



วารสารวิชาการ

ISSN 3027 - 6624 (Print)

ISSN 3027 - 6675 (Online)

บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต

Suan Dusit Graduate School Academic Journal

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2567)

Graduate School

SDU

20th
Anniversary

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
Graduate School, Suan Dusit University



ISSN 3027-6624 (Print)
ISSN 3027-6675 (Online)

วารสารวิชาการ

บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต

Suan Dusit Graduate School Academic Journal

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เมษายน 2567

เจ้าของ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อการเผยแพร่งานทางวิชาการในประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความวิจารณ์หนังสือ
2. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (ครุศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ อาชีวศึกษา บริหารธุรกิจ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิโรจน์ ผลพันธิน
รองศาสตราจารย์ ดร.ประภุติ พูลพัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนะศึก นิษานนท์
ดร.สุวมาลย์ ม่วงประเสริฐ
ศาสตราจารย์ พล.ต.ต. หญิง ดร.พัชรา สีนลอยมา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภาศิริ สุวรรณานนท์

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ พล.ต.ต. ดร.โสภณ ศรีวพจน์
รองศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ ประเสริฐศรี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุณีย์ กัลยาจิตร์
รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์
พันตำรวจโท ดร.พงษ์ธร ัญญศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดนุชา สลึงค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องค์อร สงวนญาติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชาย มหาศีตะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
กระทรวงยุติธรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้ประสานงาน

นางสาวณัฏชา ถาวรบุตร
นางสาวจารุภา ยิ้มละมัย

การพิจารณาบทความ

ต้นฉบับบทความจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ภายนอก ในสาขาวิชานั้น ๆ จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นการประเมินแบบอำพรางสองฝ่าย (Double Blind) และผ่านการตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งจะส่งผลการพิจารณาแก่ผู้เขียน เพื่อปรับปรุง แก้ไข บทความ หรือพิมพ์ต้นฉบับใหม่ แล้วแต่กรณี เมื่อบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการแล้วผู้เขียนจึงจะได้ใบตอบรับการตีพิมพ์บทความในวารสาร

กำหนดเผยแพร่

จัดพิมพ์เผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ (วารสารราย 4 เดือน)

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม

ลิขสิทธิ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

145/9 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 50 พรรษา มหาวิชราลงกรณ์

ถนนสุขุมวิท เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์: 02-241-7191-5 ต่อ 4135 โทรสาร: 02-243-3408

Website: <https://so19.tci-thaijo.org/index.php/SDUGSAJ/index>

Facebook : <https://www.facebook.com/Grad.Journal.SDU>

E-mail: gradjournal@dusit.ac.th

พิมพ์ที่ ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟฟิคไฮท์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์: 02-244-5081

วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เป็นวารสารปรากฏอยู่ในฐาน TCI (Thai Journal Citation Index Centre) หรือศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย โดยปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพวารสารตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาการตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กำหนดกองบรรณาธิการของวารสารประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิระดับปริญญาเอกมีผลงานวิจัยต่อเนื่อง ซึ่งเป็นบุคลากรจากสถาบันภายนอกและภายใน และมีผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) อ่านพิจารณาบทความ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ทัศนะและข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน ทางกองบรรณาธิการเปิดเสรีในความคิด และไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2567

วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิตนี้ เป็นฉบับสำคัญเนื่องในวาระครบรอบ 20 ปีของวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจของบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้มีบทบาทในการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการที่หลากหลายในสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ รวมทั้งบทความวิจารณ์หนังสือ ที่มีสาระอันเป็นประโยชน์ในแวดวงวิชาการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด 20 ปี และก้าวต่อไปที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้นและทันสมัยยิ่งขึ้น ในโอกาสสำคัญนี้กองบรรณาธิการได้รับเกียรติเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม วงศ์สารศรี อดีตคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งเป็นท่านแรกที่ได้พัฒนางานด้านบัณฑิตศึกษาและวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ให้เจริญก้าวหน้าจนถึงปัจจุบัน โดยบัณฑิตวิทยาลัยได้ดำเนินงานมาแล้วเข้าสู่ปี 25 และท่านได้กรุณาเขียนเรื่องราวไว้ในเล่มนี้...ประสบการณ์การทำงานบัณฑิตวิทยาลัย

ในโอกาสสำคัญนี้บัณฑิตวิทยาลัยยังได้รับเกียรติอย่างยิ่งจากผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งได้แก่ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน อธิการบดีมหาวิทยาลัยสวนดุสิตและคณะ ได้กรุณาเขียนเนื้อหาที่สำคัญในบทความรับเชิญพิเศษเรื่อง ธุรกิจวิชาการ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต Academic Business: Suan Dusit University นอกจากนี้ในฉบับนี้ยังได้รวบรวมบทความไว้อย่างครบถ้วนและน่าสนใจอีกเช่นเคย บทความเกี่ยวกับเรื่องคุณธรรมจริยธรรม ได้แก่ การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้ออำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี บทความด้านเศรษฐกิจ เช่น การสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอด่านช้าง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ บทความด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลในเขตภาคตะวันออก และการบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce บทความที่มีหัวข้อน่าสนใจ เช่น บุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการกึ่งจินตนาการและเรื่องจริงของผู้ประพันธ์: กรณีศึกษานวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man รวมทั้งบทความอื่น ๆ ที่น่าติดตาม นอกจากนี้ยังมีบทความวิชาการที่น่าสนใจในเรื่ององค์ประกอบของการบริหารความเสี่ยงองค์กรและบทความวิจารณ์หนังสือประจำฉบับในเรื่อง Siam and The League of Nations Modernization, Sovereignty and Multilateral Diplomacy, 1920-1940 ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจและน่าติดตามเป็นอย่างยิ่ง

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจากวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน และขอขอบคุณทุกท่านที่ติดตามอ่านและส่งบทความลงตีพิมพ์วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยมาตลอดและหากผู้เขียนหรือผู้อ่านท่านใดมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวารสาร สามารถส่งมาได้ในหลายช่องทาง ที่เบอร์โทรศัพท์ 02-2417151-5 ต่อ 4135 โทรสาร 02-2433408 และเว็บไซต์ <https://so19.tci-thaijo.org/index.php/SDUGSAJ> ทางกองบรรณาธิการจะนำไปพิจารณาปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพและประโยชน์ต่อผู้อ่านให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภาศิริ สุวรรณานนท์
บรรณาธิการ

เล่าสู่กันฟัง ... ประสบการณ์การทำงานบัณฑิตวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม วงศ์สารศรี
อดีตคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

งานเขียนนี้เป็นเพียงบอกเล่าประสบการณ์ ผู้เขียนได้รับคำขอรับรองจากคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภาศิริ สุวรรณานนท์ เนื่องใน “วาระครบรอบ 25 ปี ของบัณฑิตวิทยาลัย” และ “วาระครบรอบ 20 ปี ของวารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย” ในปี พ.ศ. 2567 นี้ ถ้าสาระในการบอกเล่าครั้งนี้พาดพิงผู้หนึ่งผู้ใดต้องขอบคุณและขอโทษแล้วแต่เนื้อหาตอนนั้น

การบอกเล่าครั้งนี้ไม่ได้อ้างอิงตามหลักการเขียนทางวิชาการเพราะข้อมูลล้วนนำมาจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอดีต

ในปี พ.ศ. 2538 รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นอธิการบดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และได้ให้เกียรติทาบทามผู้เขียนให้ทำหน้าที่ในการดูแลริเริ่มงานบัณฑิตวิทยาลัยครั้งแรกของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ซึ่งครั้งต่อไปผู้เขียนจะขอใช้คำว่า “สวนดุสิต” เพียงเท่านั้น ตอนนั้นจำได้ว่าผู้เขียนยังได้เรียนท่านว่าอยากให้พิจารณาอาจารย์ท่านอื่นที่มีคุณสมบัติที่ดีกว่า แต่ท่านก็บอกว่าได้พิจารณาแล้วว่าเหมาะสม เพราะผู้เขียนมีประสบการณ์ในการไปบรรยายระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนภายนอก ประกอบกับตัวผู้เขียนเองได้ทำหน้าที่บรรยายในห้องสัมนาภายนอกอื่นๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนอีกมากมาย และเนื่องจากผู้เขียนได้ตำแหน่งทางวิชาการ “รองศาสตราจารย์ด้านการจัดการ” คนแรกของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ และยังทำหน้าที่เป็นประธานพิจารณาผลงานทางวิชาการ โดยในสมัยนั้นสถาบันราชภัฏทั่วประเทศเป็นกลุ่มสถาบันที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการฝึกหัดครู เพราะสถาบันราชภัฏเติบโตจากการเป็นวิทยาลัยครูมาในอดีต

“นี่น่าจะเป็นวิสัยทัศน์อย่างหนึ่งที่ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน นำมาพิจารณาในเรื่องความเป็นนักวิชาการ และการมีประสบการณ์ของผู้เขียนเพราะจะสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายให้ได้รับการยอมรับในสังคมวงกว้างได้”

หลังจากได้มาทำหน้าที่การดูแลบัณฑิตวิทยาลัย สิ่งแรกที่ทำ คือการเริ่มสรรหาทีมงานเพื่อเริ่มทำงาน ตอนเริ่มต้นมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิตรา เจริญพงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล นันทรักษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจา ชลธารนนท์ (ท่านนี้ให้คำปรึกษาด้านภาษาอังกฤษ ไม่ได้มาช่วยโดยตรง) การมองหาอาจารย์ที่จะมาช่วยเน้นความสามารถด้านภาษาอังกฤษ เพราะตระหนักงานบัณฑิตศึกษาต้องแสวงหาความร่วมมือกับต่างประเทศ แต่ต่อมาท่านเหล่านี้ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัยทำหน้าที่ด้านอื่นจึงเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยา วัชรโรจน์วงศ์ ดร.ปาริชาติ นิติมาพ และ ดร.กรรณิการ์ นลราชสุวัจน์ มาช่วยเหลือด้านภาษาอังกฤษ

การวางแผนการทำงานจะใช้หลักการวางแผนทางธุรกิจเนื่องจากการบริหารจัดการบัณฑิตวิทยาลัยจะต้องเลี้ยงตัวเองได้ เนื่องจากหน่วยงานบัณฑิตยังเป็นหน่วยงานที่ไม่ได้กำหนดในโครงสร้างอย่างเป็นทางการ

ผู้เขียนใช้หลักการ “วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์” (Product Life Cycle) แบ่งเป็น 4 ช่วงเวลา

1. ช่วงแนะนำ (Introduction)
2. ช่วงเติบโต (Growth)
3. ช่วงเติบโตเต็มที่ หรือ เติบโตสูงสุด (Maturity)
4. ช่วงถดถอย (Decline)

(ในการเล่าประสบการณ์ครั้งนี้จะกล่าวถึงช่วงที่ผู้เขียนดำรงตำแหน่งคณบดี และทำหน้าที่บริหารจัดการบัณฑิตวิทยาลัย วิเคราะห์ได้ว่าเป็นสามช่วงแรก แต่ไม่ได้หมายความว่าต่อมาเข้าสู่ช่วงที่สี่เนื่องจากบริบททางการศึกษา ค่านิยมสังคม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และอื่น ๆ เปลี่ยนไป)

ช่วงแรก “ช่วงแนะนำ” (Introduction)

เรียนเชิญ “ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้กว้างขวางในวงวิชาการ/ในตำแหน่งสูงองค์กรต่างๆ” (Authority Person) ถ้าเปรียบเทียบกับสมัยนี้ คือ “Influencer” ที่เป็น “พลังดึงดูดจิตใจ” (Soft Power) มาเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย โดยผู้เขียนได้เชิญ

1. ดร.สายหยุด จำปาทอง อดีตรองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และเลขาธิการคณะกรรมการการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งชาติ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตยา สุวรรณะชญ์ อดีตอธิการบดีสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)
3. รองศาสตราจารย์ แล ดิลกวิทยรัตน์ (ปัจจุบัน ศาสตราจารย์ชาน แล ดิลกวิทยรัตน์ ผู้เชี่ยวชาญ เศรษฐศาสตร์ด้านแรงงาน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
4. คุณหญิง ดร.กษมา วรวรรณ ณ อยุธยา อดีตปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
5. คุณสิทธิพร รัตนภาส อดีตผู้อำนวยการการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
6. คุณวิเศษ จูภิบาล อดีตผู้อำนวยการการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
7. ศาสตราจารย์ชาน ไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ นักวิชาการด้านการตลาด
8. ดร.ปิยะบุตร ชลวิจารณ์ อดีตประธานกรรมการสหธนาคาร
9. อาจารย์จำเนียร จวงตระกูล นักวิชาการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (ปัจจุบันคือ ศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร จวงตระกูล)
10. คุณสมพงษ์ นครศรี ประธานกรรมการบริหาร บริษัท สายไฟฟ้าบางกอกเคเบิ้ล จำกัด
11. คุณสมหมาย ปาริฉัตรต์ นักสื่อสารมวลชน ฯลฯ

ผู้เขียนต้องกราบพระคุณทุกท่านที่ให้เกียรติมาเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่านเสียสละเวลาในการให้คำปรึกษาแก่บัณฑิตวิทยาลัยอย่างดียิ่ง

หลังจากนั้นได้เตรียมการให้ความรู้แก่คณาจารย์ของสวนดุสิตโดยมุ่งเชิญนักวิชาการที่มีชื่อเสียง มาให้ความรู้กับอาจารย์ถึงแนวทางการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งจะเสนอตัวอย่างบางส่วน คือ ศาสตราจารย์ ดร.ชัยอนันต์ สมุทวณิช ศาสตราจารย์ ดร.จรรยา สุวรรณทัต ศาสตราจารย์ ดร.สำเริง บุญเรืองรัตน์ ศาสตราจารย์ ดร.อภิชัย พันธุเสน และอีกหลายท่านที่ให้เกียรติกับผู้เขียนได้ไปสนทนาเพื่อให้ได้รับความรู้ในงานบัณฑิตศึกษา ทั้งนี้ เพื่อให้การทำงานในช่วงเริ่มต้นมีความเข้มแข็ง

ในช่วงนั้นมีคำถามมาจากกรรมการฝึกหัดครูมาถึง รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่มีผู้นำไทยเดินทางไป “มหาวิทยาลัยวิตอเรีย รัฐบริติชโคลัมเบีย ประเทศแคนาดา” เพื่อเจรจาที่ประสงค์จะทำโครงการพัฒนาการศึกษาร่วมกันระหว่างประเทศไทยกับประเทศแคนาดา ในด้านการจัดการศึกษาด้านบัณฑิตศึกษาทางการบริหารธุรกิจ

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตมีวิสัยทัศน์มองเห็นแนวทางการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง จึงสานงานต่อ มอบหมายให้บัณฑิตวิทยาลัยดำเนินการ เป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ในการทำหน้าที่ของผู้เขียนให้มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการด้านบัณฑิตศึกษากับมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก

การดำเนินการนี้มีการประชุมทางไกล และเชิญคณบดีคณะบริหารธุรกิจ และคณะอาจารย์ของมหาวิทยาลัย วิตอเรีย มาเยี่ยมชมแนวทางการจัดการศึกษาของสวนดุสิต และความเป็นไปได้ที่จะร่วมโครงการจัดการศึกษาด้าน

การบริหารธุรกิจระดับบัณฑิตศึกษา ทางคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยวิคตอเรีย เริ่มศึกษาที่จะจัดการศึกษาที่เป็นโครงการร่วมระหว่างประเทศ และวางแผนการทำงานร่วมกัน

