบริหารให้ชัดเจน โดยได้กำหนดให้มีกิจกรรมหลักในองค์กรธุรกิจ 5 ประการ ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร กำหนดกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ และกำหนดทรัพยากรที่จำเป็น 2) การจัดองค์กร (Organization) เป็นการแบ่งงานออกเป็นส่วน ๆ การกำหนดโครงสร้างขององค์กร และกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ 3) การบังคับบัญชา (Commanding) เป็นการสั่งการและควบคุมดูแลการทำงาน กระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาความมีวินัยในองค์กร 4) การประสานงาน (Coordinating) เป็นการประสานงานระหว่างแผนกต่าง ๆ การสร้างความสามัคคีในองค์การ และการแก้ไขความขัดแย้ง และ 5) การควบคุม (Control) เป็นการตรวจสอบผลงาน การเปรียบเทียบผลงานกับเป้าหมาย และการแก้ไขข้อผิดพลาด

3. แนวคิดการจัดการเชิงพฤติกรรม (Behavioral Management Approach)

Mayo (1933) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกขององค์กร ความรู้สึกและความคาดหวังของคนงานตลอดจนเป้าหมายและแรงจูงใจในการทำงานของคนงานเป็นการศึกษาที่มีอิทธิพลและวางรากฐานการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในเวลาต่อมา การศึกษามีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างของแสงสว่างในสถานที่ทำงานกับผลผลิต โดยแบ่งคนงานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง และควบคุม จนได้ข้อสรุปว่านอกจากปัจจัยการผลิตตามปกติ ซึ่งได้แก่ ค่าแรง แสงสว่าง และระยะเวลาการหยุดพักแล้วปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วยปัจจัยเหล่านั้นรวมถึง ความรู้สึกของคนงานว่ากำลังอยู่ในการทดลอง การแบ่งกลุ่มการทำงาน การสื่อสารระหว่างหัวหน้างาน ความสัมพันธ์ระหว่างคนงานด้วยกัน ตลอดจนความคาดหวัง เป้าหมาย และแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ รวมเรียกว่า ปัจจัยเชิงพฤติกรรม

4. แนวคิดการจัดการเชิงปริมาณ (Quantitative Management Approach)

Henry (2017) ได้กล่าวถึงแนวคิดนี้ โดยมุ่งเน้นไปที่การใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์ ปรับปรุง และควบคุมกระบวนการทำงานในองค์กร การนำหลักคณิตศาสตร์ สถิติ ตลอดจนคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประมวลผล เพื่อช่วยในการบริหารจัดการ ต่อมาได้มีการพัฒนาวิธีการและระบบต่าง ๆ และเป็นระบบที่ใช้งานกันอยู่ทั่วไป เช่น ระบบสนับสนุนเพื่อการตัดสินใจ และระบบสนับสนุนเพื่อผู้บริหาร และการจัดการเชิงปริมาณสามารถแตกสาขาออกเป็นวิทยาศาสตร์การจัดการ (Management Science) การจัดการการดำเนินงาน (Operation management) และระบบสารสนเทศทางการจัดการ (Management information system) โดยองค์ประกอบหลักของแนวคิดการจัดการเชิงปริมาณ คือ การแบ่งงาน การใช้มาตรฐาน การบันทึกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการควบคุม

5. แนวคิดการจัดการร่วมสมัย (Contemporary Management Approaches)

แนวคิดเรื่องระบบ (System approach) เป็นการมองว่าองค์กรทุกองค์กรเป็นระบบขนาดใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยระบบย่อยต่าง ๆ ภายในองค์กร อาทิ การวางแผน การบริหารทรัพยากรบุคคล การประเมินผล การจ่ายค่าตอบแทน การควบคุม ตลอดจนการเงิน และการผลิต ที่มีผลกระทบซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา แนวคิดการจัดการตามสถานการณ์

(Situational approach) โดย Gulick and Urwick (2013) เสนอเป็นหลักการว่า กระบวนการจัดการประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 7 ประการ หรือเรียกว่า POSDCORB คือ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การประสานงาน การรายงาน และ งบประมาณ นั่นเอง

กล่าวโดยสังเขป แนวคิดการจัดการเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินงานองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล แนวคิดเชิงวิทยาศาสตร์มุ่งค้นหาวิธีการทำงานที่เหมาะสมที่สุดผ่านการวิเคราะห์และทดลองอย่างเป็นระบบ เหมาะสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต แนวคิดเชิงบริหารเน้นการจัดโครงสร้างและกระบวนการบริหารอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความเป็นระเบียบและลดความซ้ำซ้อนของงาน แนวคิดเชิงพฤติกรรมให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจ ความสัมพันธ์ และสภาพแวดล้อมการทำงาน ซึ่งช่วยเพิ่มขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงาน แนวคิดเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคณิตศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความแม่นยำ สุดท้าย แนวคิดร่วมสมัยมององค์กรเป็นระบบที่มีองค์ประกอบย่อยเชื่อมโยงกัน และปรับใช้กระบวนการบริหารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยืดหยุ่นและทันเวลา

3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดยุคดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล คือ การตลาดที่พัฒนามาจากการตลาดในอดีตแบบดั้งเดิม เป็นการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางดิจิทัลในการติดต่อกับผู้บริโภคนำหลักการแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ เพียงแต่ปรับเปลี่ยนช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค โดยเปลี่ยนแปลงจากหลักการตลาดแบบเดิม ตามแนวคิดที่ได้อ้างอิงจาก Kotler (2003, p. 45) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งที่กิจการหรือผู้ประกอบการเสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจแก่บริโภค โดยสิ่งที่เสนอขายสามารถเป็นสิ่งที่มีตัวตนทางกายภาพ จับต้องได้ และสิ่งที่ไม่มีตัวตน

2. ด้านราคา (Price) เป็นราคาหรือจำนวนเงินที่ถูกกำหนดขึ้นแก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) คือกิจกรรมที่ใช้ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังผู้บริโภค โดยการส่งมอบนั้นสามารถทำได้ด้วยตนเองหรือผ่านคนกลาง ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายของผู้บริโภค ทั้งในด้านสถานที่ เวลา ระยะเวลาการเดินทาง และวิธีการ

4. ด้านการส่งเสริมตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้สื่อสารข้อมูลระหว่างองค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือองค์กร โดยองค์กรจะต้องสร้าง การรับรู้อย่างสม่ำเสมอ และสร้างความความพึงพอใจต่อตราสินค้าผ่านการจูงใจเพื่อให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค

ดังนั้น เครื่องมือการตลาดดิจิทัล จึงเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางดิจิทัล โดย Nagy & Hajdu (2022) ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดเนื้อหา (Content Marketing) และเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบดั้งเดิม 5 ประการ ดังนี้ 1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่ใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ 2) การขาย (Sales Promotion) เป็นการกระตุ้นยอดขายในระยะสั้นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลดราคา การแจกของแถม หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ 3) การขายส่วนบุคคล (Personal Selling) เป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 4) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้สัมภาษณ์สื่อ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม หรือการเป็นสปอนเซอร์ในงานต่าง ๆ 5) การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การส่งจดหมายตรง การโทรศัพท์ หรือการส่งอีเมล นั่นเอง

นอกจากนี้ Kotler & Armstrong (2017) ได้กล่าวว่า เครื่องมือการตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย 5 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ 1) ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 2) ด้านเว็บไซต์ (Website) 3) ด้านการตลาด

สื่อสังคม (Social Media Marketing) 4) ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Marketing) และ 5) ด้านการติดอันดับการค้นหาหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) นั่นเอง

อีกทั้ง Kingsnorth (2022) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างเนื้อหา (Content Marketing) ประเภทของเนื้อหาจะประกอบไปด้วย บทความ อินโฟกราฟิก วิดีโอ อีบุ๊ก และการโพสต์บนโซเชียลมีเดีย 2) ด้านการค้นหา (Search Engine Optimization – SEO) โดยใช้เทคนิค การใช้คีย์เวิร์ด การสร้าง Backlink การปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ และการเพิ่มความเร็วในการโหลดเว็บไซต์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ เพิ่มโอกาสในการขาย และการสร้างความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Paid Advertising) เป็นการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ Google Ads, Facebook Ads, YouTube Ads, Instagram Ads, Twitter Ads เป็นต้น 4) ด้านโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing) เป็นการใช้โซเชียลมีเดียผ่านช่องทาง Facebook Instagram Twitter LinkedIn และYouTube โดยมีรูปแบบเป็นการโพสต์บทความให้ความรู้บน Facebook การทำกิจกรรมแจกของรางวัลบน Instagram การตอบคำถามลูกค้าบน Twitter หรือการใช้ LinkedIn ในการหาลูกค้าใหม่ เป็นต้น และ 5) ด้านอีเมล (Email Marketing) โดยมีรูปแบบในการส่งจดหมายข่าว โปรโมชั่น และข้อมูลอัปเดตให้ทราบ โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาฐานลูกค้า กระตุ้นการซื้อซ้ำ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การส่งจดหมายข่าวแจ้งข้อมูลสินค้าใหม่ การส่งโปรโมชั่นส่วนลดพิเศษ และการส่งอีเมลขอบคุณลูกค้า เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การตลาดยุคดิจิทัลเป็นการใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารและนำเสนอสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ขยายฐานลูกค้า และลดต้นทุน เครื่องมือที่ใช้มีหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ การค้นหาข้อมูล และวิดีโอออนไลน์ กลยุทธ์สำคัญประกอบด้วยการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ค้นหาเจอง่าย การโฆษณาออนไลน์ การใช้สื่อสังคมสร้างการมีส่วนร่วม และการสื่อสารผ่านอีเมลเพื่อรักษาฐานลูกค้าและกระตุ้นการซื้อซ้ำ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ และความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า

4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยภา แดงเดช (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์บนแพลทฟอร์มในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์บนแพลทฟอร์มในประเทศไทย 2) ปัจจัยด้านการใช้สื่อที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์บนแพลทฟอร์มในประเทศไทย และ 3) รูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์บนแพลทฟอร์มในประเทศไทยโดยเป็นการวิจัยเชิงอธิบาย (Explanatory Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ตามการจัดกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 400 รายเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistics) และดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อยืนยันผลการวิจัยผลการวิจัย พบว่า 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัโดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันมีผลต่อการเลือกช่องทางในการซื้อสินค้าและบริการจะมีการตรวจสอบข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการก่อนเสมอโดยเริ่มต้นจากความสนใจ ความต้องการในการค้นหาข้อมูลมีการเปรียบเทียบซื้อด้วยความสนใจเพื่อให้ความปรารถนาในความอยากได้ และจะตัดสินใจซื้อในที่สุด 2) การใช้สื่ออิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลซึ่งการเลือกใช้สื่อของผู้ประกอบการ SMEs มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล โดยคำนึงถึงความถี่ในการเข้าใช้งานเพื่อโพสข้อความหรือวิดีโอ ที่จะต้องกำหนดระยะเวลาในการสร้างกิจกรรมกับผู้ซื้อให้ชัดเจน โดยช่วงเวลาในการใช้สื่อของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประกอบด้วย 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงเช้า ช่วงเที่ยง และช่วงเย็นและ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์บนแพลทฟอร์มในประเทศไทย การดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่แตกต่าง มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือในการหาข้อมูลของสินค้าและบริการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคล เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีความหลากหลาย การเข้าถึงข้อมูลก็มีความสะดวกมากขึ้น

อนันตพร พุทธัสสะ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า (1)สภาพปัญหาการพัฒนากลยุทธ์การ

ส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการตลาดทางตรง ในระดับน้อย สภาพปัญหาที่พบ ได้แก่ กลุ่มสมาชิกขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด ไม่มีเงินทุนสนับสนุน และไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านระบบดิจิทัล (2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การสร้างเพจสินค้าผ่าน Facebook เทคนิคการถ่ายรูปสินค้า เทคนิคการเขียนคอนเทนท์ เทคนิคการโฆษณาผ่านเพจสินค้า และการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐเพิ่มขึ้นข้อเสนอแนะ การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีการมุ่งเน้นด้านการตลาดมากกว่ามุ่งเน้นการผลิต ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดของสมาชิกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เหนือกว่าคู่แข่งขันในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้นและก่อนให้เกิดรายได้สามารถพึ่งพาตัวเองได้ระยะยาว

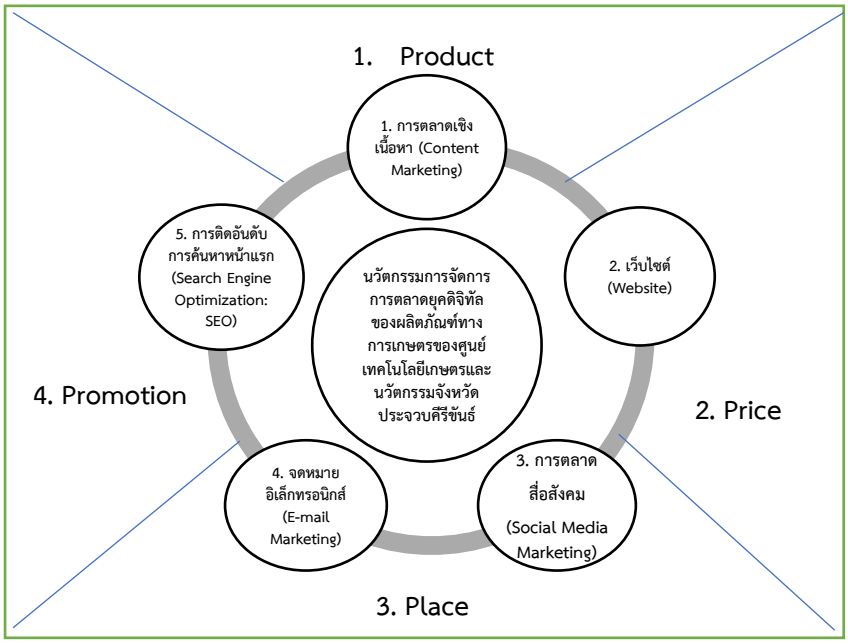
สำหรับงานวิจัยต่างประเทศมีแนวโน้มที่ชัดเจนในการนำเทคโนโลยีขั้นสูง Liao et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยจำลองกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของสินค้าเกษตรตราสินค้าตามความแตกต่างของทัศนคติของผู้นำความคิดเห็น ด้วยความสามารถในการสร้างรายได้จากการรับส่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่มีต้นทุนต่ำและมีประสิทธิภาพสูง ผู้นำความคิดเห็นหลัก (KOL) จึงประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในแง่ของการตลาดอีคอมเมิร์ซของแบรนด์สินค้าเกษตร อย่างไรก็ตาม ผู้นำทางความคิดเห็นมักจะใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่แตกต่างกันตามความชอบที่มีต่อแบรนด์ วิธีเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ตามความแตกต่างของทัศนคติของผู้นำทางความคิดยังคงเป็นปัญหาที่ต้องการวิธีแก้ปัญหาที่รวดเร็วสำหรับผู้ประกอบการแบรนด์สินค้าเกษตร การศึกษานี้ใช้ผู้ประกอบการแบรนด์สินค้าเกษตรและผู้นำทางความคิดที่มีเหตุผลจำกัดเป็นหัวข้อวิจัย บนพื้นฐานของการพิจารณาความแตกต่างในทัศนคติของผู้นำความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้า เอกสารนี้รวมทฤษฎีเกมวิวัฒนาการเพื่อสร้างแบบจำลองวิวัฒนาการของกลยุทธ์การส่งเสริมการขายออนไลน์ของแบรนด์สินค้าเกษตร ใช้ระบบการแสดงภาพเพื่อจำลองกระบวนการวิวัฒนาการของกลยุทธ์การส่งเสริมการขายตราสินค้าทางออนไลน์ ยืนยันแบบจำลอง ความถูกต้องและสำรวจกลไกที่มีอิทธิพลต่อการลงโทษต่อการส่งเสริมเชิงลบของผู้นำทางความคิด ผลลัธ์ของการจำลองแบบหลายตัวแทนแสดงให้เห็นว่าการลงทุนในการส่งเสริมตราสินค้า ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้นำความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้า เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ความได้เปรียบอย่างแท้จริงขององค์กรตราสินค้าเกษตร การเพิ่มความเข้มงวดในการลงโทษต่อนำความคิดเห็นหลังจากการส่งเสริมเชิงลบอาจเปลี่ยนกลยุทธ์การส่งเสริมผู้นำความคิดเห็นสำหรับแบรนด์สินค้าเกษตร นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ยังให้แนวคิดและการอ้างอิงถึงการตัดสินใจด้านการจัดการของกลยุทธ์การส่งเสริมแบรนด์ออนไลน์ของผู้ประกอบการแบรนด์สินค้าเกษตร

ในขณะที่ Sivia (2019) ได้ศึกษา The Importance of social media and Digital Marketing to Attract Millennials' Behavior as a Consumer ปัจจุบันการใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัลกลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์และดำเนินแคมเปญการตลาด การเปลี่ยนผ่านจากยุคของสื่อธรรมดาหรือสื่อสารมวลชน ด้วยการใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัล นักการตลาดสามารถติดตามคู่แข่งของแบรนด์และวัดผลแคมเปญได้มากขึ้น การใช้กิจกรรมออนไลน์เหล่านี้ยังเป็นการทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้คนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การสร้างชื่อเสียงของแบรนด์ และที่สำคัญที่สุดคือเป้าหมายสำหรับคนรุ่นมิลเลนเนียล การศึกษาเป็นลักษณะเชิงพรรณนา การศึกษาใช้โมเดลผ้าใบ Hook ในการตลาดโดย Nir Eya วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อตรวจสอบว่าเหตุใดสื่อสังคมออนไลน์และตลาดดิจิทัลจึงมีความสำคัญต่อกาสร้างแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาดในระยะหลัง และอะไรคือขั้นตอนที่เหมาะสมในการดำเนินการดังกล่าว คำอธิบายมาจากคำอธิบายการใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัลโดยเฉพาะสำหรับยุคมิลเลนเนียล อธิบายขั้นตอนของการทำแคมเปญดิจิทัลและออนไลน์พร้อมอธิบาย The Hook Canvas Model โดย Nir Eyal สำหรับปรากฏการณ์โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัลล่าสุด ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกต และการค้นคว้าจากห้องสมุด วิเคราะห์ข้อมูลใน 3 ขั้นตอน ได้แก่ การย่อส่วน การนำเสนอ และการสรุปผล ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียและแคมเปญการตลาดดิจิทัลไม่เพียงมีประโยชน์ในการสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์และดึงดูดลูกค้าเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญในแง่ของการวัดผลอีกด้วย การทำการตลาดแบบดิจิทัล สามารถวัดประสิทธิผลของแต่ละแคมเปญสามารถติดตามพฤติกรรมของ

ลูกค้าหรือแม้แต่ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าได้ล่วงหน้า และการเข้าถึงข้อความสามารถกระจายได้กว้างกว่าการทำแบบเดิม ๆ ความพยายามทางการตลาด

จากการศึกษางานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์และวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการดำเนินชีวิต การเลือกใช้สื่อ และการเข้าถึงเทคโนโลยี การกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลจึงต้องคำนึงถึงช่องทางการสื่อสาร การสร้างคอนเทนท์ที่เหมาะสม การใช้ผู้นำความคิดเห็น (KOL) และการวัดผลแคมเปญออนไลน์อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ การพัฒนาความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลและเทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงลูกค้าและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิผล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดนวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รูปที่ 1 กรอบแนวคิดนี้สะท้อนถึง นวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกรอบแนวคิดถูกออกแบบภายใต้หลักการของ 4P Marketing Mix ประกอบด้วย Product, Price, Place และ Promotion ซึ่งเชื่อมโยงกับเครื่องมือการตลาดดิจิทัลที่สำคัญ ดังนี้

1. การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มคุณค่าและความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์

2. เว็บไซต์ (Website) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับราคา โปรโมชั่น และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลและเปรียบเทียบราคาได้อย่างสะดวกและโปร่งใส

3. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและทันเวลา

4. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Marketing) ช่วยในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อสารตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

5. การติดอันดับการค้นหาหน้าแรกของเครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) เป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มการมองเห็นของผลิตภัณฑ์ทางดิจิทัล ทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น และเพิ่มโอกาสในการขาย

กรอบแนวคิดนี้เน้น การบูรณาการระหว่างเครื่องมือดิจิทัลและหลักการตลาดดั้งเดิม เพื่อส่งเสริมศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจเกษตรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเจาะจง (purposive selection) เพื่อสอบถามความคิดเห็นโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้รับผิดชอบงาน ผู้รับบริการและรับซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมทั้งสิ้น 25 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Form) โดยการนำเครื่องมือการวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์พิจารณาตรวจสอบ โครงสร้าง คำถามการใช้ภาษา และความครอบคลุมในเนื้อหาสาระแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบ ความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุมของเนื้อหาโดยให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และตัวแปรของการวิจัยและใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตอนที่ 2 สถานการณ์การจัดการการตลาดยุคดิจิทัล ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และตอนที่ 4 แนวทางการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล (data collection) จากหลายแหล่งดังนี้

1. การศึกษาจากเอกสาร เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม การจัดการ ส่วนประสมทางการตลาด และการตลาดยุคดิจิทัล โดยศึกษาจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ รายงานประจำปีของหน่วยงานภาครัฐล่าสุด ตำรา กฎหมาย บทความ และเอกสารต่าง ๆ

2. การศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (internet) และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (website) เช่น สถิติการส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตร เป็นต้น

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้รับผิดชอบงาน ผู้รับบริการและรับซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์เจาะลึกแบบมีโครงสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นการรวบรวม ข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้โดยเครื่องมือที่ใช้มีการสร้างกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษา พบว่า สถานการณ์การตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในพื้นที่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น การดำเนินกิจกรรมการตลาดส่วนใหญ่ยังยึดรูปแบบดั้งเดิม และยังไม่สามารถเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงเป็นผลผลิตสดที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ยังไม่โดดเด่นและขาดอัตลักษณ์ชัดเจน การสร้างแบรนด์จึงยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดดิจิทัลได้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า *“.....สินค้าเราดีอยู่แล้ว แต่ยังไม่รู้จะสื่อสารอย่างไรให้คนเห็นคุณค่าในโลกออนไลน์....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 1)* คำพูดนี้สะท้อนถึงปัญหาการขาดการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) ที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้

2. ด้านราคา (Price)

ราคายังคงถูกกำหนดตามกลไกตลาดแบบดั้งเดิม เกษตรกรขาดทักษะการวิเคราะห์ต้นทุนและการตั้งราคาที่สะท้อนคุณค่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งกล่าวว่า *“.....เราไม่กล้าตั้งราคาสูง เพราะกลัวขายไม่ออก ทั้งที่ของเราคุณภาพดี.....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 5)* สิ่งนี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาความรู้ด้านการบริหารต้นทุนและการใช้เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูลตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ตลาดส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาพ่อค้าคนกลางและตลาดสด การขายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลยังมีจำกัด เนื่องจากเกษตรกรขาดทักษะด้านเทคโนโลยีและระบบโลจิสติกส์ไม่พร้อม จึงไม่สามารถเชื่อมโยงกับตลาดออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กิจกรรมการสื่อสารยังเน้นการขายตรงและการบอกต่อ การใช้สื่อออนไลน์มีน้อยและขาดกลยุทธ์ที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์หรือแบรนด์ของสินค้าท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อเชื่อมโยงกับเครื่องมือการตลาดดิจิทัล พบว่า เว็บไซต์ของศูนย์ฯ ยังทำหน้าที่เพียงเป็นช่องทางให้ข้อมูลพื้นฐาน แต่ยังไม่ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด ขณะที่ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line เริ่มเข้ามามีบทบาทแต่ยังไม่ต่อเนื่อง ส่วนการตลาดเชิงเนื้อหาและ SEO ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างจริงจัง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จุดแข็ง ด้านการผลิตและควบคุมคุณภาพ ผลิตสินค้าเอง สามารถควบคุมราคาและคุณภาพได้ มีมาตรฐานรับรองเช่น GAP และ Organic Thailand ด้านการเข้าถึงลูกค้าและสร้างความน่าเชื่อถือ ลูกค้าสามารถพบผู้ผลิตโดยตรงและได้รับคำปรึกษา เพิ่มความมั่นใจและความสัมพันธ์ และด้านความน่าสนใจและเอกลักษณ์ของสินค้า สินค้าท้องถิ่นมีเอกลักษณ์และน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่สนับสนุนชุมชน

2. จุดอ่อน ด้านการควบคุมต้นทุน เนื่องจากราคาวัตถุดิบสูง ด้านความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีและการตลาดยังขาดความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี การสร้างเนื้อหาออนไลน์ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า

3. โอกาส คู่แข่งลดลงเนื่องจากต้นทุนสูง ความสนใจสินค้าสุขภาพและเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นเนื่องจากกระแสด้านการรักสุขภาพมากขึ้น อีกทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เช่น การได้พื้นที่ขายสินค้าในห้างโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

4. อุปสรรค เนื่องจากการสนับสนุนจากภาครัฐจำกัด และผู้ประกอบการหลายรายต้องแข่งขันกัน อีกทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาวะเศรษฐกิจทั่วไปส่งผลต่อราคาสินค้าและการบริโภค

วัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตลาดดิจิทัลประกอบด้วยองค์ประกอบของ 4P’s ที่ผสานกับเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กับการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

คุณภาพสินค้าและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นตัวกำหนดความสำเร็จในตลาดออนไลน์ เนื้อหาที่นำเสนอผ่านช่องทางดิจิทัลจึงต้องเน้น “เรื่องราวของสินค้า” และความเชื่อมโยงกับชุมชน เช่น การผลิตแบบอินทรีย์หรือการได้รับการรับรอง GI เนื้อหาที่ดีจะช่วยสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแบรนด์

2. ด้านราคา (Price) กับการวิเคราะห์ตลาดออนไลน์

การใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและเปรียบเทียบราคาคู่แข่งในแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้สามารถกำหนดราคาที่สะท้อนคุณค่าและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านมาตรฐานการผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นกลยุทธ์สำคัญ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กับสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์

การผสมผสานช่องทางขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น โดยเฉพาะการใช้ Facebook, TikTok และ Line Official Account เป็นช่องทางสำคัญในการขายตรง การสร้างเพจสินค้า การไลฟ์สด และการตอบสนองต่อผู้บริโภคแบบทันที สะท้อนการเปลี่ยนผ่านจาก “ผู้ผลิต” สู่ “ผู้ประกอบการดิจิทัล”

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กับการใช้สื่อดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ

ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการสร้างการรับรู้และยอดขาย ขณะที่ SEO มีบทบาทในการเพิ่มความน่าเชื่อถือและโอกาสในการค้นพบสินค้าในหน้าแรกของเครื่องมือค้นหาส่วนอีเมลมาร์เก็ตติ้งมีข้อจำกัดเนื่องจากไม่เหมาะกับพฤติกรรมของผู้บริโภคไทยที่เน้นการสื่อสารแบบตอบสนองทันที โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า *“.....ขายผ่าน Facebook เห็นผลชัดที่สุด เพราะลูกค้าทักมาถามและสั่งได้เลย ต่างจากอีเมลที่ไม่ค่อยมีคนเปิดอ่าน.....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 8)*

วัตถุประสงค์ที่ 3) เพื่อเสนอนวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและตอบโจทย์ตลาด เช่น การแปรรูปผลผลิตสดให้เป็นสินค้ามูลค่าสูง (มะพร้าวสกัดเย็น สับปะรดอบแห้ง ผลิตภัณฑ์สปา) และการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น การใช้ Storytelling และ Content Marketing ถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งผลิตและคุณค่าผลิตภัณฑ์ผ่าน Facebook, TikTok และ YouTube เพื่อสร้างความภักดีในแบรนด์และมูลค่าทางอารมณ์แก่ผู้บริโภค ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งกล่าวว่า *“.....สินค้าเรามีเรื่องราวอยู่แล้วแค่ต้องเล่าให้เป็นในช่องทางออนไลน์ คนถึงจะเห็นว่าของเรามีคุณค่ากว่าที่คิด.....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 2)*

2. นวัตกรรมราคา (Price Innovation) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุน การเปรียบเทียบราคากับตลาด และการคำนวณความคุ้มค่าผ่านระบบ AI ทำให้สามารถกำหนดราคาที่เหมาะสมและแข่งขันได้ โดยเกษตรกรเริ่มเข้าใจการตั้งราคาตาม “คุณค่า” มากกว่า “ต้นทุน” และใช้กลยุทธ์ส่วนลดออนไลน์ การจัดโปรโมชั่น หรือการขายผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce เพื่อเพิ่มยอดขาย

3. นวัตกรรมช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Innovation) ทำให้เกิดการพัฒนา “ช่องทางผสมผสาน” ระหว่างออนไลน์และออฟไลน์อย่างมีระบบ เช่น การขายผ่าน Facebook Live, Line Official Account และเว็บไซต์ รวมถึงการเชื่อมโยงกับ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อให้สินค้าปรากฏในหน้าแรกของการค้นหา การใช้ QR Code และระบบติดตามสินค้า (Traceability System) เพิ่มความโปร่งใสและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

4. นวัตกรรมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Innovation) การใช้สื่อดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์ เช่น วิดีโอสั้น ภาพอินโฟกราฟิก และ AI ช่วยวางแผนการโฆษณาแบบเฉพาะกลุ่ม (Targeted Ads) ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ตรงจุด การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เน้นเล่า “เรื่องราวของคน” มากกว่า “ขายสินค้า” เพื่อสร้างคุณค่าทางจิตใจและภาพลักษณ์ที่ยั่งยืน พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปากออนไลน์ (E-Word of Mouth) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า *“.....ลูกค้าซื้อเพราะเห็นคลิปเกษตรกรตัวจริง เขารู้สึกว่าเชื่อถือได้มากกว่าภาพโฆษณาแบบเดิม .....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 9)*

5. นวัตกรรมบุคลากร (Human Innovation) การพัฒนาบุคลากรถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในยุคดิจิทัล ศูนย์ฯ จึงพัฒนาศักยภาพเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ให้เป็น “นักการตลาดดิจิทัลชุมชน” โดยเน้นการอบรมทักษะด้านเทคโนโลยีการถ่ายภาพ การทำคลิปวิดีโอ และการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการสื่อสารสินค้าให้โดดเด่น นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมเป็น “ทีมดิจิทัลรุ่นใหม่” เพื่อสร้างเนื้อหาและช่วยเกษตรกรขายสินค้าออนไลน์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า *“.....เมื่อก่อนเราไม่กล้าขายออนไลน์ แต่พอเด็กๆ ในหมู่บ้านช่วยทำเพจให้ ตอนนี้เราขายได้ทุกวัน.....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 5)*

6. นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation)

กระบวนการจัดการการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร” ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป การประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการจำหน่าย โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อมทุกขั้นตอน เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยเน้นการวางแผนการผลิตตามข้อมูลตลาดจริง การเชื่อมต่อข้อมูลผ่านระบบดิจิทัล การควบคุมคุณภาพและโลจิสติกส์ด้วยเทคโนโลยี และการใช้ระบบ Feedback Online โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า *“.....เรารู้จำนวนสั่งซื้อแบบเรียลไทม์จากออนไลน์ ทำให้วางแผนเก็บเกี่ยวได้พอดี ไม่เหลือของ ไม่ขาดของ.....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 5)*

7. นวัตกรรมลักษณะทางกายภาพ (Physical / Design Innovation) นวัตกรรมในด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น ลายผ้าไทยหรือสัญลักษณ์ของจังหวัด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างในตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ ศูนย์ฯ ยังได้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR (Augmented Reality) และ QR Code บนฉลาก เพื่อให้ลูกค้าสแกนดูเรื่องราวของสินค้า วิดีโอการผลิต หรือมาตรฐานคุณภาพ (เช่น GAP, GI, Organic) ได้โดยตรง ซึ่งช่วยเพิ่ม “ประสบการณ์การรับรู้สินค้า” (Product Experience) และสร้างความโปร่งใส

8. นวัตกรรมพันธมิตรทางการค้า (Partnership Innovation) การสร้างเครือข่ายพันธมิตรเป็นนวัตกรรมสำคัญของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานรัฐและภาคเอกชน เพื่อสร้าง “เครือข่ายการตลาดแบบบูรณาการ” (Integrated Marketing Network) ทั้งในระดับจังหวัดและภูมิภาค การรวมแบรนด์สินค้าท้องถิ่น (Co-Branding) ภายใต้ชื่อเดียวกันช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและลดต้นทุนทางการตลาด นอกจากนี้พันธมิตรยังร่วมกันใช้แพลตฟอร์ม E-commerce กลางของจังหวัด เพื่อขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ พร้อมใช้ Data Sharing และ AI Analytics เพื่อวางแผนกลยุทธ์ร่วม โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า *“.....เรารวมกลุ่มกันขายของ ทำให้สินค้าของจังหวัดขึ้นชื่อและมีแรงสนับสนุนจากทุกฝ่าย.....” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้รับบริการคนที่ 6)*

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

ผลการวิจัย พบว่า สถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการปรับตัว โดยในอดีตระบบการตลาดยังพึ่งพาช่องทางดั้งเดิม เช่น การขายตรงในตลาดสดและการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกษตรกรขาดอำนาจในการ กำหนดราคาและไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังเป็นผลสดที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูปหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม ขาดตราสินค้าและการรับรองมาตรฐานสากล บรรจุภัณฑ์ไม่โดดเด่นและขาดการสื่อสารอัตลักษณ์สินค้า ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน โดยจุดแข็งคือคุณภาพมาตรฐานระดับสากล การสนับสนุนด้านนวัตกรรม และการสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขณะที่จุดอ่อนคือการขาดความหลากหลาย การพึ่งพาผลสดและทักษะดิจิทัลของเกษตรกร โอกาสเกิดจากการสนับสนุนของรัฐ เทคโนโลยีดิจิทัล และแนวโน้มผู้บริโภคที่สนใจสินค้าคุณภาพและปลอดภัย ส่วนอุปสรรคคือผลผลิตล้นตลาด ต้นทุนสูง การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ และข้อจำกัดด้านทักษะเกษตรกร โดยมีจุดแข็ง คือ การผลิตและควบคุมคุณภาพ มีมาตรฐานรับรอง เข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง และมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น จุดอ่อน คือ การควบคุมต้นทุนและขาดทักษะด้านเทคโนโลยีและการตลาด โอกาส คือกระแสสินค้าสุขภาพและการสนับสนุนจากรัฐ และอุปสรรคคือการแข่งขันสูงและข้อจำกัดด้านการสนับสนุน

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเน้นคุณภาพและความปลอดภัย 2) ด้านราคา ต้นทุนสูงแต่ยังถูกกว่าคู่แข่งออร์แกนิก 3) ด้านการจัดจำหน่าย พันธมิตรที่มีคุณภาพและทำเลดีมีอิทธิพลสูงต่อการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาออนไลน์และกิจกรรมส่งเสริมการขายสำคัญที่สุด 5) ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา เกษตรกรยังต้องพึ่งผู้เชี่ยวชาญในการทำตลาดออนไลน์ 6) เว็บไซต์มีผลน้อย 7) การตลาดสื่อสังคม โดยเฉพาะ Facebook มีบทบาทสูงสุด 8) อีเมลไม่มีผลต่อการตลาด 9) Search Engine ช่วยเพิ่มการรับรู้และการเข้าถึงตลาด นั่นเอง

ด้านนวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัล พบว่า การเสนอนวัตกรรมการตลาดยุคดิจิทัลของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครอบคลุม 8 ด้านหลัก ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง มีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและสร้างแบรนด์รวมของจังหวัด 2) นวัตกรรมราคา (Pricing Innovation) ใช้เทคโนโลยี AI วิเคราะห์ต้นทุนและตั้งราคาตามมูลค่าจริง 3) นวัตกรรมช่องทางจัดจำหน่าย (Place Innovation) ผสานช่องทางออนไลน์กับออฟไลน์ เช่น E-commerce และตลาดสดท้องถิ่น 4) นวัตกรรมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Innovation) ใช้ Storytelling และเนื้อหาดิจิทัลคุณภาพสูงสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค 5) นวัตกรรมบุคลากร (People Innovation) พัฒนาเกษตรกรให้มีทักษะดิจิทัลและความสามารถด้านการสื่อสารออนไลน์ 6) นวัตกรรมกระบวนการผลิต (Process Innovation) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลควบคุมคุณภาพและตรวจสอบย้อนกลับได้ 7) นวัตกรรมลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Innovation) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และระบบโลจิสติกส์ให้ปลอดภัย โปร่งใส และสะดวกต่อผู้บริโภค และ 8) นวัตกรรมเครือข่ายพันธมิตร (Partnership Innovation) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ภาครัฐ เอกชน และผู้ค้าดิจิทัล เพื่อเสริมศักยภาพการแข่งขันในตลาดดิจิทัลอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการปรับตัวจากการตลาดแบบออฟไลน์สู่การใช้ช่องทางออนไลน์อย่างหลากหลาย เช่น Facebook, Line, TikTok และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยภา แดงเดช (2565) ที่ชี้ว่าผู้ประกอบการออนไลน์ในประเทศไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าและสร้างการรับรู้สินค้า นอกจากนี้ยังตรงกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) ที่มองว่าดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

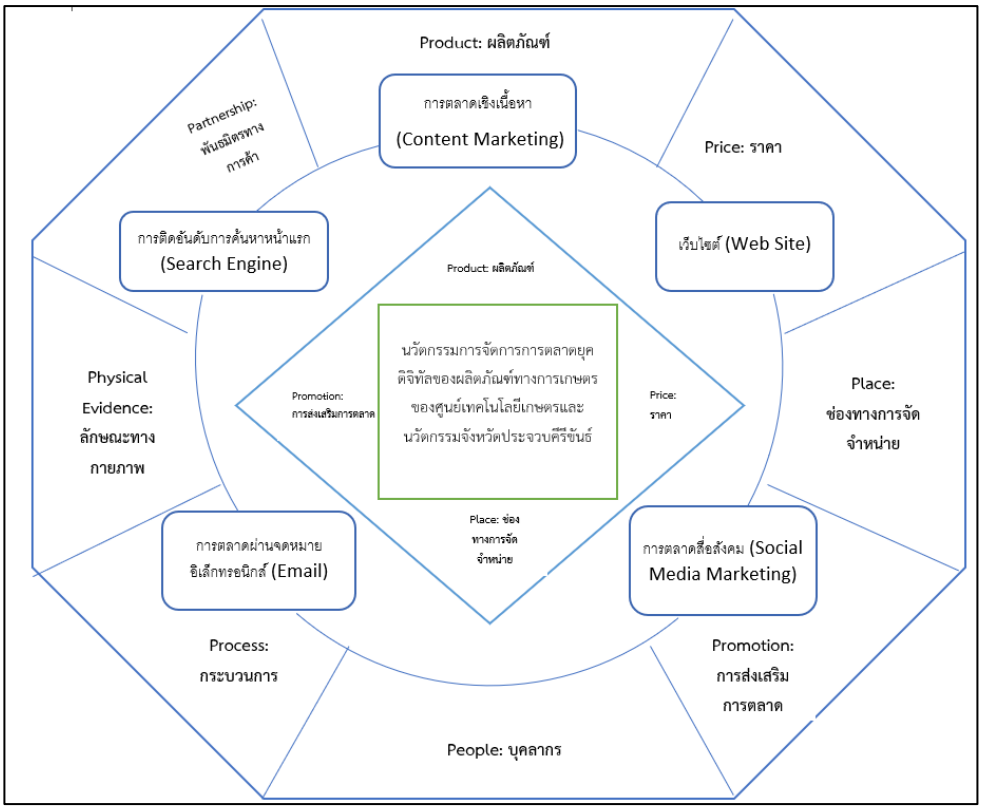
ในด้านจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น การผลิตสินค้าเอง ควบคุมคุณภาพ และมีมาตรฐานรับรอง เช่น GAP และ Organic Thailand สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wongprawmas et al. (2020) ที่ระบุว่าสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและการรับรองคุณภาพสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ ขณะที่จุดอ่อนด้านทักษะเทคโนโลยีและการสร้างแบรนด์

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดยุคดิจิทัล ผลวิจัยชี้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์และการเลือกพันธมิตรทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Sharma & Sheth (2020) ที่ระบุว่าความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) และการเน้นคุณภาพสินค้าเป็นองค์ประกอบหลักที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดดิจิทัล ส่วนการส่งเสริมการตลาดผ่านโฆษณาออนไลน์และสื่อสังคมมีผลมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า การใช้เทคโนโลยี เช่น Facebook มีบทบาทสูงสุด เพราะอาจเนื่องมาจากเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่ายและมีผู้ใช้จำนวนมากในกลุ่มเกษตรกร ตรงกับงานของ Alalwan et al. (2017) ที่พบว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และจูงใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ในด้านข้อเสนอเชิงนวัตกรรม เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ การสร้างแบรนด์รวมของผลิตภัณฑ์ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการจัดการการตลาด สอดคล้องกับแนวคิดของ Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) ที่ชี้ว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและการสร้างเอกลักษณ์แบรนด์จะช่วยเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนของธุรกิจ อีกทั้งสอดรับกับงานวิจัยของ Pereira et al. (2020) ที่พบว่าการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะในภาคการเกษตรช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การวิเคราะห์ข้อมูลตลาด และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นข้อจำกัดสำคัญ คือ การขาดการสนับสนุนที่ต่อเนื่องจากภาครัฐและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการเกษตรต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก เช่น ราคาวัตถุดิบผันผวน และกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง โดยสรุป งานวิจัยนี้เน้นย้ำว่าการตลาดยุคดิจิทัลในภาคการเกษตรไม่เพียงต้องใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ แต่ยังต้องอาศัยการสร้างคุณภาพสินค้า การสร้างแบรนด์ การพัฒนาทักษะบุคลากร และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



รูปที่ 2: นวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ที่มา: ผู้วิจัย

จากรูปที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำให้สามารถเสนอนวัตกรรมการจัดการการตลาดยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 8 นวัตกรรม (8P's) ได้แก่ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) นวัตกรรมด้านราคา (Price) 3) นวัตกรรมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) นวัตกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) นวัตกรรมด้านบุคลากร (People) 6) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process) 7) นวัตกรรมด้านลักษณะทางกายภาพ และ 8) นวัตกรรมด้านพันธมิตรทางการค้า (Partnership) นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

1. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ยังคงมีความสำคัญในยุคดิจิทัล แต่จำเป็นต้องบูรณาการกับกรอบแนวคิดใหม่ เช่น 4E's (Experience, Exchange, Everyplace, Evangelism) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่เน้นประสบการณ์และคุณค่าเชิงอารมณ์มากกว่าราคา

2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการสร้างคุณค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นแบบจำลองทางทฤษฎีใหม่ในด้าน “Digital Agricultural Marketing Innovation Framework” เพื่ออธิบายการพัฒนาเชิงบูรณาการของสินค้าเกษตรในยุคดิจิทัล

3. แนวคิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ ทฤษฎีที่อาศัยทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-Based View: RBV) ควรถูกนำมาใช้ในการศึกษาการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของสินค้าชุมชนในตลาดดิจิทัลเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรกำหนด นโยบายสนับสนุนการตลาดดิจิทัลเกษตรอย่างเป็นระบบ โดยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี AI, Big Data และระบบโลจิสติกส์อัจฉริยะเพื่อยกระดับศักยภาพของเกษตรกรและศูนย์ เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2. กระทรวงเกษตรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดตั้ง “แพลตฟอร์มกลางสินค้าเกษตรดิจิทัลระดับจังหวัด” เพื่อรวบรวมข้อมูลสินค้า การตลาด และมาตรฐานคุณภาพ (เช่น GI, GAP, Organic) ในรูปแบบที่โปร่งใสและตรวจสอบได้

3. รัฐควรสนับสนุนการพัฒนาทักษะ Digital Literacy และ Content Creation ให้แก่เกษตรกรรุ่นใหม่และผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และ E-commerce อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม (AIC) ควรพัฒนาหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, และ Shopee ให้แก่เกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. ควรจัดตั้ง ทีมที่ปรึกษาด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Coach) เพื่อให้คำปรึกษาแบบต่อเนื่องแก่เกษตรกร โดยเน้นการวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย การสร้างเนื้อหาเชิงคุณค่า (Content Marketing) และการวางแผน SEO

3. พัฒนา บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า (Brand Identity) ให้สะท้อนเอกลักษณ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น มะพร้าวทับสะแก สับปะรดกุยบุรี หรือทุเรียนป่าละอู เพื่อสร้างความแตกต่างและจดจำได้ในตลาดออนไลน์

4. เสริมสร้าง เครือข่ายพันธมิตรการตลาด ระหว่างศูนย์ AIC มหาวิทยาลัย หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชน เพื่อร่วมกันพัฒนาและส่งเสริมการขายผ่านช่องทางดิจิทัลทั้งในและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบของการใช้ AI และเทคโนโลยีดิจิทัลต่อยอดขายและการบริหารจัดการเชิงธุรกิจของเกษตรกรอย่างเป็นระบบ

2. ควรศึกษาวิจัยโดยควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อศึกษาทั้งเชิงลึกและเชิงปริมาณ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563, 3 มกราคม). *แนวทางการขับเคลื่อนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์*. https://biologic.dld.go.th/webnew/images/file/news_reception/doc_vien/แนวทางการขับเคลื่อนกระทรวงเกษตร_สรุป.pdf

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563). *รายงานสถานการณ์การเกษตรและสหกรณ์ปี 2563*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์กรมประชาสัมพันธ์.

ปิยภา แดงเดช. (2565). *การจัดการนวัตกรรมในองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิชาการ.

ศศิมา สุขสว่าง. (2563). *9 Thinking Skills*. สืบค้น 13 กันยายน 2568, จาก https://www.sasimasuk.com/16805006/การคิดเชิงนวัตกรรม-innovative-thinking

สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). *การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567, กรกฎาคม). *สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศปี 2567*. https://oae.go.th/uploads/files/2025/08/07/853f981624250b80.pdf

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2567, 31 ตุลาคม). *ประจวบคีรีขันธ์ Info graphic ข้อมูลพื้นฐานจังหวัด*. https://www.opsmoac.go.th/prachuapkhirikhan-dwl-files-462791791873

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2562). *นวัตกรรมเพื่ออนาคต*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.

ศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2566). *รายงานการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตร.* ประจวบคีรีขันธ์: สำนักพิมพ์ศูนย์เทคโนโลยีเกษตร.

อนันตพร พุทธัสสะ. (2563). การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ, 2(1), 12–21.* https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/252403

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017*).* Digital marketing adoption: Insights from the literature*. Journal of Business Research*, *80*, 10–27.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow: Pearson.

Gulick, L., & Urwick, L. (Eds.). (2013). *Notes on the theory of organization. Papers on the science of administration* (pp. 1–45). Mansfield Centre, CT: Martino Publishing.

Hamel, G. (2007). *The future of management.* Boston. Harvard Business School Press. https://www.garyhamel.com/sites/default/files/uploads/future_of_management.pdf?utm_source=chatgpt.com

Henry, F. (2017). *General and industrial management (C. Storrs, Trans.).* Mansfield Centre, CT: Martino Publishing.

Henri, F. (2017). *Administration Industrielle et Générale.* Forgotten Books.