โครงการนี้สวนดุสิตทำหน้าที่ในการบริหารสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การรับสมัครนักศึกษา แต่อยู่ภายใต้การคัดเลือกนักศึกษาตามเกณฑ์คณะอาจารย์ของมหาวิทยาลัยวิคตอเรีย ที่มาพิจารณาด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิตได้ประสบการณ์เหมือนซื้อประสบการณ์ด้วยเงินที่มหาวิทยาลัยทั้งสองจ่ายในครั้งนี้อย่างเต็มที่ ในการดำเนินการที่เป็นจริงทั้งสองมหาวิทยาลัยขาดทุนเงิน สาเหตุจากการเกิดปัญหาค่าเงินบาท จากวิกฤติต้มยำกุ้ง ทั้งนี้เนื่องจากเกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษามีเกณฑ์สูงมาก คะแนนภาษาอังกฤษ TOEFL 550 ค่าเล่าเรียนสูงมาก ในสมัยนั้น การจัดการเรียนแบบ “Block Course” เรียนจบแต่ละวิชา สอน เสาร์-อาทิตย์ ใช้เวลาปีกว่า มีจำนวนนักศึกษา 14 คน นักศึกษาทุกคนมีทักษะภาษาอังกฤษดีเยี่ยม ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเอกชนต่างชาติที่มาตั้งในประเทศไทย รวมทั้งเจ้าของธุรกิจ มีข้าราชการรายหนึ่งที่มาเรียนครั้งนี้ มีชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทยมาเรียน จริง ๆ ที่มาเรียนไม่ใช่ชื่อเสียงของสวนดุสิตแต่เป็นชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยวิคตอเรีย อย่างไรก็ตาม คณะทำงานของสวนดุสิตได้เรียนรู้ มีประสบการณ์มากมายจากการสูญเสียเงินของสวนดุสิตที่จ่ายไปกับโครงการนี้ วิเคราะห์แล้วคุ้มค่า เพราะก่อนจัดการศึกษาการจัดเตรียมสถานที่สำคัญมาก ทางคณะอาจารย์ของมหาวิทยาลัยวิคตอเรีย กำหนดให้สวนดุสิตจัดเตรียมสถานที่ห้องเรียนให้พร้อม โดยอาจารย์ที่จะมารับผิดชอบมีความละเอียดรอบคอบมาก ได้เสนอให้ทำห้องเรียนเล็กที่บัณฑิตวิทยาลัยมีอยู่ เป็นห้องเรียนแบบที่มีพื้นเป็นระดับขั้นลดหลั่นกันไป (Stage Classroom) โดยฝาผนังรอบ ๆ มี White Board รอบห้อง เนื่องจากสไตล์อาจารย์ต่างประเทศที่มาสอน จะเดินรอบห้องสามารถเขียนประกอบการบรรยายการสนทนาได้ทุกที่ที่เดินไปรอบห้อง และให้ทำมากันเสียงจากภายนอก เนื่องจากมีการตรวจรอบ ๆ บริเวณอย่างละเอียด บอกตรง ๆ ว่าผู้รับผิดชอบของมหาวิทยาลัยวิคตอเรีย ละเอียดเรื่องห้องเรียนและสภาพแวดล้อมอย่างยิ่ง ยังให้มีการจัดห้องพักเบรก กาแฟ และของว่างอีกด้วย

สิ่งที่ชื่นชมมากตอนจัดปฐมนิเทศ กำหนดให้ผู้เรียนนำครอบครัว ได้แก่ ภรรยา หรือสามี และลูก (ถ้ามี) มีการแจกช็อกโกแลตลูกที่นำมา และบอกว่าช่วงนี้ พ่อ/แม่/ภรรยา/สามี มาเรียนอาจไม่ได้ดูแลอย่างดีเพราะมีการะจากการเรียน งานที่มอบหมายจากอาจารย์ประจำวิชา คือ ให้เข้าใจ ให้กำลังใจ นี่คือจิตวิทยา ที่สำคัญมาก ตอนสำเร็จการศึกษามีการปัจฉิมนิเทศ และประกาศผลสำเร็จการศึกษาของผู้เรียนที่ประเทศไทยมีคณบดีจากมหาวิทยาลัยวิคตอเรีย และอาจารย์ที่รับผิดชอบ เชิญครอบครัวมาร่วมงาน มีพิธีการให้ผู้เรียนขอบคุณญาติพี่น้อง/ครอบครัวที่มาร่วมงานที่เป็นกำลังใจให้เรียนสำเร็จ พิธีการในประเทศไทย โดยสวนดุสิตได้กราบเรียนเชิญ “ฯพณฯ นายอานันท์ ปันยารชุน” อดีตนายกรัฐมนตรี มาเป็นประธาน เนื่องจากท่านเคยเป็นเอกอัครราชทูตที่ประเทศแคนาดา และตามกำหนดรับปริญญาที่มหาวิทยาลัยวิคตอเรีย ประเทศแคนาดา ในครั้งนั้นบัณฑิตวิทยาลัยวางแผนไปดูงานในมหาวิทยาลัยที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และจุดสุดท้ายร่วมงานรับปริญญาของนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยวิคตอเรีย ประเทศแคนาดา การไปดูงานครั้งนี้ได้ประโยชน์มาก มีที่ปรึกษา บัณฑิตวิทยาลัยบางท่านร่วมเดินทางไปด้วย ขณะที่ดูงานได้มีการประชุมอภิปรายกันหลังดูงานแต่ละมหาวิทยาลัย ทำให้ได้ประโยชน์ และข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาดำเนินงานของบัณฑิตวิทยาลัยอย่างแท้จริง

การจัดการศึกษาร่วมครั้งนี้ แม้สวนดุสิตไม่ได้รับผิดชอบด้านวิชาการ แต่การรับผิดชอบด้านงานสนับสนุน การศึกษาครั้งนี้ ได้เพิ่มประสบการณ์ในการจัดการศึกษาอย่างมาก กล่าวได้ว่าการบริหารการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาไม่ได้ทำมาจากต้นทุนที่มีประสบการณ์การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีเท่านั้น

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน ที่ท่านใช้การจัดโครงการร่วมครั้งนี้เสริมประสบการณ์ตรงแก่ผู้เขียนได้นำประสบการณ์ต่อ ยอดการทำงานบัณฑิตวิทยาลัยให้ประสบผลสำเร็จอย่างดีเยี่ยมในระยะต่อมา

ตอนนั้นบัณฑิตวิทยาลัยได้เริ่มพัฒนาหลักสูตรแรก คือ “**ครุศาสตรมหาบัณฑิต**” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เย็นใจ เลหาวิช เป็นผู้อำนวยการหลักสูตร ซึ่งเป็นสาขาที่พัฒนามาจากจุดแข็งของอดีตสถาบันราชภัฏ คือ การเป็นวิทยาลัยครู ควบคู่ไปด้วยหลักสูตรนี้ได้รับความสนใจจากครูอาจารย์ภายนอกมากมาย เพราะผู้เขียนได้ใช้กลยุทธ์การแสวงหา “**Key Person**” เพื่อขอความสนับสนุน อาทิเช่น ดร.กว้าง รอบคอบ อดีตอธิบดีกรมสามัญศึกษา และการเชิญอาจารย์ที่มีชื่อเสียงภายนอกมาเป็นอาจารย์พิเศษร่วมกับอาจารย์ของสวนดุสิตที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด

ผู้เขียนวางแผนการจัดการศึกษาโดยวางแผน “**การสร้างจุดแตกต่าง**” (Product Differentiate) จากสถาบันอื่น เริ่มจากการวางแผนการปฐมนิเทศที่นำกิจกรรม “**Walk Rally**” มาใช้ จนสามารถกล่าวได้ว่าเป็นมหาวิทยาลัยแรกที่ทำกิจกรรมนี้มาใช้ทำความรู้จักกันระหว่างนักศึกษา และรู้จักวิธีการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาได้อย่างชัดเจน

กิจกรรมที่การันตีการสำเร็จการศึกษาที่นำมาใช้คือ กิจกรรม “**คลินิกวิทยานิพนธ์**” กิจกรรมนี้มีความโดดเด่นแบ่งเป็น 3 ระยะ หลังจากการเรียนวิชาการเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้วางแผนการทำวิทยานิพนธ์อย่างต่อเนื่อง ทั้ง 3 ระยะ เริ่มตั้งแต่ ระยะที่หนึ่ง คือการนำผลงานจากการเรียนระเบียบวิทยานิพนธ์มาสานต่อหัวข้อวิทยานิพนธ์ที่ชัดเจน การจัดทำโครงร่างวิทยานิพนธ์ (Research Proposal) เพื่อเตรียมสอบแก่คณะกรรมการ ระยะที่สอง คือ การตรวจสอบเครื่องมือที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระยะที่สาม คือการตรวจสอบความสมบูรณ์ในภาพรวมของงานวิจัยเพื่อสอบปกป้องตัวเล่ม ทุกระยะจะเชิญอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับเรื่องที่นักศึกษาทำวิทยานิพนธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาจะเข้าร่วมรับรู้และพิจารณาด้วยทุกครั้ง หลังจากสอบปกป้องตัวเล่มแล้วจะเป็นหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบรายละเอียดและความถูกต้องตามหลักวิชาการ และทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสอบ ภายหลังจากอาจารย์ที่ปรึกษาเซ็นรับรองจึงส่งไปแผนกตรวจรูปแบบตามเกณฑ์ และระเบียบที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนดต่อไป

จุดเด่นอีกประการในการจัดการศึกษา คือ การจัดการเรียนในช่วงวัน เสาร์-อาทิตย์ และจัดรายวิชาเรียนเป็น “**Block Course**” คือ จัดเรียนให้เสร็จสมบูรณ์รวมทั้งประเมินผลให้เสร็จสิ้นที่ละวิชา จึงทำให้ผู้เรียนไม่ต้องกังวลใจที่ต้องเรียนรู้หลายวิชาพร้อมกัน เช่น ตอนเช้า เรียนวิชาหนึ่ง ตอนบ่ายเรียนอีกวิชาหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาที่มาเรียนเป็นครูอาจารย์ทำงานในวันราชการมีภาระงานประจำ การเรียนในรูปแบบให้เสร็จเรียบร้อยในแต่ละรายวิชานี้จะได้ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากกว่าการจัดตารางเรียนตารางสอนแบบที่เคยเรียนภาคปกติที่มีหน้าที่เรียนเป็นหลัก แต่การเรียนปริญญาโทเป็นการเรียนของผู้มีงานทำ มีหน้าที่รับผิดชอบงานที่ตนปฏิบัติประจำ ดังนั้นการเรียนวันเสาร์-อาทิตย์ และเรียนรายวิชาเป็น “**Block Course**” จึงตอบสนองผู้เรียน จนมีผู้สมัครเรียนจำนวนมาก การกำหนดอัตราค่าเรียนเป็นแบบเหมาจ่าย กำหนดแบ่งจ่ายเป็นงวด ๆ รวมค่าเอกสารตำราทุกรายวิชา รวมค่าจัดอาหารว่างช่วงพักเบรกเช้า และบ่าย เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน

ช่วงที่สอง “**ช่วงเติบโต**” (Growth)

บัณฑิตวิทยาลัยได้เปิดหลักสูตรปริญญาโทเพิ่มอีก 2 หลักสูตรคือ

1. หลักสูตร “**บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**” มี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ริญจวน ประวัติเมือง เป็นผู้อำนวยการ (ปัจจุบันคือ รองศาสตราจารย์ ดร.ริญจวน ประวัติเมือง) และ
2. หลักสูตร “**รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**” มี รองศาสตราจารย์ กุลธณ ธนาพงศธร เป็นผู้อำนวยการ

ช่วงที่สาม “**ช่วงเติบโตเต็มที่ หรือ เติบโตสูงสุด**” (Maturity)

ช่วงนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้เปิดหลักสูตรปริญญาเอกเพิ่มอีก 3 สาขาหลัก ดังนี้

1. หลักสูตรปริญญาเอก “**การจัดการดุสิตบัณฑิต**” ประกอบด้วย 4 สาขาย่อย ได้แก่
 - 1.1. การจัดการการศึกษา มี รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย บุญประเสริฐ เป็นผู้อำนวยการ
 - 1.2. การจัดการธุรกิจ มี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพันธ์ เขจรนนท์ เป็นผู้อำนวยการ

- 1.3. การจัดภาคีรัฐ มี รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เชาวลิตร เป็นผู้อำนวยการ และ
- 1.4. การจัดการการสื่อสาร มี รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นผู้อำนวยการ
2. หลักสูตรปริญญาเอก “รัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต” มี ศาสตราจารย์ ดร.ไพบุลย์ ช่างเรียน เป็นผู้อำนวยการ และ
3. หลักสูตรปริญญาเอก “การบริหารงานยุติธรรมดุษฎีบัณฑิต” มี รองศาสตราจารย์ ดร.โสภา ชูพิกุลชัย ชปิลมันน์ (ราชบัณฑิต) เป็นผู้อำนวยการ

ช่วงนี้มีอาจารย์พิเศษที่มีชื่อเสียงจากภายนอกจำนวนมาก จะขอกล่าวเพียงบางส่วน อาทิเช่น ศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สุขสำราญ ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง ดร.บุญปลูก ชายเกตุ ดร.บุญเลิศ ไพรินทร์ พ.ต.ท. ดร.พงษ์ธร รัญญศิริ และอีกจำนวนมากที่ไม่ได้กล่าวนาม ตลอดจนทั้งอาจารย์ภายในสวนดุสิตเองจำนวนมากที่มาสอนโครงการจัดการการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย

หลักสูตรปริญญาเอก มีจุดเด่นมีการจัดห้องให้นักศึกษาที่มาเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “Fast Track” โดยมี สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีอาจารย์ให้ข้อเสนอแนะ ปรึกษาประเด็นปัญหาหัวข้อเรื่อง กระบวนการวิจัยมีการไปร่วมฟัง การบรรยายทางวิชาการ และดูงานในต่างประเทศ หลักสูตรกำหนดค่าเรียนรวมค่าเอกสาร ตำรา ค่าดูงาน ตลอดจน ค่าอาหารว่างที่มาเรียนทั้งเช้า และบ่าย การเรียนวันเสาร์-อาทิตย์ แบบ “Block Course” เช่นเดียวกับหลักสูตร ปริญญาโท โดยเฉพาะการสอบตัวเล่มให้จัดเป็นการสอบแบบเปิดให้ผู้สนใจภายนอกเข้าร่วมรับรู้ในกิจกรรมการสอบด้วย โดยเฉพาะการพัฒนาภาษาอังกฤษให้ได้เกณฑ์ตามคุณสมบัติได้ทำโครงการให้นักศึกษาไปเรียนภาษาอังกฤษที่ประเทศ ออสเตรเลีย เรียนในศูนย์ภาษา ของ “University of Melbourne, University of Western Australia, และ University of Queensland”

ในระหว่างการจัดการศึกษา ผู้เขียนได้รับข้อเสนอแนะจาก ศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร จวงตระกูล ให้ทำบันทึก ความร่วมมือ (MOU) ร่วมกับ “Ilmenau University of Technology” ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ มีการเชิญอาจารย์มาบรรยายสัมมนาทางวิชาการที่สวนดุสิต และให้เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาปริญญาโทไปใช้ชีวิตแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นเวลา 1 ภาคเรียน และ ได้นำนักศึกษาปริญญาเอกด้านการจัดการดุษฎีบัณฑิตไปดูงานที่ Ilmenau University of Technology และ บริษัทเอกชนในรัฐที่มหาวิทยาลัยตั้งอยู่

สรุป การที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตพัฒนาเติบโตมาในช่วงที่ผู้เขียนได้เล่า ประสบการณ์ในครั้งนี้มาจาก

1. การได้รับการสนับสนุนจากอธิการบดี การให้อิสระ ให้เกียรติในการทำงานในตำแหน่งนี้อย่างเต็มที่
2. การได้รับเกียรติจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร นักวิชาการ มาเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา การให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิด บรรยาย แก่อาจารย์ นักศึกษา เป็นอย่างดียิ่ง
3. การได้รับเกียรติจากนักวิชาการที่มีชื่อเสียงมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการหลักสูตร และได้รับเกียรติจาก อาจารย์ที่มีชื่อเสียงมาร่วมบรรยาย รวมทั้งมีการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบครบวงจรจึงทำให้หลักสูตร เป็นที่ยอมรับอย่างดีในสังคม
4. การได้รับการสนับสนุนในการทำงานอย่างเต็มที่ และดีเยี่ยมจากผู้อำนวยการหลักสูตร อาจารย์พิเศษ อาจารย์ประจำ เจ้าหน้าที่ทุกคนที่ทำงานในบัณฑิตวิทยาลัย รวมทั้งอาจารย์ของสวนดุสิตทั้งหมด
5. การที่ได้นักศึกษาที่มีคุณสมบัติพื้นฐานที่ดีจึงก่อให้เกิดคุณภาพของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา

ผู้เขียนมีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในตำแหน่งนี้มีทั้งความสุขในการทำงาน และมีทั้งความทุกข์ที่เกิดจาก ปัญหาในการทำงาน โดยเฉพาะในความทุกข์ได้เป็นบทเรียนให้เข้มแข็งใช้หลักเหตุผล และสติปัญญาแก้ปัญหา

ให้ลู่วงไป ส่วนความสุขนั้นทำให้ได้พิสูจน์ความรู้ทางวิชาการความรู้ทางการบริหารจัดการที่ศึกษาสั่งสมนำมาใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งนี้เป็นไปด้วยความราบรื่นจากผู้ร่วมงานอย่างยิ่ง “งานบัณฑิตวิทยาลัยจะไม่สำเร็จถ้าปราศจากผู้บริหาร ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ และทีมงานที่มีทั้งผู้อำนวยการหลักสูตร อาจารย์ของสวนดุสิต และคณะทำงานของบัณฑิตวิทยาลัยที่ประกอบด้วยอาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกคน”

กราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตที่สร้างรากฐานให้ผู้เขียนมาตลอด รวมทั้งมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรที่ผู้เขียนสำเร็จการศึกษาทั้งปริญญาตรีโท และเอก และที่สุด คือ การได้รับมอบหมายให้ดำรงตำแหน่งคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

สุดท้ายนี้ผู้เขียนกราบขอโทษที่ไม่ได้กล่าวชื่อบุคคลทั้งหมดที่ได้ร่วมช่วยเหลือสนับสนุนการทำงานในครั้งนี้

สารบัญ

หน้า

บทความรับเชิญพิเศษ

ธุรกิจวิชาการ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต Academic Business: Suan Dusit University

1

ศิโรจน์ ผลพันธิน, สุขุม เฉลยทรัพย์, มลิวัลย์ ธรรมแสง สิริธัมม อุดมธรรมานุภาพ
และสุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์

บทความวิจัย

การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียน และความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

19

มนลิษา ชำนาญเวช และจุไรศิริ ชูรักษ์

การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล
บางปلام้าอำเภอบางปلام้า จังหวัดสุพรรณบุรี

35

พระครูพิศาลธรรมาทร (นิรันดร์ จิตวิริโย) นพดล ดีไทยสงค์ และธิดาภูมิ หมั่นมี

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์ม
ออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลในเขตภาคตะวันออก

51

กวิณตรา เลาหวิทยะรัตน์ และอรพรรณ คงมาลัย

บุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการและเรื่องจริงของผู้ประพันธ์:

65

กรณีศึกษานวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man

ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ และ ประกฤติ พูลพัฒน์

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย

77

สุทธิกานต์ วัชร และสุเมธ ธวัชราตราตระกูล

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมี
แห่งหนึ่งในประเทศไทย

91

พาริยา สาคะศุภฤกษ์ และอรพรรณ คงมาลัย

กฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

105

อุษณีย์ เพียรสุวรรณ ภูมิ โชคเหมาะ และศิวพร เสาวคนธ์

การสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe)
ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

119

ศิริลักษณ์ ชิงพรหมราช และพิเศษ ชัยดิเรก

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ธันย์นรี สุภาธีรวณิชย์ และอรพรรณ คงมาลัย	131
ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุนสู่การวางแผนพัฒนาบุคลากร คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา รณชัย ทิพย์มณฑา	143
บทความวิชาการ การบำบัดอาการพูดเสียงของผู้อื่นด้วยวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ในเด็กออทิสติก ณัฐวิภา วาณิชย์เจริญ และสุภาพร ชินชัย	159
บทความวิจารณ์หนังสือ Siam and The League of Nations Modernisation, Sovereignty and Multilateral Diplomacy, 1920-1940 ยอดชาย ชูติกาโม	175
นโยบายและการดำเนินงานจัดพิมพ์วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต	177

ธุรกิจวิชาการ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
Academic Business: Suan Dusit University

ศิโรจน์ ผลพันธิน, สุขุม เฉลยทรัพย์, มลิวัลย์ ธรรมแสง, สิริธัมม์ อุดมธรรมานูปาบ
และสุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์*
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Siroj Polpuntin, Sukum Chaleysub, Maliwan Tammaaeng, Siratam Udomtamanupab
and Supaporn Tungdamnernsawad*
Suan Dusit University

Received: September 5, 2023

Revised: October 20, 2023

Accepted: October 31, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการอธิบายธุรกิจวิชาการ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต เริ่มจากการพัฒนาตามกฎหมาย และการปฏิบัติ มุมมองของผู้บริหารในการมองการคิด และการทำปรัชญาของมหาวิทยาลัย แนวคิดการพัฒนาธุรกิจ วิชาการ แนวคิดการทำธุรกิจของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ความมั่งคั่งทางวิชาการ และทิศทางการพัฒนามหาวิทยาลัย สวนดุสิต ธุรกิจวิชาการ มาจากคำว่า ธุรกิจ มีความหมายว่า การประกอบกิจการเพื่อมุ่งการค้าหากำไร และ คำว่า วิชาการ มีความหมายว่า วิชาความรู้สาขาใดสาขาหนึ่ง หรือหลายสาขา “ธุรกิจวิชาการ” ในบทความนี้ หมายถึง การสร้างองค์ความรู้ใหม่จากฐานวิชาการที่มหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญ และนำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติ เพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน การอบรม การวิจัย การบริการชุมชน และการดำเนินการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

คำสำคัญ: ธุรกิจ ธุรกิจวิชาการ ธุรกิจวิชาการมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Abstract

This article describes academic business. A case study of Suan Dusit University. Starting with the development of laws and practices, management's perspective on thinking and doing, university philosophy, academic business development concepts, business concepts of Suan Dusit University, and academic wealth and direction of development of Suan Dusit University. Academic business comes from the word business; means that entrepreneurship aimed at trading for profit, and the word academic; means that subject of knowledge in one or more fields. “Academic business” in this article means creating new knowledge from the academic base where the university has expertise and putting innovation into practice for the benefit of teaching, training, research, community service, and business continuity of Suan Dusit University.

*สุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์ (Corresponding Author)
e-mail: supaporn_tun@dusit.ac.th

Keywords: Business, Academic Business, Academic Business, Suan Dusit University

บทนำ

ผู้นำต้องมีวิธีการคิด และวิธีการทำงานอันชาญฉลาด ที่เรียกว่า “Cunning” ถึงแม้ว่าในภาษาไทยคำนี้มีหมายความว่า “เจ้าเล่ห์” แต่ Cunning สำหรับผู้นำแล้ว คือ ผู้มีกลยุทธ์พลิกแพลง เปลี่ยนแปลงให้ผิดไปจากแบบปรกติธรรมดา รวมถึงความสามารถในการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการโดยใช้พลัง นอกจากนี้ผู้นำยังต้องมี “Astute” คือ ความฉลาดหลักแหลม ความรู้ที่ปราดเปรื่อง และความเร็วในสิ่งที่ต้องทำในสถานการณ์หนึ่ง ๆ การทำงานอันชาญฉลาดยังรวมถึง “Tactics” คือ กลยุทธ์ที่มีรายละเอียดในการดำเนินงาน และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ และเป็นกลยุทธ์เชิงรุกในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ไม่ใช่การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (ศิริโรจน์ ผลพันธิน, 2559) เฉกเช่น กระบวนการพัฒนามหาวิทยาลัยสวนดุสิตกับธุรกิจวิชาการที่ส่งผลต่อการอยู่รอดอย่างมั่นคง และนำไปสู่คำว่า “Beyond Survival” เน้นความอยู่รอด

กระบวนการคิดในฐานะผู้บริหารระดับสูงสุดของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต “อธิการศิริโรจน์” (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน) คิดอะไร ทำไม่ถึงเกิดคำ ๆ นั้นขึ้นมา วิธีการมองสิ่งต่าง ๆ เป็นอย่างไร มองที่การคิดแล้วนำมาสู่การทำได้อย่างไร กระบวนการคิดทั้งหมดมาจากมุมมองที่ทำ ซึ่งสิ่งที่ทำโดยส่วนใหญ่จะย้อนกลับไปสู่แนวทางการพัฒนาอยู่เสมอ ในบทความนี้อธิการศิริโรจน์ได้ดำเนินการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยอธิบายธุรกิจวิชาการ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต เริ่มจากการพัฒนาจากวิทยาลัยครูสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสวนดุสิต การมองการคิด และการทำของผู้บริหารจากผู้อำนวยการสู่อธิการบดี จากปรัชญาเอาตัวให้รอดสู่ปรัชญาเน้นความอยู่รอด จากการสอนด้วยการลงมือฝึกปฏิบัติจริงสู่รายได้ เพื่อการพัฒนามหาวิทยาลัยจากการนำองค์ความรู้ทางวิชาการที่เชี่ยวชาญสู่การดำเนินการธุรกิจวิชาการ จากการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องสู่ความมั่นคงทางวิชาการ

เนื้อหา

ธุรกิจวิชาการ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต มีเนื้อหาที่สำคัญประกอบด้วย 6 วรรคบท ได้แก่ วรรคบทที่ 1 “สวนดุสิต” การพัฒนา: ตามกฎหมาย และการปฏิบัติ วรรคบทที่ 2 “สวนดุสิต” : การมอง การคิด การทำ วรรคบทที่ 3 “สวนดุสิต” : ปรัชญา Survival วรรคบทที่ 4 “สวนดุสิต” : แนวคิดการพัฒนาธุรกิจวิชาการ วรรคบทที่ 5 “สวนดุสิต” : Wealth Organization และวรรคบทที่ 6 “สวนดุสิต” : SDU Directions: SMALL but SMART โดยมีรายละเอียดดังนี้

วรรคบทที่ 1 “สวนดุสิต” การพัฒนา: ตามกฎหมายและการปฏิบัติ

แนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัยสวนดุสิต ด้านที่ 1 เป็นกระบวนการของการพัฒนามหาวิทยาลัย และด้านที่ 2 เป็นกระบวนการคิดในฐานะผู้บริหารระดับสูงสุดของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต เมื่อมองการพัฒนาแล้ว “อธิการศิริโรจน์” คิดอะไรถึงไปทำเช่นนั้น สิ่งที่คิดนั้นคิดขึ้นมาได้อย่างไร ซึ่งจะมีกระบวนการด้านการคิด ประกอบกับการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ สำหรับเรื่องของธุรกิจวิชาการ แต่เดิมเมื่อ 50 ปีที่ผ่านมา ยังไม่ค่อยมีใครกล่าวถึงการศึกษาที่เป็นธุรกิจ เมื่อบอกว่าการศึกษเป็นธุรกิจก็มีบุคคลที่ไว้วางใจเป็นอย่างมาก ว่า การศึกษาไม่ใช่ธุรกิจ การศึกษาเป็นวิชาการ ซึ่งเป็นการให้ความอนุเคราะห์ หรือการให้ความรู้ การศึกษาเป็นวิทยาทาน ในประเด็นนี้ได้เคยทักท้วงว่าการศึกษาไม่ใช่วิทยาทาน ตราบใดก็ตามที่ยังมีการจ้างงาน และมีการลงทุนอยู่ นอกจากนี้ผู้เรียนก็ยังต้องจ่ายเงิน ดังนั้นในการเรียนรู้ทางการศึกษา จึงควรต้องมี ROI (Return of Investment) ตัวเลขอัตราส่วนที่แสดงถึงผลตอบแทนของการลงทุน

ต้องนำมาคิดว่าเมื่อลงทุนแล้วได้อะไรกลับคืนมา ดังนั้นถ้าการศึกษาเป็นวิทยาทาน กระบวนการจัดการศึกษาจะพัฒนาได้อย่างไร เพราะต้องรอคอยเพียงงบประมาณที่จะนำมาใช้

เมื่อมองย้อนหลังของกระบวนการพัฒนาจากวิทยาลัยครูสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสวนดุสิต มีกระบวนการการพัฒนาตามพระราชบัญญัติ โดยกระบวนการพัฒนานี้ เรียกว่า “การพัฒนาตามกฎหมาย” สำหรับแนวคิดในการพัฒนา เรียกว่า “การปฏิบัติ” มีรายละเอียดดังนี้

กระบวนการพัฒนาตั้งแต่ก่อนที่จะมีพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2518 (ฉบับที่ 1) แต่เดิม คือ โรงเรียนฝึกหัดครู แล้วพัฒนามาเป็นวิทยาลัยครูเมื่อปี พ.ศ. 2504 ในการดำเนินงานทุกอย่างอาศัยกฎกระทรวง ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ หรือเกี่ยวข้องกับการที่กระทรวงกำหนดมาโดยมติคณะรัฐมนตรี ในการดำเนินงานตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องนั้น ทุกสถาบันได้มีการดำเนินงานที่เหมือนกัน ดังนั้นอธิการบดีจึงได้มองกลับมามว่า แล้ว “สวนดุสิต” ทำเหมือนสถาบันอื่น หรือไม่ คำตอบคือ “สวนดุสิต” ไม่เคยทำเหมือนสถาบันอื่นตั้งแต่เริ่มแรกที่เป็นวิทยาลัยครู

ในช่วงแรกที่ “สวนดุสิต” ได้ทำนั้น เริ่มจากตำแหน่งผู้อำนวยการแล้วเปลี่ยนมาเป็นตำแหน่งอธิการบดี ในท้ายที่สุด ตลอดระยะเวลา 29 ปี คุณหญิงกระจ่างศรี รักตะกนิษฐ กับการบริหาร “สวนดุสิต” ท่านไม่เคยกังวลเกี่ยวกับการจัดหาเงินงบประมาณ แต่ในทางตรงกันข้าม ท่านกังวลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของท่าน ว่าท่านคิดอะไร ซึ่งอธิการบดีจึงได้พยายาม “ถอดวิสัยทัศน์” ว่าท่านคิดอะไร ถึงได้ทำสิ่งนั้นขึ้นมา โดยท่านอาจจะคิดในเรื่องของการหาเงินรายได้มาสมทบ ก่อนที่อธิการบดีจะคิดก็ได้ สิ่งที่เป็นวิสัยทัศน์ของท่าน คือ ท่านนำสิ่งที่ “สวนดุสิต” มีความเก่ง คือ วิชาการไปขาย

คุณหญิงกระจ่างศรี รักตะกนิษฐ ได้ดำเนินงานชุมชนแม่บ้าน ตั้งแต่ พ.ศ. 2501 (เป็นงานที่ได้มีการดำเนินงานขึ้นก่อนที่จะมีการจัดงานกาชาดไทย) งานชุมชนแม่บ้านได้ขยายความคิดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ “สวนดุสิต” มีความเก่ง ได้แก่ ศิลปะหัตถกรรม อาหาร การจัดดอกไม้ โดยเรียนเชิญประธานจากองค์การระดับประเทศมาเปิดงาน ในปี พ.ศ. 2507 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ เสด็จเปิดงาน และทอดพระเนตรการจัดแสดงผลงานของนักศึกษา นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ (SDU Timeline, 2559)

งานชุมชนแม่บ้าน เป็นเรื่องของความคิดที่จะหารายได้เข้ามา ซึ่งเงินรายได้ดังกล่าว นำมาสร้างสระว่ายน้ำ และศาลาชื่นอารมณ์ ให้กับ “สวนดุสิต” และมีทุนให้กับนักศึกษา จากสิ่งนี้ทำให้มองย้อนว่า วิสัยทัศน์ท่านคิดอย่างไร แล้วทำไมคนอื่นไม่คิดอย่างท่าน

พ.ศ. 2518 ได้มีพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2518 (ฉบับที่ 1) วิทยาลัยครูสามารถผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรีได้ (โดยแต่เดิมมีปริญญาตรีเหมือนกัน แต่เรียกว่า ปอ. ประกาศนียบัตรอุดมศึกษา พ.ศ. 2516 สูงกว่าระดับ ปก. ศ สูง แต่ขณะนั้นยังไม่มีกฎหมายรองรับที่ชัดเจน) เนื่องจากมีคนต้องการเรียนระดับปริญญาตรีมากขึ้น โดยมีเพียง 1 สาขาวิชา คือ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ หรือครุศาสตร์ ดังนั้นผู้ที่เรียน ปอ. พ.ศ. 2516 สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2518 จะได้รับปริญญาตรี

เมื่อมีพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2527 (ฉบับที่ 2) วิทยาลัยครูสามารถผลิตบัณฑิตสาขาวิชาอื่นได้ “ณ จุดนี้ เป็นหัวใจที่สำคัญ” เมื่ออธิการบดีโรจน์กลับมาจากต่างประเทศ พ.ศ. 2522 ในขณะนั้น “สวนดุสิต” มีผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวน 3 คน คือ ดร.อรรณพ ตูลยสุข ดร.ชัยชนะ โพธิวาระ และ ดร.ศิโรจน์ ผลพันธิน เมื่อเข้ามาที่ “สวนดุสิต” อธิการบดีโรจน์ทำงานตำแหน่งอาจารย์ได้ 3 เดือน ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นหัวหน้าภาควิชา หัวหน้าคณะวิชา ตั้งแต่บัดนั้น พ.ศ. 2522 ถึงบัดนี้ปัจจุบัน พ.ศ. 2566 อยู่ในตำแหน่งผู้บริหารมาโดยตลอด และต่อไปในอนาคต

จากพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2527 (ฉบับที่ 2) ขณะนั้น มีผู้ที่ต้องการเรียนระดับปริญญาตรีทางด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี นิเทศศาสตร์ นิเทศศิลป์ มากขึ้น ทำให้ขยายสาขาวิชาการจัดการศึกษามากขึ้น เพราะปลดล็อกการผลิตเพียงสาขาวิชาเดียวได้แล้ว ในช่วงนี้เอง “สวนดุสิต” ได้มีการจัดตั้งคณะใหม่ขึ้นมา คือ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีศาสตราจารย์เรวดี วงศ์พรหมเมฆ เป็นอธิการ (ใช้คำว่า “อธิการ” ในขณะนั้น โดย อธิการมีความหมายว่า ตำแหน่งผู้เป็นใหญ่ในการบริหารมหาวิทยาลัย) ในการนี้ต้องสรรหาแต่งตั้งหัวหน้าคณะวิชาวิทยาการจัดการ

แต่อธิการบดีได้คิดอย่างตระหนักรู้ว่า ตัวท่านเองมีปัญหาที่อัดอั้นใจในหลายประการเกี่ยวกับระบบของวิทยาลัยครูที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เมื่ออธิการบดีโรจน์กลับมาจากต่างประเทศในช่วงเดือนมกราคม ทำให้ไม่มีวิชาสอน เพราะวิทยาลัยครูได้เปิดเทอม และจัดอาจารย์ผู้สอนไปแล้ว ดังนั้นศาสตราจารย์เรวดี จึงมีความต้องการให้อธิการบดีโรจน์เรียนรู้กระบวนการทั้งหลายในวิทยาลัยครู ศาสตราจารย์เรวดี จึงส่งอธิการบดีโรจน์ไปอบรมในการประชุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

อรรถบทที่ 2 “สวนดุสิต” : การมอง การคิด การทำ

ในการอบรมครั้งแรก อธิการบดีโรจน์ต้องไปอบรมเรื่องของวิชาการที่วิทยาลัยครูสงขลา ทำให้อธิการบดีโรจน์เกิดความหงุดหงิดเป็นอย่างมาก อันเนื่องจากบุคลิก และลักษณะส่วนตัว และเหตุมาจากเจ้าภาพจัดการอบรมจัดที่พักให้เป็นหอพักนักศึกษา อาบน้ำในอ่างซีเมนต์ โดยต้องนั่งผ้าขาวม้า ใช้ขันตักน้ำอาบ ห้องสุขาเป็นลักษณะแบบนั่งยอง ๆ อย่างไม่รู้ก็ตาม เมื่อเจ้าภาพจัดอะไรไว้ให้ก็ได้ทำตามทุกอย่าง แต่ “โวย” ในทุกสิ่งที่เจ้าภาพจัดให้เพราะ “มาตรฐานไม่ถึง” เมื่อเป็นสถาบันระดับอุดมศึกษา จัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีแล้ว ผู้จัดการอบรมได้เคยศึกษาดูงานการบริหารจัดการที่อื่น หรือไม่ เมื่อกลับมาอธิการบดีโรจน์ได้นำเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นอุทาหรณ์ว่า จะไม่ไปอบรมที่ไหนอีกถ้ามีการบริหารจัดการเช่นนี้ อย่างไรก็ตามในครั้งถัดไป อธิการบดีโรจน์ต้องไปอบรมลูกเสือ (วิชาผู้บังคับบัญชาลูกเสือระดับผู้นำ ขั้นความรู้ขั้นสูง รับเครื่องหมายวูดแบดจ์ ชนิด 2 ท่อน, สำนักงานลูกเสือเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 6, 2561) ก็เกิดความหงุดหงิดตั้งแต่วิธีรับลูกเสือ (ที่แยกความแตกต่างไม่ออกระหว่างลูกเสือกับลูกหมา) อันเนื่องมาจากอธิการบดีโรจน์ไม่กินข้าวเย็น ไม่ตมน้ำชา (น้ำสี้ส หรือเรียกว่าน้ำชา) เพราะดื่มแต่กาแฟดำ แต่เมื่อต้องทำกิจกรรมกลุ่ม การป็นปาย ทำกิจกรรมได้ทั้งหมด ในขณะนั้นผู้อำนวยการฝึกอบรม คือ อาจารย์กองวิสุทธารมณ์ ได้เชิญพบ แล้วถามว่ามีปัญหาอะไรหรือไม่ อธิการบดีโรจน์จึงได้อธิบายไปว่า ตนเองไม่ชอบวิธีการฝึกอบรมเช่นนี้ เพราะผู้เข้ารับการอบรมไม่ใช่เด็ก ทุกคนที่มาอบรม คือ ผู้บริหาร ดังนั้นผู้จัดการอบรมเพียงแค่พูดในหลักการทุกคนก็เข้าใจแล้วไม่จำเป็นต้องมาฝึก เพราะฝึกแล้วไม่ได้นำมาทำอะไรต่อ ทำไม่ต้องการเอาผู้บริหารมาป็นต้นไม้ โหนเชือก โดยเฉพาะผู้บริหารที่เป็นผู้หญิงหลายคนมีความกลัวมากจนควบคุมปฏิริยาของร่างกายไม่ได้ ทำให้คิดว่าการจัดการอบรมแบบนี้มีการบริหารจัดการที่ไม่ถูกต้อง

เมื่อกลับเข้ามาที่วิทยาลัยครู ศาสตราจารย์เรวดี วงศ์พรหมเมฆ จึงได้ให้ทำหน้าที่เดินหนังสือไปให้บุคคลต่าง ๆ เพราะไม่มีงานในตำแหน่ง ซึ่งในช่วงนี้เป็นช่วงของการประหยัดไฟ ห้องพักอาจารย์ห้ามตั้งกระดิกน้ำร้อน ตู้เย็นไม่ให้เสียบปลั๊กไฟ ดังนั้นอธิการบดีโรจน์จึงต้องชงกาแฟดำใส่กระดิกมาจากบ้าน และไปขอน้ำร้อนจากโรงครัวมาเติม อธิการบดีโรจน์ปฏิบัติตามระเบียบ แต่ก็ “โวย” เพราะคิดว่าไม่ได้ทำให้เกิดการสิ้นเปลืองอะไรมาเลย สิ่งที่เราทำทั้งหมดทำให้เชื่อมโยงมองเห็นว่า “ทำไมองค์กรไม่พัฒนาอะไรที่เป็นกลไกอะไรที่เป็นพื้นฐาน” เพราะองค์กรคิดแต่ว่า “ไม่มีงบประมาณ” องค์กรอื่นใดก็ทำเช่นนี้ จึงเกิดคำถามว่า แล้วทำไม “สวนดุสิต” ทำไม่เหมือนคนอื่นไม่ได้หรือ

เมื่อมีการแต่งตั้งคณะวิชาขึ้นมาใหม่ มีผู้ได้รับการเลือกให้เข้าแข่งขัน (Candidate) จำนวน 2 คน โดยคนหนึ่งเคยดำรงตำแหน่งคณบดีคณะมนุษยศาสตร์มาก่อน และอีกคนหนึ่งเป็นอาจารย์ใหม่ ซึ่งมาจากเทคนิคกรุงเทพฯ ซึ่งทุกคนต้องการเลือกผู้ที่เคยดำรงตำแหน่งคณบดีมาแล้ว และเป็นคนของ “สวนดุสิต” แต่อธิการบดีโรจน์ได้คัดค้านอยู่เพียงผู้เดียว ว่าไม่เห็นด้วย อันเนื่องมาจากว่า คณะวิชาที่จะเปิดใหม่นั้น เป็นวิทยาการจัดการ บริหารธุรกิจ ดังนั้นผู้ที่มาบริหารต้องมีความรู้ในด้านนี้ แต่ถ้าเอาผู้ที่จบด้านครุศาสตร์มาบริหาร จะรู้ได้อย่างไรว่าธุรกิจทำอย่างไร การคิดเชิงครุศาสตร์ก็จะเป็นสิ่งที่ครอบงำเชิงธุรกิจ ทำให้ธุรกิจไม่เติบโตงอกงาม แล้วผู้เรียนจะเรียนไปทำอะไร เรียนเพื่อไปเป็นครูสอนธุรกิจหรือ ปรากฏว่าศาสตราจารย์เรวดีท่านรับฟังในเหตุผลดังกล่าว และเห็นด้วย ดังนั้นคณบดีคนแรกๆของคณะวิทยาการจัดการจึงมาจากเทคนิคกรุงเทพฯ คือ อาจารย์ปราณี อารยศาสตร์ ท่านไม่ได้จบมาด้านการศึกษา ท่านจบด้านบริหารธุรกิจ ทำให้ความคิดเปลี่ยน ได้อะไรใหม่ ๆ และเป็นภรรยาของผู้ว่าการการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ทำให้มีอำนาจ (Power) ที่ครอบคลุม นำไปสู่ความร่วมมือด้านการศึกษา (Collaboration in Education) ดังนั้น คณบดีจึงรับฟังอธิการบดีโรจน์ อันเนื่องมาจากสามัคคีมีสุราต่างประเทศขึ้นดีเลิศจำนวนมาก และ

สามี่ไม่ดื่มสุรา คนปกติจึงมักจะนำมาฝากให้อธิการศิริโรจน์ ซึ่งท่านไม่ทราบว่ามีราคาเท่าไร เช่น Hennessy XO สุดยอดคองญัก (Cognac) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทบรันดี (Brandy) ชนิดหนึ่งที่ครองใจนักดื่มทั่วโลก และมีราคาแพงมาก (th.drink-drink.ru, 2563) แต่ท่านเห็นว่าเป็นราคา 600 ดอลลาร์ฮ่องกง คิดว่าราคาถูก จึงนำมาให้ แต่ต่อมาภายหลังท่านรู้แล้วว่าราคาแพงมาก ก็ไม่ได้นำมาให้อีกเลย ที่เล่าให้ฟังในประเด็นนี้ คือ วิธีการสร้างมิตรในการทำงาน (Friendship) (Thestandard, 2561)

ในเงื่อนไขขณะนั้น ถ้าจะบริหารจัดการคณะวิชาด้านธุรกิจ ต้องเอาคนที่จบด้านธุรกิจเข้ามาจัดการศึกษา ดังนั้น “สวนดุสิต” จึงเป็นแห่งแรกที่หลักสูตรที่เปิดขึ้นมานั้นมีอาจารย์ผู้สอนทั้งหมดที่จบการศึกษา และมีประสบการณ์ด้านธุรกิจ ซึ่งในขณะนั้นมี 4 สาขาวิชาหลัก ดังนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชนินทร์ ชุมพันธ์ (ด้านการจัดการ) อาจารย์อริยา เจริญสุข (ด้านบัญชี) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วนิดา ตันนากัย (ด้านนิเทศศาสตร์) และรองศาสตราจารย์ วิจิตรา ประเสริฐธรรม (ด้านเศรษฐศาสตร์) สำหรับการจัดการศึกษาสาขาวิชาใหม่ มีอาจารย์ที่สำคัญดังนี้ อาจารย์ นรินทร์ เหมรัชดานนท์ (ด้านการท่องเที่ยว) โดย “สวนดุสิต” สนับสนุนให้เป็นผู้จัดการบริษัทท่องเที่ยวชมพู่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภา วธาวนิชกุล (ด้านโรงแรม ศึกษานิเทศก์ กรมฝึกหัดครู และทำงานโรงแรมแมนดาริน) ดร.บุบผา อยู่ทรัพย์ (ด้านโรงแรมจากโรงแรมดุสิตธานี) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (นิเทศศิลป์ โรงแรม-การพิมพ์) ไม่ได้จบจากเพาะช่าง จบมาจากประเทศฟิลิปปินส์ ทุกท่านมีประสบการณ์จริงในการทำงาน ทำให้ “สวนดุสิต” วางรากฐานที่แตกต่างจากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ และในช่วงนั้น คุณบัณฑิต ฉันทศักดิ์ดา นายกสมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ขึ้น เงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดตามที่กล่าวข้างต้น เป็นการกำหนดในเงื่อนไขของความเป็นจริงในการจัดการศึกษาให้ผู้เรียนได้มีความรู้ และสามารถทำได้จริงในสาขาอาชีพ ดังนั้นเมื่อโรงแรมสวนดุสิตเพลส (The Suan Dusit Place) ได้จัดตั้งขึ้นมาในปี พ.ศ. 2535 จึงเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนการจัดการศึกษาโดยใช้เป็นโรงแรมที่ใช้ฝึกประสบการณ์สมบูรณแบบของนักศึกษาโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ซึ่งได้ประสานงานกับกระทรวงมหาดไทยอย่างเรียบร้อย นี่คือ “จุดเริ่มต้น” ของการวางรากฐานทาง “ธุรกิจ” ที่เป็นแนวคิดทางธุรกิจ

ในปี พ.ศ. 2528 เมื่อ รองศาสตราจารย์ ลำพอง บุญช่วย ดำรงตำแหน่งอธิการ (อธิการผู้ช่วยคนแรกของ “สวนดุสิต”) อธิการศิริโรจน์ดำรงตำแหน่งรองอธิการฝ่ายวิชาการในขณะนั้น สิ่งที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน คือ กระบวนการที่จะเอาอาจารย์ไปสอนในคณะวิทยาการจัดการนั้น คุณสมบัติข้อแรก คือ อาจารย์ต้องมีคุณวุฒิทางด้านการจัดการ บริหารธุรกิจ บัญชี แต่ต้องไม่ใช่คุณวุฒิบริหารการศึกษา เพราะว่าบริหารการศึกษาไม่เหมือนบริหารธุรกิจ ดังนั้นผู้ที่สอนได้จะต้องไปเรียนด้านที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หรือเรียนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต ผู้ที่ต้องการสอนด้านบริหารธุรกิจจึงต้องมีการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมขึ้นมาใหม่ ซึ่งช่วงเวลานี้มีผู้สอนจำนวนจำกัด ผู้สอนที่จบด้านครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์ก็มีความประสงค์ที่จะมาสอนด้านบริหารธุรกิจ และคณะวิทยาการจัดการก็เป็นคณะใหม่ เหนืออื่นใดที่สำคัญ คือ มีการจัดการศึกษา “ภาคสมทบ” ทำให้มี “รายได้” ขึ้นมา จะเห็นได้ว่าการจัดการบริหาร “สวนดุสิต” ตามที่กล่าวมา คือ การทำฐานรากแข็งแรง เมื่อฐานรากแข็งแรงแล้ว การดำเนินการต่อไปก็จะก้าวหน้าต่อไปได้ (“ภาคสมทบ” หมายความว่า การจัดการเรียนการสอนนอกเหนือจากการเรียนการสอนภาคปกติ โดยสภาสถาบันอุดมศึกษาเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้ระบบการจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปี การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ หรือเทียบเคียงได้ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ สถาบันอุดมศึกษาที่เปิดการศึกษาภาคฤดูร้อน ให้กำหนดระยะเวลา และจำนวนหน่วยกิต โดยมีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับการศึกษาภาคปกติสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการศึกษาในระบบอื่น ให้มีการนับระยะเวลาในการศึกษาเทียบเคียงได้กับระบบทวิภาค โดยให้สภาสถาบันอุดมศึกษาเป็นผู้กำหนด (คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา, 2565)

เพื่อให้มีการเรียนรู้การบริหารจากผู้อื่น รองศาสตราจารย์ลำพอง บุญช่วย ได้พารองอธิการทั้งหมดเดินสายไปเยี่ยมชมวิทยาลัยครูที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัด ผู้บริหารต่างก็คิดว่าทำไม “สวนดุสิต” จึงไม่เหมือนวิทยาลัยครูที่อื่น ๆ ทั้งนี้

ที่ไม่เหมือน ก็คือ อธิการศิริโรจน์เพียงท่านเดียวที่แตกต่างจากทุกคน เพราะการแต่งตัวที่เป็นบุคลิกของตนเอง ซึ่งเป็นบุคลิกเฉพาะตัวที่ได้ถูกฝึกฝนมาอย่างดี เมื่อเยี่ยมชมวิทยาลัยครูในต่างจังหวัด เจ้าภาพนำเสนออะไรให้ดูให้ชม ก็ดูก็ชมเพื่อเรียนรู้ แต่ “ไม่รับเอามา” เพราะบุคคลเหล่านี้แต่งตัวธรรมดาพื้น ๆ ไม่ได้มีบุคลิกของตนเอง นั่นคือ “อัตลักษณ์” สิ่งที่น่ากลับมาจากการเยี่ยมชมวิทยาลัยครูที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัด คือ วิทยาลัยเหล่านั้นคิดอะไรอยู่ แต่ “สวนดุสิต” ไม่คิดเช่นนั้น เพราะ “สวนดุสิต” ต้องทำอะไรที่เหนือกว่า (“อัต+ลักษณ์” หมายถึง ลักษณะเฉพาะ คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัต-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) หมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณ์ หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity ดังนั้นคำว่า อัตลักษณ์ คือ ลักษณะเฉพาะที่เป็นตัวตนของสถานศึกษาที่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ในการจัดตั้งสถานศึกษา หรือลักษณะโดดเด่นของสถานศึกษา (สุพักตร์ พิบูลย์, 2554)