Keeley, L., Pikkel, R., Quinn, B., & Walters, H. (2013). *Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs*. Hoboken: Wiley.

Kotler, P. (2003). *Marketing management (11th ed.).* Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed., pp. 689–691). Pearson Education.

Liao, S., Zhang, Y., Liu, W., & Xu, D. (2020). *Simulation of online marketing strategy for agricultural products brand based on differences in opinion leaders' attitudes.* Mathematical Problems in Engineering, 2020, 1–13. https://doi.org/10.1155/2020/8891865

Liao, C., To, P., & Chen, Y. (2020). Digital marketing strategies in the age of Industry 4.0. *Journal of Business Research,* 120, 234–245.

Li, Qingya. (2021). Innovation: A key concept for the Thai economy and society. *Journal of Organizational Development*, 15(3), 45–59.

Mayo, E. (1933). *The human problems of an industrial civilization*. New York: Macmillan.

Nagy, S., & Hajdu, G. (2022). *The relationship between content marketing and the traditional marketing communication tools.* Retrieved ตุลาคม 9, 2025., from. https://real.mtak.hu/125554/1/SF-2021-1_110.pdf

Pereira, H., et al. (2020). Innovation in digital marketing for SMEs. *Journal of Small Business Management, 58*(3), 456–472.

Sharma, A., & Sheth, J. (2020). Resurgence of digital marketing post-COVID-19. *Industrial Marketing Management, 88*, 238–247.

Sivia, A. (2019). The importance of social media and digital marketing to attract millennials' behavior as a consumer. *International Journal of Scientific & Technology Research*, *8*(2), 80–84.

Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. Kogan Page.

Wongprawmas, R., Canavari, M., & Waisarayutt, C. (2020). Consumer behavior in the digital age. *Journal of Marketing Analytics*, 8, 45–59.

กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช : ศึกษากรณีการเลือกตั้ง พ.ศ. 2567

Election Campaign Strategies of Candidates for the Chief Executive Officer of the Nakhon Si Thammarat Provincial Administrative Organization: A Case Study of the B.E. 2567 (2024) Election

ณัฐพล สุขบาล[1] และ พีระพงศ์ สุจริตพันธ์[2]

Nattapon Sukban[1] and Peerapong Sutcharitpan[2]

[1]นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[2] อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[1]Master's degree student in Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University.

[2]Lecturer, Master of Political Science Program, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Email 6655714002@nstru.ac.th[1], peerapong_sut@nstru.ac.th[2]

Received: Oct. 01, 2025; **Revised: Nov.** 19, 2025; **Accepted: Nov.** 20, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2) เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช การดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กรอบแนวคิดการตลาดทางการเมือง ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อออนไลน์ของผู้สมัคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สมัครมีการผสมผสานกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง กลยุทธ์แบบผสมผสาน ทั้งในรูปแบบการพบปะประชาชนโดยตรงและการใช้สื่อดิจิทัลโดยเฉพาะเฟซบุ๊กและติ๊กต็อก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และ 2) ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ สะท้อนให้เห็นความแตกต่างระหว่างการเมืองแบบดั้งเดิม ที่เบอร์ 1 และ 3 ใช้ ซึ่งยึดเครือข่ายท้องถิ่น กับการเมืองสมัยใหม่ ที่เบอร์ 2 และ 4 ใช้ ซึ่งปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อสร้างภาพลักษณ์มากขึ้น การวิจัยนี้มีประโยชน์เชิงปฏิบัติสำหรับผู้สมัครในการประยุกต์ใช้กลยุทธ์แบบผสมผสานที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล อีกทั้งยังมีข้อเสนอแนะเชิงการจัดการในการพัฒนาทักษะการสื่อสารดิจิทัล และเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อสร้างประชาธิปไตยท้องถิ่นที่เข้มแข็ง

คำสำคัญ : กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช การเลือกตั้ง พ.ศ. 2567 การตลาดทางการเมือง 4Ps การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

Abstract

This research aims to 1) study the election campaign strategies of the candidates for the Chief Executive Officer of the Nakhon Si Thammarat Provincial Administrative Organization, and 2) compare the election campaign strategies of the candidates for the Chief Executive Officer of the Nakhon Si Thammarat Provincial Administrative Organization. The methodology employed was qualitative research, utilizing the political marketing framework to analyze data gathered from in-depth interviews and content

analysis of the candidates' online media.The results revealed that: 1) The candidates combined political communication strategies (a Hybrid Strategy), incorporating both direct public engagement and the use of digital media, particularly Facebook and TikTok, to effectively build image, credibility, and reach target audiences; and 2) The comparison of strategies reflected a difference between traditional politics, used by candidates 1 and 3, which relied on local networks, and modern politics, used by candidates 2 and 4, which adapted to the digital age to build a stronger image.This research offers practical implications for candidates in applying data-driven hybrid strategies. It also provides managerial recommendations for developing digital communication skills and suggests that relevant agencies should promote public participation to foster a stronger local democracy.

Keywords: Campaign strategy,Chief Executive Officer of the Nakhon Si Thammarat Provincial Administrative Organization, political marketing 4Ps, political image-building

บทนำ

ประเทศไทยในการกรระจายอำนาจการเมืองมี 2 ระดับ คือระดับชาติ ระดับท้องถิ่น การเลือกตั้งท้องถิ่นถือเป็นกลไกสำคัญในการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมและกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่นด้วยตนเอง ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (นายก อบจ.) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนโยบายและบริหารจัดการพื้นที่ นครศรีธรรมราชในฐานะจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ผู้สมัครทุกคนจำเป็นต้องนำเสนอกลยุทธ์รณรงค์หาเสียงที่เหมาะสมกับพลวัตของพื้นที่ การแข่งขันเลือกตั้งที่ผ่านมาเป็นไปอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะในยุคที่สื่อดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมทางการเมืองและการสื่อสารกับประชาชนอย่างกว้างขวาง

การเลือกตั้ง (Election) ถือเป็นหัวใจสำคัญและเป็นกลไกพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตยแบบมีผู้แทน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2559) เนื่องจากเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนในฐานะเจ้าของอำนาจอธิปไตยได้แสดงเจตจำนงในการคัดเลือกบุคคลเพื่อเข้าไปทำหน้าที่เป็น ผู้นำ หรือ ผู้แทน ในการใช้อำนาจรัฐเพื่อบริหารองค์กรและกำหนดนโยบายสาธารณะ (สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ, ม.ป.ป.) กระบวนการนี้จึงเป็นการสร้างความชอบธรรม (Legitimacy) ให้กับตัวผู้ปกครองและระบบการเมือง ในบริบทของการปกครองส่วนท้องถิ่น การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจึงเป็นเครื่องมือของประชาชนในการส่งผ่านข้อเรียกร้องและความต้องการ เพื่อให้ได้ผู้นำที่สามารถบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ตอบสนองต่อปัญหาในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง (วุฒิสภา, ม.ป.ป.)

กระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเพื่อให้ได้มาซึ่งผู้นำนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างเสรีโดยสมบูรณ์ แต่ดำเนินอยู่ภายใต้กรอบกติกาของกฎหมายและข้อบังคับ (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2562 และระเบียบคณะกรรมการการเลือกตั้งว่าด้วยวิธีการหาเสียงและลักษณะต้องห้ามในการหาเสียงเลือกตั้งฯ พ.ศ. 2563 (คณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2563) ซึ่งกฎหมายและระเบียบดังกล่าวได้กำหนด ข้อห้าม (Prohibitions) ไว้อย่างชัดเจน เช่น การห้ามมิให้ผู้สมัครจัดเลี้ยงมหรสพหรือการรื่นเริง การห้ามซื้อเสียงหรือให้ผลประโยชน์ตอบแทน และการห้ามข้าราชการการเมืองใช้ตำแหน่งหน้าที่โดยมิชอบเพื่อช่วยเหลือผู้สมัคร (พระราชบัญญัติการเลือกตั้งฯ, 2562) ข้อจำกัดทางกฎหมายเหล่านี้จึงกลายเป็นตัวแปรสำคัญที่บีบให้นักการเมืองและผู้สมัครต้องออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารและการหาเสียง (Campaign Strategies) ที่มีความซับซ้อน เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้กติกาที่มีอยู่

องค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นรูปแบบการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง โดยในระดับจังหวัด ได้จัดให้มีสภาจังหวัด เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2476 เพื่อเป็นองค์การ ตัวแทนของประชาชน มีหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่คณะกรรมการ

จังหวัด แยกต่างหากจากการบริหารราชการส่วน ภูมิภาค โดยถือเป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นตามกฎหมายแต่ยังมิได้มีฐานะเป็นนิติบุคคล ต่อมาได้มี พระราชบัญญัติสภาจังหวัด พ.ศ. 2481 ซึ่งกำหนดให้สภาจังหวัดประกอบด้วยราษฎรที่ได้รับการเลือกตั้งขึ้นมา ภายในจังหวัด ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการจังหวัดในการดำเนินกิจการของท้องถิ่น แต่การดำเนินการดังกล่าวกลับต้องอาศัยระเบียบแบบแผนและนโยบายของราชการส่วนกลาง งบประมาณที่ใช้ในการ ดำเนินงานก็ใช้งบประมาณจากส่วนกลาง การดำเนินงานจึงไม่มีผลในทางปฏิบัติมากนักสภาจังหวัดไม่มีบทบาทใด ๆ ในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 โดย กำหนดให้การปกครองท้องถิ่นรูปแบบองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในปัจจุบันมีฐานะเป็นหน่วยการปกครอง ท้องถิ่นและเป็นนิติบุคคล แยกออกจากการบริหารราชการส่วนภูมิภาค โดยมีเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบได้แก่เขต จังหวัด หรือบริเวณเนื้อที่อาณาเขตจังหวัดทั้งหมด ไม่จำกัดว่าจะอยู่ในเขตการปกครองท้องถิ่นอื่น เช่น เทศบาลองค์การบริหารส่วนตำบลและมีลักษณะโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงจากการที่ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็น นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยตำแหน่งปรับเปลี่ยนเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจากการเลือกตั้งของสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด รวมทั้งบทบาท และหน้าที่อื่น ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง ตาม พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 ต่อมาได้มีการประกาศปรับปรุงพระราชบัญญัติองค์การ บริหารส่วนจังหวัด (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2546 โดยให้นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน การเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนทำให้ผู้สมัครต้องปรับตัวใน ด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม บุคลิกภาพ การสื่อสาร เป็นต้น เพื่อ ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ในขณะเดียวกันต้องนำาเสนอ นโยบาย ผ่านช่องทางการสื่อสาร หาผู้สนับสนุน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญใช้ในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครซึ่งล้วนแล้วแต่มี ค่าใช้จ่ายและเป็นมูลค่าจำนวนมากเนื่องจากครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัด (นิรัตน์ เพชรรัตน์ และคณะ, 2564)

การตลาดทางการเมืองที่ใช้หลักการตลาดในการขายความคิดและตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยทำเป็นนโยบายเพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมากที่สุดโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดในการรณรงค์ด้วยองค์ประกอบ 3 ประการด้วยกัน คือ การจำแนกส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้เลือกตั้ง การวางตำแหน่งของผู้สมัครและพรรค (Candidate Party Positioning) และการจัดทำแผนและการนำไปปฏิบัติ การตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่เรียกว่าส่วนผสมทางการตลาด 4Ps จากหลัก 4Ps ทางการตลาดได้ถูกนำมาประยุกต์เป็นหลัก 4Ps ทางการเมือง ดังนี้คือ product คือผลิตภัณฑ์ทางการเมือง Push Marketing คือตลาดแบบผลักดัน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและผู้สมัครผ่านทางกลไกของพรรคสู่สมาชิพรรคและผู้สนับสนุนพรรคในระดับท้องถิ่น โดยใช้สื่อของพรรคเป็นหลัก Pull Marketing คือการตลาดแบบดึงดูด เป็นการรณรงค์ผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ Polling คือการหยั่งเสียงเพื่อสำรวจความคิดเห็น เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการที่จะได้ข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำนโยบาย และตรวจสอบประสิทธิผลของการรณรงค์เลือกตั้ง ดังนั้นสรุปได้ว่าการจัดทำแผนกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจะประสบความสำเร็จได้นั้นผู้สมัครรับเลือกตั้งจะต้องปฏิบัติตามกระบวนการของการจัดทำกลยุทธ์ 3 ขั้นตอน โดยเริ่มต้นด้วยขั้นตอนการวางแผนด้วยการวิเคราะห์ตลาดโดยใช้ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยส่วนบคคลและปัจจัยด้านคู่แข่งหลังจากวางแผนเรียบร้อยแล้ว จึงนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนสุดท้ายคือการควบคุมและติดตามผลการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนและเพื่อที่จะสามารถดำเนินการแก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังพบว่าสภาพแวดล้อมทางการเมืองถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างมากแบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างทางการเมือง ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มอำนาจ 7 กลุ่ม ได้แก่ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ที่ปรึกษามืออาชีพ ผู้ทำโพล สื่อมวลชน พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มกดดันผู้เลือกตั้ง

ปัจจุบันมีสื่อสังคมออนไลน์ขึ้นมาทำหน้าที่เป็นสื่อหลักที่ประชาชนสื่อสาร ประชากรไทยกว่าร้อยละ 75 หรือ 3 ใน 4 คนไทย ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้นักการเมืองนิยมสื่อสารภาพลักษณ์ทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ กลายเป็น อาวุธใหม่ หรือเครื่องมือของนักการเมือง และพรรคการเมืองอันนำพาไปสู่เป้าหมาย

ระบุว่า การเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมาในปี 2562 เป็นการเลือกตั้ง ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเต็มที่เป็นครั้งแรกของเมืองไทย หรือ The First Social Media Election ประกอบกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วย การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 ที่ระบุว่า ห้ามนักการเมืองหาเสียง เลือกตั้งทางวิทยุกระจายเสียง ส่งผลให้การสื่อสารภาพลักษณ์ทางการเมืองผ่านสื่อ มิติการสื่อสารกับการเมืองไทย ถือเป็นอีกสิ่งที่น่าสนใจที่จะทำให้เห็นมุมมอง วิธีคิด การออกแบบสารและกลยุทธ์ในการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ในการหาเสียง จึงถูกสร้างสรรค์ ออกมาให้ดูสวยหรู น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยข้อความผ่านแผ่นป้ายหาเสียง การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การออกอีเว้นท์ปราศรัย การลงพื้นที่หาเสียงตามชุมชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วน แล้วแต่เป็นปรากฏการณ์การสื่อสารที่ถูกออกแบบและใช้กลวิธีในการสื่อสารของพรรคการเมือง เพื่อช่วงชิงพื้นที่ในการแสดงตัวตน จุดยืน ทำให้ประชาชนหรือผู้รับสารรู้สึกพึงพอใจกับพรรค การเมืองนั้น ๆ (เกรียงไกร บุญมั่ง และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์, 2565)

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในสนามเลือกตั้งท้องถิ่นยุคใหม่คือนักการเมืองต้องวางกลยุทธ์รณรงค์หาเสียงที่ผสมผสานทั้งกิจกรรมลงพื้นที่พบปะประชาชน การจัดเวทีปราศรัย และการใช้สื่อใหม่ เช่น Facebook YouTube Line Tiktok เพื่อเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ที่มีบทบาทในการเลือกตั้ง การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์กลยุทธ์ดังกล่าวทั้งเชิงเนื้อหา ช่องทางสื่อสาร และการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองในระดับท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลัก คือ กลยุทธ์แบบเดิม (Traditional Strategies) เป็นแนวทางที่เน้นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งในวงกว้างผ่านช่องทางแบบดั้งเดิม เช่น การใช้โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และป้ายหาเสียง รวมถึงการรณรงค์แบบรากหญ้า (Grassroots Mobilization) เช่น การลงพื้นที่พบปะประชาชนโดยตรงและการเดินเคาะประตูบ้าน ซึ่งยังคงมีบทบาทสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคล และกลยุทธ์แบบใหม่ (New/Modern Strategies) ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลขนาดใหญ่ ทำให้การหาเสียงมีความแม่นยำและเป็นส่วนตัวมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการเผยแพร่สาร สร้างปฏิสัมพันธ์แบบสองทาง และการใช้ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงจุลภาค (Microtargeting)

สำหรับบริบทของการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีการแข่งขันสูง ผู้สมัครแต่ละรายจึงต้องใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2567 ซึ่งได้จัดขึ้นเมื่อวันอาทิตย์ที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 พบว่า นางสาววาริน ชิณวงศ์ (หมายเลข 2) เป็นผู้ชนะการเลือกตั้ง โดยได้รับคะแนนเสียงนำเป็นอันดับ 1 ด้วยจำนวน 328,078 คะแนน ในขณะที่ นางกนกพร เดชเดโช (หมายเลข 1) อดีตนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้รับคะแนนเสียงเป็นลำดับที่สอง ด้วยจำนวน 294,832 คะแนน สำหรับผู้สมัครรายอื่น ๆ ได้แก่ นายสัณหพจน์ สุขศรีเมือง (หมายเลข 4) ได้รับ 10,208 คะแนน และ นายอาญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ (หมายเลข 3) ได้รับ 1,330 คะแนน ทั้งนี้ การเลือกตั้งดังกล่าวมีจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งสิ้น 1,210,834 คน โดยมีผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งจำนวน 675,729 คน คิดเป็นร้อยละ 55.81 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด (pptv online, 2024; Thai PBS, 2024; Thaipost, 2024) และจากเพจ Facebook ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการเลือกตั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในบริบทของการเมืองท้องถิ่น ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่การศึกษาครั้งนี้มุ่งทำความเข้าใจและวิเคราะห์เชิงลึก

จากบริบทการแข่งขันที่สูงและผลการเลือกตั้งที่น่าสนใจของการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2567 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตทางการเมืองท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการใช้กลยุทธ์ที่ผสมผสานระหว่างรูปแบบดั้งเดิมและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากขึ้นผลและการแข่งขันผู้สมัครใหม่ที่สามารถชนะผู้สมัครคนเก่าซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์และชำนาญพื้นที่เป็นอย่างดี ประกอบกับหมายเลขอื่นมีการสนับสนุนจากประชาชนและเคยสมัครในนามพรรคการเมือง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาเรื่องกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช : ศึกษากรณีการเลือกตั้ง พ.ศ. 2567 ในเชิงลึก เพื่อต้องการทำ

ความเข้าใจว่าผู้สมัครแต่ละรายมีวิธีการสร้างความแตกต่าง การนำเสนอภาพลักษณ์และนโยบายผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างไร และกลยุทธ์ของแต่ละผู้สมัครมีความแตกต่างประการใดบ้าง

การเลือกตั้งท้องถิ่น (อบจ.) พ.ศ. 2563 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสูง ซึ่งงานวิจัยยุคใหม่ (พ.ศ. 2563-2567) ก็ได้เริ่มศึกษาปรากฏการณ์นี้ โดยมุ่งเน้นไปที่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (กานต์ บุญศิริ, 2565) หรือกลยุทธ์การสื่อสาร ในภาพรวม (ภัทราวดี อินทแสน, 2566) โดยยอมรับว่าปัจจัยดั้งเดิมอย่าง บ้านใหญ่ (ฐิฏิวัจน์ สุจริต และคณะ, 2563) ยังคงมีอยู่ อย่างไรก็ตาม ช่องว่างการวิจัย (Research Gap) ที่สำคัญคือ ยังขาดการศึกษาที่เชื่อมโยง กลยุทธ์เหล่านี้เข้ากับ กรอบการตลาดทางการเมือง 4Ps (Product Push Pull Polling) อย่างเป็นระบบ แม้จะมีงานวิจัยที่ใช้ 4Ps (เช่น เอกพล มาสู่สุข และนันทนา นันทวโรรภาศ, 2567) แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมถึงนวัตกรรมใหม่ที่ซับซ้อน (เช่น การใช้ TikTok และ Social Listening) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างนี้ เพื่อประยุกต์ใช้กรอบ 4Ps ในการอธิบายกลยุทธ์การหาเสียงแบบผสมผสาน (Hybrid Strategy) ในบริบทการเลือกตั้ง อบจ. พ.ศ. 2567 ที่มีความซับซ้อนสูง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

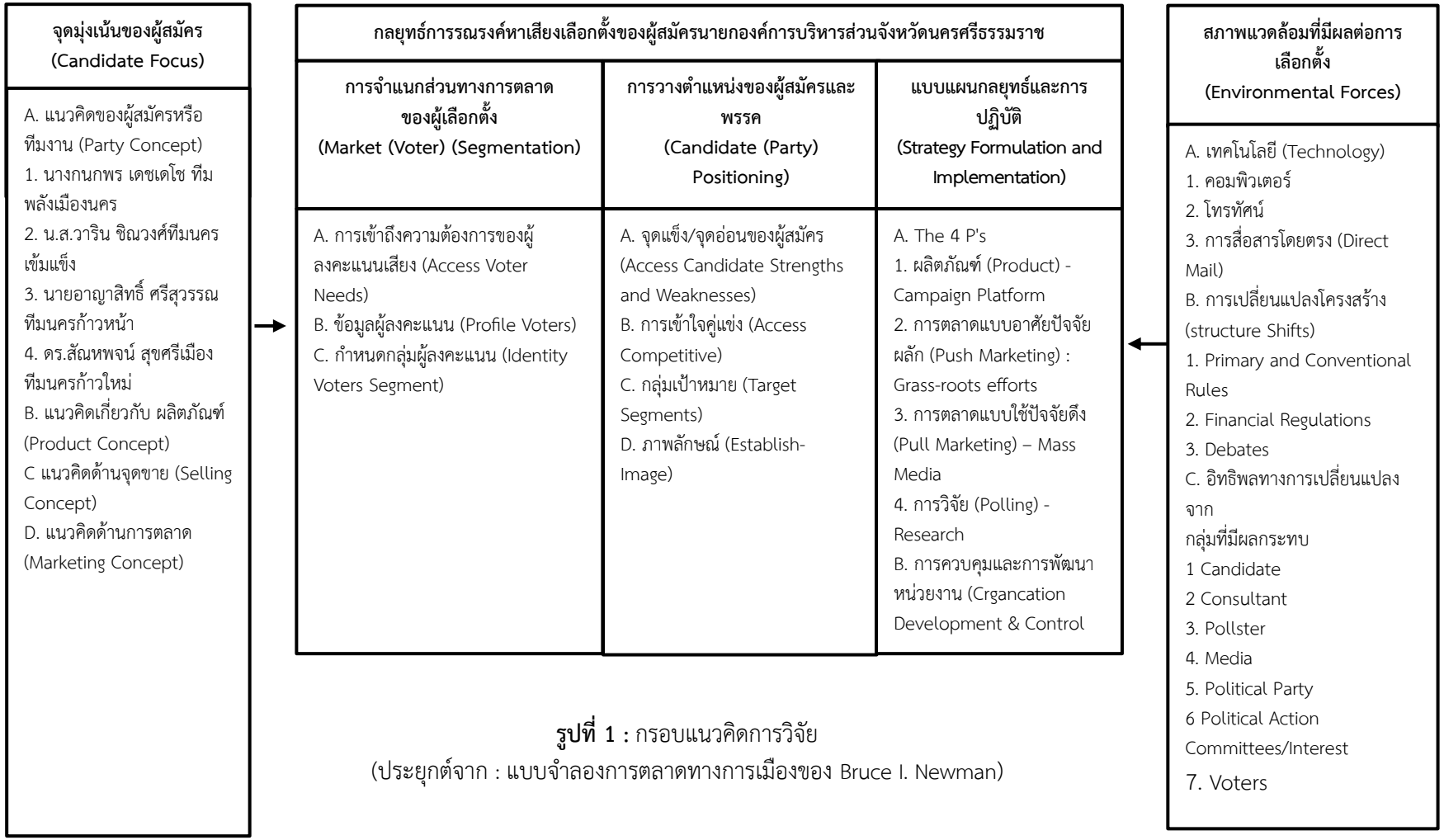
การวิจัยนี้ใช้กรอบการตลาดทางการเมือง 4Ps (Newman, 1999) เป็นแกนหลักในการวิเคราะห์ โดยการทบทวนวรรณกรรมยุคใหม่ (พ.ศ. 2563-2567) พบว่ากรอบแนวคิดนี้ยังคงมีประสิทธิภาพในการอธิบายกลยุทธ์การหาเสียงแบบ "ผสมผสาน" (Hybrid) ในปัจจุบัน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงแนวคิดและงานวิจัยจริงได้ดังนี้

Product (สินค้า) และ Push (การผลัก): กลยุทธ์ดั้งเดิมในบริบทใหม่ Product (สินค้า) คือ ตัวผู้สมัคร นโยบาย และภาพลักษณ์ และ Push (การตลาดเชิงผลัก) คือ กลยุทธ์ดั้งเดิมที่ใช้เครือข่ายในการ ผลัก สารไปหาผู้รับ (Berlo, 1960) เช่น การปราศรัย, รถแห่, และหัวคะแนน งานวิจัยยุคใหม่ ยืนยันว่ากลยุทธ์ Push ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกตั้งท้องถิ่น โดย ฐิฏิวัจน์ สุจริต และคณะ (2563) ชี้ว่าปัจจัย บ้านใหญ่ (Baan Yai) และเครือข่ายหัวคะแนน (Push) ยังคงเป็นปัจจัยชี้ขาดที่มีอิทธิพลสูงในการเลือกตั้ง อบจ. ขอนแก่น สอดคล้องกับ ภัทราวดี อินทแสน (2566) ที่พบว่านักการเมืองท้องถิ่น (สมุทรปราการ) ยังคงต้องใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Push) และการลงพื้นที่พบปะประชาชน เพื่อสร้าง "สินค้า" (Product) คือภาพลักษณ์ที่เข้าถึงง่าย

Pull (การดึง): กลยุทธ์สื่อใหม่และการมีส่วนร่วมในขณะเดียวกัน Pull (การตลาดเชิงดึง) คือ การใช้สื่อใหม่ "ดึง" ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและค้นหาข้อมูลเอง (Lasswell, 1948) ได้กลายเป็นหัวใจสำคัญของแคมเปญยุคใหม่ งานวิจัยของ กานต์ บุญศิริ (2565) (อบจ. สงขลา) ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ชัดเจน โดยพบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook และ TikTok (Pull) อย่างเข้มข้น เพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการกำหนดประเด็นเนื้อหา (Content) และนำเสนอนโยบาย (Product) ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับงานของ เอกพล มาสู่สุข และนันทนา นันทวโรรภาศ (2567) (อบจ. สุราษฎร์ธานี) ที่ยืนยันว่าการประยุกต์ใช้ 4Ps โดยเฉพาะกลยุทธ์ Pull ผ่านสื่อออนไลน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้สมัครชนะการเลือกตั้งในยุคปัจจุบัน

Polling (การสำรวจ): การใช้ข้อมูลและความเป็นมืออาชีพ สุดท้าย Polling (การสำรวจ) ในยุคใหม่ได้เปลี่ยนรูปจากการทำโพลล์แบบดั้งเดิม ไปสู่การใช้ข้อมูล (Data-driven) นี่คือจุดเชื่อมโยงกับ แนวคิดการเมืองแบบมืออาชีพ (Political Professionalization) (Gibson & Römmele, 2009) ซึ่งอธิบายกระบวนการที่แคมเปญเปลี่ยนจากการพึ่งพาอาสาสมัคร ไปสู่การบริหารจัดการแบบมืออาชีพที่ใช้ข้อมูลเพื่อปรับกลยุทธ์ เช่น การใช้ Social Listening เพื่อติดตามความคิดเห็นของประชาชน (Polling) ที่พบในงานวิจัยนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย
(ประยุกต์จาก : แบบจำลองการตลาดทางการเมืองของ Bruce I. Newman)

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้ (ภาพที่ 1) อธิบาย “กระบวนการ” (Process) ที่นำไปสู่ “ผลลัพธ์” (Output) คือ “แบบแผนกลยุทธ์และการปฏิบัติการ” (Strategy Formulation) หรือการตลาด 4Ps (Product, Push, Pull, Polling) ที่ผู้สมัครใช้ ในการหาเสียง โดยกระบวนการนี้เริ่มต้นจากการที่ผู้สมัครต้อง “จำแนกส่วนทางการตลาด” (Market Segmentation) (เช่น การวิเคราะห์ความต้องการผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง) เพื่อนำไปสู่ขั้นต่อไปคือ “การวางตำแหน่งของผู้สมัคร” (Candidate Positioning) (คือการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนเทียบกับคู่แข่ง) ก่อนจะสรุปออกมาเป็นกลยุทธ์ 4Ps ที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม กระบวนการทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ (Segmentation > Positioning > Strategy) จะถูกกำหนดทิศทางหรือมีข้อจำกัดจาก 2 ปัจจัยสำคัญ คือ 1) “จุดมุ่งเน้นของผู้สมัคร” (Candidate Focus) (เช่น อุดมการณ์, แนวคิดการขาย) ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และ 2) “สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกตั้ง” (Environmental Forces) (เช่น กฎหมาย, เทคโนโลยี, สื่อ) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้และส่งผลกระทบต่อทุกส่วนของแคมเปญ

ในการวิเคราะห์จุดยืนของผู้สมัคร ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดอุดมการณ์ทางการเมือง ได้แก่ อนุรักษ์นิยม เสรีนิยม และประชานิยม ซึ่งอุดมการณ์เหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนด “ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง (Political Product)” ของผู้สมัคร ทั้งในด้านภาพลักษณ์ คุณค่าทางการเมือง และทิศทางของนโยบายที่นำเสนอ

1.อนุรักษ์นิยม (Conservatism)

ผู้สมัครที่ยึดแนวคิดอนุรักษ์นิยมมักเน้นการคงไว้ซึ่งโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิม การสื่อสารทางการเมืองจึงมักใช้การลงพื้นที่พบปะประชาชนและเครือข่ายท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ Push Marketing

2.เสรีนิยม (Liberalism)

ผู้สมัครแนวเสรีนิยมมักนำเสนอวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง การเปิดพื้นที่ทางการเมือง และการบริหารเชิงนวัตกรรม การสื่อสารมักใช้ Pull Marketing ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อดึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และผู้มีแนวคิดสมัยใหม่

3.ประชานิยม (Populism)

ผู้สมัครแนวประชานิยมเน้นการนำเสนอวาทกรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง และนโยบายที่ตอบโจทย์ชีวิตประจำวัน เนื้อหามักใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและกระตุ้นอารมณ์ ซึ่งผสานทั้ง Push Marketing (ลงพื้นที่) และ Pull Marketing (กระจายเนื้อหาไวรัลบนออนไลน์)

ดังนั้น อุดมการณ์ทางการเมืองทำหน้าที่เป็น พื้นฐานเชิงค่านิยม ที่หล่อหลอม ภาพลักษณ์ทางการเมือง (Image Establishment) และเป็นตัวกำหนดทิศทางของการใช้เครื่องมือทางการตลาดการเมือง 4Ps ของผู้สมัคร

จุดมุ่งเน้นของผู้สมัคร (Candidate Focus) : เป็นจุดเริ่มต้นของการกำหนด ผลิตภัณฑ์ ทางการเมือง ซึ่งในงานวิจัยนี้คือ ตัวผู้สมัครเอง โดยจะพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิดของพรรค แนวคิดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (ผู้สมัคร) แนวคิดด้านจุดขาย และแนวคิดด้านการตลาด เพื่อสร้างตัวตนของผู้สมัครให้มีความน่าสนใจและแตกต่างจากคู่แข่ง

กระบวนการรณรงค์ทางการตลาด (The Marketing Campaign) : เป็นขั้นตอนหลักในการดำเนินกลยุทธ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ

1.การจำแนกส่วนทางการตลาดของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (Market Segmentation) : คือการทำความเข้าใจและแบ่งกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยพิจารณาจากความต้องการ (Access Voter Needs) ข้อมูลของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (Profile Voters) และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Identity Voter Segments) เพื่อวางแผนการสื่อสารให้ตรงจุด

2.การกำหนดตำแหน่งของผู้สมัครและพรรค (Candidate/Party Positioning) : คือการสร้างจุดยืนที่ชัดเจน โดยวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้สมัคร (Candidate Strengths and Weaknesses) ทำความเข้าใจคู่แข่ง (Access Competitive) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร (Target Segments) และสร้างภาพลักษณ์ (Establish Image) ให้เป็นที่จดจำ

3.แบบแผนกลยุทธ์และการปฏิบัติ (Strategy Formulation and Implementation) : คือการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ โดยใช้หลักการตลาด 4Ps ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) คือนโยบายและเวทีหาเสียง, การตลาดแบบผลักดัน

(Push Marketing) คือการลงพื้นที่และใช้เครือข่ายเข้าถึงประชาชนโดยตรง, การตลาดแบบดึงดูด (Pull Marketing) คือการใช้สื่อมวลชนเพื่อสร้างกระแส, และการหยั่งเสียง (Polling) คือการสำรวจข้อมูลเพื่อปรับกลยุทธ์ ควบคู่ไปกับการควบคุมและพัฒนาทีมงาน (Organization Development & Control)

สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกตั้ง (Environmental Forces) : คือปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการหาเสียงทั้งหมด ได้แก่ เทคโนโลยี, การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง เช่น กฎระเบียบทางการเงิน การโต้วาที และอิทธิพลจากกลุ่มต่าง ๆ เช่น ที่ปรึกษา, ผู้จัดทำโพล, สื่อมวลชน, พรรคการเมือง และตัวผู้มีสิทธิเลือกตั้งเอง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 84 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้ (1) นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์และการสื่อสารทางการเมือง 5 คน (2) ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 10 คน และ (3) ประชาชนที่ไปใช้สิทธิเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช ครอบคลุมทั้ง 23 อำเภอ อำเภอละ 3 ท่าน รวม 69 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้ข้อมูล ส่วนที่ 2การประเมินกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครแต่ละท่าน (เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2) ส่วนที่ 3 อิทธิพลของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกตั้ง (Environmental Forces) และส่วนที่ 4 คำถามสรุปและข้อเสนอแนะ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านรัฐศาสตร์และการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้มีความสมบูรณ์ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยมีขั้นตอนดังนี้:

1.การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data): ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กฎหมาย และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และประกอบการสัมภาษณ์

2.การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data): ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ, ผู้บริหารท้องถิ่น, และประชาชน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

3.ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและทำการนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก

4.ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ในระหว่างการสัมภาษณ์ได้มีการบันทึกเสียง (โดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล) และจดบันทึกประเด็นสำคัญประกอบ

5.เมื่อเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเสียงมาถอดความเป็นข้อความ (Transcription) เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารและสื่อออนไลน์ และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 84 คน จากนั้น

นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) และใช้เทคนิคการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation และ Methodological Triangulation) เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช : ศึกษากรณีการเลือกตั้ง พ.ศ. 2567 ได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.1 ผลการศึกษากลยุทธ์การรณรงค์หาเสียง (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

จุดมุ่งเน้นของผู้สมัคร (Candidate Focus)

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้สมัครได้สร้าง “ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง” (Political Product) จากการกำหนดตัวตนและภาพลักษณ์ของตนเองให้เป็นที่ยอมรับ โดยใช้แนวคิดทางการตลาดเพื่อเน้นจุดขาย (Selling Concept) และสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านแนวคิดเชิงนโยบาย ประสบการณ์การทำงาน หรือคุณลักษณะส่วนบุคคล การกำหนดตัวตนในลักษณะนี้มีนัยสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและการจดจำในหมู่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

การจำแนกส่วนตลาดผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (Market Segmentation)

ผู้สมัครนำกระบวนการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) มาใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยอาศัยข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ (Demographics) สังคมศาสตร์ (Sociographics) และเครือข่ายชุมชน (Community Networks) เพื่อจำแนกกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน กลยุทธ์นี้ช่วยให้ผู้สมัครสามารถออกแบบสารทางการเมือง (Political Message) ที่ตรงกับความคาดหวังของกลุ่มประชาชนแต่ละประเภท ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดการเมืองที่มุ่งสร้าง “ความสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม” (Targeted Relationship)

การกำหนดตำแหน่งของผู้สมัครและพรรค (Candidate/Party Positioning)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้สมัครได้กำหนดตำแหน่งทางการเมือง (Political Positioning) ของตนเองผ่านการเน้นจุดแข็ง เช่น ความเชี่ยวชาญในการบริหารท้องถิ่นและการเข้าถึงประชาชน ในขณะเดียวกันก็วิเคราะห์จุดอ่อนและกลยุทธ์ของคู่แข่ง (Competitor Analysis) เพื่อตอบสนองเชิงยุทธศาสตร์ การสร้างภาพลักษณ์ (Political Image) จึงไม่ได้เป็นเพียงการโฆษณาชวนเชื่อ แต่เป็นกระบวนการจัดวางผู้สมัครให้อยู่ในตำแหน่งที่ “แตกต่างและเป็นที่จดจำ” ในใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

แบบแผนกลยุทธ์และการปฏิบัติ (Strategy Formulation and Implementation)

ผลการศึกษาเผยให้เห็นว่า ผู้สมัครใช้กลยุทธ์การตลาดการเมืองในลักษณะบูรณาการ โดยอาศัยกรอบ 4Ps ประกอบด้วย

Product (ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง): การนำนโยบายสาธารณะและวิสัยทัศน์มานำเสนอเป็นสารหลักของการหาเสียง

Push Marketing (การตลาดเชิงผลักดัน): การลงพื้นที่พบปะประชาชน การสร้างเครือข่ายสนับสนุน และการใช้กิจกรรมภาคสนามเป็นเครื่องมือ

Pull Marketing (การตลาดเชิงดึงดูด): การใช้สื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ในการสร้างกระแสและขยายการรับรู้

Polling (การสำรวจ): การใช้ผลสำรวจความคิดเห็นเป็นเครื่องมือสะท้อนความต้องการและเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการปรับกลยุทธ์

การบูรณาการทั้ง 4Ps ทำให้กระบวนการหาเสียงมีความยืดหยุ่น สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกตั้ง (Environmental Forces)

ผลการวิจัยยืนยันว่า ปัจจัยภายนอกมีบทบาทอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการรณรงค์หาเสียง โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการสื่อสารการเมือง กฎระเบียบทางการเงินที่กำหนดข้อจำกัดในการดำเนินกิจกรรม

และบทบาทของสื่อมวลชน โพลล์ และกลุ่มผลประโยชน์ที่มีส่วนกำหนดทิศทางของการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การปรับตัวให้สอดคล้องกับพลวัตของสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ถือเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้กลยุทธ์การหาเสียงมีประสิทธิผลสูงสุด

ลักษณะกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2567 ทุกทีม ต่างใช้ กลยุทธ์แบบผสมผสาน (Hybrid Strategy) ซึ่งเป็นการนำกลยุทธ์รูปแบบดั้งเดิมมาใช้ควบคู่กับกลยุทธ์สมัยใหม่ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่หลากหลายได้อย่างครอบคลุม โดยมีลักษณะสำคัญดังนี้

กลยุทธ์แบบดั้งเดิม (Traditional Strategies): เป็นกลยุทธ์ที่ยังคงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความสัมพันธ์และฐานคะแนนเสียงในระดับพื้นที่ ประกอบด้วย การลงพื้นที่พบปะประชาชน โดยตรง (Grassroots Mobilization), การจัดเวทีปราศรัยย่อยตามชุมชน, และการใช้เครือข่ายหัวคะแนนและอาสาสมัครในพื้นที่ ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้มีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีสิทธิเลือกตั้งในชุมชนดั้งเดิม.

กลยุทธ์สมัยใหม่ (Modern Strategies): เป็นกลยุทธ์ที่ได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือหลัก เช่น Facebook, YouTube, TikTok และ LINE เพื่อเผยแพร่นโยบาย, สร้างภาพลักษณ์, และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้มีสิทธิเลือกตั้งในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง. กลยุทธ์นี้สามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชน คนรุ่นใหม่ และคนในเขตเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญ.

กลยุทธ์ของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้ง 4 เบอร์

ผลการศึกษาพบว่าผู้สมัครทั้งสี่รายต่างใช้กลยุทธ์การตลาดการเมืองที่ผสมผสานระหว่างการรณรงค์ภาคพื้นดิน (Push Marketing) และการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล (Pull Marketing) แต่ให้น้ำหนักแตกต่างกันไปตามทุนทางการเมือง ฐานเสียง และภาพลักษณ์ที่แต่ละฝ่ายต้องการสื่อสารต่อสาธารณะ

ทีมที่ 1: นางกนกพร เดชเดโช (ทีมพลังเมืองนคร)

1. Product (ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง): ผู้สมัครเบอร์ 1 ใช้จุดแข็งด้านประสบการณ์ทางการเมืองและความใกล้ชิดกับพื้นที่เป็นตัวขับเคลื่อน สร้าง “ภาพจำ” ว่าเป็นผู้สมัครที่เข้าใจปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น ถนน เกษตร และเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงการวางตัวเองเป็น “นักแก้ปัญหา” ที่เชื่อมโยงได้กับชีวิตจริงของประชาชน

2. Push Marketing (การตลาดเชิงผลักดัน): มุ่งเน้นการใช้เครือข่ายหัวคะแนน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่นในการเข้าถึงประชาชนแบบตรงตัว ถือเป็นกลยุทธ์ “Ground War” ที่แข็งแรงในระดับพื้นที่

3. Pull Marketing (การตลาดเชิงดึงดูด): แม้ไม่ได้ใช้โซเชียลมีเดียอย่างเข้มข้น แต่มีการใช้ป้ายหาเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ และวิทยุท้องถิ่นเพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง จุดนี้สะท้อนถึงการพึ่งพาช่องทางสื่อดั้งเดิมมากกว่าสื่อดิจิทัล

4. Polling (การสำรวจ): มีการอ้างอิงผลสำรวจในพื้นที่ (Local Poll) เพื่อนำมาปรับการนำเสนอนโยบาย โดยเฉพาะปัญหาเกษตรกรและราคายางพารา ซึ่งเป็นประเด็นหลักในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ทีมที่ 2: น.ส.วาริน ชิณวงศ์ (ทีมนครเข้มแข็ง)

1. Product (ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง): วางตัวเองเป็น “ทางเลือกใหม่” ที่แตกต่างจากผู้สมัครสายเดิม ด้วยการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้นำรุ่นใหม่ โปร่งใส และมีวิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาคนรุ่นใหม่

2. Push Marketing (การตลาดเชิงผลักดัน): ใช้อาสาสมัครและกลุ่มคนรุ่นใหม่ในการลงพื้นที่ ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น เวิร์กช็อป กิจกรรมกีฬา และโครงการเพื่อสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับกลุ่มวัยแรงงานและคนรุ่นใหม่

3. Pull Marketing (การตลาดเชิงดึงดูด): เป็นผู้สมัครที่ใช้โซเชียลมีเดียอย่างเข้มข้นที่สุดในบรรดาผู้สมัครทั้ง 4 เบอร์ โดยผลิตคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์บน Facebook, TikTok และ YouTube เพื่อสร้างกระแสและสร้างความใกล้ชิดกับผู้ติดตาม

4. Polling (การสำรวจ): มีการใช้ทั้งแบบสอบถามออนไลน์และการวิเคราะห์ข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย (Social Listening) เพื่อติดตามทิศทางความคิดเห็นของประชาชนและปรับสารการเมืองอย่างทันท่วงที

ทีมที่ 3: นายอาญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ (ทีมนครก้าวหน้า)

1. Product (ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง): ใช้กลยุทธ์ “ความต่อเนื่อง” โดยนำเสนอประสบการณ์และผลงานในตำแหน่งที่เคยดำรงมาก่อน สร้างความเชื่อมั่นว่าหากได้รับเลือกตั้งอีกครั้งจะสามารถต่อยอดโครงการเดิมได้โดยไม่สะดุด

2. Push Marketing (การตลาดเชิงผลักดัน): ลงพื้นที่พบปะกลุ่มอาชีพที่เป็นฐานเสียงสำคัญ เช่น เกษตรกร และผู้สูงอายุ โดยใช้เครือข่ายทางการเมืองที่สั่งสมมายาวนานเป็นเครื่องมือขับเคลื่อน

3. Pull Marketing (การตลาดเชิงดึงดูด): ใช้สื่อมวลชนท้องถิ่นและป้ายประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เน้นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือมากกว่าการสร้างกระแส

4. Polling (การสำรวจ): ใช้เครือข่ายภาคสนามในการประเมินความคิดเห็นของประชาชน มากกว่าการใช้โพลล์เชิงวิชาการ จึงสะท้อนถึงการพึ่งพาประสบการณ์ตรงและข้อมูลที่ได้จากผู้สนับสนุน

ทีมที่ 4: ดร.สัณหพจน์ สุขศรีเมือง (ทีมนครก้าวใหม่)

1. Product (ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง): วางภาพลักษณ์ตนเองเป็น “ผู้นำเข้มแข็ง” (Strong Leader) ที่มีศักยภาพในการปฏิรูปเชิงโครงสร้าง โดยชูความสามารถด้านการบริหารงบประมาณและการจัดการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ

2. Push Marketing (การตลาดเชิงผลักดัน): ใช้เครือข่ายการเมืองและทีมงานมืออาชีพ จัดเวทีปราศรัยใหญ่และย่อยเพื่อเจาะเข้าถึงกลุ่มประชาชนจำนวนมาก ถือเป็นการใช้ “Ground War” อย่างเข้มข้นควบคู่กับทีมอาสาสมัคร

3. Pull Marketing (การตลาดเชิงดึงดูด): ใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และโซเชียลมีเดียในการสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่ทรงพลังและสร้างกระแสในวงกว้าง

4. Polling (การหยั่งเสียง): มีการใช้ผลโพลล์สาธารณะและการวิเคราะห์โดยที่ปรึกษามืออาชีพเพื่อปรับยุทธศาสตร์การหาเสียง โดยเฉพาะในช่วงโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง

กลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดคือการผสมผสานระหว่าง การลงพื้นที่เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับประชาชน และการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างกระแสและขยายฐานเสียงใหม่ ซึ่งสะท้อนผ่านกรณีของเบอร์ 2 ที่สามารถครองกระแสออนไลน์ควบคู่กับการลงพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ ขณะที่ผู้สมัครที่พึ่งพาฐานเสียงดั้งเดิมเพียงอย่างเดียวหรือไม่สามารถสร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ได้ มักไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่มีนัยสำคัญทางการเมืองได้ในสนามเลือกตั้งที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

1.2 ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียง (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงระหว่างทีมผู้สมัคร

ผู้สมัคร	Product (ผลิตภัณฑ์)	Push Marketing (ผลักดัน)	Pull Marketing (ดึงดูด)	Polling (โพลล์)
ทีมที่ 1: นางกนกพร เดชเดโช (ทีมพลังเมืองนคร)	**จุดเด่น:** ประสบการณ์การเมืองท้องถิ่นสูง เน้นแก้ปัญหาจริงจัง **จุดด้อย:** ภาพลักษณ์ไม่สดใหม่ อาจถูกมองว่าเป็นการเมืองแบบเดิม	**จุดเด่น:** เครือข่ายหัวคะแนนเข้มแข็ง ลงพื้นที่ครอบคลุม **จุดด้อย:** พึ่งพาเครือข่ายเดิมมากเกินไป	**จุดเด่น:** ใช้สื่อท้องถิ่นเข้าถึงกลุ่มชนบท **จุดด้อย:** ไม่เน้นสื่อออนไลน์ อาจเสียฐานเสียงคนรุ่นใหม่	**จุดเด่น:** ใช้โพลล์ท้องถิ่นปรับนโยบายเกษตร **จุดด้อย:** ขาดข้อมูลเชิงวิชาการระดับกว้าง