อรรถบทที่ 3 “สวนดุสิต” : ปรัชญา Survival

พ.ศ. 2538 พระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 อธิการศิริโรจน์ ได้เข้าสู่ตำแหน่งอธิการบดีอย่างเต็มตัว ขณะนั้นได้มีการเชิญอธิการบดี และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในสภาของสถาบันราชภัฏ มาประชุมกันที่โรงแรมรามการ์เด้นส์ ถนนวิภาวดีรังสิต แล้วให้อธิการบดีสถาบันราชภัฏกล่าวถึงปรัชญาของสถาบันตนเอง อธิการบดีท่านนี้ได้กล่าวปรัชญาเป็นพุทธศาสนสุภาษิต (คำพระ) หรือคำที่เชิงปรัชญา เมื่อมาถึงอธิการศิริโรจน์ ซึ่งกล่าวเป็นคนสุดท้าย เพราะอายุน้อยที่สุดในขณะนั้น ได้กล่าวเพียงอย่างเดียวว่า “เอาตัวให้รอด” “Survival (n.)” เป็นปรัชญาของสวนดุสิต ทำให้เกิดความฮือฮาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจ ต่างก็พูดกันว่า “เนี้ยบมาก” ใช้อย่างไรก็ตามแต่ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษาจะเฉย ๆ เพราะคิดไม่ทัน และยังทักท้วงว่า ใช้คำผิด ต้องใช้คำว่า “Survive (v.)” มีความหมายว่า อยู่รอด ดำรงอยู่ ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ธรรมดา แต่คำว่า “Survival (n.)” มีความหมายว่า การอยู่รอด โดยอาศัยทฤษฎีของ Charles Darwin (Colby, Chris., 1996–1997) ที่กล่าวว่า ผู้ที่แข็งแกร่งที่สุดจึงจะอยู่รอดได้ ดังนั้นคำว่า “Survival” ที่กล่าวไปแล้วจึงถูกต้อง

การใช้คำว่า “Survival” ทำให้มองว่า ถ้าเมื่อคิดจะทำอะไรแล้ว (ถ้าไม่คิดอยู่เฉย ๆ) ก็ต้องคิดตัวต่อให้ได้ว่า จะทำอะไร ถ้าทำให้รอดจะทำอย่างไร ซึ่งต้องคิดเช่นนั้นอย่างแท้จริง นอกจากนี้ในช่วงการดำเนินงานของสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 เป็นยุค “รุ่งเรืองที่สุดของสวนดุสิต” มีจำนวนนักศึกษา 40,000 คน อธิการศิริโรจน์เป็นอธิการบดีที่สั่งยุบหลักสูตรครุศาสตร์จาก 11 หลักสูตร เหลือเพียง 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรปฐมวัย และหลักสูตรการศึกษาพิเศษ ทำให้อาจารย์ศึกษาศาสตร์ลุกขึ้นโวยว่า แล้วจะไปทำอะไร ซึ่งอาจารย์ต้องคิดว่าทำอะไร แต่อาจารย์จะไปคิดทำเหมือนเดิม ๆ นั้น ไม่ใช่ เพราะขณะดำรงตำแหน่งรองอธิการฝ่ายวิชาการอยู่ มีงานหนึ่งที่ได้ทำ อันเนื่องมาจากร้านอาหาร Daidomon ร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียง และมีสาขามากมายสาขาแห่งหนึ่งอยู่ใกล้กับวิทยาลัยพยาบาลเกื้อการุณย์ ได้บอกว่า ผู้จัดการของร้านขาดความรู้ด้านอาหารมีความต้องการให้ “สวนดุสิต” ฝึกอบรมได้หรือไม่ คำตอบ คือ ได้ โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ กอบแก้ว นางพินิจ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย และอาหารไทยชาววัง เป็นวิทยากรฝึกอบรม ทำให้เป็นจุดเริ่มต้นที่คิดว่า “สวนดุสิตขายความรู้ได้” คนอื่นอยากได้ความรู้จาก “สวนดุสิต” แล้วทำไม “สวนดุสิต” ไม่เอาความรู้ที่มีไปขาย หรือไปพัฒนาคนอื่น

จากการริเริ่มดังกล่าว จึงคิดจัดตั้งโครงการฝึกอบรมแล้วนำมาทำ แต่ขณะนั้นบุคลากรไม่ได้คิดตาม เพราะมีการจัดการศึกษาภาคสมทบ แต่ได้ทักท้วงว่าภาคสมทบไม่ได้อยู่ยั่งยืนยง สักวันหนึ่งจะหมดไป จึงน่าจะพัฒนาโครงการฝึกอบรมขึ้นมาได้ พอได้เป็นช่วงเวลาของการขยายขอบเขตการจัดการศึกษาไปยัง 23 ศูนย์การศึกษา ซึ่งแต่ละศูนย์มีกระบวนการพัฒนาการจัดการศึกษา มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบถ้วน แต่ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ฐานข้อมูลนำมาจากแหล่งใด นี่คือการกระบวนการที่พัฒนาในส่วนของ Virtual Library (Virtual Library เป็นแนวคิดในการเข้าถึงสารสนเทศ การให้บริการของห้องสมุด หรือแหล่งสารสนเทศที่อยู่ห่างไกลสามารถดึงมาเชื่อมโยงกับแหล่งสารสนเทศที่ผู้ใช้กำลังเข้าใช้บริการ โดยมีทั้งสารสนเทศที่อยู่ในรูปสิ่งพิมพ์ หรือในรูปอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นห้องสมุดเสมือนจึงเป็นที่รวมแหล่ง

สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการจัดการอย่างมีระบบ และให้บริการค้นคืนสารสนเทศแบบออนไลน์ในระบบเครือข่าย โดยที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงระยะไกลมายังห้องสมุดเพื่อสืบค้น และใช้สารสนเทศของห้องสมุด หรือเชื่อมโยงกับแหล่งสารสนเทศอื่นได้ทุกที่ในระบบเครือข่าย และสามารถใช้ได้ทุกเมื่อที่ต้องการ (Mitchell M., & Saunders M.L., 1991)

ในการดำเนินงาน Virtual Library ก็มีคำถามว่า ทำไมไม่เอาอาจารย์ที่มีคุณวุฒิด้านบรรณารักษะมาดำเนินการ แต่เลือก ดร.ชัยชนะ โพธิวาระ ที่จบด้านภาษาไทยมาดำเนินการ เพราะเอาคนที่ไม่รู้มาทำ จะทำให้ได้ความรู้ แต่ถ้าเอาคนที่รู้แล้วมาทำ จะได้ความรู้เหมือนเดิม ซึ่งไม่ยากได้ โดยในการทำเริ่มแรก ดร.ชัยชนะ ก็นำความคิดไม่ ๆ มาทำ เช่น เครื่องประดับไม้ โต๊ะไม้ เมื่อส่งแบบมาให้พิจารณา อธิการิโรจน์ยอนทั้งตะกร้าต่อหน้าให้เห็นว่าไม่เอา ต้องกลับไปศึกษาเทคนิคของการพัฒนาสื่อที่ทันสมัยจะต้องทำอย่างไร จึงออกมาเป็น Virtual Library

Virtual Library เปิดโครงการโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ นายสมศักดิ์ ปรีศนันท์กุล และมีสถาบันต่าง ๆ มาศึกษาดูงานจำนวนมาก Virtual Library เป็นผลที่ทำให้ฐานของการจัดการศึกษาที่เป็นศูนย์การศึกษา มีพัฒนาการที่ดีขึ้น รายได้จากการศึกษาขณะนั้นนำมาพัฒนาใน 2 ส่วน โดย ส่วนที่ 1 การจ้างอาจารย์ด้านบริหารธุรกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งขณะนั้นประเทศไทยอยู่ในภาวะพองสบู่วิกฤตต้มยำกุ้งบุคลากรด้านธุรกิจถูกเลิกจ้าง บริษัทปิดกิจการ แต่ “สวนดุสิต” กลับลงทุนจ้างบุคคลเหล่านี้จำนวน 285 คน เพื่อช่วยให้มีงานทำ โดยการนำมาพัฒนาแล้วส่งกลับไปอยู่ที่ศูนย์การศึกษา การพัฒนาบุคคลเหล่านี้ทำโดยการส่งไปเรียนต่อในระดับปริญญาโท และหรือปริญญาเอก จบกลับมาเป็นนักเรียนทุนของ “สวนดุสิต” ที่จบปริญญาเอก ใช้จำนวนเงินมากกว่า 600 ล้านบาท แต่การลงทุนนั้นส่งผลกลับคืนคุ้มค่าในปัจจุบัน หรือไม่ คำตอบคือ “ขาดทุน” เพราะ ROI (Return of Investment) ไม่คุ้มค่า ได้ผลตอบแทนบางส่วน ค่าความเสี่ยงสูง บุคคลผู้ที่จะคุ้มค่าการลงทุนก็ลาออก เหลือแต่คนที่ยังไม่ออก และยังไม่คุ้มค่าการลงทุน ทำให้ต้องพิจารณาว่า ถ้าหมดจากภาคสมทบจะมีอะไรเกิดขึ้น เมื่อการจัดการศึกษาแบบศูนย์การศึกษา เรียกว่า “ธุรกิจการศึกษา” ไม่เรียกว่า “ธุรกิจวิชาการ” คือ การจัดการศึกษาในรูปแบบการทำธุรกิจ โดยคำนึงถึง ROI ที่จะต้องให้กับผู้เรียน ผู้เรียนลงทุนที่จะมาเรียน แล้วผู้เรียนจะได้อะไรกลับคืนมา ผู้เรียนต้องได้คุ้มค่ากับการลงทุน “สวนดุสิต” จึงต้องมีผู้สอนครบถ้วน อุปกรณ์ พื้นที่การจัดการเรียนรู้ และหลักสูตรบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี ในเงื่อนไขเหล่านี้ จึงเป็นการจัดการศึกษาเชิงธุรกิจ

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการทำธุรกิจ คือ องค์ความรู้ ตัวอย่างเชิงประจักษ์ชัดเจน คือ Home Bakery “โฮม เบเกอรี่” เกิดขึ้นจากนักศึกษาเรียนคหกรรม ซึ่งในขณะนั้นนักศึกษาคหกรรมมีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 60 ของจำนวนนักศึกษาทั้งหมด เมื่อต้องฝึกปฏิบัติการ ต้องใช้วัตถุดิบอย่างดีในการทำคุกกี้ พาย และเบเกอรี่อื่น ๆ เมื่อทำเสร็จก็ให้อาจารย์ชิม คนใกล้ชิดชิม รวมถึงให้ผู้ปกครองชิม เมื่อผู้ปกครองได้ชิมแล้วให้ Feedback ว่าชอบ และรู้ว่าทำมาจากวัตถุดิบที่ดี จึงเกิดการนำของที่ผลิตขึ้นมาขายแล้วนำเงินมาพัฒนา “สวนดุสิต” ต่อไป (Feedback เป็นการพูดถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไปแล้วในอดีต ข้อดี คือรู้ว่าสิ่งที่ทำไป เป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี ได้ผล หรือไม่ได้ผล เป็นที่พอใจหรือไม่พอใจ แต่ Feedback ไม่ได้บอกว่าในอนาคตควรทำอย่างไรต่อไป สำหรับ Feedforward เป็นการบอกว่าในอนาคตข้างหน้าควรทำอย่างไร จึงจะดีขึ้น ตัวอย่าง Home Bakery อยากรู้ว่าที่ผ่านมา ลูกค้าพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่อย่างไร จึงสอบถามลูกค้าเพื่อขอ Feedback จากลูกค้า ปรากฏว่าลูกค้ามีความพอใจหลายอย่าง แต่มีสิ่งที่ไม่ค่อยพอใจ คือ การให้บริการของพนักงานบริการ การได้ Feedback ทำให้รู้ว่าในอดีต Home Bakery ทำอะไรได้ดี หรือไม่ดี แต่ Feedback ไม่ได้บอกว่าอนาคตควรทำอย่างไรต่อไป ดังนั้น Home Bakery จึงควรทำ Feedforward ควบคู่ไปกับการทำ Feedback เพื่อให้ได้ข้อมูลว่าอนาคตควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร ถ้าไม่เช่นนั้น หลังจากได้ Feedback ว่าการให้บริการของพนักงานไม่ดี Home Bakery ก็คาดเดาไปเรื่อยเปื่อยว่าจะแก้ปัญหายังไงดี สำหรับหลักการในการทำ Feedforward เหมือนการทำ Feedback แต่การสอบถามเพื่อขอ Feedforward ต้องถามว่า ในอนาคตถ้าจะทำให้พอใจมากยิ่งขึ้น ควรทำอย่างไร และส่วนที่ยังทำได้ไม่ถูกใจ อยากให้ทำอย่างไร ดังนั้นทุกครั้งที่ทำ Feedback ควรต้องทำ Feedforward ควบคู่กันไปด้วย (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2563)

โครงการอาหารกลางวัน 1 (ครัวสวนดุสิต) พ.ศ. 2517 ก็ดำเนินการเช่นเดียวกับ Home Bakery ในอดีต มีนักศึกษาอยู่หอพัก เมื่อมีการยกเลิกหอพัก แต่แม่ครัวยังอยู่เพราะเป็นอัตรากำลังในตำแหน่งลูกจ้างส่วนราชการ ดังนั้น แม่ครัวจึงต้องทำอาหารขาย ด้วยเหตุนี้ “สวนดุสิต” จึงไม่มีร้านขายจากภายนอกเข้ามาขายอาหาร อาหารที่ขายทั้งหมด คือฝีมือการทำของ “สวนดุสิต” (ไม่ต้องจ้างแม่ครัว เพราะแม่ครัวมีค่าจ้างตามตำแหน่งอยู่แล้ว) ผลการดำเนินงานดีมาก สามารถนำเงินรายได้จากการขายอาหารมาพัฒนา “สวนดุสิต”

เมื่อพัฒนาสิ่งใดใหม่ ๆ ขึ้นมา ต้องตั้งคำถามว่า “สวนดุสิต” เก่งจริง หรือไม่ ซึ่งอธิการบดีโรงเรียนจะถามคำถามนี้ มาโดยตลอด ถ้าถามอธิการบดีโรงเรียนว่า ท่านเป็นผู้บริหารที่เก่งจริง หรือไม่ คำตอบชัดเจนว่า ไม่เก่ง เพราะจะมีความเก่ง ได้อย่างไร ถ้าผู้เรียนมองจากมุมมองตัวตนของตนเอง ความเก่ง หรือไม่เก่งนั้น อยู่ที่มุมมองของผู้อื่น เมื่อทำอาหาร ถ้าทำอร่อยไม่ใช่ว่าผู้ทำทำแล้วชิมแล้วบอกว่าอร่อย หากแต่ผู้ที่ซื้อไปกินเป็นผู้บอกว่าอร่อย เมื่อเราคิดว่าเราเก่ง ทำอะไรก็เก่ง แต่นำสิ่งที่ทำขึ้นไปขายแล้วไม่มีคนซื้อ ในทำนองเดียวกัน การจัดการเรียนการสอน ผู้สอนก็ต้องทำให้ผู้เรียนเก่ง โดยหาวิธีการให้คือการลงมือฝึกปฏิบัติจริง