ผู้สมัคร	Product (ผลิตภัณฑ์)	Push Marketing (ผลักดัน)	Pull Marketing (ดึงดูด)	Polling (โพลล์)
ทีมที่ 2: น.ส.วาริน ชิณวงศ์ (ทีมนครเข้มแข็ง)	**จุดเด่น:** นำเสนอตัวเองเป็น “คนรุ่นใหม่โปร่งใส” **จุดด้อย:** ขาดประสบการณ์จริงในพื้นที่	**จุดเด่น:** ใช้อาสาสมัครรุ่นใหม่เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น **จุดด้อย:** เครือข่ายท้องถิ่นยังไม่แข็งแรง	**จุดเด่น:** ใช้โซเชียลมีเดียได้อย่างสร้างสรรค์ **จุดด้อย:** พึ่งพาโลกออนไลน์มาก อาจไม่เข้าถึงกลุ่มชนบท	**จุดเด่น:** ใช้ Social Listening และแบบสอบถามออนไลน์ **จุดด้อย:** ขาดโพลล์เชิงสถิติจากมืออาชีพ
ทีมที่ 3: นายอาญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ (ทีมนครก้าวหน้า)	**จุดเด่น:** เน้นความต่อเนื่อง มีผลงานจริงในพื้นที่ **จุดด้อย:** ภาพลักษณ์อาจถูกมองว่า “เก่า”	**จุดเด่น:** ลงพื้นที่เข้มข้นโดยอาศัยเครือข่ายเดิม **จุดด้อย:** วิธีการเดิม ๆ อาจไม่ตอบโจทย์กลุ่มใหม่	**จุดเด่น:** ใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ **จุดด้อย:** ไม่สามารถสร้างกระแสใหม่ ๆ ได้	**จุดเด่น:** ใช้เครือข่ายวัดกระแสในพื้นที่ **จุดด้อย:** ขาดการวิเคราะห์เชิงลึกจากโพลล์จริง
ทีมที่ 4: ดร.สัณหพจน์ สุขศรีเมือง (ทีมนครก้าวใหม่)	**จุดเด่น:** สร้างภาพลักษณ์ “ผู้นำเข้มแข็ง” เน้นปฏิรูป **จุดด้อย:** อาจถูกมองว่าแข็งกร้าวเกินไป	**จุดเด่น:** ใช้ทีมมืออาชีพและเวทีปราศรัยใหญ่ **จุดด้อย:** ใช้ทรัพยากรมาก อาจเข้าถึงเฉพาะบางพื้นที่	**จุดเด่น:** ใช้ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ผสมผสาน **จุดด้อย:** ภาพลักษณ์อาจถูกวิจารณ์ว่ามีการจัดการมากเกินไป	**จุดเด่น:** ใช้โพลล์สาธารณะและที่ปรึกษาการเมือง **จุดด้อย:** พึ่งพาโพลล์เชิงกลยุทธ์อาจไม่สะท้อนความจริงในพื้นที่ทั้งหมด

กลยุทธ์ของผู้สมัครทั้ง 4 เบอร์สะท้อนให้เห็นถึง ความแตกต่างระหว่างการเมืองแบบดั้งเดิมกับการเมืองสมัยใหม่ โดยเบอร์ 1 และเบอร์ 3 ยังคงยึดรูปแบบการหาเสียงผ่านเครือข่ายท้องถิ่นและสื่อดั้งเดิม ในขณะ

ที่เบอร์ 2 และเบอร์ 4 ปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลและการสื่อสารเชิงสร้างภาพลักษณ์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความได้เปรียบของแต่ละทีมขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการผสมผสานกลยุทธ์ การตลาดทางการเมือง 4Ps ให้เหมาะสมกับฐานเสียง และความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการเมือง

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2567 ชี้ให้เห็นว่า กลยุทธ์การหาเสียงไม่ได้เป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลหรือการลงพื้นที่เท่านั้น หากแต่เป็นกระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่ซับซ้อนและสัมพันธ์กับแนวคิดทางทฤษฎีหลายประการ อันดับแรก ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ด้วยแบบจำลองการสื่อสารของ Lasswell (1948) ที่มุ่งตอบคำถามว่า “ใครพูดอะไร ผ่านช่องทางใด ถึงใคร และเกิดผลอย่างไร” และแบบจำลอง SMCR ของ Berlo (1960, p. 67) ที่ชี้ว่า ความสำเร็จของการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ในกรณีนี้ ผู้สมัครที่สามารถเลือกใช้ช่องทางสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ Facebook

และ TikTok เพื่อเข้าถึงคนรุ่นใหม่ หรือการลงพื้นที่พบปะประชาชนเพื่อเข้าถึงผู้สูงอายุ จะสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1 อภิปรายผลการศึกษากลยุทธ์ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง (Political Image Building Theory) ซึ่งมองว่านักการเมืองต้องสร้าง “แบรนด์ทางการเมือง” ที่ประกอบด้วยความสามารถ ความซื่อสัตย์ และบุคลิกภาพที่เข้าถึงได้ผู้สมัครที่สามารถนำเสนอภาพลักษณ์ตนเองให้ตรงกับความคาดหวังของประชาชน ย่อมมีโอกาสได้รับการสนับสนุนมากกว่า ตัวอย่างเช่น ผู้สมัครหมายเลข 2 ที่สร้างภาพลักษณ์ของผู้นำรุ่นใหม่ โปร่งใส และทันสมัย ทำให้สามารถเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาผ่านกรอบ การตลาดการเมือง 4Ps ของ Bruce I. Newman จะเห็นได้ว่าผู้สมัครแต่ละรายมีการประยุกต์ใช้แตกต่างกัน ได้แก่

(1) Product (ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง): เบอร์ 1 และ 3 เน้นขายประสบการณ์และผลงานในอดีต ขณะที่เบอร์ 2 เน้นความใหม่และวิสัยทัศน์ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการสร้างความแตกต่างทางการเมือง

(2) Push Marketing: เบอร์ 1 และ 3 ใช้เครือข่ายหัวคะแนนและผู้นำท้องถิ่น ซึ่งสัมพันธ์กับ ทฤษฎีการสื่อสารสองขั้น ที่อธิบายบทบาทของผู้นำความคิดเห็นในชุมชน

(3) Pull Marketing: เบอร์ 2 ใช้สื่อออนไลน์สร้างกระแส สอดคล้องกับ ทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda-setting Theory: McCombs & Shaw (1972, p. 106) ที่ระบุว่าสื่อสามารถชี้นำประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจได้

(4) Polling: ผู้สมัครบางราย เช่น เบอร์ 2 ใช้การสำรวจออนไลน์และ Social Listening เพื่อปรับกลยุทธ์อย่างทันท่วงที ซึ่งสะท้อนแนวคิด Feedback Loop ในการตลาดการเมือง

2.2 อภิปรายผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ประเด็นที่สำคัญคือ ความสำเร็จของผู้สมัครเบอร์ 2 มาจากการบูรณาการทั้ง Push และ Pull Marketing อย่างสมดุล กล่าวคือ มีทั้งการลงพื้นที่เชิงสัญลักษณ์เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับประชาชน และการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างกระแสและเข้าถึงกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งใหม่ การผสมผสานเช่นนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับใช้กลยุทธ์ทางการเมืองให้สอดคล้องกับพลวัตของสังคมยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Newman (1999, p. 19-20) ว่า ผู้สมัครที่สามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดการเมือง 4Ps อย่างบูรณาการจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการเมืองได้อย่างชัดเจน

การที่ทีมที่ 2 (น.ส.วาริน ชิณณวงศ์) สามารถผสานการลงพื้นที่แบบดั้งเดิมเข้ากับการใช้นวัตกรรมดิจิทัล (เช่น TikTok และ Social Listening) ได้อย่างลงตัวนี้ สะท้อนถึงสิ่งที่เรียกว่า 'กลยุทธ์แบบผสมผสาน' (Hybrid Strategy) อย่างชัดเจน (Stromer-Galley, 2019)

กลยุทธ์แบบ Hybrid นี้ ถือเป็นหัวใจสำคัญของแคมเปญการเมืองสมัยใหม่ที่จำเป็นต้องเชื่อมต่อกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ (Sinpeng, 2021) และยังสอดคล้องกับแนวคิด 'การเมืองแบบมืออาชีพ' (Political Professionalization) (Hamada & Agrawal, 2025) Gibson & Römmele (2009, p.256-293) ที่มุ่งเน้นการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญ ซึ่งผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเลือกตั้งครั้งนี้

ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ วิทยาธร ท่อแก้ว (2568) ที่ชี้ให้เห็นว่า การเลือกตั้งท้องถิ่นในปัจจุบันจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์แบบผสมผสาน (Hybrid Strategy) โดยแม้แต่กลยุทธ์ดั้งเดิมอย่างการใช้หัวคะแนน (Push Marketing) ก็ยังต้องปรับตัวมาใช้สื่อออนไลน์ (Pull Marketing) ควบคู่กันไป เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นี่จึงเป็นการยืนยันข้อค้นพบของผู้วิจัยว่า

กลยุทธ์แบบผสมผสานของผู้สมัครเบอร์ 2 และ เบอร์ 4 ที่ใช้ทั้งการลงพื้นที่และการตลาดเชิงดึงดูด (Pull) ผ่านสื่อออนไลน์มีประสิทธิภาพเหนือกว่ากลยุทธ์แบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาในบริบทการเลือกตั้ง อบจ. อื่นๆ ในประเทศไทยเช่น กรณีของจังหวัดเชียงใหม่ (ไพลิน ภู่จีนาพันธุ์, 2563) และการศึกษากลยุทธ์ อบจ. ในภาพรวม (นิรัตน์ เพชรรัตน์ และคณะ, 2564) ที่พบว่าผู้สมัครที่ประสบความสำเร็จล้วนต้องใช้กลยุทธ์แบบผสมผสาน (Hybrid) ที่บูรณาการการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและการลงพื้นที่จริง

กล่าวโดยสรุป การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2567 เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการนำแนวคิดการสื่อสารและการตลาดการเมืองมาประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ 4Ps ของ Newman ร่วมกับการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจึงมิได้เป็นเพียงผลจากนโยบายหรือฐานเสียงเดิมเท่านั้น แต่สะท้อนถึงพลังของการสื่อสารทางการเมืองที่ออกแบบอย่างมีทฤษฎีรองรับ และสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างแท้จริงในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช กรณีศึกษาการเลือกตั้ง พ.ศ. 2567 สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สมัครทั้ง 4 ท่าน ใช้กลยุทธ์การตลาดการเมือง 4Ps (Push, Pull, Polling, Political Professionalization) ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มที่ 1 กลยุทธ์แบบดั้งเดิม (Traditional Strategy) ซึ่งเน้นการตลาดแบบผลัก (Push Marketing) ได้แก่ ผู้สมัครเบอร์ 1 นางกนกพร เดชเดโช (ทีมพลังเมืองนคร) และ เบอร์ 3 นายอาญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ (ทีมนครก้าวหน้า) ที่ใช้เครือข่ายหัวคะแนน (Canvassers) และรถปราศรัยเป็นหลัก และ กลุ่มที่ 2 กลยุทธ์แบบผสมผสาน (Hybrid Strategy) ซึ่งเน้นการตลาดแบบดึง (Pull Marketing) และความเป็นมืออาชีพ (Professionalization) ได้แก่ ผู้สมัครเบอร์ 2 น.ส.วาริน ชิณวงศ์ (ทีมนครเข้มแข็ง) และ เบอร์ 4 : ดร.สัณหพจน์ สุขศรีเมือง (ทีมนครก้าวใหม่) ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (TikTok, Facebook) ควบคู่กับการลงพื้นที่ (On-ground) อย่างเข้มข้น

เมื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์แบบผสมผสาน (Hybrid Strategy) ของผู้สมัครเบอร์ 2 และเบอร์ 4 มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งในยุคดิจิทัล (Digital Age) ได้ดีกว่ากลยุทธ์แบบดั้งเดิม โดยเฉพาะ น.ส.วาริน (ผู้ชนะการเลือกตั้ง) ที่มีการใช้เทคโนโลยี Social Listening เพื่อประเมินกระแสสังคม (Polling) และนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์ได้ทันท่วงที (Professionalization) ทำให้สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างและเอาชนะอดีตแชมป์เก่า (เบอร์ 1) ที่ยังคงยึดติดกับกลยุทธ์แบบดั้งเดิมได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี (Theoretical Suggestions)

ผลการวิจัยนี้เปิดประเด็นสำหรับการวิจัยในอนาคต โดยควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกตั้ง (Voting Behavior) ระหว่างการแข่งขันในระดับชาติกับการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น นอกจากนี้ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองในบริบทของจังหวัดอื่น เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่กว้างขวนมากยิ่งขึ้น และควรเพิ่มการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) หรือการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่จากสื่อสังคมออนไลน์ (Big Data Analysis) เพื่อตรวจสอบและสนับสนุนผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ รวมถึงควรมีการศึกษาที่เจาะลึกผลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกลุ่มเฉพาะ (Specific Demographics) เช่น กลุ่มเยาวชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First Voter) หรือกลุ่มผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (Practical Suggestions)

ในเชิงปฏิบัติสำหรับผู้สมัครและทีมสื่อสารทางการเมือง ควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกลยุทธ์ที่ผสานการสื่อสารออนไลน์เข้ากับการลงพื้นที่ (Hybrid Strategy) โดยใช้ข้อมูลความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่นั้น ๆ เป็นแนวทาง (Data-Driven) นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง (Political Participation) ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ (Managerial Suggestions)

ในเชิงการบริหารจัดการแคมเปญ ทีมสื่อสารควรได้รับการพัฒนาให้มีทักษะด้านการผลิตเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content Creation) และการบริหารจัดการสื่อออนไลน์อย่างเป็นระบบ (Social Media Management) เพื่อให้ภาพลักษณ์และสารสื่อสารมีความสอดคล้องกันในทุกช่องทาง ในขณะเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเมืองท้องถิ่น เช่น คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ควรสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมและความตระหนักรู้ทางการเมืองในระดับชุมชน เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กานต์ บุญศิริ. (2565). การหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา พรรคประชาธิปัตย์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (JHUSOC)*, 20(3), 166-187. สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUSOC/article/view/262264

กานต์รวี กรดมาก. (2563). *การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเขานิพันธ์ อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

เกรียงไกร บุญมั่ง, และขวัญฟ้า ศิริประพันธ์. (2565). *การสื่อสารภาพลักษณ์ทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักการเมืองไทย*. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 10(2), 1-220.

คณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2563). *ระเบียบคณะกรรมการการเลือกตั้ง ว่าด้วยวิธีการหาเสียงและลักษณะต้องห้ามในการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2563*. (27 เมษายน 2563). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 137 ตอนที่ 30 ก. หน้า 26-34.

ฐิฏิวัจน์ สุจริต, และคณะ. (2563). *โครงการศึกษาการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น ปี 2563: กรณีศึกษาการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น*. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า. สืบค้นจาก https://kpi.ac.th/wp-content/uploads/2025/03/อบจขอนแก่น63.pdf

นิรัตน์ เพชรรัตน์, อัญมณี ชูมณี, อภิชาติ มหาราชเสนา, และสมชาย สาโรวาท. (2564). กลยุทธ์การรรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. *วารสาร มจร. การพัฒนาสังคม*, 6(1), 153-160.

พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2562. (2562, 16 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 50 ก. หน้า 1-38.

พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540. (12 ตุลาคม 2540). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 114 ตอนที่ 62 ก. หน้า 1-23.

ไพลิน ภู่จีนาพันธุ์. (2563). รายงานวิจัย โครงการศึกษาการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น ปี 2563: การเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่. สถาบันพระปกเกล้า.

ภัทราวดี อินทแสน. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น: กรณีศึกษา ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารนิติรัฐศาสตร์*, 1(4), 40-47. สืบค้น https://shorturl.asia/bgSsz

วิทยาธร ท่อแก้ว. (2568). แนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของหัวคะแนนเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*, 8(2), 176–188.

วุฒิสภา. (ม.ป.ป.). *การเปลี่ยนระบบการเลือกตั้ง กับทิศทางการเมืองไทยในอนาคต*. สืบค้น 4 พฤศจิกายน 2568, จาก https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/Sub_Jun/1interview/IN103.pdf

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2559). *หลักการสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย*. สืบค้น 4 พฤศจิกายน 2568, จาก https://shorturl.asia/hVgvF

สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. (ม.ป.ป.). *การเลือกตั้งในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย*. สืบค้น 4 พฤศจิกายน 2568, จาก https://www.constitutionalcourt.or.th/occ_web/ewt_dl_link.php?nid=14509

เอกพล มาสู่สุข, และนันทนา นันทวโรรภาศ. (2567). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2563. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์*, 7(5), 125-136.

Berlo, K. (1960*). The process of communication*. New York, NY: Hoit, Rinehart and Winston.

Gibson, R. K., & Römmele, A. (2009). Measuring the professionalization of political campaigning. *Party Politics,* 15(3), 265-293.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. (pp. 37-51). New York, NY: Harper & Row.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

Neha Singh. (2025). The impact of social media on political campaigns: A global perspective. *Innovative Research Thoughts*, 10(1).

Newman, B. I. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured mages*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

PPTV Online. (2024). "วาริน" คว้าชัยไม่เป็นทางการ เลือกตั้งนายก อบจ.นครศรีธรรมราช. 24 พ.ย. 67. (ออนไลน์). สืบค้น 10 กันยายน 2568, จาก https://shorturl.asia/QOe8H

Sinpeng, A. (2021). Opposing platforms: *The politics of social media in Southeast Asia*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Stromer-Galley, J. (2019). *Artificial intelligence in politics: A guide for candidates, campaigns, and voters*. New York, NY: Routledge.

Thai PBS. (2024).อัปเดต! คะแนน เลือกตั้ง "นายก อบจ.นครศรีธรรมราช" ทะลุแสน "วาริน" นำ./(ออนไลน์). สืบค้น 10 กันยายน 2568, จาก https://shorturl.asia/Vfmx2

Thaipost. (2024). เลือกตั้งนครศรีฯโค่นแชมป์เก่า 'วาริน' คว้าชัย 'นายก อบจ.เมืองคอน' ทิ้งห่าง 'กนกพร' (ออนไลน์). สืบค้น 10 กันยายน 2568, จาก https://www.thaipost.net/hi-light/696123/

Hamada, Y., & Agrawal, K. (2025). *Combatting Corruption in Political Finance: Global Trends*, Challenges and Solutions. Stockholm: International IDEA.

นวัตกรรมสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

Green Innovation Influences Sustainable Performance via Competitive Advantage in Hotel Businesses from Phetchaburi Province

ปิยะนุช ขวัญอ่อน[1] และวัชระ เวชประสิทธิ์[2]

Piyanuch Kwanon[1] and Watchara Wetprasit[2]

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

[2] อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

[1] Master's degree students, Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University

[2] Lecturer, Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University

E-mail: piyanuch.kwa@gmail.com, watchara.wet@mail.pbru.ac.th

Received: Dec. 01, 2025; **Revised: Jan.** 23, 2026; **Accepted: Feb.** 02, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับนวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน 2) อิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 3) อิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน 4) อิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืน และ 5) อิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการดำเนินงานผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 160 แห่ง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายและแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับนวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) นวัตกรรมสีเขียวด้านกระบวนการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 4) ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 5) นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแยกมิติของนวัตกรรมสีเขียว พบว่า นวัตกรรมกระบวนการสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการสีเขียวไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: นวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ธุรกิจโรงแรม จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

This study aimed to: (1) determine the levels of green innovation, competitive advantage, and sustainable performance. (2) examine the influence of green innovation on competitive advantage. (3) assess the influence of competitive advantage on sustainable performance. (4) investigate the

influence of green innovation on sustainable performance. and (5) test the indirect effect of green innovation on sustainable performance through competitive advantage among hotel businesses in Phetchaburi Province. The sample consisted of 160 hotels in Phetchaburi, selected using multi-stage sampling. Data were collected using a five-point Likert-type questionnaire with a reliability coefficient of 0.95. Statistical analyses included frequency, percentage, mean, standard deviation, and simple and multiple regression.Results indicated that: (1) the overall levels of green innovation, competitive advantage, and sustainable performance among hotel businesses in Phetchaburi Province were at the highest level; (2) green process innovation had a positive and statistically significant influence on the competitive advantage of hotel businesses in Phetchaburi Province at the 0.01 level of significance; (3) green innovation had a positive and statistically significant influence on the sustainable performance of hotel businesses in Phetchaburi Province at the 0.01 level of significance; (4) competitive advantage had a positive and statistically significant influence on the sustainable performance of hotel businesses in Phetchaburi Province at the 0.01 level of significance; and (5) green innovation had a positive and statistically significant influence on sustainable performance, with competitive advantage serving as a full mediator at the 0.01 level of significance. When examining dimensions of green innovation, green process innovation showed significant positive effects on competitive advantage and sustainable performance, whereas green product and service innovation showed no statistically significant effects.

Keywords: Green Innovation, Competitive Advantage, Sustainable Performance, Hotel business, Phetchaburi Province

บทนำ

จากสถานการณ์ปัญหาสิ่งแวดล้อมของโลกที่เกิดขึ้นมาหลายปีเป็นปัญหาที่สร้างผลกระทบและความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชาชน ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมและชีวิตของมนุษย์เอง การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจึงจำเป็นต้องอาศัยการร่วมมือของทุกคน ทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชนหรือประชาชนทั่วไป สำหรับกลุ่มประเทศแถบยุโรปภาครัฐมีนโยบายและกระบวนการเพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ทั้งยังสนับสนุนการลงทุนธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนของระบบนิเวศในระยะยาว โดยในปี ค.ศ. 1996 ได้มีจัดทำมาตรฐาน ISO 14000 ขึ้นเพื่อเป็นมาตรฐานสากลในการส่งเสริมการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในองค์กรและชุมชนเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญในประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ Zhu & Sarkis (2006 อ้างถึงใน Wang et al., 2013) ปัจจุบันมีการนำแนวคิดการบริหารจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมมาผสมผสานกับนวัตกรรมเป็นแนวคิด “นวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation)” จะส่งผลต่อการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างเอกลักษณ์ในการดึงดูดลูกค้าเพื่อให้ธุรกิจมีความยั่งยืน จากรายงาน Global Climate Risk Index 2025 ของ Germanwatch ที่จัดอันดับประเทศที่มีความเสี่ยงสูงด้านสภาพภูมิอากาศประเทศไทยถูกจัดอันดับอยู่ในอันดับที่ 30 (กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม, 2568) จึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยจากข้อตกลงในการประชุม COP26 ในการยกระดับ Nationally Determined Contribution (NDC) ขึ้นเป็นร้อยละ 40 ภายในปี พ.ศ.2573 และได้ประกาศเจตนารมณ์พร้อมทั้งยกระดับการแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมเพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2593 และ

เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ในปี พ.ศ.2608 ต่อมาไทยได้ยื่น NDC 3.0 ต่อ UNFCCC ยื่นเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2025 ซึ่งเป็นกรอบเป้าหมายที่ “เข้มขึ้น” และเปลี่ยนรูปแบบเป้าหมายเป็นแบบ absolute ครอบคลุมระดับเศรษฐกิจ (Economy-wide) พร้อมตั้งเป้าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ ไม่เกิน 152 ล้านตัน นวัตกรรมสีเขียวจึงเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 จึงมีการสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชนในการจัดการสิ่งแวดล้อมและนวัตกรรมสีเขียวซึ่งมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเน้นการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการดำเนินงาน

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากมีทรัพยากรที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทั้งด้านธรรมชาติและด้านวัฒนธรรม ทำให้ในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2567 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยอยู่ที่ประมาณ 650,952.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2566 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/Total GDP) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย มีการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายในการใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโตบนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุล มุ่งเน้นการเป็นเมืองที่เติบโตและยั่งยืน แผนการปฏิรูปประเทศให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงซึ่งเป็นการท่อ งเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม ชุมชนได้ประโยชน์ (Inclusiveness) และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีอยู่เที่ยวนานยิ่งขึ้น

จังหวัดเพชรบุรีมีความหลากหลายทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นและชุมชนในระยะยาวจึงได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาจังหวัด “เพชรบุรีเมืองต้นแบบตามศาสตร์พระราชา น่าอยู่ น่ากิน น่าเที่ยว สู่เมืองสร้างสรรค์ระดับสากลอย่างยั่งยืน” เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบครบวงจรจากฐานการค้าการลงทุน การบริการ การท่องเที่ยวและการเกษตรสู่ความมั่งคั่งที่ยั่งยืนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี, 2566) ปี 2566 จังหวัดเพชรบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยว 32,334.35 ล้านบาท เป็นอัตราที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในทุกปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) การที่ธุรกิจการท่องเที่ยวได้ขยายตัวทำให้มีการใช้ทรัพยากรน้ำ พลังงาน และการก่อให้เกิดขยะมูลฝอยซึ่งในปี 2564 มีจำนวน 462.51 ตัน/วัน และปัญหามลพิษที่เกิดจากการประกอบกิจการสะพานปลา อุตสาหกรรม โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหารล้วนก่อให้เกิดปัญหามลพิษซึ่งส่งผลต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มที่จะรุนแรงขึ้นในอนาคต (สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 8, 2567) ธุรกิจโรงแรมและที่พักจึงต้องตื่นตัวและวางนโยบายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการดำเนินงานที่ยั่งยืนเป็นการสร้างความแตกต่างและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ จากเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษานวัตกรรมสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความได้เปรียบทางแข่งขันมากยิ่งขึ้นซึ่งจะส่งผลให้เกิดผลการดำเนินการที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมต่อไป ช่องว่างทางวิชาการและประโยชน์เชิงวิชาการ แม้แนวคิดนวัตกรรมสีเขียวจะถูกนำมาศึกษาอย่างกว้างขวางในภาคธุรกิจ แต่การประยุกต์ในบริบทธุรกิจโรงแรมระดับจังหวัด ยังมีข้อจำกัด ทั้งด้านขนาดกิจการ ทุน เทคโนโลยี และแรงกดดันจากตลาดส่งผลให้กลไกที่นวัตกรรมสีเขียวจะถูกแปลงเป็นผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอาจไม่เหมือนกัน นอกจากนี้งานวิจัยจำนวนหนึ่งมักวัดนวัตกรรมสีเขียวเป็นตัวแปรเชิงรวม โดยยังไม่ชี้ชัดว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว และนวัตกรรมกระบวนการสีเขียวส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนแตกต่างกันอย่างไร ตลอดจนยังมีข้อจำกัดของหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ทดสอบบทบาทความได้เปรียบในการแข่งขันในฐานะกลไกส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในธุรกิจโรงแรม

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น งานวิจัยด้านนวัตกรรมสีเขียวในอุตสาหกรรมโรงแรม ส่วนใหญ่มุ่งตรวจสอบอิทธิพลเชิงเส้นตรงของนวัตกรรมสีเขียวต่อผลการดำเนินงานหรือความยั่งยืน ทำให้ยังมีข้อถกเถียงว่ากลไกการแปลง“นวัตกรรมสีเขียว”

ไปสู่ “ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน” เกิดขึ้นผ่านความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใด ขณะเดียวกัน หลักฐานเชิงประจักษ์ที่อธิบายบทบาทตัวแปรส่งผ่านในบริบทโรงแรมไทยยังมีจำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี การศึกษาครั้งนี้จึงมีส่วนช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการโดยการทดสอบแบบจำลอง “ตัวแปรส่งผ่าน” เพื่ออธิบายเหตุใดนวัตกรรมสีเขียวจึงสร้างผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลจากผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับนวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานที่ 3 ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานที่ 4 ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation)

นวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation) หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือวิธีการดำเนินการที่มีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมมนุษย์ และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Frondel et al, 2004) จากการสังเคราะห์องค์ประกอบของนวัตกรรมสีเขียว (Chen et al., 2006; Dangelico & Pujari, 2010; Xie et al, 2019) ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการสีเขียว (Green Product/Service Innovation) ซึ่งหมายถึง การสร้าง ปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) นวัตกรรมกระบวนการสีเขียว (Green Process Innovation) หมายถึงการพัฒนากระบวนการหรือวิธีการทำงานที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือใช้ทรัพยากรที่น้อยลงเพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดโดยอาศัยการจัดการทรัพยากรและความสามารถเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Hesterly & Barney, 2014) ซึ่งเป็นการพัฒนาและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดโดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านการสร้างนวัตกรรมใหม่ การใช้เทคโนโลยีหรือแนวคิดใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน จากการสังเคราะห์แนวคิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่องค์กรสามารถสร้างคุณค่าได้ด้วยการนำเสนอคุณค่าด้านต้นทุนที่ต่ำหรือการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และการตอบสนองที่รวดเร็วซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักของ Porter (1985) ที่เน้นกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน นอกจากนี้ทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ของ Barney (1991) ชี้ว่า ทรัพยากร/ขีดความสามารถที่มีคุณค่า หายาก เลียนแบบยาก และทดแทนยาก (VRIN) ยังสนับสนุนว่า ทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์และไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (หายาก, ไม่สามารถเลียนแบบได้, ไม่สามารถทดแทนได้) คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืนได้ จากการศึกษาของ Novitasari and Agustia (2023) ที่ได้ศึกษาบทบาทของความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานของบริษัทพบว่านวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับ Padilla-Lozano and Collazzo (2022) ที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ นวัตกรรมสีเขียวและความสามารถในการแข่งขันในภาคการผลิตพบว่านวัตกรรมสีเขียวซึ่งประกอบด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและนวัตกรรมกระบวนการสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Sustainable Performance)

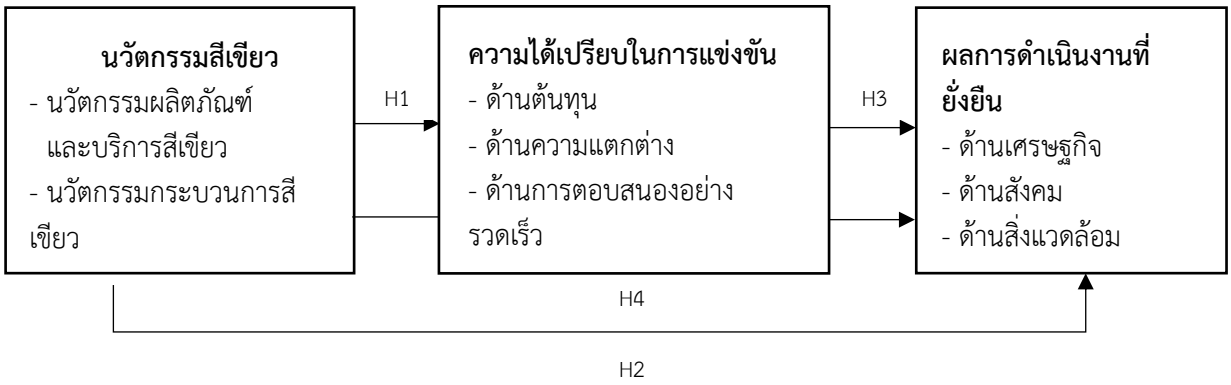
ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Sustainable Performance: SP) เป็นผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ที่ได้จากกระบวนการผลิตและบริการซึ่งเป็นผลจากการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพื้นฐานมาจากทฤษฎีความยั่งยืน Elkington (1997) เสนอกรอบ Triple Bottom Line ซึ่งมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 3 เสาหลัก ได้แก่ 1) ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ (Economic performance) หมายถึงการเติบโตของกำไรและมูลค่าของธุรกิจ 2) ความยั่งยืนทางด้านสังคม (Social performance) หมายถึงความสามารถในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า และ 3) ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental performance) หมายถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น การลดการใช้ทรัพยากร การลดการปล่อยมลพิษ และการจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่ตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนในอนาคต จากผลการศึกษาของ Al Halbusi et al, (2023) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมสีเขียวและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในธุรกิจผลิตและบริการพบว่า นวัตกรรมสีเขียวทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจ นอกจากนี้การศึกษาของ Baquero (2024) นวัตกรรมสีเขียวและความได้เปรียบทางการแข่งขันสีเขียวที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนพบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันจากนวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 3 ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม

นอกจากนี้การศึกษาของ Novitasari and Agustia (2023) ที่ได้ศึกษาบทบาทของความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานของบริษัทพบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ที่ส่งผ่านอิทธิพลจากนวัตกรรมสีเขียวไปสู่ผลการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้

Romadhon et al, (2025) ศึกษาอิทธิพลของทุนทางปัญญาสีเขียวต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนโดยมุ่งเน้นบทบาทของความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านพบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาสีเขียวและผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จึงกำหนดสมมติฐานที่ 4 ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยผู้วิจัยพัฒนาและดัดแปลงข้อคำถามจากงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นวัตกรรมสีเขียวจาก Dangelico & Pujari (2010) and Xie et al. (2019) ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก Porter (1985) and Barney (1991) และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนตามกรอบ Triple Bottom Line ของ Elkington (1997)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้อธิบายอิทธิพลของ นวัตกรรมสีเขียว ต่อ ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยนวัตกรรมสีเขียว (นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว และนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว) คาดว่าจะช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในด้าน ต้นทุน ความแตกต่าง และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (H1) และส่งผลให้ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดีขึ้น (H3) พร้อมกันนี้ นวัตกรรมสีเขียวยังคาดว่าจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้โดยตรง (H2) และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (H4) สรุปได้ว่า การยกระดับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กรเกิดจากทั้ง “การดำเนินนวัตกรรมสีเขียว” และ “การแปลงนวัตกรรมสีเขียวให้เป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน” เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมของจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 245 แห่ง (กรมการปกครอง, 2566) กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยสูตรของทาโรยามาเนะ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้จำนวน 152 แห่ง เพื่อความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาและความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 160 ตัวอย่าง จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากธุรกิจโรงแรมทั้ง 8 อำเภอในจังหวัดเพชรบุรี จากนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้คือ แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert-type scale) ตั้งแต่ 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด (Likert, 1932) โดยผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและตัวชี้วัดของตัวแปรหลัก ได้แก่ นวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 13 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมสีเขียว จำนวน 11 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน จำนวน 13 ข้อ และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานแบบยั่งยืน จำนวน 10 ข้อ

การตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยดำเนินการโดย 1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการแสดงค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.50-1.00 จากนั้นผู้วิจัยปรับแก้ถ้อยคำตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และ 2) หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (α) พบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.95 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดี (Bougie& Sekaran, 2019)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs) 3) ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Simple and Multiple Regression) และ 4) ทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ตามแนวทาง Baron & Kenny (1986)

ผลการวิจัย

การวิจัยนวัตกรรมสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.00 ช่วงอายุส่วนใหญ่มีอายุ 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.80 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.40 ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป/ผู้จัดการโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 55.00 และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.60 สถานที่ตั้งของธุรกิจโรงแรม ส่วนใหญ่อยู่อำเภอชะอำ คิดเป็นร้อยละ 50.60 ด้านรูปแบบของกิจการส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.30 โดยธุรกิจโรงแรมให้บริการกลุ่มระดับ 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 40.60 รายได้เฉลี่ยของกิจการส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5,000,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 49.40 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 และส่วนใหญ่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 3,000 คนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 46.30

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์นวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลนวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation)

นวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation)	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว	4.29	0.50	มากที่สุด
ด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว	4.25	0.52	มากที่สุด
ภาพรวมเฉลี่ยทั้งหมด	**4.27**	**0.49**	**มากที่สุด**

นวัตกรรมสีเขียวของธุรกิจโรงแรมภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.29 และด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage)	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านต้นทุน	4.23	0.51	มากที่สุด
ด้านสร้างความแตกต่าง	4.22	0.44	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.39	0.45	มากที่สุด
ภาพรวมเฉลี่ยทั้งหมด	**4.29**	**0.38**	**มากที่สุด**

ด้านความได้เปรียบในการแข่งขันภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ ด้านต้นทุน (Cost Leadership) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และด้านสร้างความแตกต่าง (Differentiation) มีค่าเฉลี่ย 4.22

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Sustainable Performance)

นวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation)	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านเศรษฐกิจ	4.06	0.55	มาก
ด้านสังคม	4.24	0.51	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อม	4.30	0.52	มากที่สุด
ภาพรวมเฉลี่ยทั้งหมด	4.19	0.47	มาก

ด้านผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ ด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

ตัวแปร	b	SE_b	β	t	p-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.981	0.185		10.711			
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว	0.019	0.070	0.025	0.276	0.783	0.354	2.828
นวัตกรรมกระบวนการสีเขียว	0.524	0.068	0.710	7.745	0.00*	0.354	2.828
R = 0.730, R^2 = 0.534, F = 89.788, p-value = 0.000 SE=0.26243							

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์ พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียวไม่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (β= 0.025, p-value = 0.783) ส่วนนวัตกรรมกระบวนการสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (β= 0.710, p-value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพการทำนายร้อยละ 53.40

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

ตัวแปร	b	SE_b	β	t	p-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.192	0.280		7.818			
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว	-0.053	0.105	-0.057	-0.500	0.618	0.354	2.828
นวัตกรรมกระบวนการสีเขียว	0.523	0.102	0.579	5.101	0.00*	0.354	2.828
R = 0.534, R^2 = 0.285, F = 31.348, p-value = 0.000 SE=0.39769							

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์ พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียวไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (β= -0.057, p-value = 0.618) ส่วนนวัตกรรมกระบวนการสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (β= 0.579, p-value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพการทำนายร้อยละ 28.50

สมมติฐานที่ 3 ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

ตัวแปร	b	SE_b	β	t	p-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.146	0.241		0.607	0.545		
ด้านต้นทุน	-0.016	0.050	-0.017	-0.314	0.754	0.693	1.444

ตัวแปร	b	SE_b	β	t	p-value	Tolerance	VIF
ด้านสร้างความแตกต่าง	0.450	0.077	0.419	5.867	0.00*	0.405	2.467
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	0.503	0.066	0.483	7.608	0.00*	0.514	1.947
R = 0.823, R^2 = 0.677, F = 89.788, p-value = 0.000 SE=0.26815							

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพยากรณ์พบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันด้านต้นทุนไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (β= -0.017, p-value = 0.754) ส่วนด้านสร้างความแตกต่างและด้านด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (β= 0.419, p-value = 0.000 และ β= 0.483, p-value = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพการทำนายร้อยละ 67.70

สมมติฐานที่ 4 ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

	ตัวแปร	β	SE	Beta	t
Step 1 (X-->Y) or path c	ค่าคงที่	2.123	0.285		7.457***
	path c	0.484	0.066	0.502	7.303***
Step 1 (X-->Med) or path a	ค่าคงที่	1.922	0.191		10.086***
	path a	0.555	0.044	0.705	12.505***
Step 1 (X , Med-->Y) or path b or path c'	ค่าคงที่	0.0202	0.272		0.744
	path c'	-0.070	0.070	-0.073	-1.099
	path b	0.999	0.089	0.816	11.274***

*** มีระดับนัยสำคัญทาสถิติที่ 0.001

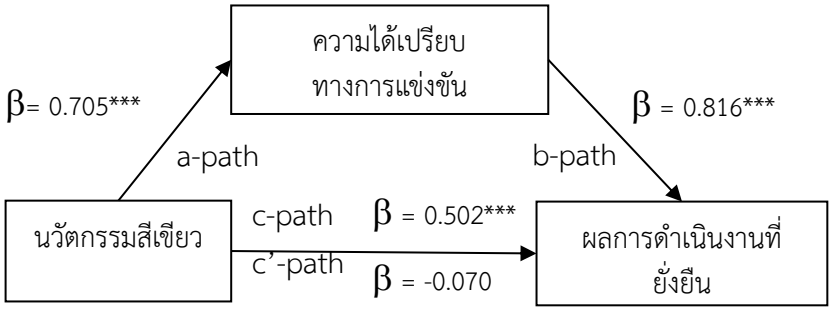
ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่านโดยใช้แนวคิดของ Baron & Kenny (1986) เพื่อตรวจสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) โดยมีเงื่อนไขสำคัญที่ต้องตรวจสอบ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ตรวจสอบอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ตรวจสอบอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) ตรวจสอบอิทธิพลของตัวแปรต้นและตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ผลการวิเคราะห์แสดงดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายพบว่า นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (c) เท่ากับ 0.502 และค่า t เท่ากับ 7.303 แสดงให้เห็นว่าเมื่อธุรกิจโรงแรมมีการดำเนินการนวัตกรรมสีเขียวมากขึ้นจะทำให้มีผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนมากขึ้นด้วย

ขั้นตอนที่ 2: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายพบว่า นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.705 และค่า t เท่ากับ 12.505 แสดงให้เห็นว่าเมื่อธุรกิจโรงแรมมีการดำเนินการนวัตกรรมสีเขียวมากขึ้นจะทำให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้นด้วย

ขั้นตอนที่ 3: เมื่อนำตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขันเข้าสู่สมการพร้อมกับนวัตกรรมสีเขียวพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความอิทธิพลเชิงบวต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญ (β = 0.68, $p < .001$) ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (c') ของตัวแปรนวัตกรรมสีเขียวลดลงเหลือ -0.073 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (t = -1.099)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ของ Baron & Kenny (1986) ที่ว่า หาก a-path และ b-path มีนัยสำคัญ และ c′-path ไม่เป็นนัยสำคัญ จะสรุปได้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (complete mediation) กล่าวคือ นวัตกรรมสีเขียวไม่ได้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อมีตัวแปรส่งผ่านอยู่ในโมเดล แต่ส่งผลผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน กล่าวคือ นวัตกรรมสีเขียวช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความได้เปรียบดังกล่าวเป็นตัวผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในท้ายที่สุด (ดังรูปที่ 2)



รูปที่ 2 ผลวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่านตามแนวคิดของ Baron & Kenny (1986)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องนวัตกรรมสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ศึกษาระดับนวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

1.1 นวัตกรรมสีเขียว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านนวัตกรรมกระบวนการสีเขียว ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติของเพชรบุรีมุ่งตอบโจทย์นักท่องเที่ยวสายรักษ์โลกที่เพิ่มขึ้น ที่ให้ความสำคัญกับมาตรการที่ลูกค้ารับรู้ได้ทันที (front-of-house) เช่น ลดพลาสติก การสื่อสารความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มทางเลือกบริการสีเขียว จึงเน้นข้อเสนอที่เห็นผลทันทีและลงทุนต่ำกว่า เช่น ภาชนะย่อยสลายได้ ห้องพักประหยัดพลังงาน และการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ขณะที่การพัฒนาด้านกระบวนการยังคงดำเนินการด้วยโดยเฉพาะโรงแรมขนาดกลางและใหญ่ที่มีศักยภาพลงทุนในระบบการดำเนินงาน เช่น หมุนเวียนน้ำและจัดการขยะรีไซเคิล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระชานนท์ ทวีผล (2567) ที่ศึกษากลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานครและพบว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมครอบคลุมหลายด้าน โดยเฉพาะ การจัดการขยะ (คัดแยกขยะ) การจัดการน้ำและพลังงาน รวมถึง การเลือกใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการจัดซื้อสีเขียว ซึ่งสะท้อนว่าการขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียวจำเป็นต้องดำเนินการทั้งมาตรการเชิงระบบและการจัดการทรัพยากรภายในควบคู่กัน

1.2 ความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านต้นทุน และด้านสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่ต้องการการบริการที่รวดเร็ว เช่น การจองออนไลน์ เช็คอินผ่านมือถือหรือการตอบกลับคำขอของลูกค้าอย่างฉับไวทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนา “ความเร็วในการให้บริการ” ซึ่งเป็นจุดแข็งทางการแข่งขันอันดับต้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wattanapunkitti (2021) ที่ศึกษาในบริบทธุรกิจโรงแรมไทยและเสนอว่า “ความได้เปรียบในการแข่งขัน” มีองค์ประกอบสำคัญด้านหนึ่งคือ การตอบสนองลูกค้า (customer

responsiveness) อีกทั้งความได้เปรียบในการแข่งขันยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม จึงสะท้อนว่าการพัฒนา “ความเร็วในการให้บริการ/การตอบกลับอย่างฉับไว” เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับความได้เปรียบเชิงตลาดในยุคดิจิทัล

1.3 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่เพชรบุรีมีนโยบายระดับจังหวัดและแรงกดดันจากหน่วยงานท้องถิ่นในการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การควบคุมการใช้พลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว หรือการรณรงค์ลดของเสียจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการใส่ใจต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของธุรกิจมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานวาด ผลบำรุงวัชระ (2567) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของธุรกิจรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดภูเก็ต : กรณีศึกษา คาลิมา รีสอร์ท แอนด์สปา ภูเก็ต, พีชฮิลล์ โฮเต็ล และ อริญชย์นารา บางเทาบีช รีสอร์ท ที่พบว่า แนวทางความยั่งยืนที่เน้นมากคือ การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีส่วนร่วมและสนับสนุนกิจการของชุมชนรวมถึงกิจกรรมเพื่อสังคม และสร้างความตระหนัก ตลอดจนให้ความรู้ความเข้าใจด้านความยั่งยืนแก่บุคลากรและแขกผู้เข้าพัก 2. การศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษานวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถพยากรณ์ความได้เปรียบในการแข่งขันได้ในอัตราร้อยละ 53.4 ซึ่งถือว่าเป็นอิทธิพลในระดับสูง ทั้งนี้พบว่า นวัตกรรมกระบวนการสีเขียว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่า การยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงแรม ในบริบทพื้นที่ศึกษาเกิดจากการลงทุน/ปรับปรุงเชิงระบบหลังบ้าน เช่น การจัดการพลังงาน น้ำ ของเสีย และกระบวนการให้บริการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มากกว่าการปรับรูปแบบสินค้า/บริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ทันที ซึ่งอาจกลายเป็นมาตรฐานขั้นต่ำ (hygiene factor) ที่คู่แข่งทำตามได้ง่าย ผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมสีเขียวด้วยเหตุผลที่ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม (Eco-conscious Tourists) ซึ่งเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน จึงเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้โรงแรมสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมสีเขียวยังช่วยในการลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และค่าจัดการของเสีย ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) และสามารถเพิ่มความสามารถในการตั้งราคาที่แข่งขันได้ในตลาดโดยไม่ลดทอนคุณภาพบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญาพร ดวงสา และคณะ (2562) เรื่อง รูปแบบการจัดการโรงแรมสีเขียวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในประเทศไทย ที่พบว่า การจัดการโรงแรมสีเขียว การตลาดสีเขียว คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยปัจจัยหลักที่ผลักดันความได้เปรียบคือ การจัดการสิ่งแวดล้อมและพลังงาน การจัดซื้อจัดจ้างราคา การสื่อสารและทรัพยากรมนุษย์ สะท้อนว่านวัตกรรมสีเขียวทั้งด้านกระบวนการ และผลิตภัณฑ์/บริการช่วยลดต้นทุน สร้างความแตกต่าง และยกระดับการตอบสนองตลาด ในทำนองเดียวกันกับ Singjai et al. (2017) ที่ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมเชิงรุก (Proactive Environmental Strategy) ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโดยเฉพาะในด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และการเป็นผู้นำต้นทุนซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันสูงเช่นธุรกิจโรงแรม ดังนั้นผลการวิจัยในครั้งนี้จึงยืนยันได้ว่านวัตกรรมสีเขียวมิใช่เพียงกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนเท่านั้นแต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีทั้งในด้านการลดต้นทุน การตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและการสร้างจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง

3. การศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษานวัตกรรมสีเขียวที่มีต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 และสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้ร้อยละ 28.5 แม้ค่าอธิบายจะอยู่ในระดับปานกลางแต่ถือว่ามีนัยสำคัญในเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากนวัตกรรมสีเขียวเป็นแนวทางหนึ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนโดยตรง สาเหตุที่นวัตกรรมสีเขียวส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมได้ อาจอธิบายได้จาก 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้ 1) ด้านเศรษฐกิจ การนำนวัตกรรมสีเขียว เช่น ระบบประหยัดพลังงาน ระบบจัดการของเสียหรือการใช้วัตถุดิบทดแทนมาใช้ในโรงแรมช่วยลดต้นทุนระยะยาว เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งช่วยให้รายได้ขององค์กรมีเสถียรภาพในระยะยาว 2) ด้านสังคม โรงแรมที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมักมีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น การใช้แรงงานท้องถิ่น การส่งเสริมสินค้า OTOP หรือการจัดกิจกรรมซึ่งช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและส่งเสริมความยั่งยืนในระดับชุมชน 3) ด้านสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมสีเขียวมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดปริมาณขยะ ลดการปล่อยคาร์บอน และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ ทำให้โรงแรมที่ดำเนินการด้านนี้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและได้รับการสนับสนุนมากขึ้น แต่สำหรับผลที่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการสีเขียว ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน อาจอธิบายได้ว่า 1) มาตรการฝั่งหน้าบ้าน เช่น ภาชนะย่อยสลายได้ หรือการสื่อสารการตลาดสีเขียว ให้ผลเชิงภาพลักษณ์มากกว่าผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพ 2) ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในงานวิจัยนี้ครอบคลุมเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม จึงต้องอาศัยการจัดการเชิงระบบในกระบวนการ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่วัดได้ชัดเจน และ 3) การกระจายคะแนนของตัวแปรอาจค่อนข้างสูง/ต่ำไม่เพียงพอ (ceiling effect) ทำให้พลังการทดสอบลดลง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ วิษณุ มั่นคง และ นพดล พันธุ์พานิช (2566) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวสู่ความสำเร็จเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในจังหวัดภูเก็ตประเทศไทย ที่พบว่า ความสำเร็จของโรงแรมสีเขียวเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ต้องอาศัยการจัดการเชิงระบบและเกณฑ์การบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการสิ่งแวดล้อมและพลังงาน การพัฒนาบุคลากร และแนวคิด 3R ซึ่งเป็นลักษณะของ “นวัตกรรมเชิงกระบวนการ/การจัดการ” มากกว่ามาตรการหน้าบ้านเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศินีนาฎ พูลเกื้อ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของการได้รับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ที่พบว่า โรงแรมที่ได้รับมาตรฐานสิ่งแวดล้อมมีผลการดำเนินงานทางการเงินดีกว่าอย่างมีนัยสำคัญและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (เช่น ROA, ROE, กำไรจากการดำเนินงาน ฯลฯ) ซึ่งตีความได้ว่าการลงทุนด้านนวัตกรรมสีเขียว และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมสามารถแปรเป็นความยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจควบคู่กับสิ่งแวดล้อมได้จริง

4. การศึกษาอิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้ในอัตราร้อยละ 67.70 ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่สูงมาก โดยเฉพาะมิติ ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่มิติ ด้านต้นทุน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเกิดจากลักษณะการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่เน้นคุณค่าและประสบการณ์ มากกว่าการแข่งขันด้านราคา รวมถึงการประหยัดต้นทุนจากการดำเนินงานสีเขียวอาจไม่ถูกสะท้อนเป็นผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้ชัดเจน เมื่อพิจารณาร่วมกับมิติความแตกต่างและความรวดเร็ว แสดงให้เห็นว่าเมื่อโรงแรมมีความสามารถในการแข่งขันไม่ว่าจะในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หรือด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) ก็จะสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว เนื่องจากธุรกิจโรงแรมที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจะมีความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับตัวได้เร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ สอดคล้องกับ ถนอมศิลป์ จันคณากิติกุล และนิศารัตน์ โชติเชย (2565) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน

มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จ/ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญ ชี้ชัดว่า การยกระดับความคล่องตัว ควบคุมต้นทุน สร้างความแตกต่าง ช่วยผลักดันทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจให้ดีขึ้นพร้อมกัน ดังแนวคิดของ Porter (1985) ที่ระบุว่าการมีความได้เปรียบในการแข่งขันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการดำเนินงานและความสามารถในการรักษาตำแหน่งในตลาดซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของความยั่งยืนทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Pereira-Moliner et al. (2021) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความยั่งยืน ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของโรงแรมในเชิงโครงสร้างแบบบูรณาการ พบว่า ความสามารถในการแข่งขันในมิติของการควบคุมต้นทุนและการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนทั้งในด้านการเงิน ความพึงพอใจของลูกค้า และการจัดการสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบเสริมพลังกัน (Synergistic Relationship) ระหว่างการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนกับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่าโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีซึ่งมีความสามารถในการแข่งขันสูงจะสามารถยกระดับผลการดำเนินงานให้มั่นคงและยั่งยืนได้ในระยะยาวอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความได้เปรียบในการแข่งขันถือเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่มีพลังอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจโรงแรมไปสู่การดำเนินงานที่ยั่งยืนทั้งในเชิงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบุรีได้ตระหนักและเลือกใช้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาองค์กรเพื่อรักษาความสามารถในการอยู่รอดและเติบโตในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน

5. การศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นวัตกรรมสีเขียวส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน กล่าวคือ นวัตกรรมสีเขียวมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ (a-path) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญเมื่อควบคุมนวัตกรรมสีเขียว (b-path) ขณะที่เมื่อใส่ตัวแปรส่งผ่านแล้ว อิทธิพลทางตรงของนวัตกรรมสีเขียวต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (c′) ไม่เป็นนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (complete mediation) นั่นคือ นวัตกรรมสีเขียวจะก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้เด่นชัดเมื่อธุรกิจโรงแรมสามารถแปลงนวัตกรรมดังกล่าวไปเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การลดต้นทุนทรัพยากรและพลังงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์สีเขียว และการตอบสนองต่อความต้องการตลาดได้รวดเร็ว ผลดังกล่าวช่วยอธิบายกลไกเชิงธุรกิจว่าการดำเนินนวัตกรรมสีเขียวควรเชื่อมโยงเข้ากับกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม ดังที่ Chen et al, (2006) ได้เสนอแนวคิดสมรรถนะหลักสีเขียว (Green Core Competence) ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรเชิงนวัตกรรมสีเขียวและความสามารถในการแข่งขัน โดยระบุว่าหากองค์กรสามารถใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นจุดแข็งจะสามารถแปลงเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลต่อผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบซึ่งสอดคล้องกับ Wichitsathian and Ekkaphol (2025, pp. 8954) ที่ศึกษาบทบาทของตัวแปรส่งผ่านของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในโรงแรมสีเขียวในประเทศไทย พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันแบบองค์รวมทำหน้าที่เป็น “ตัวกลาง (mediator)” เชื่อมจากขีดความสามารถภายในที่เกี่ยวกับความยั่งยืนไปสู่ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังชี้ว่าประสิทธิภาพเชิงปฏิบัติการ/การควบคุมต้นทุนส่งผ่านผลไปสู่ความยั่งยืนได้เด่นที่สุด สรุปได้ว่าการนำนวัตกรรมสีเขียวมาใช้โดยลำพังอาจยังไม่เพียงพอแต่เมื่อมีความสามารถในการแข่งขันเป็นกลไกเชื่อมโยงจะสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของกลยุทธ์ภายในและความสามารถของผู้บริหารในการเชื่อมโยงแนวคิดเพื่อสิ่งแวดล้อมกับผลลัพธ์เชิงธุรกิจอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี: ผลการทดสอบตัวแปรส่งผ่านสนับสนุนกรอบ Resource-Based View (RBV) ว่านวัตกรรมสีเขียวจะสร้างผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้อย่างเด่นชัดเมื่อองค์กรสามารถแปลงนวัตกรรมดังกล่าวให้เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน (เช่น ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ หรือสร้างความแตกต่าง) สะท้อนว่าในบริบทธุรกิจโรงแรม ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมทรัพยากร/ขีดความสามารถด้านสีเขียวไปสู่ผลลัพธ์ความยั่งยืนได้ชัดเจน และช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมสีเขียวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้ครบถ้วนกว่าการอธิบายแบบความสัมพันธ์ทางตรงเพียงอย่างเดียว

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย: หน่วยงานภาครัฐ/ท้องถิ่นควรสนับสนุนมาตรการยกระดับนวัตกรรมกระบวนการสีเขียวของโรงแรม (พลังงาน น้ำ ของเสีย และซัพพลายเชน) ผ่านแรงจูงใจทางภาษี เงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และมาตรฐาน/การรับรอง เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแปลงการลงทุนสีเขียวเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลลัพธ์ความยั่งยืนได้จริง

3. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและการจัดการ: ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับมาตรการเชิงระบบหลังบ้านเป็นลำดับแรก เช่น ระบบจัดการพลังงานและน้ำ (อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน/น้ำ, การบำบัดและนำน้ำกลับมาใช้), การคัดแยก–ลด–รีไซเคิลของเสีย การกำหนดมาตรฐานปฏิบัติการสีเขียว (SOP) และผู้ประกอบการควรแปลงการดำเนินงานสีเขียวให้เป็นคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้ (value proposition) ผ่านการออกแบบประสบการณ์/บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสื่อสารที่โปร่งใส เช่น แสดงผลการลดพลังงาน/ของเสียและยกระดับความรวดเร็วในการให้บริการด้วยดิจิทัล จอง เช็คอิน ตอบคำถาม เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดมากกว่าการแข่งขันด้านราคา เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่วัดได้ด้านสิ่งแวดล้อมและต้นทุนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไปยังธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอื่นหรือภูมิภาคอื่นของประเทศไทย เช่น จังหวัดท่องเที่ยวหลักอย่างเชียงใหม่ ภูเก็ต หรือกรุงเทพฯ เพื่อเปรียบเทียบระดับนวัตกรรมสีเขียว ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในบริบทที่หลากหลายซึ่งอาจให้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นในการกำหนดนโยบายระดับชาติ

2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงแรม หรือเจ้าหน้าที่ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเข้าใจแรงจูงใจ อุปสรรค และกระบวนการในการนำแนวคิดนวัตกรรมสีเขียวมาใช้จริงในองค์กรซึ่งจะช่วยเสริมความเข้าใจเชิงลึกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในแต่ละบริบท

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง (2566, 10 พฤษภาคม). *ระบบค้นหาข้อมูลสถานประกอบการ*. I-service (สำนักการสอบสวนและนิติการ). https://iservice.dopa.go.th/web/map/license/map/

กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม. (2568, 17 กุมภาพันธ์). *สัญญาณดีสู้โลกร้อน Climate Risk Index 2025 ไทยหลุดอันดับประเทศเสี่ยงสูง จาก 9 ไป 30*.https://www.dcce.go.th/3323/

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568, 15 มกราคม). *ภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ไตรมาส 3 ของปี 2567*. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา Economics Tourism and Sports Division. www.facebook.com/ETSMOTS/posts/1163283332245350/

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567, 23 พฤษภาคม). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1–Q4 ปี 2562 (ประเทศ)*. https://www.mots.go.th/news/category/618

ถนอมศิลป์ จันคณากิติกุล และนิศารัตน์ โชติเชย. (2565). รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, *10*(7), 2961-2975. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/264016/176510

บุญญาพร ดวงสาว, วีระกิตติ์ เสาร่ม และ กชธมน วงศ์คำ. (2562). รูปแบบการจัดการโรงแรมสีเขียวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในประเทศไทย. *วารสารการบริหารปกครอง (Governance Journal)*, *8*(1), 476–496. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/199541/139276

ปานวาด ผลบำรุงวัชระ. (2567). *กลยุทธ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของธุรกิจรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดภูเก็ต : กรณีศึกษา คาลิมา รีสอร์ท แอนด์สปา ภูเก็ต, พีชฮิลล์โฮเต็ล และ อริญชย์นารา บางเทาบีช รีสอร์ท*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University (CU). https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=13650&context=chulaetd

ระชานนท์ ทวีผล. (2567). การจัดการสิ่งแวดล้อมและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C) กรณีศึกษา กลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, *19*(68), 52-63. https://so05.tcithaijo.org/index.php/researchjournallru/article/download/269760/183107/1119073

วิษณุ มั่นคง และนพดล พันธุ์พานิช (2566).แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวสู่ความสำเร็จเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ตประเทศไทย. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 8*(3), 38-55 https://share.google/VMcYcIMg1qHyDzA8y

ศินีนาฏ พูลเกื้อ. (2559). *การศึกษาอิทธิพลของการได้รับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. National Institute of Development Administration (NIDA). http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2559/b193216.pdf

สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี. (2566, 12 กันยายน). *แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับทบทวน).* จังหวัดเพชรบุรี. https://phetchaburi.go.th/phet2/CODE/files/1558496349_plan6165.pdf

สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 8. (2567, 24 พฤษภาคม). *รายงานสถานการณ์สิ่งแวดล้อม ปี พ.ศ. 2566 (สคพ. 8) กรมควบคุมมลพิษ.* สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 8.https://epo08.pcd.go.th/th/news/detail/175112

Al Halbusi, H., Soto-Acosta, P., Popa, S., & Hassani, A. (2023, May). The role of green digital learning orientation and big data analytics in the green innovation–sustainable performance relationship. *IEEE Transactions on Engineering Management*, *71*, 12886-12896. https://ieeexplore.ieee.org/document/10136886

Baquero, A. (2024, October-December). Examining the role of ambidextrous green innovation and green competitive advantage in stimulating sustainable performance: The moderating role of green absorptive capacity. *Sage Open*, *14*(4), 1-22. https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/21582440241294160

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99–120. https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA545_Fall%202022/Barney%20(1991).pdf

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173–1182.https://www.researchgate.net/publication/281274059_The_moderator-mediator_variable_distinction_in_social_psychological_research_Conceptual_strategic_and_statistical_considerations

Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. john wiley & sons.

Chen, Y.-S., Lai, S.-B., & Wen, C.-T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, *67*(4), 331–339. https://www.scribd.com/document/466429220/5

Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2010). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. *Journal of business ethics*, *95*(3), 471-486. https://www.researchgate.net/publication/226381764_Mainstreaming_Green_Product_Innovation_Why_and_How_Companies_Integrate_Environmental_Sustainability

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.

Frondel, M., Horbach, J., Rennings, K., & Requate, T. (2004). *Environmental policy tools and firm-level management practices: empirical evidence for Germany*. Kiel: Department of Economics, Kiel University. https://www.researchgate.net/publication/23755218_Environmental_Policy_Tools_and_Firm-Level_Management_Practices_Empirical_Evidence_for_Germany

Hesterly, W., & Barney, J. (2014). *Strategic management and competitive advantage (5th ed.). Concepts:* Pearson Education.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-53. https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf

Novitasari, M., & Agustia, D. (2023). Competitive advantage as a mediating effect in the impact of green innovation and firm performance. *Business: Theory and Practice*, *24*(1), 216-226. https://journals.vilniustech.lt/index.php/BTP/article/view/15865/11656

Padilla-Lozano, C.P., & Collazzo, P. (2022). Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness – causality in manufacturing. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, *32*(7), 21-39. https://www.emerald.com/cr/article-pdf/32/7/21/656874/cr-12-2020-0160.pdf

Pereira-Moliner, J., López-Gamero, M. D., Font, X., Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., & Pertusa-Ortega, E.M. (2021). Sustainability, Competitive Advantages and Performance in the Hotel Industry: A Synergistic Relationship. *Journal of Tourism and Services*, *23*(12), 132–149. https://jots.cz/index.php/JoTS/article/view/282/112

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* New York: Free Press.

Romadhon, F., Fitri, A., & Sari, I. W. (2025). Green Intellectual Capital and Sustainable Performance:The Role of Green Competitive Advantage and Green Innovation. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, *15*(1), 82-104.https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jrak/article/view/36989/16264

Singjai, K., Winata, L., & Kummer, T.-F. (2017). Green strategy and its benefits: An empirical study of the hotel industry in Thailand. *Proceedings of the 18th Asian Academic Accounting Association (FourA) Annual Conference 2017 22-23 November 2017, Bali, Indonesia*. 51-61.

https://www.foura.org/download/foura_2017/foura_013.pdf

Wang, Y.-F., Chen, S.-P., Lee, Y.-C., & Tsai, C.-T. (Simon). (2013). Developing green management standards for restaurants: An application of green supply chain management. *International Journal of Hospitality Management*, *34*, 263–273. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431913000480?utm_source=chatgpt.com

Wattanapunkitti, p. (2021). Influence of Human Capital Development on Hotel Businesses' Competitive Advantage and Operational Success in the Upper Northern Region's Secondary Cities. *Dusit Thani College Journal*, *15*(2), 1-15. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/249329?utm_source=chatgpt.com

Wichitsathian, S., & Ekkaphol, S. (2025). The mediating role of sustainable competitive advantage:A comparative study of disaggregated vs. holistic models in green hotels. *Sustainability*, *17*(19), 1-31. https://www.mdpi.com/2071-1050/17/19/8954

Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of business research*, *101*, 697-706. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.010

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา

The Public's Perception towards Public Health Policy under the Operation of the Phra Nakhon Si Ayutthaya District Public Health Office

ภาณุพันธ์ ตวงมงคลชัย[1] และนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์[2]

Phanuphan Tuangmongkolchai [1] and Nalaumon Anusonphat [2]

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

[1] Master's Student, Graduate School, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

[2,] Lecturer, Graduate School, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

E-mail: 1december2559@gmail.com[1], analaumon@aru.ac.th[2]

Received: Nov. 11, 2025; **Revised: Jan.** 23, 2026; **Accepted: Feb.** 2, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) เปรียบเทียบการรับรู้นโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน 399 คน คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยแยกตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา แต่ละตำบลทั้ง 21 ตำบล สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 0.96 และ 0.91 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบความแตกต่างด้วย t-test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 (พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย =3.63) รองลงมา คือ ด้านการนำไปปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย =3.58) ด้านคุณลักษณะ (ค่าเฉลี่ย = 3.49) ด้านทักษะ (ค่าเฉลี่ย = 3.45) และด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 3.44) ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้นโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ควรมีวิธีการส่งต่อข้อมูลตามนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพกับผู้คนในพื้นที่ของอำเภอพระนครศรีอยุธยาที่มีประสิทธิภาพโดยบุคลากรของสาธารณสุขต้องลงพื้นที่ให้ความรู้และคำแนะนำที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระบบการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน

คำสำคัญ: การรับรู้ของประชาชน นโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ สาธารณสุข

Abstract

This research aimed to study 1) the public's perception of public health policy under the operation of the Phra Nakhon Si Ayutthaya District Public Health Office, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 2) compare the public's perception of public health policy under the operation of the Phra Nakhon Si Ayutthaya District Public Health Office according to personal factors. 3) Propose guidelines for enhancing public awareness of public health policies. The research design was quantitative research using 399 people in Phra Nakhon Si Ayutthaya District as a sample group, selected by stratified sampling and divided according to the proportion of the sample in Phra Nakhon Si Ayutthaya District and each of the 21 sub-districts. The research instrument was a 5- level rating scale questionnaire that had been tested for validity and reliability with values of 0.96 and 0.91, respectively. Data were analyzed by descriptive statistics and tested for differences with t-tests and ANOVA. The results showed that the public's perception of public health policy was at a high level overall (mean = 3.52) when considering each aspect. The second strategy (developing a seamless, high-quality health service system) had the highest mean score (mean = 3.63), followed by implementation (mean = 3.58), characteristics (mean = 3.49), skills (mean = 3.45), and knowledge (mean = 3.44), respectively. Furthermore, when comparing public health policy perception under the operation of the Phra Nakhon Si Ayutthaya District Public Health Office, classified by personal factors, it was found that age, occupation, education level, income, and status significantly influenced public perception of public health policy under the operation of the Phra Nakhon Si Ayutthaya District Public Health Office, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, at a statistically significant level ($p < 0.05$). Gender, on the other hand, had no significant effect on perception. Based on this research, the researchers recommend that there should be a method for disseminating public health policy information to people in Phra Nakhon Si Ayutthaya District that effective with publish health's staff provide the knowledge, problem-solving, and accurate advice.

Keywords: Public Perception, Public Health Policy, Public Health

บทนำ

การพัฒนาระบบสุขภาพของประเทศเป็นหนึ่งในนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานในระดับพื้นที่ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพอย่างทั่วถึงและเสริมสร้างสุขภาพที่ดี โดยนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ (Public Health Policy) เป็นหนึ่งในนโยบายสาธารณะที่แสดงถึงนโยบายที่พึงมีต่อประชาชนซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งสร้างเสริมสิ่งแวดล้อมทั้งทางสังคมและกายภาพที่เอื้อต่อการมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและมุ่งให้ประชาชนมีทางเลือกและสามารถเข้าถึงทางเลือกที่ก่อให้เกิดสุขภาพดีได้สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ (สสอ.) พระนครศรีอยุธยา เป็นหน่วยงานหลักในการแปลงนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพระดับชาติและระดับจังหวัดไปสู่การปฏิบัติในพื้นที่อำเภอ โดยมีบทบาทสำคัญในการจัดบริการปฐมภูมิ การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันควบคุมโรค และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพในฐานะที่เป็นแกนหลักในพื้นที่ การดำเนินงานของ สสอ. จึงต้องสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของ พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นกฎหมายสำคัญที่ ส่งเสริมให้เกิด "นโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ" (Public Health Policy) ในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสุขภาพ ซึ่งรวมถึงการรับฟังความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของประชาชน หลักการดังกล่าวสอดคล้องกับ "กฎบัตรออตตาวาเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ"

(The Ottawa Charter for Health Promotion) ที่เน้นย้ำถึงกลยุทธ์ "การสร้างนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ" อันเป็นนโยบายที่ห่วงใยสุขภาพอย่างชัดเจน มุ่งสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ และให้ประชาชนมีทางเลือกที่นำไปสู่สุขภาพที่ดี โดยมีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายดังกล่าวข้างต้น (สฤณี อาชวานันทกุล, 2560) นโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพนั้น มิได้กำหนดโดยภาครัฐเท่านั้น ใน พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550 แต่ได้เปิดช่องทางให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม ประกอบด้วยผู้คนที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในสังคม ได้แก่ ฝ่ายการเมือง รัฐบาล ราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ สื่อมวลชน ชุมชนและประชาชนเอง ดังนั้นประชาชนจนถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของทุกกระบวนการของนโยบายสาธาณะเพื่อสุขภาพทั้งการกำหนด การนำไปใช้ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ซึ่งการศึกษาถึงการรับรู้จึงเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินถึงการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

สถานการณ์และแนวโน้มปัญหาด้านสุขภาพในระดับโลกและภูมิภาคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วใน ช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา จากปัญหาเดิมที่เกิดจากความด้อยพัฒนาไปสู่ปัญหาสุขภาพใหม่ ได้แก่ การแพร่ระบาด ของโรคติดต่ออุบัติใหม่ เช่น ไข้หวัดนก อีโบล่า ไวรัสเมอร์ส การแพร่ระบาดของเชื้อจุลชีพ ดื้อยาปฏิชีวนะ แนวโน้มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และล่าสุดคือ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด -19) ส่งผลต่อเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมของโลกมีผลโดยตรงต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาพรวมเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยอย่างรุนแรง (สำนักงานส่งเสริมสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) นอกจากนี้ประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ความคาดหวังของประชาชนสูงขึ้น จึงเกิดประเด็นใหม่ ๆ ด้านสุขภาพขึ้น เช่น ปัญหาการเข้าถึงบริการและค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ระบบการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีในปัญหาสุขภาพที่ขาดการเหลียวแล (neglected health problems) เป็นต้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

สภาพปัจจุบันของสังคมไทยได้มีการปรับโครงสร้างทางสังคม เพื่อพัฒนาให้ทัดเทียมกับอารยประเทศจาก การพัฒนาประเทศอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนจากประเทศเกษตรกรรมเป็นประเทศอุตสาหกรรมมากขึ้น และทำให้เกิดค่านิยมตามรูปแบบของประเทศที่พัฒนาแล้วทำให้วิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปในทุก ๆ ด้าน รวมทั้งการบริโภค ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ เนื่องจากไปรับเอารูปแบบการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมต่างชาติมาเป็นค่านิยม โดยปราศจากการไต่ตรองและดัดแปลงปรับปรุงให้เหมาะกับสภาวการณ์และสภาพสังคมท้องถิ่น พฤติกรรมสังคมที่ไม่ถูกต้องทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตทั้งด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจเกิดปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคภัย ไข้เจ็บ ที่เรียกว่าโรคพฤติกรรมสังคม โดยสถานการณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านของการประชาสัมพันธ์นโยบายสาธารณะด้านสุขภาพเป็นการดำเนินงานภายใต้การกระจายอำนาจสู่อำเภอในการดำเนินการตามนโยบายที่ได้รับมา ซึ่งปัจจุบันไม่มีการวัดการรับรู้ของนโยบายที่ได้ทำการสื่อสารให้กับประชาชนทำให้ไม่สามารถทราบถึงการรับรู้ของประชาชนว่าอยู่ในระดับใด ทั้งนี้เมื่อประชาชนรับรู้ถึง เหตุผล ความจำเป็น และประโยชน์ของนโยบาย จะนำไปสู่ ทัศนคติเชิงบวก ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติตาม หรือสามารถดูแลกันเองภายในชุมชน นโยบายสาธารณสุขจะสำเร็จหรือไม่นั้นตัวแปรที่สำคัญคือรับรู้ เข้าใจ และรู้สึกว่ามีคุณค่าต่อตนเองและสัวคม

สำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยาได้ขยายบทบาทจากหน่วยบริการสุขภาพพื้นฐานสู่ ศูนย์ขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพระดับพื้นที่ โดยทำหน้าที่เชื่อมประสานนโยบายจากส่วนกลางและจังหวัดสู่วิธีปฏิบัติจริงในชุมชน ผ่านการแปลงนโยบายสาธารณะ แต่ปัจจุบันเนื่องจากยังขาดการศึกษาเชิงลึกว่าประชาชนในพื้นที่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก รับรู้และให้ความหมายต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพเหล่านั้นอย่างไร โดยเฉพาะการเชื่อมโยงการรับรู้กับการปฏิบัติงานจริงของสำนักงาน อาทิ ประชาชนรับรู้ถึงนโยบายลด NCDs ผ่านกิจกรรมของ อสม. และหน่วยเคลื่อนที่หรือไม่ การสื่อสารนโยบายสาธารณะไปสู่พื้นที่สอดคล้องกับความคาดหวังและความเข้าใจของประชาชนหรือไม่ และความเชื่อมโยงระหว่างการรับรู้กับความร่วมมือ การมีส่วนร่วม และประสิทธิผลสุดท้ายของนโยบายในมิติที่ประชาชนเป็นศูนย์กลาง ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่อง "การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา" จึงมีความจำเป็นเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว

จากสถานการณ์และปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะศึกษา นโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาการรับรู้นโยบายสาธารณะด้านการพัฒนาระบบสาธารณสุข ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นการศึกษาระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางในการสื่อสารสิทธิประโยชน์ด้านสุขภาพให้เข้าถึงประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อความสำเร็จของนโยบายด้านสุขภาพในหลายมิติ ทั้งในเชิงการบริหารนโยบายและประสิทธิภาพในการดำเนินการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชน ได้แก่ อายุ เพศ โครงสร้างประชากร ระดับการศึกษา ตลอดจนบริบททางวัฒนธรรมและสังคม ล้วนมีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้และตีความนโยบายสุขภาพในลักษณะที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ชีวิตและทุนทางสังคมของแต่ละกลุ่มประชากร โดยทั่วไป การรับรู้นโยบายสุขภาพในสังคมสมัยใหม่มักพึ่งพาสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารและกระจายข้อมูล อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทของพื้นที่ชนบทหรือชุมชนดั้งเดิม เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลับพบว่า “เครือข่ายสังคมแบบปฐมภูมิ” (Primary Social Networks) อันประกอบด้วยครอบครัว เพื่อนบ้าน วัด และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) มีบทบาทสำคัญเหนือกว่าสื่อสมัยใหม่ในการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการกลั่นกรอง ตีความ และถ่ายทอดนโยบายสู่ประชาชน (เฉลิมพล สุวรรณโชติ, 2566) สะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้นโยบายมิได้เป็นกระบวนการเชิงเส้นที่รัฐสื่อสารแล้วประชาชนรับสารโดยตรง หากแต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่ผ่านกลไกของความสัมพันธ์และความไว้วางใจในชุมชน ดังนั้น การออกแบบและสื่อสารนโยบายสุขภาพจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงโครงสร้างประชากรและเครือข่ายทางสังคมของพื้นที่เป็นสำคัญ เพื่อให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจและการยอมรับอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบททางสังคมของประชาชนแต่ละกลุ่ม.

แนวความคิดและทฤษฎีการรับรู้ของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายสุขภาพ

จากการสังเคราะห์งานวิจัยในบริบทไทยเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายสุขภาพ พบว่า การรับรู้มิได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของนโยบายเพียงอย่างเดียว หากแต่เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับการรับรู้ถึงประสิทธิภาพของนโยบายและคุณภาพของกระบวนการสื่อสารจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยงานของกุลนันท์ เสนคำ (2568) ชี้ให้เห็นว่า ระดับการรับรู้ต่อแผนปฏิบัติการด้านโภชนาการแห่งชาติมีความแตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงาน และความต่อเนื่องของการสื่อสารระหว่างแผนงานกับสาธารณะส่งผลโดยตรงต่อความเข้าใจและการยอมรับของประชาชน สะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้นโยบายสุขภาพเป็นกระบวนการเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชน ซึ่งต้องอาศัยทั้งความชัดเจนของนโยบาย ความสามารถในการถ่ายทอดสาร และความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานผู้ดำเนินการ หากขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ แม้นโยบายจะมีความเหมาะสมเชิงวิชาการ ก็อาจไม่สามารถสร้างการรับรู้และการยอมรับในระดับสังคมได้อย่างแท้จริง การรับรู้ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่มีต่อหน่วยงานรัฐและระบบสุขภาพมากกว่าตัวเนื้อหานโยบายเอง (Majid et al.,

2021) ประชาชนที่ขาดความไว้วางใจมักตีความนโยบายว่าเป็นการบังคับควบคุมหรือมีวาระซ่อนเร้น แม้ว่านโยบายนั้นจะมีหลักฐานสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์ก็ตาม (Devine et al., 2020)

แนวคิดการสื่อสารนโยบายสาธารณะ

จากการสังเคราะห์แนวคิดและงานวิจัยด้านการสื่อสารนโยบายสาธารณะ พบว่า การสื่อสารทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงนโยบายจากระดับการกำหนดนโยบายไปสู่การรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยการสื่อสารนโยบายสุขภาพที่มีประสิทธิภาพมิได้มุ่งเพียงการถ่ายทอดข้อมูล หากแต่ต้องสามารถกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของนโยบายในหมู่ประชาชน งานของวิทยา เมืองกลาง (2566) ชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมร่วมกับช่องทางออนไลน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่มีช่วงอายุและบริบททางสังคมแตกต่างกัน โดยเฉพาะในระดับอำเภอและตำบลซึ่งยังคงมีความหลากหลายด้านการเข้าถึงเทคโนโลยี ขณะเดียวกัน ปานทิพย์ เกื้อกูล (2566) สะท้อนว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านเครือข่ายความไว้วางใจในชุมชนมีอิทธิพลสูงต่อการยอมรับนโยบายในบางสถานการณ์มากกว่าการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนโดยตรง การสังเคราะห์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารนโยบายสาธารณะเป็นกระบวนการเชิงสังคมที่ต้องอาศัยทั้งความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารและพลังของความสัมพันธ์ในชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วมของประชาชน อันเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายสุขภาพในทางปฏิบัติ

แนวคิดบทบาทและความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านสุขภาพ

จากการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทและความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านสุขภาพ พบว่าความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพมิได้ขึ้นอยู่กับนโยบายจากส่วนกลางเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการแปลและปรับนโยบายให้สอดคล้องกับบริบท ปัญหา และความต้องการเฉพาะของชุมชนในพื้นที่ งานของสิริกร พลเยี่ยม (2565) ชี้ให้เห็นว่า เมื่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถถ่ายทอดนโยบายระดับชาติให้กลายเป็นแผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับชีวิตจริงของประชาชน จะช่วยให้ประชาชนเกิดการรับรู้ว่านโยบายเป็น “นโยบายของตนเอง” และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการดำเนินการ โดยนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพเป็นยุทธศาสตร์ที่อยู่ใกล้ชิดวิถีชุมชน สร้างเสริมความเป็นธรรม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างเหมาะสม (วาธิณี วงศาโรจน์ และคณะ, 2565)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

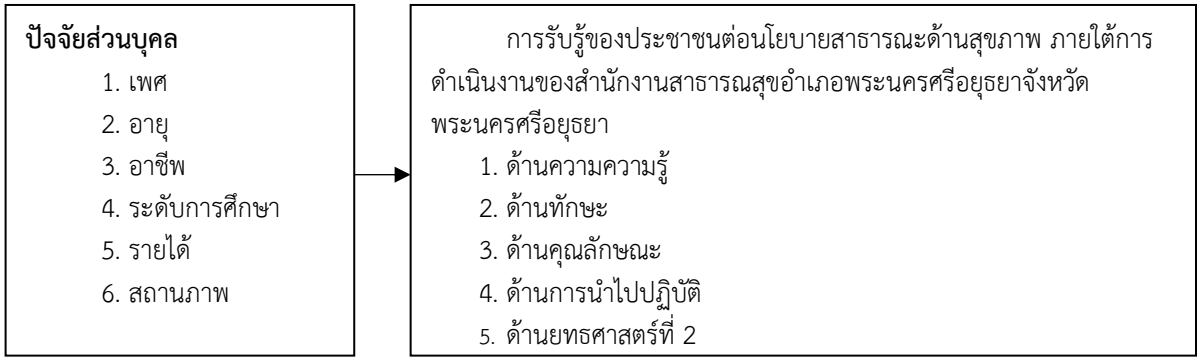
การมีส่วนร่วมของประชาชนในนโยบายสาธารณสุขได้พัฒนาจากรูปแบบการให้ข้อมูลเชิงรับ (passive consultation) สู่แนวคิด "การเป็นหุ้นส่วนทางสุขภาพแบบสมานฉันท์" (Health Co-production Partnership) ซึ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศนโยบายที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนมีบทบาทเท่าเทียมในการออกแบบ ดำเนินการ และประเมินผล แนวคิดนี้เชื่อมโยงกับ ทฤษฎีทุนทางสังคมสำหรับสุขภาพ (Social Capital for Health Theory) ที่ระบุว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงไม่เพียงเพิ่มความถูกต้องของนโยบาย แต่ยังสร้างเครือข่ายความไว้วางใจและบรรทัดฐานทางสังคมที่สนับสนุนการปฏิบัติตามนโยบายอย่างยั่งยืน (Vonneilich, N., 2022)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวแสดงถึงความสัมพันธ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพที่แตกต่างกันตามบริบทของสังคม ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อแสดงให้เห็นถึงบริบทของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยการพัฒนานโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารสิทธิประโยชน์ด้านสุขภาพให้เข้าถึงประชาชน และหลักประกันทางสังคม

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายใต้การปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอพระนครศรีอยุธยา



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

จากรูปที่ 1 แสดงถึงกรอบในการศึกษาวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักณะ ด้านการนำไปปฏิบัติ และด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยผ่านบทบาทสำคัญของการดำเนินงานของสำนักงานสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่สัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการรับรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการรับรู้นโยบายสาธารณะด้านการสุขภาพ ของประชาชนภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวนประชากร 126,119 คน (ปกครองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2568)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973) มีค่าเท่ากับ 399 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชุมชนแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแยกตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา แต่ละตำบลทั้ง 21 ตำบล ซึ่งผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้การเปรียบเทียบบัญญัติไตรยางศ์ เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรในอำเภอพระนครศรีอยุธยา แบ่งเป็นด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านความความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ ด้านการนำไปปฏิบัติ และด้านยุทธศาสตร์ที่ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด (Close Ended) และเลือกตอบ (Check list) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating scale) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของลิเคิร์ท (Likert' scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑการแปลผลคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมาตรวัดแบบอันตรภาค ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต 4.21 - 5.00 หมายถึง การรับรู้ของประชาชนอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต 3.41 - 4.20 หมายถึง การรับรู้ของประชาชนอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต 2.61 - 3.40 หมายถึง การรับรู้ของประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต 1.81 - 2.60 หมายถึง การรับรู้ของประชาชนอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต 1.00 - 1.80 หมายถึง การรับรู้ของประชาชนอยู่ในระดับนอยที่สุด

แนวความคิดการพัฒนาแบบสอบถาม

การพัฒนาแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณควรดำเนินการตามขั้นตอนที่เป็นระบบและมีความเชื่อมั่น โดยเริ่มจากการศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสอบถามมีเนื้อหาครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย (อุบลวรรณา ภวกานันท์ และคณะ, 2559) หลังจากนั้นควรออกแบบคำถามให้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และหลีกเลี่ยงคำถามนำหรือมีความกำกวม

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC: index of item objective congruence) เลือกข้อคำถามที่มีค่าสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.96 และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1951) ได้ผลค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.91

การรวบรวมข้อมูล

1. ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ถึงนายอำเภอพระนครศรีอยุธยา เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง

2. ส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมชี้แจงรายละเอียดความมุ่งหมายของการออกแบบสอบถามนี้ เพื่อทำความเข้าใจให้ตรงกันในการตอบแบบสอบถาม

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและการลงพื้นที่จริง เพื่อนำแบบสอบถามที่ถูกการแก้ไขปรับปรุงอย่างสมบูรณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีการสุ่มตัวอย่างเอาไว้จำนวน 399 8o พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียด ความมุ่งหมายและวิธีการในการกรอกแบบสอบถาม

4. ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำแบบสอบถามไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และรายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับเปรียบเทียบ และอธิบายข้อมูลทั่วไป

2. วิเคราะห์ข้อมูลระดับสมรรถนะด้านการรับรู้ของประชาชนในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปเทียบกับเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบระดับสมรรถนะด้านด้านการรับรู้ของประชาชนในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกเป็นปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ คือ การทดสอบค่าที (T-test)ในกรณีตัวแปรต้นสองกลุ่ม และทดสอบค่าเอฟ F-test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ในกรณีตัวแปรต้น สองกลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างเป็นสำคัญน้อยที่สุด (Fishers Least Significant Difference: LSD) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (2) ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ และ (3) เปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ปัจจัยส่วนบุคคลของของประชาชนในพื้นที่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประชาชนในพื้นที่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน 399 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	234	58.6
หญิง	165	41.4
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	38	9.5
21 - 30 ปี	90	22.6
31 - 40 ปี	114	28.6
41 - 50 ปี	49	12.3
51 - 60 ปี	38	9.5
มากกว่า 60 ปี	70	17.5
อาชีพ		
ข้าราชการ	81	20.3
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	89	22.3
พนักงานบริษัท	95	23.8
รับจ้าง	15	3.8
ว่างงาน	21	5.3
นักเรียน/นักศึกษา	98	24.6

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	9	2.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	47	11.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./อนุปริญญา/ปวส.	60	15.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	83	20.8
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	134	33.6
ปริญญาโทและสูงกว่า	66	16.5
รายได้		
ไม่เกิน 5,000 บาท	19	4.8
5,001 – 10,000 บาท	100	25.1
10,001 – 20,000 บาท	69	17.3
20,001 บาท ขึ้นไป	211	52.9
สถานภาพ		
โสด	152	38.1
สมรส	199	49.9
หย่า/แยกกันอยู่	48	12.0

จากตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของของประชาชนในพื้นที่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31–40 ปี นักเรียน/นักศึกษา มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และเป็นผู้ที่สมรสแล้ว

(2) ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย 1.ด้านความรู้ 2.ด้านทักษะ 3.ด้านคุณลักษณะ 4.ด้านการนำไปปฏิบัติ 5.ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
ด้านความรู้	3.44	0.83	มาก
ด้านทักษะ	3.45	0.78	มาก
ด้านคุณลักษณะ	3.49	0.78	มาก
ด้านการนำไปปฏิบัติ	3.58	0.79	มาก
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ	3.63	0.80	มาก
โดยภาพรวม	3.52	0.80	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 (S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (S.D. = 0.80) รองลงมา คือ ด้านการนำไปปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (S.D.= 0.79) ด้านคุณลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 (S.D.= 0.78) ด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 (S.D.= 0.78) และด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 (S.D.= 0.83) ตามลำดับ

(3) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพอย่างไร

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ ด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุข อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	เพศ				t	sig
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านความรู้	3.40	0.85	3.50	0.81	-1.50	.14
ด้านทักษะ	3.40	0.79	3.52	0.76	-1.75	.08
ด้านคุณลักษณะ	3.45	0.79	3.55	0.75	-1.40	.16
ด้านการนำไปปฏิบัติ	3.55	0.81	3.62	0.77	-0.90	.37
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อโดยภาพรวม	3.60	0.82	3.68	0.77	-0.65	.52
	3.48	0.82	3.57	0.78	-1.25	.21

จากตารางที่ 3 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามเพศ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทดสอบทีแบบอิสระ (Independent sample T-Test) พบว่าโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า แสดงว่าทั้งชายและหญิงมีความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยาในระดับใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ ด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุข อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	อายุ				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	7.2	5	1.44	2.06	0.07
	ภายในกลุ่ม	275.58	393	0.7		
	รวม	282.78	398			

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	อายุ				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	6.5	5	1.3	2.13	0.06
	ภายในกลุ่ม	240.24	393	0.61		
	รวม	246.74	398			
ด้านคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	6.8	5	1.36	2.23	0.05
	ภายในกลุ่ม	239.51	393	0.61		
	รวม	246.31	389			
ด้านการนำไปปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	8.5	5	1.7	2.72	0.02*
	ภายในกลุ่ม	245.54	393	0.63		
	รวม	254.04	398			
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ	ระหว่างกลุ่ม	9.2	5	1.84	2.87	0.01*
	ภายในกลุ่ม	251.1	393	0.64	2.87	0.01*
	รวม	260.3	398			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.5	5	1.5	2.3	00.4*
	ภายในกลุ่ม	256.63	393	0.65		
	รวม	264.13	398			

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามอายุ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามอายุ ภาพรวมและรายด้าน ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือน้อยกว่าค่าระดับนัยที่สำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้แสดงว่าประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการนำไปปฏิบัติและด้านด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ ด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุข อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	อายุ				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	9.8	5	1.96	3.01	0.01*
	ภายในกลุ่ม	256.4	393	0.65		
	รวม	266.2	398			
ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	8.2	5	1.64	2.93	0.01*
	ภายในกลุ่ม	220.2	393	0.56		
	รวม	228.4	398			

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	อายุ				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	7.9	5	1.58	2.43	0.03*
	ภายในกลุ่ม	255.4	393	0.65		
	รวม	263.3	398			
ด้านการนำไปปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	6.5	5	1.3	1.94	0.09
	ภายในกลุ่ม	263.5	393	0.67		
	รวม	270	398			
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ	ระหว่างกลุ่ม	7.2	5	1.44	2.15	0.06
	ภายในกลุ่ม	263.3	393	0.67		
	รวม	270.5	398			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8	5	1.6	2.46	0.03*
	ภายในกลุ่ม	256.1	393	0.65		
	รวม	264.1	398			

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามอาชีพ ภาพรวมและรายด้าน ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยที่สำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้แสดงว่าประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ ด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุข อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	อายุ				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	12	5	2.4	3.69	0.00*
	ภายในกลุ่ม	255.7	393	0.65		
	รวม	267.7	398			
ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	10.5	5	2.1	3.75	0.00*
	ภายในกลุ่ม	220	393	0.56		
	รวม	230.5	398			
ด้านคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	9	5	1.8	2.77	0.02*
	ภายในกลุ่ม	256	393	0.65		
	รวม	265	398			
ด้านการนำไปปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	7.5	5	1.5	2.24	0.05

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	อายุ				
		SS	df	MS	F	Sig.
	ภายในกลุ่ม	263	393	0.67		
	รวม	270.5	398			
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ	ระหว่างกลุ่ม	6	5	1.2	1.76	0.12
	ภายในกลุ่ม	268	393	0.68		
	รวม	274	398			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.8	5	1.76	2.7	0.02*
	ภายในกลุ่ม	256	393	0.65		
	รวม	264.8	398			

จากตารางที่ 6 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาภาพรวมและรายด้าน ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าน้อยกว่าระดับนัยที่สำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้แสดงว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ ด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุข อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	รายได้				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	10.5	3	3.5	5.48	0.00*
	ภายในกลุ่ม	252.6	395	0.64		
	รวม	263.1	398			
ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	8.8	3	2.93	5.23	0.00*
	ภายในกลุ่ม	221.7	395	0.56		
	รวม	230.5	398			
ด้านคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	7.9	3	2.63	4.09	0.01*
	ภายในกลุ่ม	254.2	395	0.64		
	รวม	262.1	398			
ด้านการนำไปปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	6.5	3	2.17	3.33	0.02*
	ภายในกลุ่ม	257.6	395	0.65		
	รวม	264.1	398			
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ	ระหว่างกลุ่ม	8.1	3	2.7	4.14	0.01*
	ภายในกลุ่ม	257.4	395	0.65		

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	รายได้				
		SS	df	MS	F	Sig.
โดยภาพรวม	รวม	265.5	398			
	ระหว่างกลุ่ม	9	3	3	4.65	0.00*
	ภายในกลุ่ม	255.4	395	0.65		
	รวม	264.4	398			

จากตารางที่ 7 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามรายได้ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามรายได้ภาพรวมและรายด้าน ค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าน้อยกว่าระดับนัยที่สำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้แสดงว่าประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ ด้านการนำไปปฏิบัติ และด้านด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ ด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุข อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพ

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	สถานภาพ				
		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	4.5	2	2.25	3.45	0.03*
	ภายในกลุ่ม	258.9	396	0.65		
	รวม	263.4	398			
ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	3.9	2	1.95	3.5	0.03*
	ภายในกลุ่ม	220.5	396	0.56		
	รวม	224.4	398			
ด้านคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	4.8	2	2.4	3.75	0.02*
	ภายในกลุ่ม	253.9	396	0.64		
	รวม	258.7	398			
ด้านการนำไปปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2.5	2	1.25	1.9	0.15
	ภายในกลุ่ม	260	396	0.66		
	รวม	262.5	398			
ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ	ระหว่างกลุ่ม	1.8	2	0.9	1.35	0.26
	ภายในกลุ่ม	264.8	396	0.67		
	รวมรวม	266.6	398			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2	2	3.08	0.05
	ภายในกลุ่ม	257.6	396	0.65		
	รวม	261.6	398			