แนวคิดในการพัฒนานั้น ต้องมองหาสิ่งที่เป็นบรรทัดฐานในการคิด เมื่อมีปัญหาการใช้งบประมาณแผ่นดิน ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในแต่ละปีที่ได้รับลดลง แต่การฝึกปฏิบัติให้ผู้เรียนได้ลงมือทำต้องทำได้อย่างดี เช่น โรงแรมสวนดุสิต เพลส รัฐบาลให้งบประมาณค่าสร้างโรงแรม แต่วัสดุอุปกรณ์ต้องจัดหาเอง เพื่อให้โรงแรมเป็นที่พัก ได้จริง รายได้จริงที่เป็นกำไรเกิดจากการที่ผู้ที่เข้าพักโรงแรมได้มีการใช้หรือบริโภคสิ่งสนับสนุนการเข้าพัก นั่นคือ ถ้าโรงแรมไม่มีร้านอาหารก็จะมีกำไร ตัวอย่าง ในช่วงหนึ่งของประเทศไทย มีการลงทุนการสร้างที่พักอาศัย ของการเคหะ แต่การเคหะมีเงินเหลือจำนวนมากเพราะตลาดการซื้อบ้านอึดตัว การเคหะจึงให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา นำเงินไปสร้างหอพัก ถ้าอนุญาตให้มหาวิทยาลัยโดยเฉพาะมหาวิทยาลัยที่เป็นราชภัฏสร้างหอพัก โดยพิจารณาดอกเบี้ย ที่ถูกก็จะทำให้มหาวิทยาลัยที่เป็นราชภัฏมีหอพักสำหรับผู้เรียน มหาวิทยาลัยที่เป็นราชภัฏจึงใช้โอกาสนี้สร้างหอพัก จำนวนมาก นี่คือการฆ่าตัวตายอย่างแน่วแน่ เพราะไม่ได้พิจารณาทุกอย่างอย่างกระจ่างชัด เพราะเมื่อมีหอพัก แต่ไม่สามารถให้บริการอื่นสนับสนุนหอพักได้ หอพักต้องปิดลงแน่นอน หอพักจะคงอยู่ได้ต้องมีห้องอาหารที่เป็นส่วนของ หอพักเอง ไม่ใช่ให้ผู้ที่พักอาศัยไปหาซื้อกินเองตามยถากรรม หรือตามแต่จะเป็นไป นอกจากนี้เมื่อได้ดำเนินการสร้าง หอพักเสร็จเรียบร้อย พบว่า มหาวิทยาลัยที่เป็นราชภัฏมีเงินไม่พอที่จะผ่อนใช้คืนพร้อมดอกเบี้ย แต่ทว่า “สวนดุสิต” เป็นแห่งเดียวที่ไม่มีปัญหาดังกล่าว ทั้ง ๆ ที่หอพักตั้งอยู่ที่วิทยาเขตสุพรรณบุรี เป็นหอพักขนาด 500 ยูนิต (อาคาร ปราโมทย์ 1 ปราโมทย์ 2 ปราโมทย์ 3) เพราะมีห้องอาหารที่ขายให้ผู้ที่พักหอพัก นักศึกษาไม่สามารถออกไปหาอาหาร ทานด้านนอกหอพักได้ เพราะไม่สะดวกในการเดินทาง ดังนั้นเมื่อ “สวนดุสิต” ได้ทำอะไรที่ใหม่ ได้สร้างความรู้ใหม่ ขึ้นมาจำนวนมาก แต่มีคำถามว่า สามารถขายได้ หรือไม่ ถ้าขายได้ก็จะมีเงินสนับสนุนการลงทุนได้

อรรถบทที่ 4 “สวนดุสิต” : แนวคิดการพัฒนาธุรกิจวิชาการ

ธุรกิจวิชาการ มาจากคำว่า ธุรกิจ (น. = นาม) มีความหมายว่า การประกอบกิจการเพื่อมุ่งการค้าหากำไร และ คำว่า วิชาการ (น. = นาม) มีความหมายว่า วิชาความรู้สาขาใดสาขาหนึ่งหรือหลายสาขา (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554)

สำนักกิจการพิเศษ (Business Affairs) สร้างขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรองรับธุรกิจในการที่จะขาย องค์ความรู้ที่สร้างขึ้น มา จึงมีการให้คำจำกัดความ คำว่า “ธุรกิจวิชาการ” หมายถึง การสร้างองค์ความรู้ใหม่จากฐาน วิชาการที่มหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญ และนำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติ เพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน การอบรม การวิจัย การบริการชุมชน และการดำเนินการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2566)

การนำองค์ความรู้ทางวิชาการของมหาวิทยาลัยมาดำเนินการทางธุรกิจ และนำผลมาพัฒนางานทางวิชาการให้ สมบูรณ์ได้ นอกจากนี้ยังจะก่อให้เกิดรายได้ และผลตอบแทนที่จะนำมาสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยต่อไป

ทั้งนี้ แต่เดิมสำนักกิจการพิเศษ ใช้คำในภาษาอังกฤษว่า The Office of Special Affairs แล้วจึงเปลี่ยนมาใช้ให้ตรงความหมายของธุรกิจ จึงเปลี่ยนการใช้คำในภาษาอังกฤษเป็น The Office of Business Affairs เพื่อเป็นการนำองค์ความรู้ทางวิชาการของมหาวิทยาลัยมาดำเนินการทางธุรกิจ และนำผลมาพัฒนางานทางวิชาการให้สมบูรณ์ และทำธุรกิจให้ได้ดี นอกจากนี้ยังจะก่อให้เกิดรายได้ และผลตอบแทนที่จะนำมาสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยต่อไป (Enterprise (n.) มีความหมายว่า กิจการ โครงการ การริเริ่ม การเสี่ยง, Entrepreneur (n.) มีความหมายว่า นักธุรกิจ นักลงทุน ผู้บริหารกิจการ นักลงทุนทางการเงิน, Business (n.) มีความหมายว่า ธุรกิจ การค้า, On Business มีความหมายว่า ในธุรกิจ โดยหน้าที่, Academic (adj.) มีความหมายว่า เกี่ยวกับวิชาการ ด้านวิชาการ ทางวิชาการ, Affair (n.) มีความหมายว่า ธุรกิจ เรื่อง การงาน (พจนานุกรม อังกฤษ-ไทย, 2566)

ศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development Centre: HCD) สร้างขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นผู้ขายองค์ความรู้ให้สำนักกิจการพิเศษอีกส่วนหนึ่ง โดยสามารถดำเนินการได้อย่างดี มีกำไรความสำเร็จจากการลงทุน อาคารของศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์สร้างขึ้นจากรายได้ของศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์ อย่างไรก็ดี ในช่วงปีที่ผ่านมาเริ่มมีการขาดทุน

“สวนดุสิต” ใช้คำว่า ธุรกิจวิชาการ เพื่อขายองค์ความรู้ของ “สวนดุสิต” ในรูปแบบการประชุมวิชาการ การสัมมนา การฝึกอบรม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ อาทิ การขายองค์ความรู้เรื่อง การบริหารงานตามวัตถุประสงค์ Management by Objectives: MBO) องค์การสมรรถนะสูง (High Performance Organization: HPO) Balanced Scorecard เครื่องมือวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ประเมินผลการดำเนินงานจาก 4 มุมมองของ BSC ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการ การเรียนรู้ และเติบโต

นอกจากขายองค์ความรู้แล้ว ธุรกิจวิชาการ ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ โดยให้นักศึกษาได้ฝึกงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม มีผู้ที่เข้าใจความหมายของธุรกิจวิชาการผิดพลาด โดยเข้าใจในความหมายว่า “เรียนครบจบแน่” ซึ่งในแท้ที่จริงแล้วก็ไม่มีสถาบันการศึกษาใดที่ให้นักศึกษาที่เรียนไม่ครบแล้วสามารถจบการศึกษาได้ เพราะคำว่าเรียนครบส่วนหนึ่ง หมายถึง นักศึกษาก็ต้องจ่ายค่าเล่าเรียนครบด้วยถึงสามารถจบการศึกษาได้

เมื่อผู้ซื้อต้องซื้อสินค้าในเงื่อนไขของสินค้าที่มีคุณภาพ ถ้ามองการจัดการศึกษาในทุกวันนี้ แล้วตั้งคำถามว่า ถ้าหลักสูตรแต่ละหลักสูตรทำตามความคิดเห็นของเจ้าของหลักสูตร อะไรจะเกิดขึ้น คำตอบคือ มหาวิทยาลัยจะขาดทุนอย่างแท้จริง หลักสูตรทุกหลักสูตรต้องพัฒนาตามเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยกำหนดขึ้น เพราะมหาวิทยาลัยได้คิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนแล้ว เพื่อพัฒนาทุกด้านให้สมบูรณ์แบบ อาจารย์อย่าไปคิดเพียงว่าต้องเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ นั่นคือตัวของอาจารย์คิด ไม่ใช่มหาวิทยาลัยคิด มหาวิทยาลัยคิดอย่างเป็นระบบ ไม่ได้คิดเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่ง มหาวิทยาลัยคิดจากองค์ประกอบที่หลากหลาย และการบูรณาการร่วมกันทำให้เกิดความคิดขึ้นมา ถ้าอาจารย์คิดตามแนวคิดของตนเอง สิ่งที่ไม่พ้น นั่นคือ ตัวของอาจารย์เอง ถ้าอาจารย์ไม่ไขว่คว้า หาประสบการณ์ อาจารย์ก็จะคิดเข้าข้างตนเองว่า ได้ทำดีแล้ว ได้พัฒนาแล้ว แต่ไม่ได้คิดว่าทุกอย่างไม่ใช่เช่นที่อาจารย์คิด

เมื่อมีการพัฒนามหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับ มีการกล่าวถึงการดำเนินงานธุรกิจของมหาวิทยาลัยในรูปแบบ Holding Company, Spin-off-Company, Enterprise (เช่น CU Enterprise) (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ผู้อำนวยการกองกฎหมาย ได้เรียนถามอธิการบดีโรจน์ว่า “สวนดุสิต” จะดำเนินการในรูปแบบดังกล่าว หรือไม่ คำตอบคือ อธิการบดีโรจน์ได้คิดรูปแบบทั้งหมดไว้ก่อนแล้ว กล่าวคือ รูปแบบ Holding Company คือ การตัดออกจากเงื่อนไขของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้อง แต่ทว่า งบประมาณจะนำมาแหล่งใด CU Enterprise ใช้งบประมาณ 200 ล้านบาท ซึ่งขอบริจาคได้ภายในไม่กี่สัปดาห์ โดยศิษย์เก่าให้เงินเป็นกองทุน เมื่อหันกลับมามอง “สวนดุสิต” การขอเงินประมาณ 20 ล้านบาท ยังเป็นการยากมากที่จะขอได้ อาทิ การขอเงินจากมูลนิธิ 60 ปี การเรียน สวนดุสิต มาเป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัย สวนดุสิต เพื่อจะมาเป็นงบประมาณ ประเด็นรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจของมหาวิทยาลัยคิดมานานแล้ว เหตุผลที่ตั้ง “สำนักกิจการพิเศษ” อีกประการหนึ่งก็คือ การแทนที่ Holding Company อย่างไรก็ดีตาม งบประมาณส่วนหนึ่งของ

มหาวิทยาลัย ตั้งเป็นงบรายได้ที่มาจากงบประมาณแผ่นดิน จึงไม่สามารถใช้ Holding Company ที่ตัดออกจากเงื่อนไขของมหาวิทยาลัยได้

จากบทความของเกรลี มโนภิเวศ (2566) เรื่อง การจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งคอมพานี (Holding Company) เพื่อเข้าร่วมกิจการร่วมลงทุน หรือเข้าถือหุ้นกับเอกชนในรูปแบบของหน่วยธุรกิจ (Spin-off Company หรือ IDE Spin Off) เพื่อนำผลงานวิจัยเทคโนโลยี และนวัตกรรมไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ พบว่า (หน้า 3) สภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติได้มีมาตรการกระตุ้นให้เกิดวิสาหกิจฐานนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise: IDEs) ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างรัฐ และเอกชนในธุรกิจนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานในระบบวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ด้วยการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งคอมพานี (Holding Company) หรือสนับสนุนการก่อตั้งหน่วยธุรกิจ (Spin-off Company, IDE Spin off)

(หน้า 3) บริษัทโฮลดิ้งคอมพานี คือ บริษัทที่มีการประกอบธุรกิจ โดยมีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก และไม่มีการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญเป็นของตนเอง ซึ่งอาจเป็นการลงทุนในบริษัทในประเทศ หรือต่างประเทศ ปัจจุบันมีการจัดตั้งโฮลดิ้งคอมพานี (Holding Company) โดยมหาวิทยาลัย และหน่วยงานในระบบวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมขึ้นหลายแห่ง อาทิ บริษัท ซียู เอ็นเทอร์ไพรส์ จำกัด ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บริษัท อ่างแก้ว โฮลดิ้ง จำกัด ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บริษัท เอ็ม เวเนเจอร์ จำกัด ของมหาวิทยาลัยมหิดล และบริษัท นาสต้า โฮลดิ้ง จำกัด ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อให้บริษัทที่จัดตั้งขึ้นสามารถเข้าร่วมกิจการ ร่วมลงทุน หรือเข้าถือหุ้นกับเอกชนในธุรกิจ Start-up เกี่ยวกับกิจการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม โดยโฮลดิ้งคอมพานีอาจจัดตั้งหน่วยธุรกิจในรูปแบบ Spin-off Company หรือ IDE Spin Off เพื่อนำผลงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่โฮลดิ้งคอมพานีมีอยู่ หรือที่เกิดจากการดำเนินงานของบุคลากรของมหาวิทยาลัย หรือของหน่วยงานในระบบวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมมาให้ Spin-off Company หรือ IDE Spin Off พัฒนาต่อ และนำเอาเทคโนโลยีนั้นไปใช้ให้เกิดผลกำไร

(หน้า 6) อย่างไรก็ดี ปัจจุบันการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวของมหาวิทยาลัย และหน่วยงานในระบบวิทยาศาสตร์ฯ ยังมีประเด็นเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ และกรอบวัตถุประสงค์ตามกฎหมายจัดตั้งมหาวิทยาลัย หรือกฎหมายจัดตั้งหน่วยงานในการดำเนินการจัดตั้งบริษัท การเข้าร่วมกิจการ ร่วมลงทุน หรือเข้าถือหุ้นกับเอกชนใน หรือกับบริษัทอื่น และประเด็นตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติการร่วมลงทุนระหว่างรัฐ และเอกชน พ.ศ. 2562 ส่วนกรณีของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐนั้น กฎหมายจัดตั้งมหาวิทยาลัยแต่ละฉบับต่างก็มีบทบัญญัติดังกล่าวแตกต่างกัน ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน หรือไม่มีบทบัญญัติดังกล่าว

ศูนย์บริการสื่อ และสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์ก็ไม่สามารถดำเนินงานในรูปแบบ Holding Company ได้ เพราะในการลงทุนต้องจัดซื้อเครื่องพิมพ์มีมูลค่า 50 ล้านบาท สำหรับโรงงานแปรรูปอาหาร มีเงินลงทุนประมาณ 200 ล้านบาท ถ้าใช้รูปแบบ Holding Company หรือ Enterprise ต้องมีการดำเนินงานในรูปแบบของโรงงานอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้ติดเงื่อนไขมากมาย อาทิ พื้นที่ตั้งโรงงาน เครื่องจักร เครื่องมือ ต้องมีการขออนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม แม้กระทั่งเงินลงทุน ซึ่งโรงงานแปรรูปอาหารใช้เงินลงทุนส่วนที่เป็นงบประมาณแผ่นดิน และส่วนที่ “สวนดุสิต” ไปดำเนินการ บริษัท Trading เพื่อช่วยในการขาย ซึ่งบริษัท Trading เป็นลักษณะธุรกิจซื้อมา-ขายไป โดยเจ้าของธุรกิจเองไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างโรงงาน ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในการผลิตสินค้านั้น ๆ ก็ได้ (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2565) เพราะดำเนินธุรกิจ โดยการซื้อสินค้ามาขายต่อให้แพงขึ้นเพื่อทำกำไรจากส่วนต่างซึ่งขณะนี้กรมสรรพากรก็จะเก็บภาษีเช่นเดียวกับ Home Bakery ที่ต้องเสียภาษีอย่างถูกต้อง แม้ว่า “สวนดุสิต” มีความต้องการที่จะดำเนินงานธุรกิจของมหาวิทยาลัยในรูปแบบ Holding Company หรือ Enterprise เพราะไม่ต้องการกำกับดูแล โดยหน่วยงานของรัฐบาล หรือส่วนราชการที่เป็นหน่วยงานอิสระ เช่น สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) หรือแม้แต่สภามหาวิทยาลัย (ซึ่งเป็นได้เพียงคณะกรรมการให้ความคิดเห็น) และมีอิสระในการพัฒนา แต่ทว่า “สวนดุสิต” ไม่มีเงินสะสมมากมาย

ขนาดนั้น ดังนั้น “สวนดุสิต” จึงไม่ต้องไปทำตามรูปแบบการดำเนินงานใด ๆ เพียงแต่ “สวนดุสิต” ต้องคิดให้เร็วกว่า และลงมือทำได้