จากตารางที่ 8 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ จำแนกตามสถานภาพภาพรวมและรายด้าน มีค่า Sig. ที่สามารถคำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าน้อยกว่าระดับนัยที่สำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้แสดงว่าประชาชนที่มีสถานภาพต่างกัน มีความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

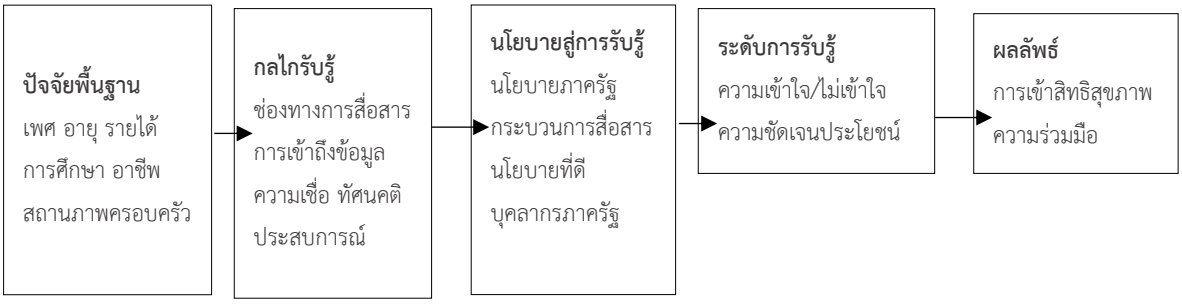
การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ พบว่า ระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 (พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพไร้รอยต่อ) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของประชาชนต่อยุทธสาสตร์เป็นสิ่งที่โดดเด่นกว่าในประเด็นอื่นๆ โดยเน้นประเด็นด้านการเข้าถึงการบริการของประชาชนทั้งในด้านการรักษาการส่งเสริม ทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่ง และยังชี้ให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญกับการบริการสุขภาพที่ต่อเนื่องและเชื่อมโยง โดยเฉพาะการดูแลผู้สูงอายุซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้เนื่องจากประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แสดงให้เห็นว่ากลไกการสื่อสารนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา มีประสิทธิภาพในระดับหนึ่งในการสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานด้านสุขภาพในพื้นที่ การที่ประชาชนสามารถรับรู้เจตนารมณ์ของนโยบายได้อย่างชัดเจน ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 มีระดับการรับรู้สูงที่สุด ซึ่งอาจอธิบายได้จากนโยบายนี้เป็นนโยบายที่ชัดเจนและมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะการส่งเสริมระบบบริการสุขภาพไร้รอยต่อที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ตรงจุด ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด การประเมินประสิทธิผลเชิงประสบการณ์ของกุลธิดา แสงเดือน (2565) ที่ประชาชนประเมินนโยบายจากประสบการณ์ตรงและผลกระทบที่จับต้องได้ การที่ยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้รับการรับรู้สูงสุดสะท้อนว่า ประชาชนให้คุณค่ากับผลลัพธ์เชิงสัมผัสได้มากกว่าความรู้เชิงนามธรรม เนื่องจากบริการสุขภาพไร้รอยต่อเป็นสิ่งที่รับรู้ได้จากการใช้บริการจริง เช่น การส่งต่อระหว่างโรงพยาบาลและโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) ที่สะดวกรวดเร็ว แม้คะแนนรับรู้จะสูง แต่จำเป็นต้องตั้งคำถามเชิงทฤษฎีจากการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าการรับรู้นี้อยู่บนขั้นการแจ้งให้ทราบเพียงขั้นพื้นฐาน หรือนำไปสู่ "การมีส่วนร่วมเชิงอำนาจ (Citizen Power)" อย่างแท้จริงหรือไม่ ประชาชนอาจ "รับรู้" ว่าเป็นนโยบายที่ดี แต่ขาดโอกาสมีส่วนร่วมในการออกแบบหรือติดตามผล ซึ่งเป็นข้อสังเกตจากงานวิจัยของ วิไลพร ศรีสวัสดิ์ (2564) ที่ชี้ว่าการสื่อสารที่ได้ผลมักเป็นไปในรูปแบบแจ้งข่าวมากกว่าสร้างการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทร ระวังภัย (2563) ที่พบว่าการรับรู้ในสิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติยังอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเกิดจากความซับซ้อนของเนื้อหานโยบายหรือการสื่อสารที่ยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย รองลงมา ด้านการนำไปปฏิบัติ เป็นการแสดงให้เห็นว่าประชาชนรับรู่ถึงนโยบายในเชิงปฏิบัติที่ได้รับรู้จากคนในชุมชนหรือสำนักงานสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา แต่สิ่งที่ระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยในส่วนนี้คือการได้รับและปฏิบัติตามแนวทางนโยบายด้าสุขภาพพร้อมกับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่สาธารณสุขไม่เพียงพอต่อการให้บริการประชาชน ตามด้วยด้านคุณลักษณะ ด้านทักษะ และด้านความรู้ ตามลำดับ ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลจากช่องทางการประชาสัมพันธ์และสามารถปฏิบัติตามนโยบายที่ได้รับได้ดี ส่วนเรื่องที่ต้องมีการพัฒนาคือ ทักษะในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมและความรู้เกี่ยวกับวิธีการกรอกแบบฟอร์มด้านสุขภาพ ยังอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงถึงช่องว่างในการสื่อสารสองทางและความเข้าใจในขั้นตอนปฏิบัติ

2. เปรียบเทียบการรับรู้ของนโยบายสุขภาพจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคล พบว่า เพศไม่มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการรับรู้นโยบายระหว่างเพศชายและเพศหญิง ส่วนอายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา, รายได้ และสถานภาพมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการรับรู้นโยบายของประชาชนที่มีปัจจัยเหล่านี้แตกต่างกัน การออกแบบการสื่อสารนโยบายและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจำเป็นต้องคำนึงถึง "ความหลากหลาย" ของกลุ่มประชากร ไม่สามารถใช้วิธีการแบบ "หนึ่งเดียวสำหรับทุกคน" (One-size-fits-all) ได้ ต้องมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ ผู้ที่มีระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยบางชิ้นในประเด็นนโยบายสุขภาพกว้าง ๆ ที่พบว่าความแตกต่างด้านเพศอาจไม่เด่นชัดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น เช่น งานของ รัตนา วงศ์สวัสดิ์ (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่าในประเด็นนโยบายสุขภาพครอบคลุม (เช่น บริการสุขภาพถ้วนหน้า) ปัจจัยด้านเพศอาจไม่ใช่ตัวทำนายหลักของการรับรู้ เนื่องจากประสบการณ์และการเข้าถึงระบบบริการด้านสุขภาพมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันระหว่างชายและหญิงในโครงสร้างพื้นฐานเดียวกัน ส่วนปัจจัยอื่นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธีรา เกษมสันต์ (2564) และ ก้องภพ นิยมชาติ (2566) โดยตรง ที่ว่าแต่ละรุ่นมีประสบการณ์ชีวิตและช่องทางการรับข้อมูลต่างกัน กลุ่มสูงอายุรับรู้ผ่านประสบการณ์บริการและเครือข่ายปฐมภูมิ ในขณะที่วัยทำงานประเมินผ่านมิติเศรษฐกิจและความสะดวก

3. แนวทางในการพัฒนาการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพภายใต้การดำเนินงานของสาธารณสุขอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทางแนวทางในการพัฒนาควรมุ่งเน้นการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบจำเพาะกลุ่ม (Segmented Communication Strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการและบริบทของแต่ละกลุ่มประชากร เช่น กลุ่มผู้สูงอายุควรมุ่งเน้นการสื่อสารผ่านเครือข่ายปฐมภูมิและกิจกรรมในชุมชน ขณะที่กลุ่มวัยทำงานอาจใช้ช่องทางดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กับการสื่อสารแบบเดิม นอกจากนี้ ควรเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายตั้งแต่การออกแบบจนถึงการติดตามผล เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความเชื่อมั่นในนโยบาย พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพบุคลากรสาธารณสุขในการให้บริการและสื่อสารสองทางอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพอย่างต่อเนื่องและไร้รอยต่อ โดยกลยุทธ์เหล่านี้ควรมีการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของพื้นที่อำเภอพระนครศรีอยุธยา การรับรู้ที่นำไปสู่การปฏิบัติได้จริงมีความเชื่อมโยงกัน ประชาชนที่รับรู้ข้อมูลก็จะสามารถนำไปปฏิบัติและเผยแพร่ต่อในชุมชนได้ในระดับที่ดี การที่ประชาชนสามารถปฏิบัติตามข้อมูลจากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอได้ดี สะท้อนถึงระดับความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่

งานวิจัยนี้ให้องค์ความรู้ที่สำคัญว่า การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพในพื้นที่อำเภอพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับที่ดีและนำไปสู่การปฏิบัติได้ แต่ยังมีช่องว่างในการสื่อสารบางด้าน และการรับรู้นั้นถูกกำหนดโดยปัจจัยส่วนบุคคลที่หลากหลาย ดังนั้น ความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพไม่ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหานโยบายอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับ "การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารและส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับกลุ่มประชากรเป้าหมายแต่ละกลุ่ม" เป็นอย่างมาก



รูปที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า โดยภาพรวมประชาชนมีการรับรู้ในระดับดี แต่ยังต้องมีการปรับปรุงกลไกการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

1. เน้นการรักษามาตรฐานและการส่งเสริมหรือต่อยอดความสำเร็จ ควรรักษามาตรฐานการดำเนินงานและการสื่อสารนโยบายที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมของนโยบาย (Success Stories) เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต่อเนื่องในการรับรู้และการนำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำพื้นที่ที่สามารถให้ข้อมูล คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ หรือแก้ปัญหาในสิทธิประโยชน์ด้านสาธารณสุข เนื่องจากเป็นการสื่อสารสองทางมีโอกาสประสบความสำเร็จในเป้าหมายของการสื่อสารได้มากกว่าการสื่อสารทางเดียว

2. พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบจำเพาะกลุ่ม (Segmented Communication Strategy) เช่น กรณีของผู้ที่มีครอบครัวแล้วควรเน้นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ สุขภาวะของคนในครอบครัว เช่น สิทธิการตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูก/เต้านมสำหรับคู่สมรส การดูแลสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุ หรือสิทธิประโยชน์ในระบบหลักประกันสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกในครัวเรือน สำหรับกลุ่มที่เป็นโสดควรเน้นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ สุขภาพส่วนบุคคล และ การป้องกันโรค เช่น โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับวัยทำงาน การให้คำปรึกษาสุขภาพจิต หรือการส่งเสริมการออกกำลังกายในพื้นที่สาธารณะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ส่งเสริมความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการ ควรใช้โอกาสนี้ในการเน้นย้ำและประชาสัมพันธ์ถึง "จุดไร้รอยต่อ" ของระบบบริการ เช่น การส่งต่อผู้ป่วยระหว่างหน่วยบริการปฐมภูมิ-ทุติยภูมิ หรือการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการนัดหมายและการติดตามผล เพื่อให้ประชาชนรู้สึกถึงความสะดวกและเชื่อมั่นในระบบบริการมากยิ่งขึ้น เป็นการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์สำหรับการติดต่อสื่อสารหรือการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยบริการที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

2. ส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของบุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการให้บริการทางการแพทย์อย่างทั่วถึงและให้เกิดความเทาเทียมกันของประชาชนในพื้นที่

3. มีการทวนสอบประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพในด้านของการรับรู้ของประชาชน ประสิทธิภาพการให้บริการ หรือตัวชี้วัดอื่นที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 ควรศึกษา ความเชื่อด้านสุขภาพ (Health Beliefs) หรือ ความสามารถในการรู้เท่าทันด้านสุขภาพ (Health Literacy) ของประชาชน ควบคู่ไปกับการรับรู้นโยบาย เพื่อให้ทราบว่านอกจากการรับรู้แล้ว ยังมีปัจจัยภายในใดอีกบ้างที่ส่งผลให้ประชาชนปฏิบัติตามนโยบายด้านสุขภาพได้อย่างแท้จริง

2.2 ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประชาชนจากพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ต่อนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพระหว่างพื้นที่ที่หลากหลาย และตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างเหล่านั้น

2.3 ควรพิจารณาปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อการรับรู้และการเข้าถึงนโยบาย โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์และเชื้อชาติ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *รายงานสถานการณ์สุขภาพในประเทศไทย.* กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข

ก้องภพ นิยมชาติ. (2566). *ความแตกต่างในการรับรู้นโยบายสาธารณสุขระหว่างกลุ่มวัย: มิติเศรษฐกิจและความสะดวก.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม.

กุลธิดา แสงเดือน. (2565). การประเมินประสิทธิผลเชิงประสบการณ์: การรับรู้นโยบายสุขภาพผ่านประสบการณ์ตรงของประชาชน. *วารสารการประเมินผลและนโยบายสาธารณสุข*, *15*(3), 78–95.

กุลนันท์ เสนคำ. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แผนปฏิบัติการด้านโภชนาการแห่งชาติกับการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, *34*(4), 506–525.

เฉลิมพล สุวรรณโชติ. (2566). *เครือข่ายสังคมแบบปฐมภูมิกับการรับรู้นโยบายสาธารณสุขในชุมชนชนบท.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.

นรินทร ระวังภัย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ในสิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. *วารสารระบบสุขภาพ, 7*(1), 50-65.

รัตนา วงศ์สวัสดิ์. (2563). ปัจจัยด้านเพศกับการรับรู้นโยบายสุขภาพถ้วนหน้า: การศึกษาเปรียบเทียบ. *วารสารสตรีและสุขภาพ, 12*(2), 54–68.

เบญจวรรณ ช่วยเต็ม. (2566). ความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลและสุขภาพผู้สูงอายุ. *วารสารวิจัยสาธารณสุข, 11*(2), 100-115.

ปกครองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2568). *รายงานข้อมูลจำนวนประชากรและทะเบียนราษฎร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประจำปี 2568*. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.

ปานทิพย์ เกื้อกูล. (2566). *บทบาทของเครือข่ายความไว้วางใจในการสื่อสารนโยบายสุขภาพระดับชุมชน.* ในการประชุมวิชาการสาธารณสุขแห่งชาติ ครั้งที่ 32 (หน้า 95–97). นนทบุรี: กรมอนามัย.

วิไลพร ศรีสวัสดิ์. (2564). จากข่าวสารสู่การมีส่วนร่วม: การวิเคราะห์ช่องว่างการสื่อสารนโยบายสาธารณสุขในระดับชุมชน. *วารสารการสื่อสารเพื่อสุขภาพ*, *8*(1), 45–62.

วิทยา เมืองกลาง. (2566). การสื่อสารนโยบายสาธารณสุขแบบผสมผสานในระดับอำเภอและตำบล: การศึกษาเชิงปฏิบัติการ. *วารสารการสื่อสารสาธารณสุข*, *19*(2), 33–45.

วาธิณี วงศาโรจน์. (2565). ยุทธศาสตร์ประชาชนแข็งแรง เศรษฐกิจแข็งแรง ประเทศไทยแข็งแรง. *วารสารนโยบายสาธารณะ, 8*(1), 15-30.

สิริกร พลเยี่ยม. (2565). ความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการแปลนโยบายสาธารณสุขสู่การปฏิบัติ: การศึกษาเชิงคุณภาพ. *วารสารบริหารสาธารณสุข*, *28*(3), 62–75.

สุธีรา เกษมสันต์. (2564). การรับรู้และความคาดหวังนโยบายสุขภาพผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายปฐมภูมิ. *วารสารผู้สูงอายุศึกษา*, *7*(4), 67–85.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2563*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อรุณี วัฒนสุข. (2565). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการติดตามและประเมินผลนโยบาย*สุขภาพ. วารสารวิจัยและประเมินผลสาธารณสุข*, *11*(2), 89–102.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297–334.

Devine, D., Gaskell, J., Jennings, W., & Stoker, G. (2020). Trust and the coronavirus pandemic: What are the consequences of and for trust? An early review of the literature. *Political Studies Review, 19*(2), 274–285. https://doi.org/10.1177/1478929920948684

Vonneilich, N. (2022). *Social Relations, Social Capital, and Social Networks: A Conceptual Classification*. In: Klärner, A., Gamper, M., Keim-Klärner, S., Moor, I., von der Lippe, H., Vonneilich, N. (eds) Social Networks and Health Inequalities. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-97722-1_2

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis (3rd ed.).* Harper & Row.

Majid, U., Wasim, A., Truong, J., & Bakshi, S. (2021). Public trust in governments, health care providers, and the media during pandemics: A systematic review. *Journal of Trust Research, 11*(2), 119–141. https://doi.org/10.1080/21515581.2022.2029742

การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี

A Development of Consumer Protection Policy of Pattani Town Municipality, Pattani Province

ศทิชา รัตนเดช[1] และสิทธิพงษ์ สิทธิภัทรประภา[2]

Saticha Rattanadet[1] and Sitthipong Sitthiphataraprabha[2]

[1]นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย,
[2]อาจารย์ประจำ หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
[1]Master's degree student in the Master of Political Science program Faculty of Social Sciences Mahamakut Buddhist University,
[2]Lecturer in the Master of Political Science program Faculty of Social Sciences Mahamakut Buddhist University
E-mail: mr0861071028@gmail.com[1], ongsitthipong@gmail.com[2]

Received: Aug. 27, 2025; **Revised: Oct.** 16, 2024; **Accepted: Oct.** 21, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2) แนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี เชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาในเขตเทศบาลเมืองปัตตานี จำนวน 396 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 คน เลือกแบบเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1. การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก และ ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรม การคุ้มครองผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 2. แนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี ประกอบด้วย 1) การยกระดับคุณภาพชีวิตและสิทธิผู้บริโภคจัดทำฐานข้อมูลผู้บริโภค การให้ความรู้และอบรม และเพิ่มช่องทางการร้องเรียนแก่ประชาชน 2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเข้าถึงบริการ โดยการสร้างช่องทางที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย สร้างกลไกการมีส่วนร่วม และเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และ 3) การบริหารจัดการและบูรณาการนำเทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และต้องมีการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนานโยบาย การคุ้มครองผู้บริโภค เทศบาลเมืองปัตตานี

Abstract

This research aims to study 1) the development of consumer protection policy and 2) the guidelines for developing consumer protection policy of Pattani Municipality, Pattani Province. This is a mixed-methods, quantitative research. The sample consisted of 396 people residing in Pattani Municipality. The sample was determined by convenience sampling. A questionnaire was used to collect data. The data was analyzed using percentages, means, and standard deviations and qualitatively, there

were 11 key informants, selected specifically, using in-depth interviews and descriptive content analysis.The research results found that 1. The development of consumer protection policy of Pattani Municipality, Pattani Province, was overall at a high level , ranked from highest to lowest mean. This includes the issuance of municipal ordinances to support consumer protection operations at a high level. In terms of driving and pushing for laws and policies related to consumers, it was at a high level and the aspect of monitoring and supervising the appointment of the subcommittee on consumer protection was at a high level, respectively. 2. Guidelines for developing consumer protection policies for Pattani Municipality, Pattani Province include:. 1) Improving the quality of life and consumer rights by creating a consumer database, providing knowledge and training, and increasing channels for complaints for the public. 2) Promoting participation and access to services by creating diverse and easily accessible channels, creating participation mechanisms, and providing opportunities for communities to participate and Management and integration of technology to facilitate citizens, including coordination with relevant agencies, requires regular monitoring and evaluation to analyze and improve policy effectiveness.

Keywords: Policy development, consumer protection, Pattani Municipality

บทนำ

ในยุคที่ระบบเศรษฐกิจและการค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พร้อมกับการเข้ามาของเทคโนโลยีและการเชื่อมต่อออนไลน์ ผู้บริโภคมีโอกาสเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกและหลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสะดวกนี้กลับมาพร้อมกับความเสี่ยงใหม่ โดยเฉพาะจากการถูกเอารัดเอาเปรียบโดยผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิทธิ ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ รายงานจากสำนักงานสภาผู้บริโภคในช่วงปลายปี พ.ศ. 2567 เผยว่ามีผู้บริโภคทั่วประเทศร้องเรียนเข้ามาถึง 17,028 เรื่อง (ไทยพีบีเอส, 2568) โดยปัญหาสำคัญอันดับหนึ่งคือ การซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19 ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ศูนย์วิจัยกสิกรไทยรายงานว่าคนไทยมีอัตราการใช้จ่ายออนไลน์เพิ่มขึ้นถึง 30.6% ต่อปี ซึ่งสูงที่สุดในเอเชีย สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วของการค้าดิจิทัล แต่ขณะเดียวกันก็เป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคมักถูกหลอกลวงหรือได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) ปัญหาอันดับสองคือ ปัญหาด้านการเงินและการธนาคาร ซึ่งเชื่อมโยงกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปราะบางในปัจจุบัน เช่น ภาวะหนี้ครัวเรือนสูง ค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น สวนทางกับรายได้ ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากหันไปพึ่งพาแหล่งเงินกู้นอกระบบ หรือมีหนี้เสียจากการกู้สถาบันการเงิน ส่งผลให้เกิดการฟ้องร้องและกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม ในบริบทดังกล่าว การคุ้มครองผู้บริโภค จึงกลายเป็นภารกิจสำคัญที่ต้องได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิทธิของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค ยา อาหาร บริการสาธารณะ และการเงิน ความเสี่ยงจากการถูกเอาเปรียบ โฆษณาเกินจริง หรือบริการที่ไม่เป็นธรรม ยังคงเป็นความท้าทายที่ภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องต้องเร่งหามาตรการป้องกันและแก้ไขอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจที่เป็นธรรม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกระดับอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2566)

จากข้อมูลของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในปี พ.ศ. 2567 พบว่า จังหวัดปัตตานีเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ยังคงมีปัญหาเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยประเด็นที่ถูกร้องเรียนมากที่สุด ได้แก่ การไม่ได้รับสิทธิตามที่ควรได้รับในการใช้บริการด้านสุขภาพ และปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น การไม่ได้รับสินค้า สินค้าไม่ได้คุณภาพหรือการโฆษณาเกินจริง (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2567) นอกจากนี้ ยังพบปัญหาด้านสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ได้มาตรฐาน การเอาเปรียบจากผู้ประกอบการและการให้บริการที่ไม่เป็นธรรมในหลายมิติ จังหวัดปัตตานีมีลักษณะเฉพาะทางด้านสังคม วัฒนธรรม และความมั่นคง

ซึ่งส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สิทธิของผู้บริโภค และกลไกการรับรู้หรือร้องเรียน เมื่อเกิดปัญหา โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึง เช่น เยาวชน ผู้สูงอายุ และกลุ่มเปราะบาง ส่งผลให้ผู้บริโภคจำนวนมากยังไม่รู้เท่าทันสิทธิของตนเอง การคุ้มครองผู้บริโภคจึงเป็นภารกิจที่สำคัญ โดยอิงตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541 ซึ่งกำหนดสิทธิของผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเพียงพอ 2) สิทธิในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างเสรี 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และ 5) สิทธิที่จะได้รับการชดเชยเมื่อได้รับความเสียหาย (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2566)

เทศบาลเมืองปัตตานี เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการดูแล และให้บริการประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นภารกิจสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ภายใต้บริบทของจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความเปราะบางทางเศรษฐกิจ เทศบาลจึงต้องดำเนินการอย่างเข้มแข็งเพื่อสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ และส่งเสริมสุขภาพชุมชนอย่างรอบด้าน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังคงพบปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในพื้นที่ อาทิ การขายสินค้าและบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน การฉ้อโกงทางออนไลน์ และการขาดช่องทางร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ สถานการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างระบบคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น เทศบาลเมืองปัตตานีได้ดำเนินนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้แนวคิด “การบริโภคอย่างปลอดภัย โปร่งใส และมีส่วนร่วม” (เทศบาลเมืองปัตตานี, 2567) โดยสอดคล้องกับนโยบายระดับชาติและพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งนโยบายดังกล่าวครอบคลุมถึงการส่งเสริมสิทธิของผู้บริโภค การเฝ้าระวังและควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ การควบคุมราคาสินค้าที่จำเป็น รวมถึงการส่งเสริมความรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการตรวจสอบและติดตามปัญหาผ่านช่องทางของเทศบาล จากสถานการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเทศบาลเมืองปัตตานีในการสร้างกลไกคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง "การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาที่แท้จริงเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ ความต้องการของประชาชน บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง การศึกษานี้มีเป้าหมายในการเสนอแนวทางพัฒนานโยบายที่ครอบคลุมทั้งด้านการป้องกัน การให้ความรู้แก่ประชาชน การตรวจสอบสินค้าและบริการ ตลอดจนการเยียวยาความเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับ ทั้งนี้ก็เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม และตอบสนองต่อบริบทเฉพาะของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่องการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้มีการสังเคราะห์พอสรุปได้ว่า การพัฒนานโยบายของภาครัฐ เป็นกระบวนสร้างสรรค์นโยบายสาธารณะเพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยเริ่มต้นการวิเคราะห์ปัญหาและทำความเข้าใจบริบทที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ดังที่ กุลธน ธนาพงศธร (2522) กล่าวว่าในการพัฒนานโยบายหรือการกำหนดนโยบายสาธารณะมี 7 ขั้นตอนสำคัญคือ 1) ขั้นตอนการพิจารณาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องการแก้ไข และจัดลำดับความสำคัญที่จะแก้ไขปัญหาเหล่านั้นแล้วตัดสินใจเลือกปัญหาที่มีความสำคัญด่วนที่สุดที่จะต้องแก้ไขโดยการกำหนดเป็นนโยบาย 2) ขั้นการเสนอความคิดริเริ่ม เป็นขั้นของการเสนอแนะ

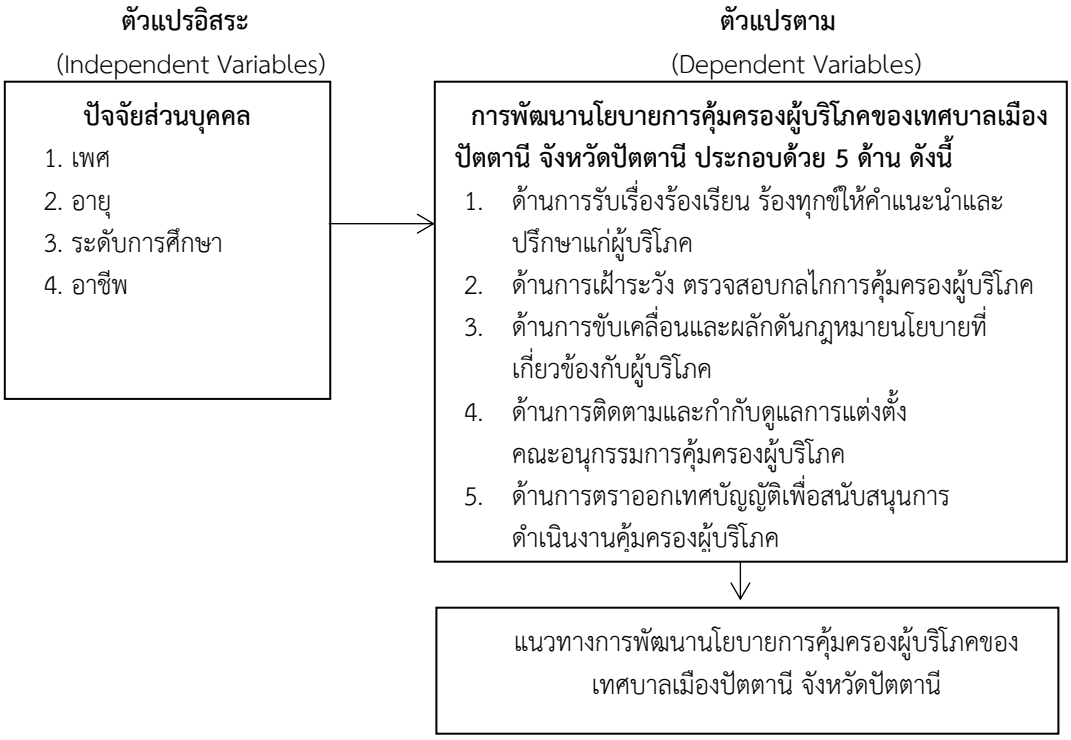
ความคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่หาทางในการแก้ไขปัญหาที่ได้รับการเลือกว่ามีความสำคัญที่สุด ในการเสนอแนะความคิดริเริ่มนี้ผู้เสนออาจเสนอวิธีแก้ไขได้หลายวิธีผู้เสนอแนะความคิดอาจเป็นบุคคลในฝ่ายการเมือง ข้าราชการประจำหรือบุคคลใดก็ได้ 3) ขั้นการค้นหา รวบรวมข่าวสารข้อมูลและปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันไว้ว่าความคิดที่มีผู้เสนอขึ้นเป็นความคิดที่สามารถนำมาปฏิบัติได้และสามารถแก้ไขปัญหาได้สำเร็จตามเป้าหมายจึงต้องมีการรวบรวมข้อมูลและปัจจัยต่าง ๆ ที่สังคมมีอยู่หรือเป็นอยู่ในขณะนั้นให้มากที่สุดและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด 4) ขั้นการยกร่างนโยบายเบื้องต้น เมื่อได้ประมวลและรวบรวมปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นเครื่องตัดสินใจได้ว่าความริเริ่มใดที่สามารถนำมากำหนดเป็นนโยบายและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริงแล้วก็ยกร่างเป็นนโยบาย ขั้นแรกเอาไว้โดยอาจมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ในภายหลัง 5) ขั้นการแก้ไขเปลี่ยนแปลงร่างนโยบาย เมื่อดำเนินการยกร่างนโยบายข้างต้นแล้ว ก่อนที่จะกำหนดเป็นนโยบายออกไป ผู้กำหนดนโยบายควรรับฟังความคิดเห็น ทัศนคติและปฏิกิริยาจากประชาชน กลุ่มชนและองค์กรต่าง ๆ 6) ขั้นการกำหนดหรือวางนโยบาย หลังจากที่ได้มีการแก้ไขร่านโยบายแล้ว ผู้กำหนดนโยบายก็ดำเนินการกำหนดนโยบายเป็นขั้นสุดท้าย เท่ากับว่าภารกิจในการกำหนดนโยบายใกล้สิ้นสุด และ 7) ขั้นประกาศใช้นโยบาย ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายและเป็นขั้นตอนของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะการพัฒนานโยบายโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นอิสระจากรัฐส่วนกลาง เพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อบัญญัติเพื่อใช้บังคับภายในเขตของตนเองตามกฎหมาย โดยต้องมีกฎหมายให้อำนาจไว้ ต้องไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญและกฎหมายอื่น และต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยเฉพาะเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคคือประชาชนในพื้นที่ความรับผิดชอบ ซึ่งตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดการปกป้องสิทธิของผู้บริโภคที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เพียงพอ และครบถ้วนเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่จะซื้อ หรือบริการที่จะรับ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างมีเหตุผล 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยเสรี โดยไม่มีการบังคับจากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบธุรกิจ 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย: ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยสินค้าหรือบริการจะต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานและไม่เป็นอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา: ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะทำสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ เช่น สัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่สมเหตุสมผล และ 5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย: หากผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการ หรือถูกละเมิดสิทธิ ผู้บริโภคย่อมมีสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและได้รับการชดเชยค่าเสียหายตามกฎหมาย

โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค คือ 1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในพื้นที่ และดำเนินการเพื่อหาข้อยุติ หรือเสนอเรื่องต่อคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดเพื่อพิจารณา 2) ให้ความรู้และสร้างความตระหนัก โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงสิทธิของตนเอง 3) สอดส่องและตรวจสอบ โดยการติดตามพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจที่อาจมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค รวมถึงตรวจสอบข้อเท็จจริงและอาจมีการทดสอบสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง 4) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีอำนาจและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค 5) ดำเนินการตามกฎหมาย ปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย เช่น การควบคุม กำกับ ดูแล หรือดำเนินการตามกฎหมายในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และ 6) สนับสนุนนโยบายสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ซึ่งจากการศึกษาของ วาที ดิเรกศรี (2565) ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคสาธารณสุข ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลคอนสาร อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค คือ การได้รับความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นอกจากนี้การศึกษาของ สายชล บุญคงมาก และภูมิ โชคเหมาะ (2566) ได้ศึกษา ปัญหากฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคกับความรับผิด พบว่า ผู้บริโภคขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานระดับพื้นที่จะต้องมีการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในขณะเดียวกัน พัชรวรรณ นุชประยูร (2563) ได้ศึกษาแนวทาง

การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยที่มีผลใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันแม้จะมีอยู่หลายฉบับแต่ก็ขาดความเหมาะสม เนื่องจากไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อนำมาใช้บังคับแก่กรณีผู้บริโภคจึงอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ดังนั้น การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม

ดังนั้นองค์กรปกรองส่วนท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนและต้องดูแลความเป็นอยู่ คุ้มครองให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค จึงจำเป็นอย่างยิ่ง โดยสามารถ ออกเทศบัญญัติเพราะการออกเทศบัญญัติการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เป็นกลไกสำคัญของเทศบาลที่ช่วยสร้างกรอบกฎหมายท้องถิ่นให้มีผลบังคับใช้และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 สรุปกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากรูปที่ 1 จะเห็นได้ว่า การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานีตามความคิดเห็นของประชาชน ต้องมีการพัฒนานโยบาย 5 ด้านคือ ด้านการรับเรื่องร้องเรียน ด้านการเฝ้าระวัง ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย ด้านการติดตามและกำกับดูและ และ ด้านการตราออกเทศบัญญัติ เพื่อจะนำไปสู่การหาแนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานีต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี นี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mix Methodology Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าหนังสือ ตำรา เอกสาร สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีชื่อในทะเบียนราษฎร์เขตเทศบาลเมืองปัตตานี จำนวน 44,353 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีเมืองปัตตานี 1 คน รองนายกเทศมนตรี 1 คน รองปลัดเทศบาลเมืองปัตตานี 1 คน ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม 1 คน นักวิชาการสาธารณสุข 1 คน และประชาชนที่เคยมาใช้บริการ 6 คน รวมทั้งหมด 11 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีลักษณะขั้นตอนการสร้าง และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือตามรายละเอียดต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นโดยผู้วิจัย จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบบสอบถามมี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ผู้บริโภค 2) ด้านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค 3) ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมายนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค 4) ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสำหรับการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกถูกพัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัย ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ตอนที่ 2 การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี

ตอนที่ 3 แนวการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลโดยหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

2) ศึกษาระดับการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยนำเสนอด้วยการบรรยาย

การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยจะทำการจัดข้อมูล (Data grouping) ตามสาระสำคัญของประเด็นการสนทนาที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาประกอบบริบท

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.59 มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.77 สำเร็จการศึกษาระดับต่ำปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.12 และมีอาชีพอาชีพเกษตรกร จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 34.09

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสุด พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. ผลการสรุปข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ได้แก่

1) ด้านการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ผู้บริโภค ได้แก่ ควรมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย เช่น สายด่วน เว็บไซต์ Line การรับเรื่องควรมีกระบวนการรวดเร็ว โปร่งใส และสามารถติดตามผลได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่เฉพาะทางด้านคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้คำแนะนำ และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว และควรมีการสร้างความรู้และความเข้าใจกับผู้บริโภค เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ของตนเอง และช่องทางการร้องเรียน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและสามารถใช้สิทธิได้จริง

2) ด้านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ควรมีมาตรการติดตามและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานและคณะอนุกรรมการ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ากลไกคุ้มครองผู้บริโภคทำงานสอดคล้องกับนโยบาย ควรสร้าง ความรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในเรื่องสิทธิหน้าที่และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสังเกต ป้องกัน และเสนอแนะต่อการทำงานของหน่วยงานได้ และควรเปิดช่องทางให้ประชาชนสามารถ เข้าร่วมเสนอแนะและตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานหรือคณะอนุกรรมการ เพื่อสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่น

3) ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ได้แก่ ควรมีการพัฒนานโยบาย และแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสภาพสังคมปัจจุบัน การขับเคลื่อนนโยบายควรมีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชนในพื้นที่ และภาคธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกภาคส่วน และการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนถือเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้สิทธิของตนได้จริง และสามารถมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบาย

4) ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ควรกำหนดคุณวุฒิและการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการให้มีความชัดเจนและโปร่งใส และควรมีการติดตามและประเมินผลการทำงานของคณะอนุกรรมการต่อเนื่อง

5) ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ควรกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาในการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นตอนการรับร้องเรียนจนถึงการแจ้งผลการตรวจสอบแก่ผู้บริโภคภายใน 30 วัน ควรเพิ่มทางการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนถึงสิทธิตามกฎหมายของตนในฐานะผู้บริโภค และควรออกเทศบัญญัติให้สอดคล้องกับนโยบายและมาตรฐานตาม พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เรื่อง การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี สรุปได้ดังนี้

1) ด้านการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ผู้บริโภค สรุปได้ว่า แนวทางในการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ผู้บริโภค ควรการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านรับเรื่องร้องเรียนควรเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากร พัฒนาช่องทางสื่อสารที่ทันสมัยและหลากหลาย ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ และสร้างการรับรู้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองและบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2) ด้านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ว่า แนวทางในการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ควรการดำเนินงานเชิงรุกตรวจสอบร่วมกับ อสม. และเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อสร้างระบบแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ การจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจเพื่อติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้แอปพลิเคชัน Line เป็นช่องทางสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสานงานระหว่างหน่วยงานและประชาชน พร้อมส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วน และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภค มีความต่อเนื่อง และยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ

3) ด้านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ว่า แนวทางในการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเน้นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาคเครือข่ายผู้บริโภค ท้องถิ่น และสาธารณสุข เพื่อรวบรวมและผลักดันข้อมูลร้องเรียนเป็นนโยบาย พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในการออกเทศบัญญัติ ขณะเดียวกันต้องเร่งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและประชาชนเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง พร้อมสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านความร่วมมือจากทุกหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและแก้ไขปัญหาของชุมชนอย่างจริงจัง

4) ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ว่า แนวทางในการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ กำหนดบทบาทหน้าที่ ภารกิจ และคุณสมบัติของคณะอนุกรรมการให้มีความชัดเจน การแต่งตั้งให้ครอบคลุมทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และมีการประเมินผลการทำงานเป็นระยะ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงาน มีความต่อเนื่อง โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างรอบด้านในระดับท้องถิ่น

5) ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ว่า แนวทางในการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นและควรเร่งดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ประชาชน และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในกระบวนการ เพื่อให้เทศบัญญัติมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ กำหนดบทบาทหน้าที่และมอบหมายภารกิจอย่างชัดเจน พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและความยั่งยืนในการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่

6) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ให้สัมภาษณ์

1.ควรจัดเวทีสาธารณะและการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน รวมถึงเครือข่ายภาคประชาสังคม เพื่อให้เทศบัญญัติตรงกับความต้องการและสภาพปัญหาของพื้นที่อย่างแท้จริง

2. ควรจัดฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่เทศบาลและผู้เกี่ยวข้องในการร่างและบังคับใช้เทศบัญญัติ เพื่อให้การดำเนินงานมีความชัดเจนและถูกต้องตามกรอบกฎหมาย

3. เสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้การบังคับใช้เทศบัญญัติมีผลอย่างแท้จริง

4. จัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่เหมาะสมสำหรับการร่างเทศบัญญัติและการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อความต่อเนื่องและประสิทธิภาพ

5. แนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี ประกอบด้วย

1) การยกระดับคุณภาพชีวิตและสิทธิผู้บริโภคจัดทำฐานข้อมูลผู้บริโภค โดยการเก็บข้อมูลผู้บริโภคในพื้นที่ เพื่อนำไปวิเคราะห์ปัญหาและพัฒนาบริการที่ตรงกับความต้องการ รวมถึงการให้ความรู้และอบรม เน้นการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และช่องทางการร้องเรียนแก่ประชาชน รวมถึงการส่งเสริมการดูแลสุขภาพ ดำเนินการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่ปลอดภัยแก่ประชาชนในพื้นที่

2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเข้าถึงบริการเน้นการพัฒนาช่องทางการร้องเรียนสร้างช่องทางที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย เช่น ระบบแอปพลิเคชัน หรือช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนแจ้งปัญหาและร้องเรียนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมถึงการสร้างกลไกการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

3) การบริหารจัดการและบูรณาการนำเทคโนโลยีมาช่วยมีการใช้เทคโนโลยี เช่น แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร นัดหมาย และอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ลดระยะเวลาในการเข้ามาติดต่อราชการ รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อบูรณาการการทำงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค และจะต้องมีการติดตามและประเมินผล มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี” ผู้วิจัยได้นำผลที่พบจากการวิจัยมาอภิปรายเชื่อมโยงทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่อไปนี้

1) การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ผลของการศึกษาสามารถนำประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

(1) ด้านการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ผู้บริโภค พบว่าการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง เทศบาลมีนโยบายในการใช้สื่อในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำและการปรึกษาแก่ผู้บริโภค เทศบาลมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำ และปรึกษาแก่ผู้บริโภคมีความหลากหลาย (เช่น โทรศัพท์, ออนไลน์, เดินทางด้วยตนเอง) และเทศบาลมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคทราบถึงสิทธิของตนในการคุ้มครองผู้บริโภค อภิปรายได้ว่า ประชาชนเห็นว่าเทศบาลเมืองปัตตานีให้ความสำคัญกับการรับเรื่องร้องเรียนและการให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยเทศบาลใช้ช่องทางการสื่อสารหลากหลาย ทั้งโทรศัพท์ ออนไลน์ และการเข้ามาดำเนินการด้วยตนเอง ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้สะดวกและรวดเร็ว แสดงถึงความพยายามในการสร้างการมีส่วนร่วมและ ความโปร่งใสในการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมสิทธิของผู้บริโภคยังมีข้อจำกัด ส่งผลให้ประชาชนบางกลุ่มยังไม่รับรู้สิทธิของตนอย่าง

เต็มที่ ดังนั้นเทศบาลควรเพิ่มมาตรการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมให้ความรู้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสิทธิและบริการได้อย่างครบถ้วน และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนากร โพธิ์ไพจิตร (2564) ระบุว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรื่องร้องเรียน ช่วยลดขั้นตอนทางราชการ เพิ่มความโปร่งใส และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน หลายหน่วยงานได้พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการร้องเรียน เช่น แอปพลิเคชันของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ที่อนุญาตให้ผู้บริโภคร้องเรียนได้ผ่านระบบออนไลน์ พร้อมติดตามผลได้อย่างเป็นระบบ

(2) ด้านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง เทศบาลมีฝ่ายที่รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เทศบาลมีการเฝ้าระวังและตรวจสอบของเทศบาลทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย และเทศบาลมีการแจ้งเตือนภัยให้แก่ผู้บริโภครับทราบ อภิปรายได้ว่า ประชาชนเห็นว่า เทศบาลเมืองปัตตานี มีความพยายามในการสร้างระบบการป้องกันและตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง โดยเทศบาลได้จัดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้การติดตามผลและการบริหารจัดการปัญหามีความเป็นระบบ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของสินค้าและบริการที่ใช้ เป็นการสร้างความเชื่อมั่น และความพึงพอใจในบริการของเทศบาล ในส่วนของการแจ้งเตือนภัยให้ผู้บริโภครับทราบ แม้ว่าจะเป็นมาตรการที่มีอยู่ แต่ผลการวิจัยชี้ว่าการสื่อสารเกี่ยวกับการแจ้งเตือนภัยให้แก่ผู้บริโภครับทราบควรมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลอย่างทันท่วงทีและสามารถปฏิบัติตามแนวทางการป้องกันได้ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ ประภาส ปิ่นตบแต่ง (2558) เสนอว่า การคุ้มครองผู้บริโภคควรดำเนินการในลักษณะบูรณาการ โดยให้หน่วยงานรัฐหน่วยงานท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาชน ร่วมกันกำหนดมาตรการและกลไกควบคุม เพื่อสร้างระบบเครือข่ายที่มีความเข้มแข็งและตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค พบว่าการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง เทศบาลมีการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย/นโยบายของเทศบาลทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในสิทธิและความปลอดภัย มีการจัดทำนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาในพื้นที่ และเทศบาลมีการจัดกิจกรรมรณรงค์หรือโครงการส่งเสริมความรู้ด้านสิทธิผู้บริโภค อภิปรายได้ว่า ประชาชนเห็นว่า เทศบาลเมืองปัตตานีให้ความสำคัญในการสร้างกลไกเชิงนโยบายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค การจัดทำนโยบายที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาในพื้นที่ เพราะทำให้การดำเนินงานมีความเหมาะสมและสามารถแก้ไขปัญหาได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนว่ามีสิทธิและความปลอดภัยในการบริโภคสินค้าและบริการ แม้การขับเคลื่อนเชิงนโยบายจะมีประสิทธิภาพสูง แต่การจัดกิจกรรมรณรงค์หรือโครงการส่งเสริมความรู้ด้านสิทธิผู้บริโภคกลับอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนถึงข้อจำกัดในการสร้างความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างทั่วถึง ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัย เช่น งบประมาณ บุคลากรที่จำกัด หรือช่องทางการสื่อสารที่ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มประชาชนทุกกลุ่ม ส่งผลให้ประชาชนบางส่วนยังขาดความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของตนเองในฐานะผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาย ปัญญะวิวัฒน์ (2562) ชี้ให้เห็นว่า การคุ้มครองผู้บริโภคควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของกฎหมายที่มีความชัดเจนทันสมัย และสามารถบังคับใช้ได้จริงในระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในยุคของเศรษฐกิจดิจิทัลที่รูปแบบการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว กลไกทางกฎหมายจึงต้องสามารถรองรับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ การให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

(4) ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง เทศบาลมีการติดตามการทำงาน และกำกับดูแลคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากขึ้น เทศบาลมีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีขั้นตอนชัดเจนและโปร่งใส และเทศบาลให้การสนับสนุนด้านข้อมูล งบประมาณ หรือทรัพยากรแก่คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อภิปรายได้ว่า ประชาชนเห็นว่า

เทศบาลเมืองปัตตานี ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการคณะอนุกรรมการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ มีการติดตามการทำงานและกำกับดูแลคณะอนุกรรมการอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากขึ้น การแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีขั้นตอนชัดเจนและโปร่งใส ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในด้านการสนับสนุนข้อมูล งบประมาณ และทรัพยากรแก่คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดบางประการในการดำเนินงาน เช่น งบประมาณไม่เพียงพอ บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือขาดเครื่องมือที่ทันสมัยสำหรับการทำงาน ส่งผลให้การดำเนินงานของคณะอนุกรรมการไม่สามารถทำได้เต็มศักยภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ จิรพร วิทยศักดิ์ (2560) ชี้ให้เห็นว่าการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่นจะมีความยั่งยืนได้ ต้องอาศัยกลไกที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ เช่น การตั้งคณะกรรมการผู้บริโภคในระดับเทศบาลหรือชุมชน เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าระวัง พิจารณาเรื่องร้องเรียน และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างใกล้ชิด

(5) ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่องเทศบาลมีการแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี เทศบาลมีการจัดทำร่างเทศบัญญัติเป็นไปตามหลักกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และเทศบาลมีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนออกเทศบัญญัติ อภิปรายได้ว่า ประชาชนเห็นถึงความมุ่งมั่นของเทศบาลเมืองปัตตานี ในการสร้างกรอบกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ เทศบาลเมืองปัตตานีมีความเข้มแข็งในการออกเทศบัญญัติที่สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการแต่งตั้งที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญและการจัดทำร่างเทศบัญญัติให้สอดคล้องกับกฎหมายเพื่อช่วยเพิ่มความชอบธรรมและความมั่นใจแก่ผู้บริโภค การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนออกเทศบัญญัติยังมีพื้นที่ให้เทศบาลพัฒนาเพิ่มเติมในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เทศบัญญัติสะท้อนความต้องการและปัญหาจริงของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ ประภาส ปิ่นตบแต่ง (2558) ชี้ว่า การทำงานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นหัวใจหลักในการสร้างกลไกคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยการเปิดโอกาสให้หน่วยงานเหล่านี้ได้ร่วมกันกำหนดนโยบายและดำเนินมาตรการที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน

2) แนวทางการพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี ประกอบด้วย (1) การยกระดับคุณภาพชีวิตและสิทธิผู้บริโภคจัดทำฐานข้อมูลผู้บริโภค (2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเข้าถึงบริการเน้นการพัฒนาช่องทางการร้องเรียนสร้างช่องทางที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย และ (3) การบริหารจัดการและบูรณาการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร นัดหมาย และอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ลดระยะเวลาในการเข้ามาติดต่อราชการ รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 -2579) ที่ได้กำหนดให้มีการพัฒนากลไกป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนากฎหมายให้ทันสมัยต่อสภาพปัญหา ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และให้มีการสร้างเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และสำคัญคือ การบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยัง ณพล เลิศสุมิตรกุล และ จุฬารัตน์ กีรติภูมิธรรม (2567) ที่ได้ศึกษา การพัฒนากฎหมายและนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคตามหลักการมีส่วนร่วมขององค์กรของผู้บริโภค พบว่า องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการภายใต้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2) การพัฒนาเสนอแนะและผลักดันนโยบาย 3) การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค 4) การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) การพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ด้านการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์ ให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ผู้บริโภค

เทศบาลเมืองปัตตานี ควรมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลายในช่อง ทางออนไลน์ ได้แก่ จัดตั้งไลน์กลุ่ม จัดทำช่อง TikTok Facebook ควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่เฉพาะทางด้านคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้คำ แนะนำ และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ควรมีการสร้างความรู้และความเข้าใจกับผู้บริโภค เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ของตนเอง และช่องทางการร้องเรียน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและสามารถใช้สิทธิได้จริง

2) ด้านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

เทศบาลเมืองปัตตานี ควรมีการปฏิรูปหน่วยงานและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐระดับท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เช่น การมีหน่วยให้การช่วยเหลือแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) และการฟ้องร้องแบบรวมกลุ่ม (Class Action) ประกอบกับการตั้งกองทุนในลักษณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับการชดเชยเยียวยาโดยทันที หรือกองทุนยุติธรรม ก็เป็นมาตรการคู่ขนานที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้โดยง่าย และควรสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในเรื่องสิทธิของตน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้บริโภคสามา รถสังเกต ป้องกัน และเสนอแนะต่อการทำงานของหน่วยงานได้

3) ด้านการขับเคลื่อนและผลักดันกฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

เทศบาลเมืองปัตตานี ควรพัฒนากลไกด้านกฎหมายด้วยการออกเทศบัญญัติหรือข้อกำหนดเฉพาะด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเป็นเครื่องมือทางกฎหมายที่ชัดเจนในการกำกับดูแลสินค้าและบริการ รวมทั้งกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ประกอบการที่ทำผิดกฎหมาย ควรมีการขับ เคลื่อนนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคด้วยร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชนในพื้นที่ และภาคธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกภาคส่วน

4) ด้านการติดตามและกำกับดูแลการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เทศบาลเมืองปัตตานี ควรมีการกำหนดคุณวุฒิของคณะอนุกรรมการให้มีความชัดเจนและเหมาะสม และควรมีการติดตามและประเมินผลการทำงานของคณะอนุกรรมการต่อเนื่อง

5) ด้านการตราออกเทศบัญญัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

เทศบาลเมืองปัตตานี ควรกำหนดขั้นตอน และระยะเวลาในการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นตอนการรับร้องเรียนจนถึงการแจ้งผลการตรวจสอบแก่ผู้บริโภคภายใน 30 วัน ควรเพิ่มทางการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนถึงสิทธิตามกฎหมายของตนในฐานะผู้บริโภค และควรออกเทศบัญญัติให้สอดคล้องกับนโยบายและมาตรฐานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษา การมีส่วนร่วมของประชาชนในการให้บริการของเทศบาลเมืองปัตตานีเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2) ควรศึกษา บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อออนไลน์ในการสนับสนุนการให้บริการการคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี

3) ควรศึกษาเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินงานของงานคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลเมืองปัตตานี

เอกสารอ้างอิง

กุลธน ธนาพงศธร. (2522). *การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบ.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

จิรพร วิทยศักดิ์. (2560). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณพล เลิศสุมิตรกุล และ จุฬารัตน์ กีรติภูมิธรรม. (2567). การพัฒนากฎหมายและนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคตามหลักการมีส่วนร่วมขององค์กรของผู้บริโภค. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 29*(4), 136-147.