จะเห็นได้ว่าสิ่งที่ “สวนดุสิต” ทำเป็นเชิงธุรกิจแต่ไม่ได้เป็นธุรกิจที่สมบูรณ์ ยังเป็นกึ่งกึ่งอยู่ แต่สามารถดำเนินการให้สมบูรณ์ได้ในตัวตนของ “สวนดุสิต” นอกจากนี้ยังเป็นการลงทุนที่ถูกต้องและตรวจสอบได้

อรรถบทที่ 5 “สวนดุสิต” : Wealth Organization

ถ้ามหาวิทยาลัย “สวนดุสิต” ไม่ทำกิจการธุรกิจ หรือธุรกิจวิชาการ อะไรจะเกิดขึ้น คำตอบคือ ความถดถอย (Decline) สถานการณ์ที่ศักยภาพในการดำเนินงาน และทรัพยากรหลักของ “สวนดุสิต” ลดน้อยลงกว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมา “สวนดุสิต” ไม่สามารถส่งเสริมการจ้างงานที่สูงขึ้นได้ เช่น เมื่อมหาวิทยาลัยมีการเปลี่ยนแปลงการจ้าง สัญญาจ้างของบุคลากรให้เป็นสัญญาระยะสั้น บุคลากรหลายคนเห็นว่าทำให้ขาดความมั่นคง ความมั่นคงเกิดขึ้นเพราะการทำสัญญาแบบระยะยาวจริงหรือ หรือนั่นคือ ความมั่นคงเฉพาะตนของบุคคลนั้น ๆ ถ้าพิจารณาสิ่งที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าระยะเวลาที่บอกความมั่นคงที่ผ่านมานั้น ได้ทำอะไร หรือไม่ อาทิ มหาวิทยาลัยมีบุคลากรจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 50 ของบุคลากรทั้งหมดที่จะสามารถเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และหรืออาจารย์ประจำหลักสูตรได้เพราะบุคลากรมีความมั่นคงเฉพาะตน ท่านทราบ หรือไม่ว่าตอนนี้แท่งเงินเดือนไม่มีแล้ว เพราะได้เปลี่ยนเป็นช่วงของเงินเดือน ดังนั้นผู้ที่ถูกจ้างงานในระยะหลังจะมีเงินเดือนสูงกว่าผู้ที่ถูกจ้างงานระยะแรก ๆ สัญญาระยะสั้นดีกว่า เมื่อบุคลากรสามารถพัฒนาตนให้มีศักยภาพในการทำงานที่สูงขึ้น เงินเดือนค่าจ้างก็จะถูกปรับขึ้นตามสัญญาที่ต่อไปในแต่ละครั้ง มิเช่นนั้นจะไม่มีโอกาสได้ขึ้นเงินเดือน

“สวนดุสิต” เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับ ดังนั้นถ้าบุคคลนั้นทำงานได้ประสิทธิภาพประสิทธิผลเท่าเดิม เงินเดือนก็จะไม่ถูกปรับขึ้น มหาวิทยาลัย “สวนดุสิต” เป็น “Privatization” ในคำภาษาอังกฤษ (Privatization หรือ Corporatization คือ Autonomous University การที่จะพยายามจะจัดการ และดูแล รวมไปถึงการดำเนินการให้การศึกษาระดับอุดมศึกษามีลักษณะที่ดีดำเนินการในรูปแบบของเอกชน ในรูปแบบของคณะกรรมการ ในรูปแบบที่ให้มหาวิทยาลัยมีความเป็นอิสระ มีความคล่องตัวในการจัดการบริหาร ไม่เป็นระบบราชการ (ตรุณศักดิ์ ตติยะลาภะ, 2554) แต่ถ้ามีคำถามว่า จะพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ ได้อย่างไร จะถามกลับไปว่า แล้วทำไมจึงพัฒนาไม่ได้ ปัญหาอยู่ที่ใด ตัวอย่างการพัฒนาตนเองของอธิการบดีโรจน์ จบการศึกษาด้านรีโมตเซนซิง (Remote Sensing) ทางภูมิศาสตร์ แต่เป็นอาจารย์เพียง 3 เดือน และไม่สอนหนังสือ แม้ว่าจะได้เรียนด้านที่เกี่ยวกับผู้บริหารมาบ้าง แต่ก็ระบบที่แตกต่างกัน สิ่งที่เรียนจบมานำไปใช้ในการเป็นวิทยากรให้ผู้อื่นเพียงอย่างเดียว สิ่งที่เรียนรู้ใหม่พัฒนาใหม่จึงเกิดขึ้นเพิ่มทุกวัน ต้องคิดให้ทันกับเด็กรุ่นใหม่ ฟังเพลง BTS ศิลปินกลุ่มวง K-POP ของประเทศเกาหลี เพราะต้องมีความรู้ที่จะพูดคุยกับเด็กรุ่นใหม่ เช่นเดียวกับหลักสูตรใหม่ที่เกิดขึ้น แต่วิธีการคิด วิธีการทำ ยังเป็นแบบเดิม จึงไม่สร้างความรู้ใหม่ขึ้น “สวนดุสิต” มีอาจารย์จำนวนมากกว่ามหาวิทยาลัยหลาย ๆ แห่ง ดังนั้นควรจะมีหลักสูตรที่จัดการศึกษามากกว่า 42 หลักสูตร แต่กลับกลายเป็นว่าหลาย ๆ แห่ง มีหลักสูตรที่จัดการศึกษามากกว่า

“รีโมตเซนซิง (Remote Sensing)” เป็นศัพท์วิชาการ ใช้ครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกาปี ค.ศ. 1960 มีความหมายรวมถึงการทำแผนที่ การแปลภาพถ่าย ธรณีวิทยาเชิงภาพถ่าย และศาสตร์สาขาอื่น ๆ ดังนั้นคำจำกัดความของรีโมตเซนซิงในช่วงปี ค.ศ. 1960 คือ “การใช้พลังงานแม่เหล็กไฟฟ้า” (Electromagnetic Radiation) ในการบันทึกภาพสิ่งที่อยู่โดยรอบ ซึ่งสามารถนำภาพมาทำการแปลตีความ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ Remote Sensing เป็นวิทยาศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีแขนงหนึ่งของการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุ พื้นที่ หรือปรากฏการณ์จากอุปกรณ์บันทึกข้อมูล (Remote Sensor) โดยมีได้สัมผัสกับวัตถุ หรือพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้อาศัยคลื่นแสงที่เป็นพลังงานแม่เหล็กไฟฟ้าเป็นสื่อในการได้มาของข้อมูลที่แสดงคุณสมบัติของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าใน 3 ลักษณะ คือ ช่วงคลื่น (Spectral) รูปทรงสัณฐานของวัตถุบนพื้นผิวโลก (Spatial) และการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลา (Temporal) โดยข้อมูลที่

ได้รับถูกนำมาจัดการ ทำการวิเคราะห์ และแปลตีความหมายของข้อมูล เพื่อให้ได้ผลผลิตที่สามารถนำมาใช้ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ (มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566)

ทำไมต้องใช้คำว่า “ธุรกิจวิชาการ” เพราะ “สวนดุสิต” ต้องการองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้น ไม่ต้องการความร่ำรวยของมหาวิทยาลัย เป้าหมายของมหาวิทยาลัย คือ “ความมั่งคั่ง” ของมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่ได้หมายถึง ความมั่งคั่งทางการเงิน แต่ Wealth Organization คือ ความมั่งคั่งทางวิชาการ ความคิด ความรู้ แล้วในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนให้ทั้งมหาวิทยาลัยเป็น องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เพื่อให้เกิดทักษะในการขายวิชาการ “สวนดุสิต” ไม่ได้ขายความชำนาญ หรือความถนัดที่มี แต่ขายในสิ่งที่คนอื่นเขาไม่รู้ ขายในสิ่งที่คนอื่นเขาพัฒนาได้ยาก แต่ “สวนดุสิต” สามารถพัฒนาได้ก่อน ดังนั้นการลงทุนการพัฒนาตนเอง เป็นการลงทุนอย่างหนึ่งเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างชัดเจน เช่น บุคลากรหลากหลายคนที่ถูกเลือกให้ทำหน้าที่ในงานต่าง ๆ ทำให้มีการปรับเงินเดือนตามภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ และความรู้ที่มีอยู่ในงาน เมื่อ รองศาสตราจารย์ ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์ ได้ถามว่า ถ้าอธิการบดีโรจน์กลับมาเป็นอาจารย์อีกครั้ง จะทำอะไร คำตอบคือ ดีใจที่สุด เพราะสมัยหนึ่งเงินเดือนติดขั้นอยู่ 6 ปี เพราะเงินเดือนจะได้ขึ้นตามโอกาสที่ได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง (CMG Associate Christian Knapp on LinkedIn (2022) ได้กล่าวถึง Wealth Organization ดังนี้ An organization’s worth-its wealth-includes far more than financial and physical capital. Producing valuable goods and services requires more than money and machines. It requires people. As this point has become more widely recognized, interest has increased in improving human capital within organizations. Commonly, we think of human capital as the enhancement of employee capabilities. For example, employers may enhance their human capital by providing employees with college tuition subsidies or in-house skills training.)

อรรถบทที่ 6 “สวนดุสิต” : SDU Directions: SMALL but SMART

วิธีการที่บุคลากรจะคิดอะไรให้เกิดการพัฒนา นั่นคือ การมองดูว่า อธิการบดีโรจน์คิดอะไร เป็นที่มาของ “SDU Directions: SMALL but SMART” (มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2566) ที่มีความสำคัญในการเป็นกลไกหลักของการหลอมรวมธุรกิจวิชาการให้พัฒนาไปสู่เป้าหมายที่ชัดเจนได้ เช่นเดียวกับ Jigsaw แต่ไม่ได้เป็นการต่อ Jigsaw ที่เริ่มจากตัวมุม หรือตัวด้านข้างแต่เป็น “Jigsaw ที่เริ่มจากตัวกลาง” เพื่อให้บุคลากรทั้งหมดของมหาวิทยาลัยต่อ Jigsaw ต่อไปได้ทั้ง 4 ทิศ ซึ่งจะต่ออย่างไรก็ได้ ถ้าต่อ Jigsaw เป็นก็จะเติบโตขึ้นไปเรื่อย ๆ แล้วเป็น Jigsaw ที่สมบูรณ์แบบ แต่ถ้าไปนึกถึง Jigsaw ที่มองเห็นภาพสุดท้าย อธิการบดีโรจน์กล่าวว่า “ถ้าท่านมองเห็นภาพอนาคตได้ แสดงว่าท่านไม่มีอนาคต” เพราะอนาคตได้หมดไปแล้ว

เมื่อได้ใช้คำว่า “Survival” แล้ว ต่อจากนั้นควรใช้คำว่าอะไร นั่นคือ “Beyond Survival” เน้นความอยู่รอดแล้วใช้คำว่า “The Day After Tomorrow” เพราะ Tomorrow อยู่ในปัจจุบัน เมื่อได้คิดในส่วนของ “The Day After Tomorrow” บวกกับ “SDU Directions: SMALL but SMART” ก็จะไปอยู่ในส่วนของ “Beyond Survival” ดังนั้นธุรกิจวิชาการจึงไม่ได้มีความหมายเฉพาะเพียงการทำธุรกิจเชิงวิชาการ แต่หมายถึง กระบวนการคิดในการที่จะอยู่รอดอย่างมั่นคง เฉกเช่นองค์การธุรกิจ “Victory Belongs To The Most Tenacious ชัยชนะเป็นของผู้ที่ยืนหยัดที่สุด” Woods J., (2022) The Statement “Victory Belongs to the Most Tenacious” Is Stenciled Onto the Inside of the Stands on Court Philippe-Chatrier, The Center Court at the Stade Roland Garros.

บทวิเคราะห์ วิจัย และข้อเสนอแนะ

จากการอธิบายธุรกิจวิชาการ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่กล่าวมาตามบทนำและเนื้อหาทั้ง 6 อรรถบท เมื่อนำไปสู่บทวิเคราะห์ วิจัย และข้อเสนอแนะที่มหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้

ได้จริงใน 2 คำถาม ดังนี้ คำถามที่ 1 ทำไมมหาวิทยาลัยควรทำกิจการธุรกิจ (Why University Should do Business Enterprise?) คำถามที่ 2 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจของมหาวิทยาลัย (Explain an Idea of University Business)

ข้อมูลคำตอบของคำถามที่ 1 พบว่า มหาวิทยาลัยทำกิจการธุรกิจด้วยเหตุผลหลายประการ ดังนี้

1) ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Sustainability) : กิจการธุรกิจสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ซึ่งรายได้นี้สามารถนำไปใช้ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การวิจัย คณาจารย์ และบริการนักศึกษา โดยคำว่า Financial (adj.) มีความหมายว่า ทางการเงิน เกี่ยวกับการเงิน เกี่ยวกับการคลัง

2) การทำให้ความรู้เป็นธุรกิจการค้า (Knowledge Commercialization) : มหาวิทยาลัยอยู่ในระดับแนวหน้าของการวิจัย และนวัตกรรม กิจการธุรกิจช่วยให้ขายทรัพย์สินทางปัญญา และผลการวิจัยที่สามารถเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือเทคโนโลยีที่นำเข้าสู่ตลาดได้ นำไปสู่ผลประโยชน์ทางการเงินสำหรับมหาวิทยาลัย และนำไปสู่การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ โดยคำว่า Commercialization (n.) มีความหมายว่า การทำให้เป็นธุรกิจการค้า

3) การพัฒนาเพิ่มพูนประสบการณ์ทางการศึกษา (Enhancing Educational Experience) : มหาวิทยาลัยสามารถมอบโอกาสการเรียนรู้ภาคปฏิบัติ และประสบการณ์จริงให้กับนักศึกษา ซึ่งอาจรวมถึงการฝึกงาน โปรแกรมสหกิจศึกษา ความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการ และความร่วมมือทางอุตสาหกรรม ประสบการณ์เหล่านี้จะช่วยเพิ่มพูนทักษะการทำงาน และการจ้างงาน โดยคำว่า Enhancing (vt.) มีความหมายว่า ทำให้สูงขึ้น เพิ่มพูน พัฒนา ยกระดับ

4) ความร่วมมือของอุตสาหกรรม (Industry Collaboration) : การมีส่วนร่วมของภาคอุตสาหกรรมกับมหาวิทยาลัยสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ส่งเสริมความร่วมมือ และการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัยกับโลกธุรกิจ ความร่วมมือนำไปสู่การสนับสนุนทุนวิจัย การเข้าถึงทรัพยากร และการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในสภาพแวดล้อมที่เป็นจริง โดยคำว่า Collaboration (n.) มีความหมายว่า ความร่วมมือ การช่วยเหลือ

5) ความหลากหลายของแหล่งที่มาของรายได้ (Diversification of Revenue Sources) : มหาวิทยาลัยต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนหลายแหล่ง รวมถึงเงินทุนของรัฐบาล ค่าเล่าเรียน และการบริจาค กิจการธุรกิจช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถมีแหล่งที่มาของรายได้ที่หลากหลาย ช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินและสร้างความมั่นคงในการระดมทุน โดยคำว่า Diversification (n.) มีความหมายว่า การกระจาย ความหลากหลาย

สรุปได้ว่า กิจการธุรกิจทำให้มหาวิทยาลัยสามารถสร้างรายได้ นำความรู้ไปขายในเชิงการค้า ส่งมอบโอกาสการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม และสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนทางการเงิน เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาวิทยาลัยและความสามารถในการบรรลุพันธกิจที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้

ข้อมูลคำตอบของคำถามที่ 2 พบว่า แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจของมหาวิทยาลัย มีดังนี้

1) การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการออกใบอนุญาต หรือการจดสิทธิบัตร (Technology Transfer and Licensing) : มหาวิทยาลัยทำการวิจัยที่นำไปสู่เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรม และทรัพย์สินทางปัญญา ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการออกใบอนุญาต หรือการจดสิทธิบัตร มหาวิทยาลัยสามารถทำการค้าสิ่งประดิษฐ์ได้โดยการร่วมมือกับภาคธุรกิจ หรือการก่อตั้งหน่วยธุรกิจที่สามารถให้สิทธิ์ใช้งานเทคโนโลยีแก่บริษัทภายนอก โดยให้ผลตอบแทนทางการเงินแก่มหาวิทยาลัยในรูปของค่าลิขสิทธิ์ ตัวอย่างธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ งานวิจัย และลิขสิทธิ์ทางปัญญา