เทศบาลเมืองปัตตานี. (2567). *รายงานผลการดาเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจาปี พ.ศ. 2567*. ปัตตานี: เทศบาลเมืองปัตตานี.

ไทยพีบีเอส. (2568). *ภารกิจสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี 2567*. https://www.thaipbs.or.th/program/People/episodes/105979

ธนากร โพธิ์ไพจิตร. (2564). บทบาทของเทคโนโลยีและโซเชียลมีเดียในการคุ้มครองผู้บริโภค. *วารสารวิจัยสังคมศาสตร์*, 12(1), 105–120.

ประภาส ปิ่นตบแต่ง. (2558). *การบริหารราชการแนวใหม่: ภาครัฐกับการจัดการเชิงบูรณาการ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ทีพีเอ็น.

พัชรวรรณ นุชประยูร. (2563). *แนวทางการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาดิจิทัล.* (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. (2567). *รายงานสถานการณ์ผู้บริโภคไทย พ.ศ. 2567*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค.

วาที ดิเรกศรี. (2565). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคสาธารณสุขของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ต.คอนสาร อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ. *ชัยภูมิเวชสาร, 42*(1), 26-34

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *รายงานวิจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.

สมชาย ปัญญะวิวัฒน์. (2562). *แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล*. ในเอกสารการสัมมนาทางวิชาการประจำปี 2562. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สายชล บุญคงมาก และภูมิ โชคเหมาะ. (2566). ปัญหากฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า ศึกษากรณีสินค้าเป็นรถยนต์ใหม่. *วารสารปรีดีพนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 12*(1), 17–32.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2566). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2566*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis.* New York: Harper. & Row.

รูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่

The Communication Patterns of Children and Youth Councils and Their Influence on Political Awareness : A Case Study of the Children and Youth Council in Krabi Province.

ศิรินทิพย์ พรหมจันทร์[1] และพีระพงศ์ สุจริตพันธ์[2]

Sirintip Phromchan[1] and Peerapong Sutcharitpan[2]

[1]นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[2]อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[1]Master's degree student in Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University.

[2]Assistant Professor Dr. Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

E-mail: *Tj.sirintip2@gmail.com[1] , peerapong_sut@nstru.ac.th[2]*

Received: Jul. 30, 2025; **Revised: Sep.** 26, 2025; **Accepted: Oct.** 09, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.กระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง 2. รูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง 3.) ปัญหา/อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง โดยศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้กลุ่มประชากรแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เอกสาร ผลการวิจัยพบว่า : 1. กระบวนการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความตื่นตัวทางการเมืองของเด็กและเยาวชนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน 2. รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารแบบสองทางและการสื่อสารแบบสื่อผสม 3. ปัญหา/อุปสรรค ด้านผู้ส่งสาร ขาดทักษะและความรู้ทางการเมือง ด้านสาร มีลักษณะเป็นทางการเข้าใจยาก ด้านช่องทางการสื่อสาร เน้นระบบออนไลน์มากเกินไป ด้านผู้รับสาร บางกลุ่มยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการเมือง มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ส่งสาร ควรมีการพัฒนาทักษะผู้ส่งสารอยู่เสมอ สาร ควรปรับเนื้อหาให้เข้าใจง่าย เพิ่มช่องทางสื่อสารให้หลากหลาย จัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้กับผู้รับสารมากขึ้น ผลกระทบแบ่งได้ 2 ประเด็น คือ 1.ผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมและความต้องการที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่มากขึ้น 2. ผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ มีความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากการรับข้อมูลจากแหล่งที่ไม่ถูกต้อง

คำสำคัญ : รูปแบบการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร ความตื่นตัวทางการเมือง สภาเด็กและเยาวชน

Abstract

This research aims to study 1. the communication process of the Children and Youth Council that affects political awareness, 2. the communication style of the Children and Youth Council that affects political awareness, and 3. the problems/obstacles and suggestions for communication of the Children and Youth Council that affects political awareness. The study is a case study of the Children

and Youth Council in Krabi Province. It is a qualitative research using a specific population group. The tools used are in-depth interviews and document analysis.The research findings revealed that: 1. Communication processes play a crucial role in promoting youth political awareness, emphasizing youth participation. 2. Communication patterns used include participatory communication, two-way communication, and multimedia communication. 3. Problems/obstacles include a lack of political skills and knowledge among the senders (Source). The message is formal and difficult to understand. The communication channels are overly focused on online platforms. On the receiver side, some groups are still not aware of the importance of politics. There are suggestions that the sender (Source) should always develop their sender skills. The message (Message) should be adjusted to be easy to understand. Increase the variety of communication channels (Channel) and organize activities to promote more participation for the receiver (Receiver). The impact (Effect) can be divided into 2 issues: 1. Positive impact, including children and youth participating and wanting to become members of the Krabi Provincial Children and Youth Council. 2. Negative impact, including misunderstandings from receiving information from incorrect sources.

Keywords : Communication format Communication process, Political awareness, Children and youth council

บทนำ

ความตื่นตัวทางการเมืองของประชาชนในแต่ละประเทศ สามารถบ่งบอกได้ถึงพัฒนาการของระบอบประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพของพลเมืองแต่ละประเทศที่จะเข้าใจสาระสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของประชาธิปไตย รวมถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกิดจากการมีจิตสำนึกทางการเมืองและความตื่นตัวทางการเมืองเป็นลำดับแรกก่อน (Badaru & Adu, 2021) ความตื่นตัวทางการเมือง จึงไม่เพียงแต่เป็นวิธีการในการพัฒนาทางการเมืองเท่านั้น แต่เป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาประชาธิปไตยให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยซึ่งประชาชนเป็นผู้แสดงออกทางการเมืองมากกว่าที่จะเป็นผู้ชมทางการเมือง (ชัยกฤต รัตนากร, 2558)

ปัจจุบันเยาวชนมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย ตัวอย่างเช่น ในประเทศนอร์เวย์มีการจัดตั้ง Youth Councils หรือคณะเยาวชนท้องถิ่นในทุกเทศบาลตามกฎหมายท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำแก่ผู้บริหารท้องถิ่น (Nordregio, 2024) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยก็ได้มีนโยบายด้านเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งตามแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ.2560 สำหรับเป็นกรอบแนวทางการพัฒนาเด็กและเยาวชนในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.2564-2570) โดยมุ่งเน้นให้เด็กและเยาวชนมีความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่สามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกมีความรับผิดชอบต่อตนเอง มีจิตสำนึกต่อส่วนรวม โดยกำหนดให้มีสภาเด็กและเยาวชน ครบทั้ง 4 ระดับ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานและประสานงานในกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของเด็กและเยาวชนในระดับพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย ระดับตำบล/เทศบาล ระดับอำเภอ/เขต ระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร และระดับประเทศ ภายใต้หลักคิดที่ว่า **“เด็กคิด เด็กทำ เด็กนำ ผู้ใหญ่หนุน”** (สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 11 เขต, 2560)

โดยจากข้อมูลของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ พบว่ากลุ่มสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ เป็นกำลังสำคัญที่มีส่วนช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนงานด้านเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ นั่นคือ การที่กลุ่มสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่สามารถจัดโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นได้จริงและนำไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรต่าง ๆ

จัดกิจกรรมเพื่อสังคม สร้างการเป็นตัวอย่างและแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่ในการร่วมมือกันเพื่อทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งทำให้เกิดความตื่นตัวและความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน แสดงถึงศักยภาพในการมีบทบาทด้านการมีส่วนร่วมทางสังคมและเกิดประโยชน์ต่อสังคม ส่งผลให้เกิดผลงานอันเป็นที่ยอมรับในเวทีระดับภาคและระดับประเทศ โดยการันตีได้จากรางวัลต่างๆ มากมายที่ได้รับเพื่อเชิดชูเกียรติ (บ้านพักเด็กและครอบครัวจังหวัดกระบี่, 2568)

จากรายละเอียดทั้งหมดที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแสดงให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ อย่างไรก็ตามเราพบว่ายังไม่มีการศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารมีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ที่ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวทางการเมือง ผ่านการทำโครงการ/กิจกรรม การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและกิจกรรมที่ส่งเสริม/สนับสนุนจากภาครัฐให้กับกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการกล่อมเกลาวัฒนธรรมและการเมือง ที่บ่งชี้ถึงความตื่นตัวทางการเมืองของเยาวชนอันจะนำไปสู่การเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

การศึกษาด้านการสื่อสารมีพัฒนาการตั้งแต่ทฤษฎีคลาสสิกจนถึงแนวคิดร่วมสมัย โดย Berlo. (1960) ได้นำเสนอโมเดล SMCR ที่มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร (Source) ข้อความ (Message) ช่องทาง (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งช่วยให้เห็นว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแต่ละองค์ประกอบ ขณะที่ Lasswell (2006) เสนอกรอบคิดที่ตอบคำถามว่า 5 ประการ ได้แก่ ใคร (Who) พูดอะไร (Says What) ด้วยวิธีการอะไร (In Which Channel) ไปยังใคร (To Whom) และได้ผลกระทบอย่างไร (With What Effect) ซึ่งสะท้อนมิติผลลัพธ์ทางสังคมจากการสื่อสาร ทั้งสองแนวคิดจึงชี้ให้เห็นมิติพื้นฐานของกระบวนการสื่อสารทั้งเชิงโครงสร้างและผลกระทบ ในขณะที่นักวิชาการไทย เช่น อนุ สารบัญ (2564) ได้ต่อยอดแนวคิดดังกล่าวโดยอธิบายรูปแบบการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) และการสื่อสารแบบสื่อผสม (Mixed Media Communication) ซึ่งสะท้อนการปรับตัวของการสื่อสารในสังคมดิจิทัล และยังสอดคล้องกับบริบทการทำงานของสภาเด็กและเยาวชนที่ต้องสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเด็กและเยาวชน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทางการเมืองของเด็กและเยาวชน

งานวิจัยหลายงานยืนยันถึงบทบาทสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการเมืองของเด็กและเยาวชน โดยอานนท์ บัวภา (2564) ชี้ว่าการเปิดพื้นที่ให้เด็กและเยาวชนเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้กำหนดเนื้อหาจะช่วยให้เด็กและเยาวชนเกิดความมั่นใจ กล้าแสดงออก และพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ ในขณะที่ ปฐมพงษ์ พุ่มพฤกษ์ (2565) ขยายประเด็นไปสู่การสร้างพื้นที่สาธารณะและการเชื่อมโยงเครือข่ายกับชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีผู้ใหญ่ทำหน้าที่สนับสนุนในฐานะ “ผู้ใหญ่หนุน” จะเห็นได้ว่าทั้งสองงานวิจัยต่างเน้นย้ำถึงความสำคัญของการสื่อสารที่ไม่จำกัดอยู่เพียง

การถ่ายทอดจากผู้ใหญ่สู่เด็กและเยาวชน แต่เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนมีบทบาทเชิงรุกและได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการศึกษาครั้งนี้ที่มุ่งวิเคราะห์การสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ในฐานะพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนพัฒนาความตื่นตัวทางการเมืองและสร้างเครือข่ายทางสังคมที่ยั่งยืนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสภาเด็กและเยาวชน

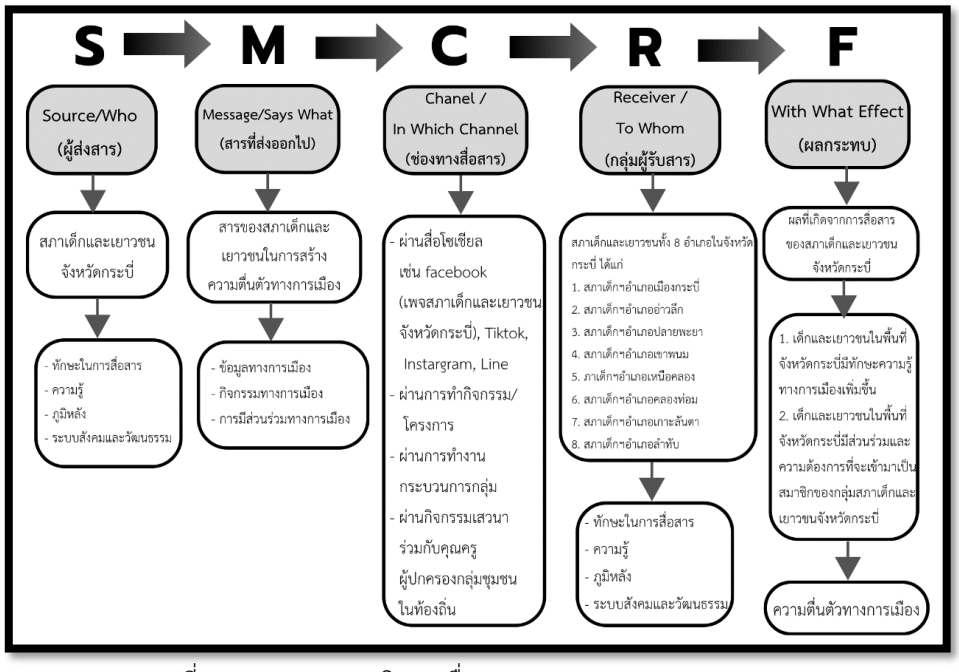
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสภาเด็กและเยาวชน

การทำงานของสภาเด็กและเยาวชนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้งด้านทักษะชีวิต ความมั่นใจและความเป็นผู้นำ กนกวรรณ วงศ์กระพันธุ์ (2563) ระบุว่าสภาเด็กและเยาวชนทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างเด็กและเยาวชนกับหน่วยงานรัฐ ชุมชน และองค์กรภาคเอกชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเด็กและเยาวชนต่างพื้นที่ ซึ่งช่วยให้กิจกรรมและโครงการมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ขณะเดียวกันยังส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเรียนรู้ การทำงานร่วมกัน การเคารพความคิดเห็นที่แตกต่าง และการมีส่วนร่วมอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน

สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมและความตื่นตัวทางการเมืองของเด็กและเยาวชน นวพล แก้วสุวรรณ (2565) ระบุว่าการใช้แพลตฟอร์มเช่น Line, Facebook, TikTok และ Instagram ส่งผลต่อ ความสนใจและการรับรู้ของเด็กและเยาวชนต่อประเด็นต่าง ๆ รวมถึงส่งเสริมพฤติกรรมการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในทำนองเดียวกัน นิโพล ปานบัว (2567) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูล และแสดงความคิดเห็นทางการเมืองของเด็กและเยาวชน ซึ่งช่วยเสริมการกล่อมเกลาทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยชี้ว่าการออกแบบสื่อออนไลน์อย่างเหมาะสมสามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งสองงานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการใช้สื่อออนไลน์ไม่เพียงส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติของเยาวชน แต่ยังช่วยสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสริมความตื่นตัวทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการสื่อสารของ David K. Berlo. (1960)
และแนวคิดการสื่อสารของ Harold D. Lasswell (2006)

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้อ้างอิงมาจาก โมเดลการสื่อสาร SMCR ของ Berlo. (1960) และแนวคิดการสื่อสารของ Lasswell (2006) โดยนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายกระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยการสื่อสารในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Source / Who) สาร (Message / Says What) ช่องทางการสื่อสาร (Channel / In Which Channel) ผู้รับสาร (Receiver / To Whom) และผลกระทบที่เกิดขึ้น (With What Effect) และในการศึกษาครั้งนี้ สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (Source) ซึ่งมีบทบาทเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมทางการเมืองแก่เด็กและเยาวชน สาร (Message) ประกอบด้วยข้อมูลทางการเมือง กิจกรรมทางการเมือง และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งถูกออกแบบให้ชัดเจน ตรงประเด็น และสอดคล้องกับความสนใจของเยาวชน ช่องทาง การสื่อสาร (Channel) ถูกเลือกใช้หลากหลายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้งสื่อโซเชียล การเสวนา กิจกรรมในพื้นที่จริง และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผู้รับสาร (Receiver**)** คือเด็กและเยาวชนในจังหวัดกระบี่ ครอบคลุมทั้ง 8 อำเภอ ผลกระทบที่เกิดขึ้น (With What Effect) คือ เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองเพิ่มขึ้น แสดงความสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรม ตลอดจนสะท้อนความตื่นตัวทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง: ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ซึ่งมุ่งเน้นการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างลึกซึ้งในบริบทของสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Focus Group) โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ บุคลากรภาครัฐที่ปฏิบัติงานด้านเด็กและเยาวชน และผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดกระบี่ จำนวน 8 คน และกลุ่มที่ 2 คือ สมาชิกสภาเด็กและเยาวชนในระดับอำเภอทั้ง 8 อำเภอ ของจังหวัดกระบี่ จำนวน 168 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 176 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1. แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validation) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและการสื่อสารตรวจสอบความเหมาะสม ความชัดเจน และความครอบคลุมของคำถาม รวมถึงการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีการปรับแก้คำถามตามข้อเสนอแนะเพื่อให้แน่ใจว่าแบบสัมภาษณ์สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ครบถ้วน มีการทำร่างทดลอง (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างเล็ก ๆ ก่อนนำไปใช้จริงเพื่อทดสอบความชัดเจน และความสามารถในการดึงข้อมูลเชิงลึก ซึ่งคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ มีลักษณะดังนี้

(1.) ท่านมีบทบาทสำคัญอย่างไรในการขับเคลื่อนงานสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่

(2.) ท่านมีการสื่อสารข้อมูลทางการเมืองเรื่องใดบ้าง

(3.) ท่านใช้ช่องทางการสื่อสารใดบ้างเพื่อส่งข้อมูล ทางการเมืองไปยังกลุ่มผู้รับสาร

(4.) ท่านต้องการสื่อสารข้อมูลทางการเมืองให้แก่บุคคลใดได้ทราบบ้าง

(5.) ท่านมีกระบวนการสื่อสารทางการเมืองไปยังกลุ่มผู้รับสารอย่างไร

(6.) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการใช้กระบวนการสื่อสารทางการเมืองสำหรับการดำเนินงานในกิจกรรมของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่

(7.) ท่านรู้จักรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองแบบใดบ้างและได้นำมาใช้ในการดำเนินงานในกิจกรรมของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่หรือไม่/อย่างไร

(8.) ท่านคิดว่ารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองมีผลทำให้เกิดประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินงานในกิจกรรมของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่หรือไม่/อย่างไร

(9.) ผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของท่านมีเรื่องใดบ้าง

(10.) ท่านมีปัญหา/อุปสรรค

และข้อเสนอแนะในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมืองในพื้นที่จังหวัดกระบี่หรือไม่ และ 2. การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ เช่น รายงานกิจกรรม แผนงานโครงการ จดหมายข่าว คู่มือปฏิบัติงาน เอกสาร การอบรม ข้อมูลจากเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนผลการประเมินโครงการ ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้นำวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) มาใช้ใน 4 ด้าน ได้แก่

(1.) การตรวจสอบแหล่งข้อมูล (Data Triangulation)

(2.) ผู้วิจัย (Investigator Triangulation)

(3.) แนวคิดทฤษฎี (Theory Triangulation)

(4.) วิธีการเก็บข้อมูล (Methodological Triangulation)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยเริ่มจากการลดทอนข้อมูลดิบ (Data Reduction) จากแบบสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสาร แล้วนำมาจำแนกเป็นหมวดหมู่ วิเคราะห์เชิงเนื้อหาอย่างเป็นระบบ เชื่อมโยงข้อมูลเข้ากับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลใช้เกณฑ์ว่าข้อมูลที่ได้มีความเพียงพอ ครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ หากยังไม่ชัดเจนผู้วิจัยจะกลับไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจนกว่าจะได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ จากนั้นสร้างข้อสรุปที่เชื่อมโยงกับแนวคิดทางทฤษฎี และนำเสนอผลในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา พร้อมตารางประกอบเพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลอย่างชัดเจนและเป็นระบบ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : กรณีศึกษาสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.กระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

1.1 จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์

1.1.1 บทบาทของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้นำโครงการหรือกิจกรรม ประสานงานโครงการ และทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของเด็กและเยาวชนในพื้นที่

1.1.2 ข้อมูลทางการเมืองที่ใช้ในการสื่อสาร : พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่พลเมือง ประชาธิปไตย การเลือกตั้ง การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน และนโยบายท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน

1.1.3 ช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งข้อมูลทางการเมืองไปยังกลุ่มผู้รับสาร : พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ การสื่อสารแบบออนไลน์ ได้แก่ Facebook TikTok LINE Instargram และการสื่อสารแบบออฟไลน์ ได้แก่ การทำโครงการ/กิจกรรม การทำงานกระบวนการกลุ่มและกิจกรรมเสวนา

1.1.4 กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารข้อมูลทางการเมืองให้ทราบ : พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารข้อมูลทางการเมืองให้ได้ทราบ ดังนี้

ข้อมูลด้านการเมือง ได้แก่ กลุ่มเด็กและเยาวชนทั่วไป ผู้มีอำนาจในพื้นที่ และหน่วยงานรัฐ
ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้บริหารท้องถิ่น
ข้อมูลด้านสังคม ได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน และชุมชนท้องถิ่น

1.1.5 กระบวนการสื่อสารทางการเมืองไปยังกลุ่มผู้รับสาร : พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบ ได้แก่ การประชุมวางแผน การสร้างเนื้อหาที่เข้าใจง่าย การสื่อสารผ่านโครงการหรือกิจกรรมและสื่อออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์สองทางระหว่างผู้สื่อสารและผู้รับสาร สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเด็กและเยาวชนกับหน่วยงานภาครัฐและเป็นช่องทางในการสะท้อนเสียงของเด็กและเยาวชนไปสู่การพัฒนานโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาอย่างแท้จริง

1.2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร ได้ผลการวิจัยซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1.2.1 ลักษณะทั่วไปของกระบวนการสื่อสารที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมืองในสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ พบว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมืองถูกบูรณาการผ่านโครงการหรือกิจกรรมที่หลากหลายซึ่งมีทั้งโครงการที่จัดขึ้นแบบต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โครงการที่จัดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคมและโครงการที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก โดยภายในระยะเวลา 1 ปี มีการดำเนินงานในโครงการของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ

1.2.2 กระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่มีลักษณะเฉพาะที่พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (SMCR) และฮาโรลด์ ลาสแวลล์ ดังนี้

ด้านผู้ส่งสาร (Source) คือ สภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ที่ได้รับการอบรมและสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

ด้านสาร (Message) ที่ส่งออกเน้นเรื่องสิทธิ หน้าที่ และบทบาททางการเมืองของเยาวชน

ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) มีทั้งออนไลน์ เช่น Facebook TikTok และออฟไลน์ เช่น การจัดโครงการหรือกิจกรรม เวทีเสวนา

ด้านผู้รับสาร (Receiver) : สามารถแบ่งกลุ่มผู้รับสารได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเยาวชนในจังหวัดกระบี่ซึ่งมีทั้งสมาชิกที่อยู่ในสภาเด็กและเยาวชนและสมาชิกที่อยู่นอกสภาเด็กและเยาวชน

2. กลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้นำชุมชนและหน่วยงานภาครัฐซึ่งผู้รับสารกลุ่มนี้มักมีพื้นฐานความเข้าใจด้านการเมืองแตกต่างกัน ทำให้ต้องมีการปรับวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

ผลกระทบของการสื่อสาร (With What Effect) คือ เกิดการเสริมสร้างทักษะทางการเมือง ความกล้าแสดงออกและการมีส่วนร่วมในระดับท้องถิ่น มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูลและงบประมาณ

2. รูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ได้ผลการวิจัยดังนี้

2.1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์

2.1.1 รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์รู้จักและได้นำมาใช้ในการดำเนินงานในกิจกรรมของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ พบว่า สามารถสรุปได้ 3 รูปแบบประกอบด้วย

รูปแบบที่ 1 คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) : โดยการให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้กลุ่มสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร เช่น จัดเวทีเสวนา การประชุมกลุ่มย่อย และกิจกรรมพูดคุยเพื่อรับฟังความคิดเห็นสำหรับการจัดโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ

รูปแบบที่ 2 คือ การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) : สมาชิกสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ได้นำรูปแบบนี้มาใช้ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line Tiktok และ Instargram ที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเยาวชนในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งเป็นเครือข่ายสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

รูปแบบที่ 3 คือ รูปแบบการสื่อสารแบบสื่อผสม (Mixed Media Communication) : สมาชิกสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ยังให้ความสำคัญกับการผสมผสานช่องทางสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น การจัดเวทีประชุมหรือเสวนา การทำโครงการหรือกิจกรรม ทำงานกระบวนการกลุ่มควบคู่กับการใช้สื่อดิจิทัล เช่น Facebook Line Tiktok และInstargram เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุมและหลากหลาย

2.1.2 รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองมีผลทำให้เกิดประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินงานในกิจกรรมของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ โดยพบว่า การเลือกรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมมีผลโดยตรงต่อการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ เช่นการใช้สื่อที่เข้าถึงง่ายทำให้เยาวชนรู้สึกใกล้ชิดและเปิดรับข้อมูลทางการเมืองมากขึ้น

2.2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร ได้ผลการวิจัยซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่มีรูปแบบการสื่อสารตามกรอบแนวคิดการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โล (SMCR) และ แนวคิดการสื่อสารของ ฮาโรลด์ ลาสแวลล์ สรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

ด้านผู้ส่งสาร (Source) : สภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ทำหน้าที่เป็น “ผู้ส่งสารหลัก” โดยเน้นการให้เยาวชนเป็นตัวแทนถ่ายทอดข้อมูลทางการเมืองในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย ผู้ส่งสารเหล่านี้มักผ่านการอบรมเรื่องทักษะการสื่อสาร ทักษะผู้นำ และเนื้อหาทางการเมืองขั้นพื้นฐาน โดยมีหน่วยงานภาครัฐและองค์กรอิสระเป็นผู้สนับสนุน ได้แก่ บ้านพักเด็กและครอบครัวจังหวัดกระบี่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรนวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม (SIY) และ สสส.

ด้านสาร (Message) : ข้อความที่สื่อสารส่วนใหญ่เน้นการให้ความรู้ทางการเมือง ได้แก่ สิทธิหน้าที่ของเด็กและเยาวชน ความสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมือง การเลือกตั้งและบทบาทพลเมือง

ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) : ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ ได้แก่ แบบระบบออนไลน์ เช่น Facebook LINE TikTok ระบบออฟไลน์ เช่น การจัดโครงการหรือกิจกรรม เวทีเสวนา จัดค่ายผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพสภาเด็กและเยาวชนเป็นประจำทุกปี และการสื่อสารภายใน เช่น ผ่านที่ประชุมกลุ่มย่อยของสภาแต่ละระดับ

ด้านผู้รับสาร (Receiver) : สามารถแบ่งกลุ่มผู้รับสารได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเด็กและเยาวชนในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งสมาชิกที่อยู่ในสภาเด็กและเยาวชนและสมาชิกที่อยู่นอกสภาเด็กและเยาวชน

2. กลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้นำชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ

ด้านผลกระทบของการสื่อสาร (With What Effect) : สามารถแบ่งผลกระทบจากกระบวนการสื่อสารได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผลกระทบเชิงบวก คือ ช่วยส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ทางการเมือง ความกล้าแสดงออก และความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

กลุ่มที่ 2 ผลกระทบเชิงลบ คือ เด็กและเยาวชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เพียงพอและความต่อเนื่องของกิจกรรมบางส่วนยังขึ้นอยู่กับงบประมาณและการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

3. ศึกษาปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ได้ผลการวิจัยดังนี้

3.1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์

3.1.1 ปัญหา/อุปสรรค ในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมืองในพื้นที่จังหวัดกระบี่ สรุปได้ดังนี้

ด้านผู้ส่งสาร (Source) : ผู้ส่งสารบางรายขาดทักษะการสื่อสาร ความรู้ทางการเมืองและประสบการณ์โดยเฉพาะการพูดในที่สาธารณะหรือการสื่อสารกับผู้ใหญ่ หรือการเปลี่ยนผู้นำบ่อยครั้งส่งผลให้การสื่อสารขาดความต่อเนื่อง

ด้านสาร (Message) : ส่วนใหญ่เน้นให้ข้อมูลมากกว่าการกระตุ้นความคิด ใช้ภาษาทางการที่เข้าใจยาก และยังไม่สอดคล้องกับช่วงวัยหรือบริบทของกลุ่มเป้าหมาย

ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) : ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรือกิจกรรมได้ยาก สื่อออนไลน์แม้ได้รับความนิยมแต่ยังไม่ครอบคลุม ขณะที่สื่อออฟไลน์ยังจัดได้ไม่ทั่วถึง

ด้านผู้รับสาร (Receiver) : เด็กและเยาวชนบางกลุ่มมองว่าการเมืองไม่เกี่ยวข้องกับชีวิตตนเอง มีความเข้าใจเรื่องสิทธิและหน้าที่ในระดับพื้นฐาน และยังมีอิทธิพลจากครอบครัวหรือครูที่มองการเมืองในแง่ลบ ทำให้ขาดแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรม

3.1.2 ข้อเสนอแนะในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมืองในพื้นที่จังหวัดกระบี่ สรุปได้ดังนี้

ด้านผู้ส่งสาร (Source) : จัดอบรมอย่างต่อเนื่องในด้านทักษะการพูด การเป็นผู้นำ และความรู้พื้นฐานทางการเมือง ควบคู่กับการส่งเสริมระบบพี่เลี้ยงจากรุ่นพี่ที่มีประสบการณ์ และคัดเลือกเด็กและเยาวชนที่มีความสนใจมาเป็นแกนนำด้านการสื่อสาร รวมถึงสร้างเครือข่ายระดับอำเภอและตำบล เพื่อกระจายบทบาทและขยายการมีส่วนร่วมในระดับพื้นที่

ด้านสาร (Message) : ควรปรับให้เหมาะสมกับช่วงวัยและความสนใจ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสื่อรูปแบบใหม่ อีกทั้งควรให้กลุ่มเป้าหมายร่วมออกแบบสารที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง เช่น สิทธิของนักเรียนพร้อมส่งเสริม แนวทางการสื่อสารเชิงบวก ช่องทางการสื่อสาร (Channel) : ควรใช้รูปแบบที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยเน้นช่องทาง ยอดนิยมอย่าง TikTok, Instagram และ YouTube ควบคู่กับ Facebook และ LINE ควรจัดตั้งเพจกลางของสภาเด็กและเยาวชนระดับจังหวัด เชื่อมโยงกับระดับอำเภอ และจัดทำแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมเคลื่อนที่ลงพื้นที่ห่างไกล เพื่อสร้างการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม

ด้านผู้รับสาร (Receiver) : ควรจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เยาวชนมีส่วนร่วม เช่น การประกวดคลิปสร้างสรรค์หรือโครงการเชิงนโยบาย พร้อมเปิดเวทีให้เสนอความคิดเห็นและร่วมตัดสินใจ ควรแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามวัยและระดับความรู้เพื่อออกแบบวิธีสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งส่งเสริมบทบาทของครอบครัวและโรงเรียนให้เป็นพันธมิตรในการสร้างความตื่นตัวทางการเมืองผ่านการให้ข้อมูลและจัดกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ด้านผลกระทบของการสื่อสาร (With What Effect) : ควรเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมผ่านการวางแผนและเครือข่ายพี่เลี้ยง พัฒนาทักษะผู้ส่งสารและใช้สื่อผสมให้เหมาะสม ออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วม ส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ ความกล้าแสดงออก และการมีส่วนร่วมทางการเมืองให้มากยิ่งขึ้น

อภิปลายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : กรณีศึกษาสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยสามารถอภิปลายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากการศึกษากระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทั้งในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เอกสาร สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนมีบทบาทสำคัญ ในการส่งเสริมความตื่นตัวทางการเมืองในกลุ่มเยาวชน โดยกระบวนการดังกล่าวถูกออกแบบให้มีลักษณะที่เน้น การมีส่วนร่วม ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารและการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเยาวชนกับภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด โดยลักษณะสำคัญของกระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชน ในจังหวัดกระบี่ คือ การเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการออกแบบเนื้อหา กำหนดกิจกรรม และดำเนิน การสื่อสารด้วยตนเองภายใต้การสนับสนุนของภาคีเครือข่าย อาทิ หน่วยงานรัฐ ผู้นำชุมชน โรงเรียน และองค์กรพัฒนาเอกชน กระบวนการนี้ไม่

เพียงส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์และการสื่อสารในกลุ่มเยาวชนแต่ยังเป็นช่องทางสำคัญ ในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ทางการเมือง ทำให้เยาวชนเริ่มติดตามสถานการณ์สาธารณะ กล้าแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเสนอเชิงนโยบายและมีบทบาทมากขึ้นในเวทีของสังคมประชาธิปไตย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานนท์ บัวภา (2564) ที่พบว่าการเปิดพื้นที่ให้เด็กและเยาวชนเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้กำหนดเนื้อหา จะช่วยให้เด็กและเยาวชนเกิดความมั่นใจ กล้าแสดงออก และพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ สอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมพงษ์ พุ่มพฤกษ์ (2565) ที่ได้ขยายประเด็นไปสู่การการสร้างพื้นที่สาธารณะและการเชื่อมโยงเครือข่ายกับชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีผู้ใหญ่ทำหน้าที่สนับสนุนในฐานะ “ผู้ใหญ่หนุน” และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ วงศ์กระพันธุ์ (2563) ที่ระบุว่าสภาเด็กและเยาวชนทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างเด็กและเยาวชนกับหน่วยงานรัฐ ชุมชน และองค์กรภาคเอกชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเด็กและเยาวชนต่างพื้นที่ซึ่งช่วยให้กิจกรรมและโครงการ มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ขณะเดียวกันยังส่งเสริมให้เยาวชนเรียนรู้การทำงานร่วมกัน การเคารพความคิดเห็นที่แตกต่าง และการมีส่วนร่วมอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

2. จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทั้งในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เอกสาร สามารถสรุปได้ว่า สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายและยืดหยุ่นเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและบริบททางสังคม โดยรูปแบบสำคัญที่ถูกนำมาใช้คือ (1) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนมีบทบาทในการออกแบบและดำเนินกิจกรรม (2) การสื่อสารแบบสองทางโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook LINE TikTok เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ (3) การสื่อสารแบบสื่อผสมซึ่งผสานทั้งการสื่อสารออนไลน์และออฟไลน์ รูปแบบการสื่อสารดังกล่าวสามารถอธิบายได้ภายใต้กรอบแนวคิดทางการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล (SMCR) และแนวคิดการสื่อสารของฮาโรลด์ ลาสแวลล์ ซึ่งทำให้เห็นองค์ประกอบของการสื่อสารที่มีผลโดยตรงต่อความตื่นตัวทางการเมืองของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ดังนี้ ผู้ส่งสาร (Source) คือ สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ซึ่งผ่านการอบรมและมีความรู้ความเข้าใจข้อมูลทางการเมือง โดยทำหน้าที่เป็นผู้นำในการส่งต่อข้อมูลหรือสาร (Message) เช่น สิทธิ หน้าที่ และบทบาทพลเมือง ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของเยาวชน ความเข้าใจเรื่องประชาธิปไตย การสร้างจิตสำนึก ในประเด็นสาธารณะ โดยใช้ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ทั้งแบบออนไลน์ ได้แก่ Facebook TikTok LINE Instagram และสื่อออฟไลน์ ได้แก่ ผ่านการทำโครงการ/กิจกรรม ผ่านการทำงานกระบวนการกลุ่ม กิจกรรมเสวนา กิจกรรมในชุมชน ซึ่งสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง สำหรับผู้รับสาร (Receiver) คือ สมาชิกสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ เด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ รวมถึงภาคีเครือข่าย เช่น ผู้ปกครอง คุณครู และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการทำงานของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ผลของการสื่อสาร (Effect) ตามแนวคิดการสื่อสาร ของลาสแวลล์ แสดงให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกที่ชัดเจน คือ เยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ และความตื่นตัวทางการเมืองเพิ่มมากขึ้น แสดงความคิดเห็นและแสดงบทบาทของตนในประเด็นสาธารณะอย่างสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามก็ยังมีผลกระทบบางประการที่ต้องพิจารณา เช่น ความเข้าใจคลาดเคลื่อนในประเด็นทางการเมืองจากแหล่งข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีของเยาวชนบางกลุ่ม สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารของ Berlo. (1960) ที่ได้นำเสนอโมเดล SMCR ซึ่งมุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร (Source) ข้อความ (Message) ช่องทาง (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver) ช่วยให้เห็นว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแต่ละองค์ประกอบ สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell (2006) ซึ่งได้เสนอกรอบคิดที่ตอบคำถามว่า 5 ประการ ได้แก่ ใคร (Who) พูดอะไร (Says What) ด้วยวิธีการอะไร (In Which Channel) ไปยังใคร (To Whom) และได้ผลกระทบอย่างไร (With What Effect) สะท้อนมิติผลลัพธ์ทางสังคมจากการสื่อสาร ทั้งสองแนวคิดจึงชี้ให้เห็นมิติพื้นฐานของกระบวนการสื่อสารทั้งเชิงโครงสร้างและผลกระทบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอนุ สารบัญ (2564) ซึ่งได้ได้ต่อยอดแนวคิดการสื่อสารดังกล่าวโดยอธิบายรูปแบบการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วม การสื่อสารสองทาง และการสื่อสารแบบสื่อผสม ซึ่งสะท้อนการปรับตัวของการสื่อสารในสังคมดิจิทัล

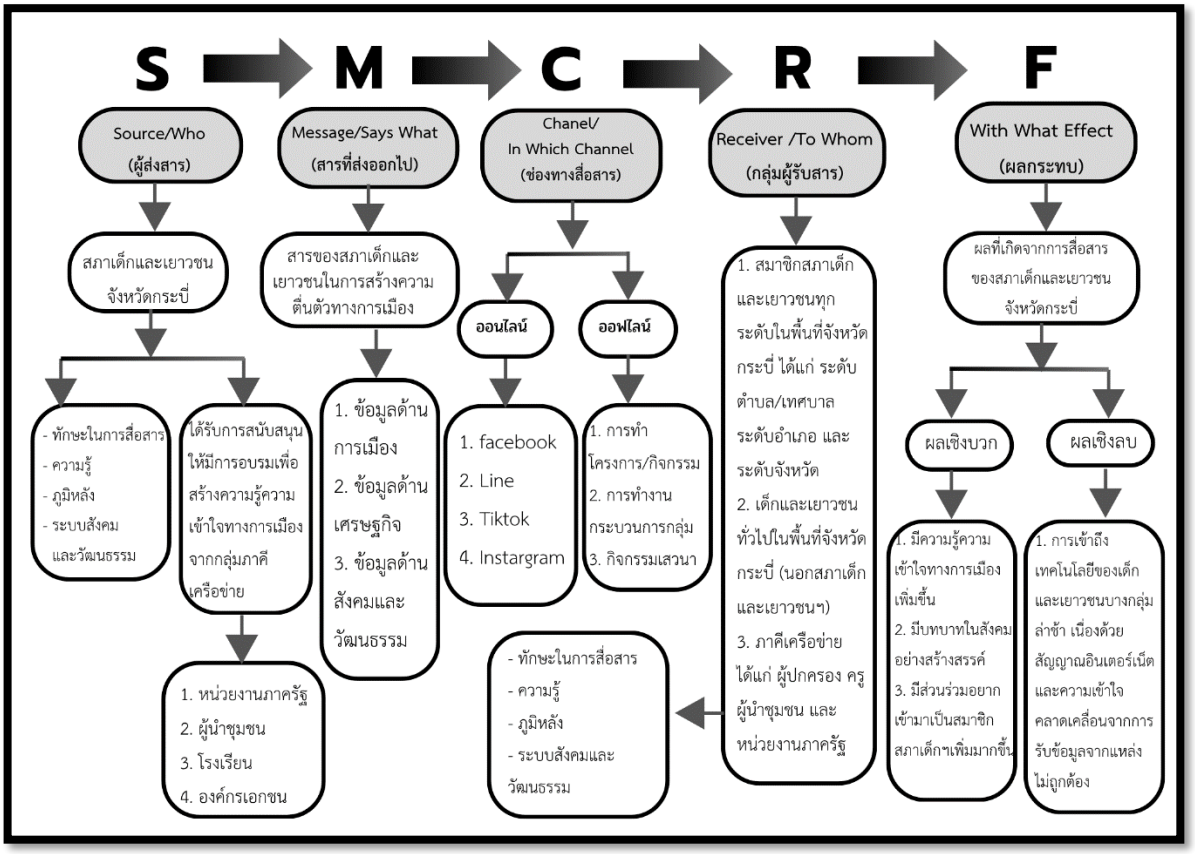
3. จากการศึกษาปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารยังเผชิญข้อจำกัดในหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Source) ยังขาดประสบการณ์ ทักษะในการสื่อสารและความรู้ทางการเมือง ในขณะที่สาร (Message) ที่ส่งออกไปมีลักษณะเป็นข้อมูลทั่วไป ใช้ภาษาทางการ เข้าใจยากและไม่สอดคล้องกับบริบทหรือความสนใจของผู้รับสารช่องทางการสื่อสาร (Channel) เน้นระบบออนไลน์มากเกินไปทำให้ไม่เข้าถึงผู้รับสารในบางพื้นที่ และผู้รับสาร (Receiver) บางกลุ่มยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการเมือง ขาดความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของตน อีกทั้งยังได้รับอิทธิพลจากครอบครัวหรือครูที่มีทัศนคติเชิงลบต่อการเมือง อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนา เช่น การอบรมและสร้างแกนนำสื่อสารรุ่นใหม่ การปรับเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ทันสมัยและสอดคล้องกับชีวิตประจำวัน การเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจ ความตระหนักรู้ และความตื่นตัวทางการเมือง ในกลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนวพล แก้วสุวรรณ (2565) ระบุว่าการใช้แพลตฟอร์มเช่น Line, Facebook, TikTok และ Instagram ส่งผลต่อความสนใจและการรับรู้ของเด็กและเยาวชนต่อประเด็นต่าง ๆ รวมถึงส่งเสริมพฤติกรรมการสื่อสารและแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิพล ปานบัว (2567) ที่กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองของเด็กและเยาวชน ซึ่งช่วยเสริมการกล่อมเกลาทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยชี้ว่าการออกแบบสื่อออนไลน์อย่างเหมาะสมสามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารทำหน้าที่เป็นผู้นำโครงการ ประสานงาน และเป็นกระบอกเสียงของเด็กและเยาวชน โดยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิ หน้าที่พลเมือง ประชาธิปไตย การเลือกตั้ง การมีส่วนร่วมของเยาวชน และนโยบายท้องถิ่น ช่องทางการสื่อสารมีทั้งออนไลน์ เช่น Facebook TikTok LINE Instagram และออฟไลน์ เช่น กิจกรรม เวทีเสวนา และการทำงานกลุ่ม กระบวนการสื่อสารเป็นระบบ เริ่มจากการวางแผน การสร้างเนื้อหาที่เข้าใจง่าย การมีปฏิสัมพันธ์สองทางและการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมเยาวชน สมาชิกสภา ครู ผู้ปกครอง ผู้นำชุมชน และหน่วยงานรัฐ รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารแบบสองทางและการสื่อสารแบบสื่อผสม มีปัญหา/อุปสรรคด้านผู้ส่งสาร (Source) ขาดทักษะและความรู้ทางการเมือง ด้านสาร (Message) มีลักษณะเป็นทางการเข้าใจยากด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) เน้นระบบออนไลน์มากเกินไป ด้านผู้รับสาร (Receiver) บางกลุ่มยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการเมือง มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ส่งสาร (Source) ควรมีการพัฒนาทักษะผู้ส่งสารอยู่เสมอ สาร (Message) ควรปรับเนื้อหาให้เข้าใจง่าย เพิ่มช่องทางสื่อสาร (Channel) ให้หลากหลาย จัดกิจกรรมส่งเสริม การมีส่วนร่วมให้กับผู้รับสาร (Receiver) มากขึ้น ผลกระทบ (Effect) สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเด็น คือ 1.ผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมและความต้องการที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่มากขึ้น 2.ผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ มีความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากการรับข้อมูลจากแหล่งที่ไม่ถูกต้อง

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการวิจัย

โดยจากการศึกษารูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ดังนี้



รูปที่ 2 : แสดงองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่

จากรูปที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมือง : ศึกษากรณีสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยสามารถอธิบายรูปแบบการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ได้ว่า มีการใช้การสื่อสาร 3 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารสองทาง และการใช้สื่อผสม โดยมีองค์ประกอบดังนี้ **1.** ผู้ส่งสาร คือ สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ความรู้และกิจกรรมทางการเมืองให้กับเด็กและเยาวชน โดยได้รับการสนับสนุนจากบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานรัฐ ผู้นำชุมชน โรงเรียน และองค์กรเอกชน โดยผู้ส่งสารมีทักษะในการสื่อสาร ความรู้ ความเข้าใจ ภูมิหลังและวัฒนธรรม ส่งผลให้สารที่ส่งออกไปมีความน่าเชื่อถือและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบสองทาง สารหลักที่ส่งออกมาคือ ข้อมูลทางการเมือง ข้อมูลเศรษฐกิจ และข้อมูลด้านสังคมและวัฒนธรรม ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายหรือใช้สื่อผสม โดยมีการใช้ทั้ง ออนไลน์ เช่น Facebook, Line, TikTok, Instagram และ ออฟไลน์ เช่น การทำกิจกรรม โครงการ การทำงานกลุ่ม และกิจกรรมเสวนา ผู้รับสาร คือ เด็กและเยาวชน

ในจังหวัดกระบี่ ครอบคลุมทั้ง 8 อำเภอ ผลกระทบจากการสื่อสารสามารถสรุปได้เป็น 1. ผลเชิงบวก ได้แก่ เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองเพิ่มขึ้น แสดงความสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือเป็นอยากสมาชิกสภาเด็กและเยาวชน มีทักษะในการสื่อสาร ความเข้าใจภูมิหลัง และตระหนักถึงระบบสังคมและวัฒนธรรม 2. ผลเชิงลบ การเข้าถึงเทคโนโลยีหรือสื่อบางกลุ่มอาจจำกัด การรับข้อมูลจากแหล่งที่ไม่ถูกต้องอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1.1 งานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร บทบาทของสภาเด็กและเยาวชน โดยผลการวิจัยพบว่า บทบาทของสภาเด็กและเยาวชนในฐานะผู้ส่งสารสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและแรงจูงใจแก่ผู้รับสารผ่านกระบวนการสื่อสารได้อย่างมีนัยสำคัญ ข้อค้นพบเหล่านี้สามารถนำไปใช้ต่อยอดทางวิชาการเพื่อพัฒนาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารให้สอดคล้องกับบทบาทของสภาเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยเน้นบทบาทของเด็กและเยาวชนเป็นผู้ส่งสาร การใช้สื่อผสม และการปรับแนวคิดให้สอดคล้องกับบริบทชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสภาเด็กและเยาวชนในจังหวัดกระบี่มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 ส่งเสริมบทบาทของครอบครัวและโรงเรียนเป็นพันธมิตรในการสร้างความตื่นตัวทางการเมือง

2.2 จัดตั้งเพจกลางของสภาเด็กและเยาวชนระดับจังหวัด เชื่อมโยงกับระดับอำเภอและตำบล เพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลและกิจกรรม

3. ข้อเสนอแนะเชิงจัดการ

3.1 ส่งเสริมระบบพี่เลี้ยงและคัดเลือกเด็กและเยาวชนที่สนใจเป็นแกนนำด้านการสื่อสาร

3.2 สร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมผ่านการวางแผนและเครือข่ายพี่เลี้ยง

3.3 ออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วม เช่น การประกวดคลิปสร้างสรรค์หรือโครงการเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่นหรือภาคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการสื่อสารของสภาเด็กและเยาวชนในบริบทที่หลากหลาย และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตื่นตัวทางการเมืองในแต่ละพื้นที่

2. ศึกษาปัจจัยเฉพาะด้าน เช่น ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม หรือเศรษฐกิจที่อาจมีผลต่อการสื่อสารและ การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกิจกรรมทางการเมือง โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์หรือศาสนา

3. ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีทั้งความลึก (insight) และความกว้าง (breadth) รองรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ

4. ศึกษาอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ในเชิงลึกโดยเฉพาะการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หรือการศึกษาผลกระทบของแพลตฟอร์มต่าง ๆ ต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชน

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ วงศ์กระพันธุ์. (2563). *การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนในสภาเด็กและเยาวชน: กรณีศึกษาเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชัยกฤต รัตนากร. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตื่นตัวทางการเมืองของนักเรียนโรงเรียนชลราษฎรอำรุงและโรงเรียนชลกันยานุกูลในการเมืองแบบประชาธิปไตย* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

นวพล แก้วสุวรรณ. (2565). *รายงานวิจัยพฤติกรรมการสื่อสารสารสนเทศทางการเมืองของเยาวชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นิพล ปานบัว. (2567). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชน: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช* [สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสยาม

บ้านพักเด็กและครอบครัวจังหวัดกระบี่. (2568). *รายงานผลการดำเนินงานของสภาเด็กและเยาวชนจังหวัดกระบี่ ประจำปี 2568*. กระบี่: บ้านพักเด็กและครอบครัวจังหวัดกระบี่.

ปฐมพงษ์ พุ่มพฤกษ์ . (2565). การสร้างพื้นที่สาธารณะและเครือข่ายเพื่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านสภาเด็กและเยาวชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์, 16*(2), 370–402.

สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 11 เขต. (2560). *แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560–2564*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

อนุ สารบัญ. (2564). *การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งบุหลัง อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.* [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อานนท์ บัวภา. (2564). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทยกับการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนไทย* [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Badaru. & Adu, (2021). The political awareness and participation of university students in post Apartheid South Africa. *Research in Social Sciences and Technology, 6*(3), 1–24.

David K. Berlo. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice* (pp. 96–104). Holt, Rinehart & Winston.

Harold D. Lasswell (2006). The structure and function of communication in society. In D. W. Stacks & M B. Salwen (Eds.), *Communication theories: Critical concepts in media and cultural studies* (Vol. 1, pp. 84–95). Routledge.

Nordregio. (2024). *Youth as partners in the green transition* (Policy Brief No. 2023:4). Nordregio.

อธิปไตยทางดิจิทัล: การออกแบบการกำกับดูแลและธรรมาภิบาลในมิติที่หลากหลาย

Digital Sovereignty: The Design of Regulation and Governance in Multiple Dimensions

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว[1] วรกฤษณ์ นุ้ยพิน[2] และจิรภัทร บุญอาจ[3]

Kiatanantha Lounkaew[1], Worakrit Nuypin[2] and Jirapat Boonart[3]

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[2,3] บริษัท ไมลส์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

[1] Assistant Professor of Faculty of Economics, Thammasat University

[2,3] Miles Consulting Group Co.,Ltd.

E-mail : klounakew@econ.tu.ac.th[1], gunnerair21@gmail.com[2], suksamran4444@gmail.com[3]

Received: Jun. 30, 2025; **Revised: Dec.** 12, 2025; **Accepted: Dec.** 15, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้วิเคราะห์แนวคิดอธิปไตยทางดิจิทัลและการออกแบบการกำกับดูแลในมิติต่าง ๆ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและภูมิรัฐศาสตร์ที่รวดเร็ว การศึกษานี้ครอบคลุมการวิเคราะห์มิติที่สำคัญของอธิปไตยทางดิจิทัล ได้แก่ อธิปไตยของรัฐ อธิปไตยทางเศรษฐกิจ อธิปไตยของปัจเจกบุคคล อธิปไตยทางเทคโนโลยี และอธิปไตยทางข้อมูล โดยพิจารณาทั้งรูปแบบการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน การออกแบบและการนำกฎระเบียบไปปฏิบัติ รวมถึงความท้าทายและความตึงเครียดที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์กรณีศึกษาจากสหภาพยุโรปและประเทศต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัลต้องการการสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมและการเปิดกว้าง การพัฒนาความสามารถภายในประเทศและความร่วมมือระหว่างประเทศ การวิเคราะห์เผยให้เห็นความซับซ้อนในการนำกรอบอธิปไตยทางดิจิทัลไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในด้านการจัดเก็บข้อมูลในประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการแข่งขันในตลาด การวิจัยเน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้ บทความมีข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยเน้นความสำคัญของความยืดหยุ่น การมีส่วนร่วม และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ: อธิปไตยทางดิจิทัล การกำกับดูแลดิจิทัล ธรรมาภิบาลดิจิทัล ความมั่นคงทางไซเบอร์ การคุ้มครองข้อมูล นโยบายดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยี

Abstract

This article analyzes digital sovereignty and regulatory design across multiple dimensions amid rapid technological and geopolitical changes. The study examines key dimensions of digital sovereignty, including state sovereignty, economic sovereignty, individual sovereignty, technological sovereignty, and data sovereignty, considering different governance models, regulatory design and implementation, as well as emerging challenges and tensions. Case studies from the European Union and various countries demonstrate that maintaining digital sovereignty requires balancing control and openness, developing domestic capabilities while fostering international cooperation, and considering the rights and interests of diverse stakeholders. The analysis reveals the complexities in implementing digital sovereignty

frameworks, particularly in areas such as data localization, infrastructure development, and market competition. The research highlights the importance of developing flexible and adaptive regulatory frameworks that can address emerging challenges while protecting national interests and individual rights. Through comprehensive examination of policy instruments, governance mechanisms, and implementation strategies, the study provides insights into effective approaches for achieving digital sovereignty. The findings suggest that success in maintaining digital sovereignty depends on developing comprehensive policies and regulatory mechanisms that address all dimensions and respond to rapidly evolving challenges. The article concludes with recommendations for developing effective and sustainable regulatory frameworks, emphasizing the importance of flexibility, participation, and adaptability to change.

Keywords: Digital Sovereignty, Digital Regulation, Digital Governance, Cybersecurity, Data Protection, Digital Policy, Technology Development

บทนำ

ในโลกดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อและพึ่งพากันมากขึ้น แนวคิดเรื่องอธิปไตยทางดิจิทัล (Digital Sovereignty) ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญในการกำหนดนโยบายและการกำกับดูแลระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การเปิดเผยข้อมูลของ Edward Snowden ในปี 2013 เกี่ยวกับการสอดแนมข้อมูลในวงกว้างโดยหน่วยงานความมั่นคงของสหรัฐอเมริกา ได้กระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงความเสี่ยงของการพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่ควบคุมโดยประเทศมหาอำนาจและบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ (Pohle and Thiel, 2020) การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลและการขยายตัวของบริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่ได้ท้าทายแนวคิดดั้งเดิมเรื่องอธิปไตยของรัฐที่มักผูกติดกับดินแดนทางกายภาพ

ความสำคัญของอธิปไตยทางดิจิทัลยิ่งเพิ่มขึ้นท่ามกลางความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และการแข่งขันทางเทคโนโลยีระหว่างมหาอำนาจ โดยเฉพาะระหว่างสหรัฐอเมริกา จีน และสหภาพยุโรป Floridi (2020) ชี้ให้เห็นว่าการควบคุมโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ข้อมูล และมาตรฐานเทคโนโลยีได้กลายเป็นแหล่งที่มาของอำนาจในศตวรรษที่ 21 ประเทศและภูมิภาคต่างๆ จึงพยายามพัฒนากรอบนโยบายและกลไกการกำกับดูแลเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางดิจิทัลของตน โดยสหภาพยุโรปได้เป็นผู้นำในการกำหนดมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลและการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลผ่านกฎหมายอย่าง GDPR, Digital Markets Act และ Digital Services Act

การพัฒนาแนวคิดเรื่องอธิปไตยทางดิจิทัลมีความซับซ้อนเนื่องจากต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ทั้งรัฐบาล ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม Roberts et al. (2021) เสนอว่าอธิปไตยทางดิจิทัลไม่ควรถูกมองเพียงมิติของการควบคุมโดยรัฐ แต่ควรพิจารณาถึงสิทธิและเสรีภาพของพลเมือง การแข่งขันทางเศรษฐกิจ และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ด้วย การสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่แตกต่างและบางครั้งขัดแย้งกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้เป็นความท้าทายสำคัญในการออกแบบกรอบการกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัล

ในขณะที่แต่ละประเทศพัฒนาแนวทางที่แตกต่างกันในการจัดการกับอธิปไตยทางดิจิทัล Moerel and Timmers (2021) ระบุว่ามีความจำเป็นต้องมีความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อจัดการกับความท้าทายข้ามพรมแดน เช่น การไหลเวียนของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลก อย่างไรก็ตาม การสร้างกรอบการกำกับดูแลระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพยังคงเป็นความท้าทาย เนื่องจากความแตกต่างในค่านิยม ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และแนวทางการกำกับดูแลระหว่างประเทศต่าง ๆ

วิกฤตโควิด-19 ได้เน้นย้ำความสำคัญของอธิปไตยทางดิจิทัล โดย Braun and Hummel (2024) ชี้ให้เห็นว่าการพึ่งพาแพลตฟอร์มดิจิทัลและบริการคลาวด์ที่ควบคุมโดยบริษัทต่างชาติในช่วงการระบาดได้กระตุ้นให้หลายประเทศทบทวนนโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและความมั่นคงทางข้อมูล การพัฒนาความสามารถภายในประเทศและการลดการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างชาติจึงได้รับความสำคัญมากขึ้นในวาระนโยบายดิจิทัลของหลายประเทศ

บทความนี้มุ่งศึกษามิติที่หลากหลายของอธิปไตยทางดิจิทัลและการออกแบบการกำกับดูแล โดยจะเริ่มจากการวิเคราะห์กรอบแนวคิดและมิติต่าง ๆ ของอธิปไตยทางดิจิทัล จากนั้นจะอภิปรายเกี่ยวกับรูปแบบการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน การออกแบบและการนำกฎระเบียบไปปฏิบัติ ความท้าทายและความตึงเครียดที่สำคัญ กรณีศึกษาที่น่าสนใจ และข้อเสนอแนะสำหรับทิศทางในอนาคต การวิเคราะห์จะครอบคลุมทั้งมุมมองด้านนโยบาย กฎหมาย เทคโนโลยี และการกำกับดูแล เพื่อนำเสนอภาพรวมที่ครอบคลุมของประเด็นที่ซับซ้อนนี้ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านได้เข้าใจประเด็นของอธิปไตยทางดิจิทัล และเห็นตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนมีความเข้าใจถึงโอกาสที่ภัยคุกคามไซเบอร์จะสามารถทำให้ระบบโครงสร้างพื้นฐานสำคัญต้องหยุดชะงัก บั่นทอนความมั่นคงระดับชาติ หรือแม้แต่ก่อให้เกิดอันตรายต่อภาคประชาชนได้

กรอบแนวคิด: มิติของอธิปไตยทางดิจิทัล

อธิปไตยทางดิจิทัลเป็นแนวคิดที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมิติ ซึ่งได้รับการพัฒนาและตีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศและภูมิภาค Pohle and Thiel (2020) ชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจมิติต่าง ๆ ของอธิปไตยทางดิจิทัลมีความสำคัญต่อการออกแบบนโยบายและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ โดย Floridi (2020) เสนอว่าอธิปไตยทางดิจิทัลไม่ควรถูกมองเพียงมิติของการควบคุมโดยรัฐ แต่ควรพิจารณาถึงมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงกัน การวิเคราะห์มิติต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจความซับซ้อนของอธิปไตยทางดิจิทัลและแนวทางในการจัดการกับความท้าทายที่เกี่ยวข้อง

มิติด้านอธิปไตยของรัฐ

มิติด้านอธิปไตยของรัฐเป็นมิติพื้นฐานที่สำคัญของอธิปไตยทางดิจิทัล โดย Moerel and Timmers (2021) อธิบายว่าอธิปไตยของรัฐในบริบทดิจิทัลเกี่ยวข้องกับความสามารถของรัฐในการควบคุมและกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ข้อมูล และกิจกรรมทางดิจิทัลภายในเขตอำนาจของตน ความสำคัญของมิตินี้เพิ่มขึ้นท่ามกลางความกังวลเกี่ยวกับการแทรกแซงจากต่างชาติและการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างประเทศ

การศึกษาของ Glasze et al. (2023) แสดงให้เห็นว่ารัฐต่าง ๆ มีแนวทางที่แตกต่างกันในการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล โดยประเทศจีนและรัสเซียเน้นการควบคุมอย่างเข้มงวดผ่านการสร้าง "อินเทอร์เน็ตแห่งชาติ" และกฎหมายที่เข้มงวด ในขณะที่สหภาพยุโรปเน้นการสร้างกรอบกฎหมายที่สมดุลระหว่างการควบคุมและการเปิดกว้าง โดยมุ่งเน้นการปกป้องสิทธิของพลเมืองและการส่งเสริมนวัตกรรม

Bellanova, Carrapico, & Duez (2022) เสนอว่าอธิปไตยของรัฐในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการควบคุมทางกายภาพ แต่รวมถึงความสามารถในการกำหนดมาตรฐาน กฎระเบียบ และการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในโลกดิจิทัล การบรรลุเป้าหมายนี้ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมที่แสดงว่า รัฐสามารถมีอิทธิพลต่อมาตรฐานระดับโลก ได้แก่ การออกกฎหมายที่บริษัททั่วโลกจำเป็นต้องปฏิบัติตาม เช่น GDPR (General Data Protection Regulation) (Issaoui, Örtensjö, & Islam, 2023) การสร้างหรือผลักดันมาตรฐานเทคโนโลยีผ่านองค์กรระหว่างประเทศ เช่น NIST, ITU (Casaril & Galletta, 2023) การสนับสนุนเทคโนโลยีที่กลายเป็นมาตรฐานกลางของตลาด เช่น 5G, IPv6 (Lemmi, Puliafito, Virdis, Mingozzi, 2024) การใช้เวที G20/UN/OECD เพื่อผลักดันแนวคิดด้านข้อมูล เช่น DFFT (Christakis, 2024) การบังคับใช้มาตรฐานผ่านการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐ (เช่น FedRAMP) (Pranith, 2023) ตัวอย่างเหล่านี้สะท้อนว่าอธิปไตยของรัฐในยุคดิจิทัลไม่ใช่แค่การควบคุม

ภายในประเทศ แต่เป็นความสามารถในการ “กำหนดกฎของเกมระดับโลก” ผ่านกฎหมาย เทคโนโลยี และสถาบันระหว่างประเทศ

มิติด้านอธิปไตยทางเศรษฐกิจ

อธิปไตยทางเศรษฐกิจในบริบทดิจิทัลเกี่ยวข้องกับความสามารถในการควบคุมและพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่เป็นอิสระ Roberts et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่าการพึ่งพาแพลตฟอร์มดิจิทัลและบริการคลาวด์ที่ควบคุมโดยบริษัทต่างชาติสร้างความเสี่ยงต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมีนักวิจัย Autolitano and Pawlowska (2021) วิเคราะห์โครงการ Gaia-X ของสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตัวอย่างของความพยายามในการสร้างอธิปไตยทางเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ที่เป็นอิสระและสอดคล้องกับมาตรฐานของยุโรป การริเริ่มนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการลดการพึ่งพาผู้ให้บริการต่างชาติและการสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่ยั่งยืน นอกจากนี้ Falkner, Heidebrecht, Obendiek, & Seidl (2024) ยังเน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและการส่งเสริมนวัตกรรมภายในประเทศ โดยเฉพาะในเทคโนโลยีสำคัญเช่น ปัญญาประดิษฐ์ การประมวลผลควอนตัม และเซมิคอนดักเตอร์ ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญในการรักษาอธิปไตยทางเศรษฐกิจในอนาคต

ในที่นี้ขอยกตัวอย่างเพิ่มเติมในคำว่า ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่เป็นอิสระ ได้แก่ การพึ่งพาเทคโนโลยีหลักจากต่างชาตินิ้อยลง (ลด Digital Dependency)หมายถึง รัฐสามารถใช้หรือพัฒนาเทคโนโลยีของตนเองสำหรับโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เช่น ระบบคลาวด์ของรัฐ เป็นต้น เพื่อไม่ให้ประเทศถูกครอบงำโดยเทคโนโลยีของบริษัทต่างชาติ เช่น AWS, Google, Huawei เป็นต้น ซึงช่วยในการลดความเสี่ยงว่าบริการจะถูกปิดกั้น ควบคุม หรือเงื่อนไขถูกกำหนดจากภายนอก (Ali, & Osmanaj, 2020) การควบคุมห่วงโซ่อุปทานเทคโนโลยีที่สำคัญ (Strategic Tech Supply Chains) หมายถึง รัฐสามารถเข้าถึงหรือผลิตส่วนประกอบสำคัญ เช่น ชิป (Anwar, et al., 2025) การบริหารข้อมูลของประเทศได้ด้วยตนเอง (Data Sovereignty) ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่เป็นอิสระต้องสามารถกำหนดกฎเกณฑ์การส่งออกข้อมูลป้องกันการนำข้อมูลไปใช้เพื่อผลประโยชน์ของต่างชาติ (Belli, Gaspar,& Jaswant, 2024) การสร้างแพลตฟอร์มเศรษฐกิจดิจิทัลของตนเอง (Domestic Digital Ecosystem) หมายถึง ประเทศมีความสามารถสร้าง/สนับสนุนแพลตฟอร์มที่สำคัญ เช่น บริการโฆษณาออนไลน์เพื่อไม่ให้เศรษฐกิจดิจิทัลถูกครอบครองโดยแพลตฟอร์มข้ามชาติ (Krasyuk Kolgan, Medvedeva, 2022) การกำหนดกฎเกณฑ์เศรษฐกิจดิจิทัลได้เอง (Regulatory Autonomy) หมายถึง รัฐสามารถกำหนดกฎการแข่งขันได้ด้วยตนเองโดยไม่ถูกบีบบังคับจากตลาดต่างประเทศหรือแรงกดดันทางการทูต (Burri & Kugler, 2024) การสร้างนวัตกรรมและอุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศ (Domestic Digital Innovation) ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่เป็นอิสระต้องมีสตาร์ทอัพของตนเองเพื่อให้ประเทศสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว (Uršič, & Čater, 2025)

มิติด้านอธิปไตยของปัจเจกบุคคล

Braun and Hummel (2024) นำเสนอมุมมองที่สำคัญเกี่ยวกับมิติด้านอธิปไตยของปัจเจกบุคคลในบริบทดิจิทัล โดยเน้นความสำคัญของการให้อำนาจแก่พลเมืองในการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและตัวตนดิจิทัลของตน การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวเป็นองค์ประกอบสำคัญของมิตินี้ Tan, Chi-Hung, & Lam (2023) อธิบายแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ดิจิทัลที่พึ่งพาตนเองได้ (Self-Sovereign Identity) ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของการจัดการตัวตนดิจิทัลที่ให้อำนาจแก่ปัจเจกบุคคลในการควบคุมข้อมูลของตนเองอย่างเต็มที่ แนวคิดนี้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงจากการควบคุมโดยองค์กรไปสู่การให้อำนาจแก่ผู้ใช้ การศึกษาของ Celeste (2021) ยังชี้ให้เห็นว่าการรักษาสมดุลระหว่างอธิปไตยของรัฐและสิทธิของปัจเจกบุคคลเป็นความท้าทายสำคัญในการออกแบบนโยบายดิจิทัล โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับการเฝ้าระวังทางดิจิทัล การรวบรวมข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน

หลักการสำคัญของ อัตลักษณ์ดิจิทัลที่พึ่งพาตนเองได้(Self-Sovereign Identity:SSI) SSI สร้างขึ้นบนเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) หรือระบบบัญชีแยกประเภทแบบกระจายศูนย์ (Distributed Ledger Technology - DLT) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและความโปร่งใส หลักการพื้นฐานที่สำคัญมีดังนี้: (Soltani, Zaman, Joshi, Sampalli, 2022) ความเป็นเจ้าของ (Ownership): ผู้ใช้ข้อมูลเป็นเจ้าของและควบคุมข้อมูลอัตลักษณ์ทั้งหมดของท่าน ซึ่งตัดสินใจว่าจะแบ่งปันอะไร

กับใคร และเมื่อใด (Quinn, & Connolly, 2021) การกระจายศูนย์ (Decentralization): อัตลักษณ์ไม่ได้ถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลส่วนกลาง แต่จะถูกบันทึกในรูปแบบที่กระจายศูนย์บนบล็อกเชน ทำให้ยากต่อการถูกแฮกหรือถูกควบคุมโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง (Anthony Jnr, 2023) ตัวระบุอัตลักษณ์ดิจิทัล (Decentralized Identifiers - DIDs): เป็นรหัสเฉพาะที่อยู่บนบล็อกเชน ใช้เพื่อระบุตัวตนของผู้ใช้อย่างถาวรและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ DIDs ไม่ได้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวใดๆ โดยตรง (Zhao, Zhong, & Cui, 2023)

-ข้อมูลรับรองที่ตรวจสอบได้ (Verifiable Credentials - VCs) นี่คือ "ใบรับรองดิจิทัล" ที่ใช้แทนเอกสารจริง เช่น ใบขับขี่ ปริญญาบัตร หรือบัตรประชาชน หน่วยงานที่ออก (Issuer) จะลงนามด้วยลายเซ็นดิจิทัล (cryptographic signature) เพื่อรับรองความถูกต้อง ผู้ถือ (Holder) คือผู้ใช้เอง และสามารถนำไปแสดงให้ผู้ตรวจสอบ (Verifier) ตรวจสอบได้โดยตรงผ่านบล็อกเชน (Gudipati, 2025)

มิติด้านอธิปไตยทางเทคโนโลยี

มิติด้านอธิปไตยทางเทคโนโลยีเกี่ยวข้องกับความสามารถในการพัฒนา ควบคุม และกำหนดมาตรฐานเทคโนโลยี Sheikh (2022) วิเคราะห์ความสำคัญของการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีภายในประเทศ โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เช่น เครือข่าย 5G ระบบคลาวด์ และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การศึกษาของ Chander and Sun (2021) อธิบายว่าอธิปไตยทางเทคโนโลยีไม่ได้หมายถึงการแยกตัวออกจากระบบเทคโนโลยีโลก แต่เป็นการสร้างความสามารถในการตัดสินใจอย่างอิสระเกี่ยวกับการใช้และการพัฒนาเทคโนโลยี รวมถึงการมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานระดับโลก ในขณะที่ Lehuedé (2024) เน้นย้ำความสำคัญของการพิจารณามิติทางเทคโนโลยีในบริบทของความเป็นธรรมและความยั่งยืน โดยเฉพาะการคำนึงถึงผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การสร้างอธิปไตยทางเทคโนโลยีจึงควรคำนึงถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นธรรม

ตัวอย่างของอธิปไตยทางเทคโนโลยี ได้แก่ อธิปไตยด้านคำนวณ (Compute Sovereignty) เช่น การมีศูนย์ข้อมูล (data center) หรือ “ศูนย์ประมวลผล AI” ภายในประเทศ เพื่อไม่ต้องพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานคอมพิวต์ของต่างชาติ (Misraa, Barikb ,& Kvalvik, 2025). อธิปไตยโมเดล AI (AI / Model Sovereignty) เช่น การพัฒนา “โมเดลภาษา” หรือ “โมเดลปัญญาประดิษฐ์” (Large Language Models, LLM) ภายในประเทศ เพื่อไม่ต้องใช้โมเดลของต่างชาติทั้งหมด (Sayankina, Tsen, Tan, & Ko, 2025). อธิปไตยนโยบายและกฎหมาย (Governance Sovereignty) เช่น การออกกฎหมายมาตรฐานทางดิจิทัล “digital governance” ที่เอื้อให้ประเทศควบคุมการไหลของข้อมูล และกำกับดูแลเทคโนโลยีอย่างมีอำนาจ (Spandler, Hartelius, Monti, & Söderbaum, 2024)

มิติด้านอธิปไตยทางข้อมูล

มิติสุดท้ายที่สำคัญคือด้านอธิปไตยทางข้อมูล Pohle and Santaniello (2024) อธิบายว่าการควบคุมข้อมูลเป็นองค์ประกอบสำคัญของอธิปไตยในยุคดิจิทัล ครอบคลุมทั้งการจัดเก็บ การประมวลผล และการไหลเวียนของข้อมูลข้ามพรมแดนDonnelly, Ríos Camacho, & Heidebrecht (2024) วิเคราะห์ความสำคัญของการกำหนดนโยบายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการจัดการข้อมูล โดยเฉพาะในภาคการเงินดิจิทัล การกำหนดมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นส่วนสำคัญของการรักษาอธิปไตยทางข้อมูล โดย Hoeffler and Mérand (2024) เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างสมดุลระหว่างการไหลเวียนข้อมูลเสรีและการปกป้องข้อมูลสำคัญ โดยชี้ให้เห็นว่าการจำกัดการไหลเวียนข้อมูลมากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อนวัตกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล ในขณะที่การเปิดเสรีมากเกินไปอาจเสี่ยงต่อความมั่นคงและความเป็นส่วนตัว

ตัวอย่างมิติ “อธิปไตยทางข้อมูล” (Data Sovereignty) ได้แก่ นโยบายเก็บข้อมูลในประเทศ (Data Localization) เช่น บางประเทศบังคับให้ข้อมูลสำคัญ (เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล) ต้องเก็บอยู่บนเซิร์ฟเวอร์ในประเทศของตน (Swire, Kennedy-Mayo, Bagley, Krasser, Modak, & Bausewein, 2024) คลาวด์ในประเทศ (Sovereign Cloud) เช่น รัฐหรือองค์กรภาครัฐอาจสร้าง “คลาวด์แห่งชาติ” (sovereign cloud) ที่ให้บริการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลภายในประเทศภายใต้กฎหมายท้องถิ่น (Rone, 2024) กฎหมายควบคุมการส่งข้อมูลข้ามประเทศ เช่น บางประเทศมีกฎหมายห้ามหรือ

จำกัดการส่งข้อมูลออกนอกประเทศโดยเฉพาะข้อมูลสำคัญหรือข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อรักษาความเป็นเจ้าของและการควบคุมข้อมูลของรัฐ ตัวอย่างเช่นในจีนมีกฎหมาย “Data Security Law” ที่ควบคุมการจัดเก็บและโอนย้ายข้อมูลเพื่อรักษาความมั่นคงของชาติ (Ducato, 2020) การควบคุมสิทธิการเข้าถึงและใช้งานข้อมูล เช่น Google Workspace มีแนวทาง “digital sovereignty” ให้ลูกค้าเลือกได้ว่าข้อมูลขององค์กรจะจัดเก็บและประมวลผลที่ใด และควบคุมสิทธิ์การเข้าถึง ขณะเดียวกันต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของแต่ละประเทศ (Jansen, Kadenko, Broeders, van Eeten, Borgolte, & Fiebig, 2023) การปกป้องความมั่นคงของชาติผ่านข้อมูล เช่น ข้อมูลบางประเภทมีผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ (เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน, ข้อมูลภูมิศาสตร์, ข้อมูลทหาร) รัฐอาจกำหนดให้ข้อมูลเหล่านี้ “อยู่ในเขตอำนาจ” ของตนเท่านั้น (Oerlemans, & Langenhuijzen, 2024).

การบูรณาการมิติต่างๆ ของอธิปไตยทางดิจิทัล

การทำความเข้าใจความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างมิติต่าง ๆ ของอธิปไตยทางดิจิทัลมีความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ Fratini, Hine, Novelli, Roberts, & Floridi (2024) เสนอว่าการพิจารณามิติต่าง ๆ แยกจากกันอาจนำไปสู่การกำหนดนโยบายที่ขาดความสอดคล้องและอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ การบูรณาการมิติต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างกรอบการกำกับดูแลที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ การศึกษาของ Monsees and Lambach (2022) วิเคราะห์ว่าการสร้างสมดุลระหว่างมิติต่างๆ มีความซับซ้อนเนื่องจากแต่ละมิติมีเป้าหมายและความต้องการที่อาจขัดแย้งกัน เช่น การรักษาความมั่นคงของรัฐอาจกระทบต่อสิทธิความเป็นส่วนตัวของปัจเจกบุคคล หรือการส่งเสริมการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาจต้องแลกกับการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างประเทศ การหาจุดสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันเหล่านี้เป็นความท้าทายสำคัญในการกำหนดนโยบาย ในขณะที่ Kaloudis (2021) นำเสนอแนวคิดเรื่อง "อธิปไตยทางดิจิทัลแบบบูรณาการ" (Integrated Digital Sovereignty) ที่เน้นการพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างมิติต่างๆ และผลกระทบที่มีต่อกัน การพัฒนานโยบายภายใต้แนวคิดนี้ต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่อาจเกิดขึ้นในมิติอื่นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ สอดคล้องกับ Heidebrecht (2024) เสริมว่าความสำเร็จในการบูรณาการมิติต่างๆ ของอธิปไตยทางดิจิทัลขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมและการปรึกษาหารือที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การพัฒนานโยบายสามารถตอบสนองต่อความต้องการและข้อกังวลของทุกภาคส่วน

ความท้าทายในการบูรณาการมิติต่าง ๆ ยังรวมถึงความแตกต่างในระดับการพัฒนาและความพร้อมระหว่างประเทศ Leese (2024) ชี้ให้เห็นว่าประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและทรัพยากรที่จำกัดอาจมีข้อจำกัดในการพัฒนาความสามารถในทุกมิติพร้อมกัน การจัดลำดับความสำคัญและการวางแผนการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนจึงมีความสำคัญ โดยต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่และความเร่งด่วนของความท้าทายในแต่ละมิติ และท้ายที่สุด Roberts (2024) เน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนากรอบการประเมินและติดตามผลที่ครอบคลุมทุกมิติของอธิปไตยทางดิจิทัล การมีตัวชี้วัดและเครื่องมือการประเมินที่เหมาะสมจะช่วยให้สามารถติดตามความก้าวหน้า ระบุช่องว่างและความท้าทาย และปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาดัชนีอธิปไตยทางดิจิทัลที่ครอบคลุมทุกมิติจึงเป็นก้าวสำคัญในการสนับสนุนการกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพ

รูปแบบการกำกับดูแลและแนวทางต่าง ๆ

การกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัลมีรูปแบบและแนวทางที่หลากหลาย สะท้อนถึงความแตกต่างในค่านิยม ระบบการเมือง และเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ของแต่ละประเทศและภูมิภาค Pohle and Thiel (2020) ชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจรูปแบบการกำกับดูแลที่แตกต่างกันมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์นโยบายและการพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่เหมาะสม โดยแต่ละรูปแบบมีจุดแข็ง ข้อจำกัด และผลกระทบที่แตกต่างกันต่อการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคม

รูปแบบการกำกับดูแลที่เน้นสิทธิ (Rights-Based Model)

รูปแบบการกำกับดูแลที่เน้นสิทธิ ซึ่งเป็นแนวทางที่สหภาพยุโรปเป็นผู้นำ ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิพื้นฐานของพลเมืองในยุคดิจิทัล Floridi (2020) อธิบายว่าแนวทางนี้มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเทคโนโลยีและการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะสิทธิความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล Celeste (2021) วิเคราะห์ว่าความสำเร็จของ GDPR ในการกำหนดมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลระดับโลกแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของแนวทางที่เน้นสิทธิ การที่บริษัทเทคโนโลยีทั่วโลกต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสหภาพยุโรปสะท้อนถึงพลังของการกำกับดูแลที่เน้นการคุ้มครองสิทธิพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม Moerel and Timmers (2021) ชี้ให้เห็นว่าการนำแนวทางนี้ไปปฏิบัติมีความท้าทาย โดยเฉพาะในการสร้างสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิและการส่งเสริมนวัตกรรม การกำหนดกฎระเบียบที่เข้มงวดเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ

รูปแบบการกำกับดูแลที่เน้นตลาด (Market-Oriented Model)

รูปแบบการกำกับดูแลที่เน้นตลาด ซึ่งเป็นแนวทางที่สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมนวัตกรรมและการแข่งขันเสรี Chander and Sun (2021) อธิบายว่าแนวทางนี้เน้นการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นและการให้ภาคเอกชนมีบทบาทนำในการพัฒนาเทคโนโลยีและบริการดิจิทัล Roberts et al. (2021) วิเคราะห์ว่าแนวทางที่เน้นตลาดมีส่วนสำคัญในการสร้างบริษัทเทคโนโลยีระดับโลกและการพัฒนานวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงโลก อย่างไรก็ตาม แนวทางนี้ก็มีข้อจำกัด โดยเฉพาะในการจัดการกับความท้าทายด้านความเป็นส่วนตัว การผูกขาด และผลกระทบทางสังคมของเทคโนโลยีดิจิทัล Hoeffler and Mérand (2024) เสริมว่าการขาดการกำกับดูแลที่เข้มงวดในแนวทางที่เน้นตลาดอาจนำไปสู่การสะสมอำนาจมากเกินไปในมือของบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นธรรมในการแข่งขันและการคุ้มครองผู้บริโภค

รูปแบบการกำกับดูแลแบบรวมศูนย์ (Centralization Model)

รูปแบบการกำกับดูแลแบบรวมศูนย์ ซึ่งเป็นแนวทางที่จีนและรัสเซียเป็นตัวอย่าง เน้นการควบคุมโดยรัฐอย่างเข้มงวด Glasze et al. (2023) อธิบายว่าแนวทางนี้ให้ความสำคัญกับความมั่นคงของรัฐและการควบคุมเนื้อหาดิจิทัล โดยรัฐมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและควบคุมการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล การศึกษาของ Pohle and Santaniello (2024) แสดงให้เห็นว่าแนวทางแบบรวมศูนย์สามารถนำไปสู่การพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีที่แข็งแกร่งและการปกป้องผลประโยชน์ของชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม แนวทางนี้มักถูกวิจารณ์ในประเด็นเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการจำกัดเสรีภาพในการแสดงออก ในขณะที่ Falkner et al. (2024) เน้นย้ำว่าแม้แนวทางแบบรวมศูนย์จะมีข้อดีในแง่ของการควบคุมและการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ แต่อาจส่งผลเสียต่อนวัตกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลในระยะยาว การขาดการแข่งขันและการจำกัดการไหลเวียนของข้อมูลอาจทำให้ประเทศพลาดโอกาสในการพัฒนาและการเรียนรู้จากประสบการณ์ระดับโลก

รูปแบบการกำกับดูแลแบบผสมผสาน (Hybrid/Multilevel Governance)

รูปแบบการกำกับดูแลแบบผสมผสานเป็นแนวทางที่พยายามรวมจุดแข็งของรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน Sheikh (2022) อธิบายว่าแนวทางนี้เน้นการสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมโดยรัฐ การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และการคุ้มครองสิทธิของพลเมือง โดยมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังระดับต่าง ๆ ตามความเหมาะสม Braun and Hummel (2024) วิเคราะห์ว่าการกำกับดูแลแบบผสมผสานมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทที่แตกต่างกันได้ดี ตัวอย่างเช่น สิงคโปร์ได้พัฒนารูปแบบการกำกับดูแลที่ผสมผสานระหว่างการควบคุมโดยรัฐที่เข้มแข็งกับการส่งเสริมนวัตกรรมและการแข่งขันในภาคเอกชน ทำให้สามารถรักษาสมดุลระหว่างความมั่นคงและการพัฒนาทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Lehuedé (2024) เสริมว่าความสำเร็จของการกำกับดูแลแบบผสมผสานขึ้นอยู่กับการมีกลไกประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ และการมีกรอบกฎหมายที่ชัดเจนในการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย

บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่ใช่รัฐ (Role of Non-State Actors)

ในการกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัล บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่ใช่รัฐมีความสำคัญเพิ่มขึ้น Donnelly et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาและการกำหนดมาตรฐานทางเทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายและการกำกับดูแลจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล สอดคล้องกับ Kaloudis (2021) วิเคราะห์บทบาทของภาคประชาสังคมและองค์กรระหว่างประเทศในการสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของรัฐและเอกชน องค์กรเหล่านี้มักทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ การศึกษาของ Monsees and Lambach (2022) เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในการพัฒนาและนำนโยบายด้านอธิปไตยทางดิจิทัลไปปฏิบัติ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนช่วยให้การกำกับดูแลมีความครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น

ทั้งนี้ การเลือกรูปแบบหนึ่งรูปแบบใดนั้น ยังไม่มีความสมบูรณ์ในตนเอง ทั้งนี้ การเลือกรูปแบบดังที่กล่าวมาข้างต้นต้องปรับให้เหมาะสมกับบริบทแวดล้อม และสถานการณ์ของแต่ละประเทศนั้น ๆ และการปรับเปลี่ยนจากรูปแบบหนึ่งไปรูปแบบหนึ่งต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการปรับเปลี่ยนด้วย ดังที่จะได้นำเสนอในหัวข้อต่อไป

ความท้าทายในการเลือกและการนำรูปแบบการกำกับดูแลไปปฏิบัติ

Heidebrecht (2024) ระบุความท้าทายสำคัญในการเลือกและการนำรูปแบบการกำกับดูแลไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องความแตกต่างของบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมระหว่างประเทศ การเลือกรูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสมต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้และความพร้อมในการนำไปปฏิบัติ การศึกษาของ Roberts (2024) เสนอว่าการประเมินผลกระทบและการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการกำกับดูแล การมีระบบการประเมินที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการกำกับดูแลให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป Ruohonen (2021) ย้ำว่าความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวเป็นคุณสมบัติสำคัญของรูปแบบการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การกำกับดูแลจึงต้องสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

การออกแบบและการนำกฎระเบียบไปปฏิบัติ

การออกแบบและการนำกฎระเบียบด้านอธิปไตยทางดิจิทัลไปปฏิบัติเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและต้องการการพิจารณาอย่างรอบคอบ Adonis (2019) เสนอว่าความสำเร็จของการกำกับดูแลขึ้นอยู่กับการออกแบบกฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพและการสร้างกลไกการนำไปปฏิบัติที่เหมาะสม ซึ่งต้องคำนึงถึงทั้งมิติทางเทคนิค กฎหมาย และการบริหารจัดการ

เครื่องมือและกรอบนโยบาย

Leese (2024) วิเคราะห์ว่าเครื่องมือนโยบายที่ใช้ในการกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัลมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่กฎหมายและข้อบังคับที่มีผลผูกพันทางกฎหมาย ไปจนถึงแนวปฏิบัติและมาตรฐานความสมัครใจ การเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับบริบทและวัตถุประสงค์ของการกำกับดูแล สอดคล้องกับ Bria (2015) อธิบายว่าการผสมผสานเครื่องมือนโยบายต่าง ๆ เช่น การให้แรงจูงใจทางการเงิน การกำหนดมาตรฐานทางเทคนิค และการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการกำกับดูแล โดยเฉพาะในการจัดการกับความท้าทายที่ซับซ้อนของอธิปไตยทางดิจิทัล การศึกษาของ Pohle and Santaniello (2024) แสดงให้เห็นว่าการพัฒนากรอบนโยบายที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้มีความสำคัญ เนื่องจากเทคโนโลยีและภูมิทัศน์ดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กรอบนโยบายจึงควรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การกำกับดูแลแบบล่วงหน้าและย้อนหลัง

การกำกับดูแลแบบล่วงหน้า (Ex-ante) และแบบย้อนหลัง (Ex-post) มีบทบาทสำคัญในการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล Hoeffler and Mérand (2024) วิเคราะห์ว่าการกำกับดูแลแบบล่วงหน้า เช่น การกำหนดเงื่อนไขการเข้าสู่ตลาดและมาตรฐานการดำเนินงาน มีความสำคัญในการป้องกันปัญหาและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น Donnelly et al. (2024) เสริมว่าการกำกับดูแลแบบย้อนหลัง เช่น การตรวจสอบการละเมิดกฎระเบียบและการบังคับใช้บทลงโทษ มีความจำเป็นในการสร้างความรับผิดชอบและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ การผสมผสานระหว่างการกำกับดูแลทั้งสองรูปแบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการกำกับดูแลโดยรวมAutolitano and Pawlowska (2021) นำเสนอกรณีศึกษาของ GDPR ที่ใช้ทั้งมาตรการล่วงหน้าในการกำหนดหลักการและมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูล และมาตรการย้อนหลังในการตรวจสอบและลงโทษการละเมิด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการผสมผสานแนวทางทั้งสองแบบ

มาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี

Sheikh (2022) ย้ำความสำคัญของการกำหนดมาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีในการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล การมีมาตรฐานที่ชัดเจนช่วยให้การพัฒนาและการใช้งานเทคโนโลยีมีความปลอดภัย มีความเป็นมาตรฐาน และสามารถทำงานร่วมกันได้ สอดคล้องกับ Moerel and Timmers (2021) วิเคราะห์บทบาทของมาตรฐานในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศและการสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่ยั่งยืน การมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลช่วยลดอุปสรรคในการทำงานร่วมกันและส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม และการศึกษาของ Glasze et al. (2023) เน้นย้ำความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานระดับโลก โดยเฉพาะในเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น 5G, ปัญญาประดิษฐ์ และ Internet of Things การมีบทบาทในการกำหนดมาตรฐานช่วยให้ประเทศสามารถปกป้องผลประโยชน์และมีอิทธิพลต่อทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต

กรอบการกำกับดูแลข้อมูล

การกำกับดูแลข้อมูลเป็นองค์ประกอบสำคัญของอธิปไตยทางดิจิทัล Fratini et al. (2024) อธิบายว่ากรอบการกำกับดูแลข้อมูลที่มีประสิทธิภาพต้องครอบคลุมทั้งการจัดเก็บ การประมวลผล การแบ่งปัน และการปกป้องข้อมูล โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว Bellanova et al. (2022) วิเคราะห์ว่าการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการไหลเวียนข้อมูลข้ามพรมแดนมีความสำคัญต่อการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล โดยเฉพาะในยุคที่ข้อมูลกลายเป็นทรัพยากรสำคัญทางเศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ การมีกรอบการกำกับดูแลที่ชัดเจนช่วยให้ประเทศสามารถควบคุมการไหลเวียนของข้อมูลและปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ Tan et al. (2023) เสริมว่าการพัฒนากรอบการกำกับดูแลข้อมูลต้องคำนึงถึงความแตกต่างของประเภทข้อมูล เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลธุรกิจ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง แต่ละประเภทอาจต้องการมาตรการคุ้มครองและการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน

กฎระเบียบด้านการแข่งขันทางการตลาด

Falkner et al. (2024) นำเสนอว่าการกำกับดูแลการแข่งขันในตลาดดิจิทัลมีความสำคัญต่อการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล โดยเฉพาะในการจัดการกับอำนาจผูกขาดของแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ กฎระเบียบด้านการแข่งขันต้องสามารถรองรับลักษณะเฉพาะของตลาดดิจิทัล เช่น ผลกระทบเครือข่าย (network effects) และการผูกขาดโดยธรรมชาติ Celeste (2021) วิเคราะห์ว่าการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาดดิจิทัลต้องอาศัยทั้งมาตรการเชิงโครงสร้างและมาตรการเชิงพฤติกรรม เช่น การป้องกันการใช้อำนาจเหนือตลาดในทางมิชอบ การส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานอย่างเท่าเทียม และการสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ และ Lambach and Oppermann (2022) เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันและนวัตกรรม โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การมีกฎระเบียบที่เหมาะสมจะช่วยลดการพึ่งพาแพลตฟอร์มต่างชาติและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลภายในประเทศ

กลไกการบังคับใช้

Roberts (2024) อธิบายว่าประสิทธิภาพของการกำกับดูแลขึ้นอยู่กับความสามารถในการบังคับใช้กฎระเบียบอย่างมีประสิทธิภาพ การมีกลไกการบังคับใช้ที่เข้มแข็ง ทั้งในด้านกฎหมาย การบริหารจัดการ และทรัพยากร มีความสำคัญต่อ

ความน่าเชื่อถือของระบบการกำกับดูแล สอดคล้องกับ Kaloudis (2021) วิเคราะห์ความสำคัญของการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในระดับประเทศและระหว่างประเทศ เนื่องจากความท้าทายด้านอธิปไตยทางดิจิทัลมักมีลักษณะข้ามพรมแดน การแลกเปลี่ยนข้อมูลและการประสานงานระหว่างหน่วยงานจึงมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการบังคับใช้ และ Lehuedé (2024) เสริมว่าการพัฒนาขีดความสามารถของหน่วยงานกำกับดูแลและการสร้างความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญต่อการบังคับใช้กฎระเบียบอย่างมีประสิทธิภาพ การลงทุนในการพัฒนาบุคลากรและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการกำกับดูแลจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ความท้าทายและความตึงเครียด

มิติความท้าทายและความตึงเครียดในการดำเนินการด้านอธิปไตยทางดิจิทัลเป็นประเด็นที่ซับซ้อนและต้องการการจัดการอย่างระมัดระวัง Braun and Hummel (2024) ชี้ให้เห็นว่าการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่แข่งขันกันและการจัดการกับข้อจำกัดต่าง ๆ เป็นความท้าทายสำคัญในการพัฒนานโยบายและการกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัล

การสร้างสมดุลระหว่างการเปิดกว้างและการควบคุม

ความท้าทายสำคัญประการแรกคือการสร้างสมดุลระหว่างการเปิดกว้างทางดิจิทัลและการควบคุม Pohle and Thiel (2020) อธิบายว่าการเปิดกว้างมีความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการควบคุมที่เพียงพอเพื่อปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติและความมั่นคง สอดคล้องกับ Chander and Sun (2021) วิเคราะห์ว่าการสร้างสมดุลนี้มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้นในบริบทของการแข่งขันระหว่างประเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้น ประเทศต่าง ๆ ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่าจะเปิดรับการลงทุนและเทคโนโลยีจากต่างประเทศในระดับใด โดยที่ยังสามารถรักษาความมั่นคงและอธิปไตยทางดิจิทัลไว้ได้ และ Floridi (2020) เสริมว่าการสร้างกรอบการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้มีความสำคัญในการจัดการกับความตึงเครียดระหว่างการเปิดกว้างและการควบคุม โดยกรอบดังกล่าวควรสามารถปรับเปลี่ยนระดับการควบคุมตามความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

การพึ่งพาทางเทคนิคและโครงสร้างพื้นฐาน

Moerel and Timmers (2021) ชี้ให้เห็นว่าการพึ่งพาทางเทคนิคและโครงสร้างพื้นฐานจากต่างประเทศเป็นความท้าทายสำคัญต่ออธิปไตยทางดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีขั้นสูงเช่น เซมิคอนดักเตอร์ การประมวลผลคลาวด์ และระบบ 5G การลดการพึ่งพาดังกล่าวต้องใช้เวลาและทรัพยากรจำนวนมาก Autolitano and Pawlowska (2021) วิเคราะห์กรณีของโครงการ Gaia-X ที่แสดงให้เห็นความท้าทายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเลือก แม้จะมีความพยายามในการสร้างระบบคลาวด์ของยุโรป แต่การแข่งขันกับผู้ให้บริการที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและส่วนแบ่งตลาดที่สูงกว่าเป็นเรื่องยาก Sheikh (2022) เน้นย้ำความสำคัญของการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศและการพัฒนาบุคลากรในการลดการพึ่งพาทางเทคนิค อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

ความซับซ้อนด้านเขตอำนาจศาล

Lehuedé (2024) อธิบายว่าความซับซ้อนด้านเขตอำนาจศาลในโลกดิจิทัลสร้างความท้าทายสำคัญในการกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัล เนื่องจากการไหลของข้อมูลและการให้บริการดิจิทัลไม่จำกัดอยู่ภายในพรมแดนประเทศ การกำหนดขอบเขตอำนาจและการบังคับใช้กฎหมายจึงมีความซับซ้อน Donnelly et al. (2024) วิเคราะห์ความท้าทายในการประสานงานระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในประเทศต่าง ๆ และการจัดการกับความขัดแย้งด้านกฎหมายและกฎระเบียบ การสร้างกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศและกลไกการระงับข้อพิพาทที่มีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญ Monsees and Lambach (2022) เสริมว่าการพัฒนากรอบกฎหมายระหว่างประเทศที่ครอบคลุมและการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายมีความสำคัญในการจัดการกับความท้าทายด้านเขตอำนาจศาล อย่างไรก็ตาม การสร้างฉันทามติระหว่างประเทศในประเด็นดังกล่าวเป็นเรื่องที่ท้าทาย

ความตึงเครียดระหว่างนวัตกรรมและการกำกับดูแล

Hoeffler and Mérand (2024) ชี้ให้เห็นถึงความท้าทายในการสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ การกำกับดูแลที่เข้มงวดเกินไปอาจจำกัดการพัฒนานวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่การกำกับดูแลที่หละหลวมเกินไปอาจนำไปสู่ความเสี่ยงและผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ Roberts et al. (2021) วิเคราะห์ว่าการออกแบบกรอบการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสำคัญ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การใช้แนวทาง "regulatory sandbox" และการทดลองนโยบายในขอบเขตจำกัดอาจช่วยให้เกิดความสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมและการควบคุมความเสี่ยง Bellanova et al. (2022) เสริมว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนากรอบการกำกับดูแลมีความสำคัญ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการปรับปรุงกฎระเบียบอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้การกำกับดูแลมีประสิทธิภาพและไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนานวัตกรรม

ความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ระดับชาติและความร่วมมือระหว่างประเทศ

Kaloudis (2021) อธิบายว่าการรักษาสมดุลระหว่างผลประโยชน์ระดับชาติและความร่วมมือระหว่างประเทศเป็นความท้าทายสำคัญในการดำเนินการด้านอธิปไตยทางดิจิทัล ในขณะที่ประเทศต่างๆ ต้องการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ แต่ความท้าทายหลายประการในโลกดิจิทัลต้องการความร่วมมือระหว่างประเทศในการแก้ไข Glasze et al. (2023) วิเคราะห์ว่าการแข่งขันทางภูมิรัฐศาสตร์และความไม่ไว้วางใจระหว่างประเทศเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความร่วมมือด้านอธิปไตยทางดิจิทัล โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงและการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การสร้างกลไกความร่วมมือที่สร้างความไว้วางใจและผลประโยชน์ร่วมกันจึงมีความสำคัญ Falkner et al. (2024) เน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนากรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ยืดหยุ่นและคำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกฝ่าย การสร้างมาตรฐานและแนวปฏิบัติร่วมกัน รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลและทรัพยากร อาจช่วยลดความขัดแย้งและส่งเสริมการพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลที่ยั่งยืน

ความท้าทายด้านทรัพยากรและขีดความสามารถ

Ruohonen (2021) ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาและรักษาอธิปไตยทางดิจิทัลต้องการทรัพยากรและขีดความสามารถที่สำคัญ ทั้งในด้านการเงิน บุคลากร และโครงสร้างพื้นฐาน ประเทศที่มีทรัพยากรจำกัดอาจเผชิญความท้าทายในการพัฒนาความสามารถที่จำเป็นสำหรับการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล โดย Bria (2015) วิเคราะห์ความสำคัญของการลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคเอกชนในการพัฒนาขีดความสามารถ รวมถึงการแสวงหาความร่วมมือระหว่างประเทศในการแบ่งปันความรู้และทรัพยากร อาจช่วยลดข้อจำกัดด้านทรัพยากร และAdonis (2019) เสริมว่าการจัดลำดับความสำคัญของการลงทุนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมีความสำคัญ การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและการประเมินความคุ้มค่าของการลงทุนจะช่วยให้การพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากร

กรณีศึกษาด้านอธิปไตยทางดิจิทัล

กรณีศึกษาต่าง ๆ ในการดำเนินการด้านอธิปไตยทางดิจิทัลให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับความท้าทาย โอกาส และแนวทางปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ Pohle and Thiel (2020) เสนอว่าการวิเคราะห์กรณีศึกษาช่วยให้เข้าใจวิธีการที่ประเทศและภูมิภาคต่าง ๆ จัดการกับความท้าทายด้านอธิปไตยทางดิจิทัลในบริบทที่แตกต่างกัน

ยุทธศาสตร์ดิจิทัลของสหภาพยุโรป

Floridi (2020) วิเคราะห์ว่ายุทธศาสตร์ดิจิทัลของสหภาพยุโรปเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจของการพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่ครอบคลุม โดยเฉพาะการบูรณาการระหว่าง GDPR, Digital Markets Act (DMA) และ Digital Services Act (DSA) สหภาพยุโรปได้พัฒนาแนวทางที่เน้นการคุ้มครองสิทธิพื้นฐาน การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม และการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล สอดคล้องกับ Hoeffler and Mérand (2024) ชี้ให้เห็นว่า DMA และ DSA เป็นตัวอย่างของการกำกับ

ดูแลแบบล่วงหน้าที่มุ่งจัดการกับอำนาจตลาดของแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ กฎหมายทั้งสองฉบับสะท้อนความพยายามของสหภาพยุโรปในการสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมและการปกป้องผลประโยชน์สาธารณะ และ Celeste (2021) เสริมว่าความสำเร็จของ GDPR ในการกำหนดมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลระดับโลกแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสหภาพยุโรปในการมีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลดิจิทัลระดับโลก แม้จะเผชิญความท้าทายในการบังคับใช้ แต่ GDPR ได้กลายเป็นต้นแบบสำหรับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลในหลายประเทศ

โครงการ Gaia-X

Autolitano and Pawlowska (2021) วิเคราะห์โครงการ Gaia-X ซึ่งเป็นความพยายามของสหภาพยุโรปในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ที่เป็นอิสระ โครงการนี้สะท้อนความท้าทายในการสร้างทางเลือกที่แข่งขันได้กับผู้ให้บริการคลาวด์ระดับโลก โดยเฉพาะในด้านการระดมทุน การพัฒนาเทคโนโลยี และการสร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืน Fratini et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าความท้าทายของ Gaia-X รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างการเปิดกว้างสำหรับความร่วมมือระหว่างประเทศและการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล การตัดสินใจให้บริษัทเทคโนโลยีต่างชาติเข้าร่วมโครงการได้สร้างคำถามเกี่ยวกับความสามารถของโครงการในการบรรลุเป้าหมายด้านอธิปไตยทางดิจิทัล และ Sheikh (2022) เสริมว่าบทเรียนจาก Gaia-X แสดงให้เห็นความสำคัญของการมีวิสัยทัศน์ระยะยาว การสร้างพันธมิตรที่เข้มแข็ง และการพัฒนาความสามารถทางเทคนิคในการดำเนินโครงการโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลขนาดใหญ่

นโยบายด้าน 5G และโครงสร้างพื้นฐาน

Moerel and Timmers (2021) วิเคราะห์แนวทางที่แตกต่างกันของประเทศต่างๆ ในการจัดการกับความท้าทายด้านความมั่นคงในโครงสร้างพื้นฐาน 5G โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตอุปกรณ์จากประเทศที่อาจมีความเสี่ยงด้านความมั่นคง การตัดสินใจของแต่ละประเทศสะท้อนการชั่งน้ำหนักระหว่างความกังวลด้านความมั่นคงและผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดย Bellanova et al. (2022) ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนากรอบการประเมินความเสี่ยงและมาตรการความมั่นคงสำหรับโครงสร้างพื้นฐาน 5G เป็นตัวอย่างของการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ แนวทางที่ยืดหยุ่นและอิงหลักฐานช่วยให้ประเทศต่างๆ สามารถปรับนโยบายให้เหมาะสมกับบริบทของตน และ Lambach and Oppermann (2022) เสริมว่าประสบการณ์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 5G แสดงให้เห็นความสำคัญของการมีกรอบการกำกับดูแลที่โปร่งใสและการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ

นโยบายการจัดเก็บข้อมูลในประเทศ

Donnelly et al. (2024) วิเคราะห์นโยบายการจัดเก็บข้อมูลในประเทศ (Data Localization) ซึ่งเป็นแนวทางที่หลายประเทศนำมาใช้เพื่อรักษาอธิปไตยทางข้อมูล โดยเฉพาะในภาคการเงินและข้อมูลส่วนบุคคล นโยบายเหล่านี้มีทั้งข้อดีในแง่การควบคุมและปกป้องข้อมูล และข้อจำกัดในด้านต้นทุนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดย Glasze et al. (2023) ชี้ให้เห็นว่าการบังคับใช้นโยบายการจัดเก็บข้อมูลในประเทศมีความท้าทายหลายประการ ทั้งในด้านการกำหนดขอบเขตของข้อมูลที่ต้องจัดเก็บในประเทศ การตรวจสอบการปฏิบัติตาม และผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ประสบการณ์จากประเทศต่าง ๆ แสดงให้เห็นความสำคัญของการออกแบบนโยบายที่สมดุลและมีความยืดหยุ่น Tan et al. (2023) เสริมว่าความสำเร็จของนโยบายการจัดเก็บข้อมูลในประเทศขึ้นอยู่กับการมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ กรอบกฎหมายที่ชัดเจน และการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน การพิจารณาต้นทุนและผลประโยชน์อย่างรอบด้านมีความสำคัญต่อการออกแบบนโยบายที่มีประสิทธิภาพ

โครงการอธิปไตยทางคลาวด์

Lehuedé (2024) วิเคราะห์โครงการพัฒนาบริการคลาวด์ระดับชาติในประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นความพยายามในการลดการพึ่งพาผู้ให้บริการต่างชาติและเพิ่มความมั่นคงของข้อมูล โครงการเหล่านี้แสดงให้เห็นทั้งโอกาสในการพัฒนาความสามารถภายในประเทศและความท้าทายในการแข่งขันกับผู้ให้บริการระดับโลก โดย Roberts (2024) ชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จของโครงการอธิปไตยทางคลาวด์ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย รวมถึงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาบุคลากร และการสร้างความเชื่อมั่นในบริการ ประสบการณ์จากโครงการต่าง ๆ แสดงให้เห็นความสำคัญของการมียุทธศาสตร์ระยะ

ยาวและการสร้างระบบนิเวศที่เข้มแข็ง และ Kaloudis (2021) เสริมว่าการพัฒนาบริการคลาวด์ระดับชาติควรคำนึงถึงการทำงานร่วมกับระบบนานาชาติและการรักษามาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล การสร้างสมดุลระหว่างความเป็นอิสระและการเชื่อมโยงกับระบบโลกมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของโครงการ

การพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลภายในประเทศ

Monsees and Lambach (2022) วิเคราะห์ความพยายามของประเทศต่าง ๆ ในการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลภายในประเทศ ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมผู้ประกอบการท้องถิ่น การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของตนเอง และการสร้างมาตรฐานและกฎระเบียบที่เหมาะสม กรณีศึกษาเหล่านี้แสดงให้เห็นความสำคัญของการมีแนวทางที่ครอบคลุมและการสนับสนุนที่ต่อเนื่อง โดย Hoeffler and Mérand (2024) ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่ยั่งยืนต้องการการบูรณาการระหว่างนโยบายหลายด้าน ทั้งการศึกษา การวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมธุรกิจ และการคุ้มครองผู้บริโภค ความสำเร็จขึ้นอยู่กับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อนวัตกรรมและการเติบโตของธุรกิจท้องถิ่น และ Chander and Sun (2021) เสริมว่าประสบการณ์จากประเทศต่างๆ แสดงให้เห็นความสำคัญของการสร้างความสมดุลระหว่างการปกป้องผู้ประกอบการในประเทศและการเปิดรับการแข่งขันจากต่างประเทศ การมีนโยบายที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบนิเวศที่แข็งแกร่ง

บทสรุป

การศึกษาอธิปไตยทางดิจิทัล: การออกแบบการกำกับดูแลและธรรมาภิบาลในมิติที่หลากหลายใช้กรอบการวิเคราะห์ในมิติของอธิปไตยทางดิจิล ได้แก่ มิติด้านอธิปไตยของรัฐซึ่งเป็นบริบทดิจิทัลเกี่ยวข้องกับความสามารถของรัฐในการควบคุมและกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ข้อมูล และกิจกรรมทางดิจิทัลภายในเขตอำนาจของตนมิติด้านอธิปไตยทางเศรษฐกิจในบริบทดิจิทัลเกี่ยวข้องกับความสามารถในการควบคุมและพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่เป็นอิสระมิติด้านอธิปไตยของปัจเจกบุคคลซึ่งเน้นความสำคัญของการให้อำนาจแก่พลเมืองในการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและตัวตนดิจิทัลของตน การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว มิติด้านอธิปไตยทางเทคโนโลยีเกี่ยวข้องกับความสามารถในการพัฒนา ควบคุม และกำหนดมาตรฐาน มิติด้านอธิปไตยทางข้อมูลเป็นการควบคุมข้อมูลซึ่งครอบคลุมทั้งการจัดเก็บการประมวลผล และการไหลเวียนของข้อมูลข้ามพรมแดน การกำกับดูแลอธิปไตยทางดิจิทัลมีรูปแบบและแนวทางที่หลากหลาย ได้แก่ รูปแบบการกำกับดูแลที่เน้นสิทธิซึ่งให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิพื้นฐานของพลเมืองในยุคดิจิทัล รูปแบบการกำกับดูแลที่เน้นตลาดซึ่งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมนวัตกรรมและการแข่งขันเสรี รูปแบบการกำกับดูแลแบบรวมศูนย์ซึ่งเน้นการควบคุมโดยรัฐอย่างเข้มงวด รูปแบบการกำกับดูแลแบบผสมผสานเซึ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมโดยรัฐ การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และการคุ้มครองสิทธิของพลเมือง โดยมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังระดับต่าง ๆ ตามความเหมาะสม การออกแบบและการนำกฎระเบียบไปปฏิบัติ ได้แก่ การพัฒนากรอบการกำกับดูแลข้อมูลต้องคำนึงถึงความแตกต่างของประเภทข้อมูล เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลธุรกิจ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง แต่ละประเภทอาจต้องการมาตรการคุ้มครองและการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน การมีกฎระเบียบที่เหมาะสมจะช่วยลดการพึ่งพาแพลตฟอร์มต่างชาติและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลภายในประเทศ และการพัฒนาขีดความสามารถของหน่วยงานกำกับดูแลและการสร้างความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญต่อการบังคับใช้กฎระเบียบอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข

การพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและต้องการการปรับตัวอย่างสม่ำเสมอ Braun and Hummel (2024) เสนอว่าการกำหนดทิศทางและข้อเสนอแนะที่ชัดเจนมีความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

วิวัฒนาการของกรอบการกำกับดูแล

Pohle and Santaniello (2024) วิเคราะห์แนวโน้มการพัฒนากรอบการกำกับดูแลในอนาคต โดยเน้นความสำคัญของความยืดหยุ่นและการปรับตัวได้ กรอบการกำกับดูแลในอนาคตควรสามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยยังคงรักษาหลักการพื้นฐานของการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์สาธารณะ โดย Falkner et al. (2024) เสนอว่าการพัฒนากรอบการกำกับดูแลควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ในการกำหนดนโยบาย การสร้างกลไกการปรึกษาหารือและการประเมินผลกระทบที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การพัฒนากรอบการกำกับดูแลตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริง และ Roberts (2024) เน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่สามารถรองรับความท้าทายระดับโลก เช่น การจัดการกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ การคุ้มครองข้อมูลข้ามพรมแดน และการส่งเสริมนวัตกรรมดิจิทัล การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในการพัฒนากรอบการกำกับดูแลจึงมีความสำคัญมากขึ้น

กลไกการประสานงานด้านนโยบาย

Moerel and Timmers (2021) วิเคราะห์ความสำคัญของการพัฒนากลไกการประสานงานด้านนโยบายที่มีประสิทธิภาพ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบาย โดย Lehuedé (2024) เสนอแนวทางการพัฒนากลไกการประสานงานที่เน้นความโปร่งใสและการมีส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการพัฒนาฐานข้อมูลร่วมสำหรับการตัดสินใจเชิงนโยบาย การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนการประสานงานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการนโยบาย และ Bellanova et al. (2022) เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างกลไกการประสานงานที่คล่องตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกดิจิทัล การพัฒนาระบบการแจ้งเตือนและการตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ๆ อย่างทันท่วงทีมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของนโยบาย

การสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่แข่งขันกัน

Sheikh (2022) วิเคราะห์ความท้าทายในการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่แข่งขันกันในอนาคต โดยเฉพาะระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ การคุ้มครองสิทธิ และความมั่นคง การพัฒนากรอบการตัดสินใจที่โปร่งใสและเป็นระบบจะช่วยให้การสร้างสมดุลมีประสิทธิภาพมากขึ้น Donnelly et al. (2024) เสนอแนวทางการใช้การประเมินผลกระทบและการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงนโยบาย การมีข้อมูลที่ครบถ้วนและการวิเคราะห์ที่รอบด้านจะช่วยให้การตัดสินใจมีความสมเหตุสมผลและได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Kaloudis (2021) เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่มีความหมายในการตัดสินใจเชิงนโยบาย การรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ต่าง ๆ เป็นไปอย่างเหมาะสม

โอกาสในความร่วมมือระหว่างประเทศ

Fratini et al. (2024) วิเคราะห์โอกาสในการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศด้านอธิปไตยทางดิจิทัล การแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดี การพัฒนามาตรฐานร่วมกัน และการสร้างกลไกการระงับข้อพิพาทที่มีประสิทธิภาพจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลในระดับโลก

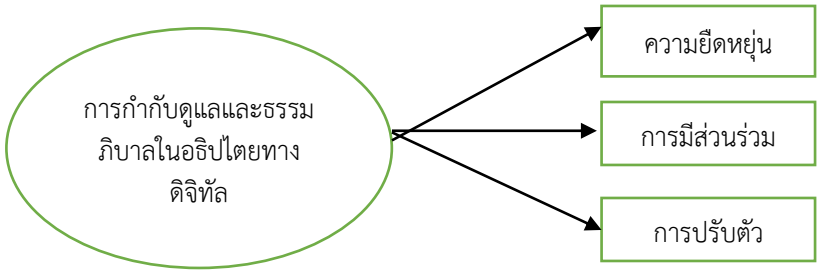
การเตรียมพร้อมสำหรับความท้าทายในอนาคต

Lambach and Oppermann (2022) เสนอว่าการเตรียมพร้อมสำหรับความท้าทายในอนาคตเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาอธิปไตยทางดิจิทัล โดยเฉพาะการรับมือกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูง ควอนตัมคอมพิวติง และเทคโนโลยี 6G การพัฒนาความสามารถในการคาดการณ์และการวางแผนรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ จึงมีความสำคัญยิ่ง โดย Ruohonen (2021) วิเคราะห์ความสำคัญของการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา การสร้างความร่วมมือกับภาควิชาการและการพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ การเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้จะ ช่วยให้ประเทศสามารถรับมือกับความท้าทายในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ Chander and Sun (2021) เน้นย้ำความสำคัญของ

การสร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวของระบบการกำกับดูแล การพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนจะช่วยให้การรักษาอธิปไตยทางดิจิทัลมีความยั่งยืนในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่

การศึกษานี้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับอธิปไตยทางดิจิทัลในการออกแบบการกำกับดูแลและธรรมาภิบาลในมิติที่หลากหลาย โดยนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

จากรูปที่ 1 อธิบายได้ว่า การกำกับดูแลและธรรมภิบาลในอธิปไตยทางดิจิทัล ประกอบด้วยความยืดหยุ่นเป็นความสามารถขององค์กรในการนำกลไกต่างๆ ตลอดจนการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์มาปรับใช้ได้ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำกับดูแลและธรรมาภิบาลของอธิปไตยทางดิจิทัล การปรับตัวเป็นคุณสมบัติสำคัญของรูปแบบการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวจึงต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอ

เอกสารอ้างอิง

Adonis, A. A. (2019). Critical engagement on digital sovereignty in international relations: Actor transformation and global hierarchy. *Global Jurnal Politik Internasional, 21*(2), 262-282. https://doi.org/10.7454/global.v21i2.412

Ali,O., & Osmanaj,V. (2020). The role of government regulations in the adoption of cloud computing: A case study of local government. *Computer Law & Security Review,36*,105396. https://doi.org/10.1016/j.clsr.2020.105396

Anthony Jnr, B. (2023). Distributed ledger and decentralised technology adoption for smart digital transition in collaborative enterprise, *Enterprise Information Systems, 17*(4), 465-498, https://doi.org/10.1080/17517575.2021.1989494

Anwar, U.A.A., Rahayu, A., Wibowo, L.A., Sultan,M.A., Aspiranti, A., Furqon, C., & Rani, A.M. (2025). Supply chain integration as the implementation of strategic management in improving business performance. *Discover Sustainability, 6*, 101. https://doi.org/10.1007/s43621-025-00867-w

Autolitano, S., & Pawlowska, A. (2021). *Europe's quest for digital sovereignty: GAIA-X as a case study*. Istituto Affari Internazionali.

Belli,L., Gaspar,W.B., & Jaswant,S.S. (2024). Data sovereignty and data transfers as fundamental elements of digital transformation: Lessons from the BRICS countries. *Computer Law & Security Review, 54*, 106017. https://doi.org/10..1016/j.clsr.2024.106017.

Bellanova, R., Carrapico, H., & Duez, D. (2022). Digital/sovereignty and European security *integration: An introduction. European Security*, 31(3), 337-355.https://doi.org/10.1080/09662839.2022.2101887

Braun, M., & Hummel, P. (2024). Is digital sovereignty normatively desirable? Information, *Communication & Society*, 1–14. https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2332624

Bria, Francesca. (2015). *Public policies for digital sovereignty*. Platform Cooperativism Consortium conference, New York. Retrieved October 26, 2024, from https://www.academia.edu/19102224/

Burri, M., & Kugler, K. (2024).Regulatory autonomy in digital trade agreements, *Journal of International Economic Law*, 27(3), 397–423, https://doi.org/10.1093/jiel/jgae025

Casaril,F. & Galletta, L. (2023). Developing security metrics for space systems: A study considering the NIST cybersecurity framework 2.0 and the NIS2. *International Journal of Critical Infrastructure Protection*, 51, 100805, https://doi.org/10.1016/j.ijcip.2025.100805

Celeste, E. (2021). Digital Sovereignty in the EU: Challenges and Future Perspectives. In F. Fabbrini, E. Celeste, & J. Quinn (Eds.), *Data Protection Beyond Borders: Transatlantic Perspectives on Extraterritoriality and Sovereignty* (pp. 29–82). Hart Publishing.

Chander, A., & Sun, H. (2021). *Sovereignty 2.0*. Georgetown University Law Center.

Christakis, T. (2024). Data free flow with trust: current landscape, challenges and opportunities. *Journal of Cyber Policy, 9*(1), 95–120. https://doi.org/10.1080/23738871.2024.2421838.

Donnelly, S., Ríos Camacho, E., & Heidebrecht, S. (2024). Digital sovereignty as control: The regulation of digital finance in the European Union. *Journal of European Public Policy, 3*1(8), 2226-2249. https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2332624

Ducato,R. (2020). Data protection, scientific research, and the role of information. *Computer Law & Security Review, 37*, 105412. https://doi.org/10.1016/j.clsr.2020.105412

Falkner, G., Heidebrecht, S., Obendiek, A., & Seidl, T. (2024). Digital sovereignty - Rhetoric and reality. *Journal of European Public Policy*, 31(8), 2099-2120. https://doi.org/10.1080/13501763.2024.2358984

Floridi, L. (2020). The fight for digital sovereignty: What it is, and why it matters, especially for the EU.
Philosophy & Technology, 33, 369-378. https://doi.org/10.1007/s13347-020-00423-6.

Fratini, S., Hine, E., Novelli, C., Roberts, H., & Floridi, L. (2024). *Digital sovereignty: A descriptive analysis and a critical evaluation of existing models. Digital Society*, 3(3), 1-10 https://doi.org/10.2139/ssrn.4816020

Glasze, G., Cattaruzza, A., Douzet, F., Dammann, F., Bertran, M-G., Bômont, C., Braun, M., Danet, D., Desforges, A., Géry, A.,Grumbach, S., Hummel, P. (2023). Contested spatialities of digital sovereignty. *Geopolitics,* 28(2), 919-958. https://doi.org/10.1080/14650045.2022.2050070

Gudipati,R.R. (2025). Verifiable credentials: Transforming digital identity in the real world. *International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology, 11*(2), 684-692, https://doi.org/10.32628/CSEIT25112382.

Heidebrecht, S. (2024). From market liberalism to public intervention: Digital sovereignty and changing European union digital single market governance. *Journal of Common Market Studies*, 62(1), 205-223. https://doi.org/10.1111/jcms.13488

Hoeffler, C., & Mérand, F. (2024). Digital sovereignty, economic ideas, and the struggle over the digital markets act: A political-cultural approach. *Journal of European Public Policy*, 31(8), 2121-2146. https://doi.org/10.1080/13501763.2023.2294144

Issaoui, A., Örtensjö, J. & Islam, M.S. (2023). Exploring the general data protection regulation (GDPR) compliance in cloud services: Insights from Swedish public organizations on privacy compliance. *Future Business Journal*, 9(1),107. https://doi.org/10.1186/s43093-023-00285-2

Jansen,B., Kadenko,N., Broeders,D., van Eeten,M., Borgolte,M., & Fiebig ,T. (2023). Pushing boundaries: An empirical view on the digital sovereignty of six governments in the midst of geopolitical tensions. *Government Information Quarterly, 40*(4), 101862. https://doi.org/10.1016/j.giq.2023.101862.

Kaloudis, M. (2021). Digital sovereignty--European union's action plan needs a common understanding to succeed. *History Compass*, 19(12), e12698. https://doi.org/10.1111/hic3.12698

Krasyuk, I.A, Kolgan, M.V, Medvedeva,Y. (2022). Digital ecosystem structure formation depending on the archetype of distribution network participants. *European Journal of Management and Business Economics, 31*(2), 176–191,https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2021-0202.

Lambach, D., & Oppermann, K. (2022). Narratives of digital sovereignty in German political discourse. *Governance,* 36(3), 693-709. https://doi.org/10.1111/gove.12690

Leese, M. (2024). Staying in control of technology: Predictive policing, democracy, and digital sovereignty. *Democratization, 31*(5), 963-978. https://doi.org/10.1080/13510347.2023.2197217

Lehuedé, S. (2024). An alternative planetary future? Digital sovereignty frameworks and the decolonial option. *Big Data & Society*, 11(1). https://doi.org/10.1177/20539517231221778

Lemmi, L.; Puliafito, C.;Virdis, A.; Mingozzi, E. (2024). SRv6-based edge service continuity in 5G mobile networks. Future Internet, 16, 138.https://doi.org/10.3390/fi16040138

Moerel, L., & Timmers, P. (2021). *Reflections on digital sovereignty. EU Cyber Direct, Research in Focus series 2021*. Retrieved October 26, 2024, from https://ssrn.com/abstract=3772777

Monsees, L., & Lambach, D. (2022). Digital sovereignty, geopolitical imaginaries, and the reproduction of European *identity. European Security,* 31(3), 377-394. https://doi.org/10.1080/09662839.2022.2101883

Misraa,S., Barikb ,K., & Kvalvik,P. (2025). Digital Sovereignty in the era of industry 5.0: Challenges and opportunities. *Procedia Computer Science,254, 108*–117. https://doi.org/10.1016/j.procs.2025.02.069.

Oerlemans, J. J., & Langenhuijzen, S. (2024). Balancing national security and privacy: Examining the use of commercially available information in OSINT practices. International Journal

of Intelligence and CounterIntelligence, 38(2), 579–597. https://doi.org/10.1080/08850607.2024.2387850.

Pranith,S. (2023) Risk reporting to management on federal offers and How to navigate the conundrum?. *Journal of Economics & Management Research*, 4(6), 1-4. https://doi.org/10.47363/JESMR/2022(4)217.

Pohle, J., & Santaniello, M. (2024). From multistakeholderism to digital sovereignty: Toward a new discursive order in internet governance? *Policy & Internet*, 1-20.https://doi.org/10.1002/poi3.426

Pohle, J., & Thiel, T. (2020). Digital sovereignty. *Internet Policy Review, 9*(4).), 1-4. https://doi.org/10.14763/2020.4.1532

Quinn, J., & Connolly, B. (2021). Distributed ledger technology and property registers: displacement or status quo. *Law, Innovation and Technology, 13*(2), 377–397. https://doi.org/10.1080/17579961.2021.1977223

Roberts, H. (2024). Digital sovereignty and artificial intelligence: A normative approach. *Ethics and Information Technology, 26*, 70. https://doi.org/10.1007/s10676-024-09810-5

Roberts, H., Cowls, J., Casolari, F., Morley, J., Taddeo, M., & Floridi, L. (2021). Safeguarding European values with digital sovereignty: An analysis of statements and policies. *Internet Policy Review*, 10(3). https://doi.org/10.14763/2021.3.1575

Rone, J. (2024). 'The sovereign cloud' in Europe: diverging nation state preferences and disputed institutional competences in the context of limited technological capabilities. *Journal of European Public Policy, 31*(8), 2343–2369. https://doi.org/10.1080/13501763.2024.2348618

Ruohonen, J. (2021). The Treachery of Images in the Digital Sovereignty Debate. Minds and Machines, *31*(3), 439-456. https://doi.org/10.1007/s11023-021-09566-7

Sayankina, S., Tsen, E., Tan, E. W., & Ko, R. K. L. (2025). Defining the intension and extension of nations' sovereignty in the age of generative AI. *Territory, Politics, Governance*, 1–16. https://doi.org/10.1080/21622671.2025.2568474

Sheikh, H. (2022). European Digital Sovereignty: A layered approach. *Digital Society,* 1, 25 https://doi.org/10.1007/s44206-022-00025-z

Soltani, R.; Zaman, M.;Joshi, R.; Sampalli, S. (2022). Distributed ledger technologies and their applications: A Review. *Applied. Sciences. 12*, 7898. https://doi.org/10.3390/app12157898.

Spandler,K., Hartelius,J., Monti,A., & Söderbaum,F. (2024). Sovereignty scripts and regional governance: ASEAN's response to the Covid-19 pandemic, The Pacific Review, 37(3), 604-633, https://doi.org/10.1080/09512748.2023.2205164

Swire, P.,Kennedy-Mayo,D.,Bagley,D., Krasser,S.,Modak,A., & Bausewein,C. (2024). Risks to cybersecurity from data localization, organized by techniques, tactics and procedures, *Journal of Cyber Policy, 9*(1), 20-51, https://doi.org/10.1080/23738871.2024.2384724.

Tan, K. L., Chi-Hung, C., & Lam, K.-Y. (2023). Survey on digital sovereignty and identity: From digitization to digitalization. *ACM Computing Surveys*, 56(3), 61. https://doi.org/10.1145/3616400

Uršič,D. & Čater,T.(2025). Digital innovation in management and business: A comprehensive review, multi-level framework, and future research agenda, *Journal of Business Research, 197*,115475. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115475

Zhao, X.; Zhong, B.; Cui, Z. (2023). Design of a decentralized identifier-based authentication and access control model for smart homes. *Electronics. 12*, 3334. https://doi.org/10.3390/electronics12153334.

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 สาขาศาลายา เลขบัญชี 459-0-85874-6 ประเภทบัญชี ออมทรัพย์ นำส่งสลิปผ่านระบบในส่วนเดียวกับที่ส่งบทความ

3. หลักเกณฑ์การประเมินบทความเพื่อตอบรับการตีพิมพ์

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้า “ไม่ผ่าน” จะแจ้งกลับเพื่อแก้ไข ถ้า “ผ่าน” และ “ชำระค่าธรรมเนียม” เรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะส่งบทความจะเข้าสู่การพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewer) ในสาขาที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์บทความนั้น (Double-blind peer review) ทั้งนี้ เพื่อให้บทความมีคุณภาพและได้มาตรฐานทางวิชาการ 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. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลักและต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด

3. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ประเมิน ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

4. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ประเมินและผู้เขียน

5. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าของผู้นิพนธ์

1. บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น

2. ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น

3. หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

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 รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้ที่อื่นได้รับรู้

รูปแบบการจัดบทความวิจัย
วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

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** ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความที่สามารถนำไปใช้เป็นคำสืบคนในระบบฐานข้อมูล (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 ต้องการทำนั้นมีรูปแบบและทิศทางใด มีประเด็นใดบ้างที่ต้องการทำวิจัย และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ
5. **วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)** เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือใดบ้างมาใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้
6. **ผลการวิจัย (Results)** การเขียนผลลัพท์ที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย การตอบตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้มีการตั้งวัตถุประสงค์ไว้
7. **สรุปและอภิปรายผล (Conclusion)** เขียนตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย โดยสรุปสาระสำคัญส่วนของเนื้อหาโดยเขียนให้กระชับ
8. **ข้อเสนอแนะ (Recommendation)** ควรเขียนเป็นข้อๆ ระบุผู้ที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ และสิ่งที่จะเสนอแนะต้องมาจากผลการวิจัยเท่านั้น ควรเขียนเป็นประเด็นที่น่าสนใจและไม่ได้ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้
9. **กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)** กล่าวถึง บุคคลหรือหน่วยงานที่ช่วยเหลืองานวิจัย (อาจมีหรือไม่มีก็ได้)

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	0.5 นิ้ว
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 (มีหรือไม่มีก็ได้) 10. เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย
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 (6th ed.)

หมายเหตุ ต้นฉบับบทความที่นำส่งจะต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนที่กำหนดเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาดำเนินการประเมินบทความก่อนตีพิมพ์

ตัวอย่างการจัดรูปแบบบทความ

ชื่อบทความวิจัยภาษาไทย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)
ชื่อบทความภาษาอังกฤษ ตัวอักษรแรกของคำต้องเป็นตัวใหญ่
(TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ชื่อ-สกุลผู้เขียน[1] ผู้เขียน[2] และผู้เขียน[3] (TH SarabunPSK 16pt. หนา)
Name Lastname Author[1], Author[2] and Author[3] (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: อีเมล์1, อีเมล์2, อีเมล์3 (TH SarabunPSK 12pt. เอียง)

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทคัดย่อภาษาไทย จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัดและได้ใจความ (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 สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัดและได้ใจความ (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)

หัวข้อย่อย (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

ข้อย่อย (TH SarabunPSK 14pt. หนา)

ส่วนเนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

วิธีดำเนินการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนวิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษาหรือวิธีการดำเนินการวิจัยในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 3 เป็นการนำบทที่ 3 มาสรุปให้ได้ใจความ เพราะเป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งขึ้นอยู่กับการวิจัยแต่และประเภท (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 (7th ed.) รูปแบบตามที่วารสารกำหนด หน้าเว็บไซต์

แบบฟอร์ม บทความวิจัย

//ไม่ต้องใส่คำนำหน้า ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
//รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK

ชื่อเรื่องภาษาไทย
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

ชื่อผู้แต่งภาษาไทย[1] และชื่อผู้แต่งภาษาไทย[2]
ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ[1] and ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ[2]

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: อีเมล์1, อีเมล์2, อีเมล์3 (TH SarabunPSK 12pt. เอียง)

ขนาดอักษร 12 (ตัวเอียง) จัดกึ่งกลาง

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดกึ่งกลาง)

ขนาดอักษร 14 (ปกติ) ไม่เกิน 350 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 จัดกึ่งกลาง)

.....

.....

.....

.....

Keywords: key, key, key
Keywoeds (TH SarabunPSK 14pt. หนา) คำสำคัญ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ) ระหว่างคำใช้เครื่องหมายจุลภาค “,”

1 หมายเลขหน้า ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

ขอบล่าง 1.2 นิ้ว

บทนำ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

วัตถุประสงค์การวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

กรอบแนวคิดในการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

วิธีดำเนินการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ผลการวิจัย (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

สรุปและอภิปรายผล (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อเสนอแนะ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย (TH SarabunPSK 16pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (TH SarabunPSK 16pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (TH SarabunPSK 16pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เอกสารอ้างอิง (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

- รูปแบบการใส่ชื่อรูปภาพ



รูปที่ 1 คำอธิบายชื่อรูปหรือภาพถ่ายทั่วไป
โดยรูปและภาพถ่ายขาวดำที่นำมาแสดงต้องมีความชัดเจนเลี่ยงภาพสี
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 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

2. บทความวิชาการ

ก. ส่วนปก ประกอบด้วย

1. **ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ** ควรสั้นกะทัดรัด ชี้ถึงเป้าหมายหลักของการ
2. **ชื่อผู้เขียนทุกท่าน (Authors) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ** ให้ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล โดยไม่ต้องมีคำนำหน้านาม
3. **ที่อยู่สำหรับการติดต่อ E-mail**
4. **ตัวเลขยก** ให้เขียนไว้บนนามสกุลเพื่อระบุว่าเป็นที่อยู่ของผู้เขียนท่านใด
5. **บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ** ควรสั้นตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา
6. **คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ** ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความที่สามารถนำไปใช้เป็นคำสืบคนในระบบฐานข้อมูล (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	0.5 นิ้ว
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 ใส่เฉพาะกรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน และมีที่อยู่ต่างกัน)
ที่อยู่	หน่วยงานต้นสังกัด หรือสาขาที่ศึกษา ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 12 (ใส่ตัวเลขยกบนหน้าที่อยู่ ใส่เฉพาะกรณีมีผู้เขียนมากกว่า 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 ต้นฉบับบทความที่นำส่งจะต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนที่กำหนดเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาดำเนินการประเมินบทความก่อนตีพิมพ์

ตัวอย่างการจัดรูปแบบบทความวิชาการ

ชื่อบทความวิชาการภาษาไทย (TH SarabunPSK 18pt. หนา)
ชื่อบทความวิชาการภาษาอังกฤษ ตัวอักษรแรกของคำต้องเป็นตัวใหญ่
(TH SarabunPSK 18pt. หนา)

ชื่อ-สกุลผู้เขียน[1] ผู้เขียน[2] และผู้เขียน[3] (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

Name Lastname Author[1], Author[2] and Author[3] (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: อีเมล์1, อีเมล์2, อีเมล์3 (TH SarabunPSK 12pt. เอียง)

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

การเขียนบทคัดย่อภาษาไทย จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัดและได้ใจความ (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 สรุปการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัดและได้ใจความ (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 เพราะเป็นส่วนของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 18pt. หนา)

เนื้อหาของบทความวิชาการ (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

หัวข้อย่อย (TH SarabunPSK 16pt. หนา)

ส่วนเนื้อหา (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

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 (7th ed.) รูปแบบตามที่วารสารกำหนด หน้าเว็บไซต์

ขอบบน 1.2 นิ้ว

แบบฟอร์ม บทความวิชาการ

//ไม่ต้องใส่คำนำหน้า ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
//รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK

ชื่อเรื่องภาษาไทย
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ
ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

ชื่อ-สกุลผู้เขียน[1] ผู้เขียน[2] และผู้เขียน[3]
Name Lastname Author[1], Author[2] and Author[3]
ขนาดอักษร 16 (ตัวหนา) จัดกึ่งกลาง

[1] สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด
[2, 3] สถานะผู้แต่ง หลักสูตรที่ศึกษา หรือหน่วยงานต้นสังกัด
[1] Author status, Affiliation
[2, 3] Author status, Affiliation
ขนาดอักษร 12 จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

E-mail: อีเมล์1, อีเมล์2, อีเมล์3 ขนาดอักษร 12 (ตัวเอียง) จัดกึ่งกลาง

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดกึ่งกลาง)

ขนาดอักษร 14 (ปกติ) ไม่เกิน 350 คำ

ขอบซ้าย 1.3 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 จัดกึ่งกลาง)

.....

Keywords: key, key, key
Keywoeds (TH SarabunPSK 14pt. หนา)
key (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ) ระหว่างคำใช้เครื่องหมายจุลภาค “,”

1 หมายเลขหน้า ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

ขอบล่าง 1.2 นิ้ว

บทนำ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เนื้อหา (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

บทสรุป (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไข (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

องค์ความรู้ใหม่ (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

เอกสารการอ้างอิง (TH SarabunPSK 18pt. หนา จัดชิดซ้าย)

ย่อหน้า 0.5 (TH SarabunPSK 14pt. ปกติ)

- รูปแบบการใส่ชื่อรูปภาพ



รูปที่ 1 คำอธิบายชื่อรูปหรือภาพถ่ายทั่วไป
โดยรูปและภาพถ่ายขาวดำที่นำมาแสดงต้องมีความชัดเจนเลี่ยงภาพสี
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

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

จัดพิมพ์โดย วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
96 หมู่ 3 ถนนพุทธมณฑลสาย 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