2) การศึกษาต่อเนื่องและการพัฒนาวิชาชีพ (Continuing Education and Professional Development) : มหาวิทยาลัยสามารถเสนอหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่อง และหรือหลักสูตรการพัฒนาวิชาชีพเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานที่ต้องการเพิ่มพูนทักษะ หรือศึกษาต่อ รวมถึงการประชุมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนา หลักสูตรประกาศนียบัตร หลักสูตรออนไลน์ และหลักสูตรการศึกษาสำหรับผู้บริหาร ด้วยการให้โอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตัวอย่างธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ ศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์

3) ร้านหนังสือและผลิตภัณฑ์ (Campus Bookstores and Merchandise) : มหาวิทยาลัยมีร้านหนังสือ ตำราเรียน เอกสารประกอบการเรียน ผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัย เช่น เครื่องแต่งกาย ของที่ระลึก และสินค้าชุมชน รายได้จาก

ร้านหนังสือ และผลิตภัณฑ์ นำไปสู่ความยั่งยืนทางการเงินของมหาวิทยาลัย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ตัวอย่างธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ ศูนย์หนังสือ ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์

4) บริการให้คำปรึกษา และการวิจัย (Consulting and Research Services) : มหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญมากมายในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่สามารถให้บริการให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจ หน่วยงานรัฐบาล และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร รวมถึงการวิจัยตลาด การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาความเป็นไปได้ การวิเคราะห์นโยบาย และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในสาขา โดยมหาวิทยาลัยสามารถจัดหาแหล่งรายได้เพิ่มเติม และส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ตัวอย่างธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ ศูนย์บริการทดสอบทางวิชาการสวนดุสิต สวนดุสิตโพล

5) โครงการบ่มเพาะ และความผู้ประกอบการ (Incubators and Entrepreneurship Programs) : เพื่อสนับสนุนนักศึกษา คณาจารย์ และศิษย์เก่าในการทำกิจการของตนเอง (Startup) ในจัดหาทรัพยากร การให้คำปรึกษา โอกาสในการสร้างเครือข่าย และการเข้าถึงเงินทุน มหาวิทยาลัยสามารถสนับสนุนนวัตกรรม การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างงาน ตัวอย่างธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ โฮมเบเกอร์ ครั้วสวนดุสิต โรงแรมสวนดุสิต เฟลส โรงงานแปรรูปอาหาร

มหาวิทยาลัยสามารถดำเนินธุรกิจของมหาวิทยาลัยตามแนวคิดทางธุรกิจที่กล่าวข้างต้น การริเริ่มธุรกิจของมหาวิทยาลัยอาจมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับจุดแข็ง ทรัพยากร โอกาส และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย

บทสรุป

กระบวนการคิดทั้งหมดมาจากมุมมองที่ทำ โดยสิ่งที่ทำโดยส่วนใหญ่จะย้อนกลับไปสู่แนวทางการพัฒนา กระบวนการพัฒนาจากวิทยาลัยครูสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ประกอบด้วย กระบวนการการพัฒนาตามพระราชบัญญัติ เรียกว่า “การพัฒนาตามกฎหมาย” และแนวคิดของการพัฒนา เรียกว่า “การปฏิบัติ”

กลไกที่เป็นพื้นฐานของการพัฒนา คือ คิด และทำที่แตกต่างจากคนอื่น “จุดเริ่มต้น” ของการวางรากฐานทาง “ธุรกิจ” ที่เป็นแนวคิดทางธุรกิจ คือ โรงแรมสวนดุสิตเฟลส เพื่อใช้เป็นแหล่งเรียนรู้การฝึกประสบการณ์สมบูรณแบบของนักศึกษา

“เอาตัวให้รอด” “Survival” เป็นปรัชญาของสวนดุสิต เพื่อให้มองว่า ถ้าเมื่อคิดจะทำอะไรแล้ว ก็ต้องคิดตัวต่อให้ได้ว่าทำอะไร และทำอย่างไรจึงจะรอด

“สวนดุสิตขายความรู้ได้” คนอื่นอยากได้ความรู้จาก “สวนดุสิต” แล้วทำไม “สวนดุสิต” ไม่เอาความรู้ที่มีไปขาย หรือไปพัฒนาคนอื่น สำนักกิจการพิเศษสร้างขึ้นมารับรองรับธุรกิจที่จะขายองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นเป็นจุดเริ่มต้นของคำว่า “ธุรกิจวิชาการ” โดยมีความหมายว่า การสร้างองค์ความรู้ใหม่จากฐานวิชาการที่มหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญ และนำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติ เพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน การอบรม การวิจัย การบริการชุมชน และการดำเนินการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

“สวนดุสิต” ใช้คำว่า ธุรกิจวิชาการ เพื่อขายองค์ความรู้ของในรูปแบบการประชุมวิชาการ การสัมมนา การฝึกอบรม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ นอกจากนี้ ธุรกิจวิชาการยังเป็นแหล่งเรียนรู้ให้นักศึกษาได้ฝึกงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

“สวนดุสิต” ไม่ต้องไปทำตามการดำเนินงานธุรกิจของมหาวิทยาลัยในรูปแบบ Holding Company, Spin-off Company, Enterprise ใด ๆ เพียงแต่ว่า “สวนดุสิต” ต้องคิดให้เร็วกว่า และลงมือทำได้

กิจการธุรกิจทำให้มหาวิทยาลัยสามารถสร้างรายได้ นำความรู้ไปขายในเชิงการค้า ส่งมอบโอกาสการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม และสร้างความมั่นคง และความยั่งยืนทางการเงิน เพื่อส่งเสริม และสนับสนุน การพัฒนามหาวิทยาลัย และความสามารถในการบรรลุพันธกิจที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้

เป้าหมายของ “สวนดุสิต” คือ Wealth Organization ความมั่งคั่งทางวิชาการ ความคิด ความรู้ เพื่อให้เกิดทักษะในการขายวิชาการ “สวนดุสิต” ไม่ได้ขายความชำนาญ หรือความถนัดที่มี แต่ขายในสิ่งที่คนอื่นเขาไม่รู้ ขายในสิ่งที่คนอื่นเขาพัฒนาได้ยาก และช้า แต่ “สวนดุสิต” สามารถพัฒนาได้ก่อน และรวดเร็ว

“The Day after Tomorrow” ผสมกับ “SDU Directions: SMALL but SMART” จะเป็นส่วนหนึ่งของ “Beyond Survival” ดังนั้น ธุรกิจวิชาการจึงไม่ได้มีความหมายเฉพาะเพียงการทำธุรกิจเชิงวิชาการ แต่หมายถึงกระบวนการคิดในการที่จะอยู่รอดอย่างมั่นคง เพื่อให้เหนือความอยู่รอด

เอกสารอ้างอิง

- เกวลี มโนภินิเวศ. (2566). การจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งคอมพานี (Holding Company) เพื่อเข้าร่วมกิจการร่วมลงทุน หรือเข้าถือหุ้นกับเอกชน ในรูปแบบของหน่วยธุรกิจ (Spin-off Company หรือ IDE Spin off) เพื่อนำผลงานวิจัยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ไปต่อยอดเชิงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <http://web.krisdika.go.th/pdfPage.jsp?type=act&actCode=13845>.
- คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา. (2565). ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.ops.go.th/th/ches-downloads/edu-standard/item/6942-2022-07-22-03-17-22>.
- ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ. (2554). มหาวิทยาลัยไทยในยุคทุนนิยม โลกาภิวัตน์: จุดปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทาย. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 1(2), 22.
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2565). เจาะลึกรูปแบบธุรกิจญี่ปุ่น (3)-ธุรกิจ Trading. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <http://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/tips-for-you/japanese-business-trading.html>.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. (2554). ธุรกิจ วิชาการ. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://dictionary.orst.go.th/>.
- พจนานุกรม อังกฤษ-ไทย. (2566). Affair. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.online-english-thai-dictionary.com/?word=affair&d=1&m=0&p=1>.
- มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2566). บทที่ 1 ความหมาย คำจำกัดความ และแนวคิดพื้นฐานของการสำรวจข้อมูลจากระยะไกล. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก https://conf.agi.nu.ac.th/agmis/download/publication/451_file.pdf.
- มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (2559). จากงานชุมนุมแม่บ้าน สู่งาน “สวนดุสิต ครีวของแผ่นดิน”. SDU Timeline. (มิถุนายน-สิงหาคม, 4). สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.dusit.ac.th/home/wp-content/uploads/2016/09/Time-Line-.pdf>.
- มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (2566). ทิศทางของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต: จิ๋ว แต่แจ๋ว (ฉบับทบทวน) พ.ศ. 2566-2567 (SDU Directions: SMALL but SMART (Revised version) 2023-2024). สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.dusit.ac.th/home/2023/1103420.html>.
- มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (2566). ประวัติของสำนักกิจการพิเศษ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก https://dusitproduct.dusit.ac.th/content.php?id=44&level=2&id_level2=40.
- ศิโรจน์ ผลพันธิน. (2559). อัจฉริยะทางอารมณ์และภาษากาย. การบรรยายรายวิชา 1067113 อัจฉริยะทางอารมณ์และภาษากาย. วันที่ 1 ตุลาคม 2559 ห้องเรียน 308 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- สุพักตร์ พิบูลย์. (2554). อัตลักษณ์+เอกลักษณ์. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.thaiall.com/blog/burin/3476/>.

- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). รายงานการวิจัยประสิทธิภาพและการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <http://backoffice.thaiedresearch.org/uploads/paper/c4063b7da02d0891b967771d783f6281.pdf>.
- สำนักงานลูกเสือเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 6. (2561). วุฒิทางลูกเสือ. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://scout.nma6.go.th/1687>.
- อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา. (2563). มารูจัก Feedforward. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.ftpi.or.th/2020/35645>.
- th.drink-drink.ru. (2563). 7 อันดับแบรนด์คอนญักที่ดีที่สุด. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://th.drink-drink.ru/top-7-luchshih-brendov-konyaka/>.
- The Standard. (2561). เป็นมิตรในที่ทำงาน สร้างสัมพันธ์กับทีมและคนนอกแผนกอย่างไรให้ราบรื่น. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566 จาก <https://thestandard.co/podcast/newyearnewyou24/>.

References

- CMG Associate Christian Knapp. (2023). **The Affluent Organization: Determining Organizational Wealth in the New World of Work**. Retrieved on June 23, 2023 from <https://www.cmgconsulting.com/post/determining-organizational-wealth>.
- Colby, Chris., (1996). **Introduction to Evolutionary Biology**. Retrieved on June 23, 2023 from <https://www.talkorigins.org/faqs/faq-intro-to-biology>.
- Mitchell M., & Saunders M.L. (1991). The Virtual Library: An Agenda for the 1990s. **Computers in Libraries**, 11(4), 8-11. Retrieved on June 23, 2023 from <https://eric.ed.gov/?id=EJ428850>.
- Woods J., (2022). **Victory Belongs To The Most Tenacious**. Retrieved on June 23, 2023 from <https://www.stockinvestor.com/53687/victory-belongs-to-the-most-tenacious/>.

คณะผู้เขียน

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิโรจน์ ผลพันธิน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

145/9 ถ.สุขุทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: siroj_pol@dusit.ac.th

รองศาสตราจารย์ ดร.สุขุม เฉลยทรัพย์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

145/9 ถ.สุขุทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: sukum_cha@dusit.ac.th

ดร. มลิวัลย์ ธรรมแสง

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

145/9 ถ.สุขุทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: maliwan_tam@dusit.ac.th

ดร. สิริธัมม์ อุดมธรรมานภาพ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

145/9 ถ.สุขุมวิท แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: siratam_udo@dusit.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

145/9 ถ.สุขุมวิท แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: supaporn_tun@dusit.ac.th

การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล
ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา
ทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

Cooperative Learning Management Using STAD Technique
Together with KWDL Technique on Learning Achievement and
Mathematical Problem Solving Ability of Grade 3 Students

มนสิชา ชำนาญเวช* และจุไรศิริ ชูรักษ์
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Monsicha Chamnanvair* and Juraisiri Choorak
Faculty of Education Songkhla Rajabhat University

Received: March 30, 2023

Revised: May 1, 2023

Accepted: May 3, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล 2) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 โรงเรียนบ้านขนคลาน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดสตูล จำนวน 23 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3) แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา และ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่ามัธยฐาน ค่าส่วนเบี่ยงเบนควอร์ไทล์ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ Wilcoxon Test ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: เทคนิคเอสทีเอดี เทคนิคเคดับเบิลยูดีแอล ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา

*มนสิชา ชำนาญเวช (Corresponding Author)

e-mail: 64g1912013@parichat.skru.ac.th

Abstract

The objectives of this research were: 1) to compare the mathematical learning achievements of grade 3 students between before and after applying cooperative learning management using STAD technique together with KWDL technique, 2) to compare mathematical problem solving ability of grade 3 students before and after applying cooperative learning management using STAD technique together with KWDL technique, and 3) to study the grade 3 students' satisfaction on learning through cooperative learning management using STAD technique together with KWDL technique. The sample were 23 grade 3 students in semester 2 of academic year 2022 at Bankonklan School, Thung Wa District, Satun Province. Multi-stage random sampling was employed. The research instruments included: 1) lesson plans, 2) an achievement test, 3) a mathematical problem solving test, and 4) a satisfaction questionnaire. The data were analyzed using median, quartile deviation, and Wilcoxon test. The data analysis revealed that: 1) the students' mathematical learning achievement after applying cooperative learning management using STAD technique together with KWDL technique was higher than the pre-test at the statistical significance level of .05, 2) the students' mathematical problem solving ability was higher than the pre-test at the statistical significance level of .05, and 3) the students' satisfaction on learning through cooperative learning management using STAD technique together with KWDL technique was at the highest level.

Keyword: STAD Technique, KWDL Technique, Learning Achievement and Mathematical Problem Solving Ability

บทนำ

จากผลการประเมินคุณภาพผู้เรียนระดับชาติ (National Test: NT) ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ประจำปี 2564 พบว่า ในด้านคณิตศาสตร์ระดับเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสตูล มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 43.70 และคะแนนเฉลี่ยระดับประเทศเท่ากับ 48.73 ซึ่งคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนในระดับจังหวัดต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยระดับประเทศเท่ากับ 5.03 ถือว่าเป็นผลคะแนนที่ต้องมีการพัฒนา ผลการทดสอบตามตัวชี้วัดพบว่า ค 1.1 ป.3/9 แสดงวิธีหาคำตอบของโจทย์ปัญหา 2 ขั้นตอนของจำนวนนับไม่เกิน 100,000 และ 0 มีผลสัมฤทธิ์ต่ำเนื่องจากนักเรียนส่วนหนึ่งยังขาดการฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ วิเคราะห์โจทย์ปัญหาไม่เป็นและไม่รู้ว่าโจทย์ปัญหาแต่ละข้อเป็นเรื่องการบวก การลบ หรือการคูณ การหาร รวมไปถึงการเขียนประโยคสัญลักษณ์ด้วย ซึ่งเป็นความรู้ที่ต้องนำไปใช้ในระดับที่สูงขึ้น มีส่วนส่งผลให้นักเรียนขาดพื้นฐานในการแก้โจทย์ปัญหาที่ดี ทำให้นักเรียนเรียนบทต่อไป ไม่เข้าใจเพิ่มเติมไปอีกจนความไม่เข้าใจสะสมไปเรื่อย ๆ กลายเป็นความไม่เข้าใจซ้ำซ้อนซึ่งจะทำให้แก้ไขได้ยาก

แนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้แก้ปัญหาให้กิจกรรมการเรียนการสอน คือ การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี (Student Teams Achievement Division) เป็นวิธีการสอนที่จะช่วยให้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติร่วมกันช่วยเหลือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการแก้ปัญหา โดยการนำประสบการณ์ที่ได้รับมาหลอมรวมกันเป็นองค์ความรู้ของตนเองให้ความสำคัญของการรับผิดชอบรายบุคคลและรายกลุ่มการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2551) เริ่มต้นด้วยการจัดเตรียมเนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนสามารถได้เรียนรู้ด้วยตนเอง มีการแบ่งกลุ่มละความสามารถเก่ง ปานกลาง และอ่อน เป็นการสร้างแรงจูงใจ และไม่ให้เกิดความท้อแท้จนผู้เรียนที่อยู่ภายในกลุ่มมีคะแนนพัฒนาการด้วยการช่วยเหลือกันภายในกลุ่มก่อนที่จะมีการทดสอบครั้งสุดท้าย เพื่อหาคะแนนพัฒนาการเป็นรายบุคคล ดังนั้นการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี มีขั้นตอนที่ชัดเจน เน้นผู้เรียนเป็น

สำคัญ ผู้เรียนมีบทบาทในการปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเองรวมทั้งได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อความสำเร็จของกลุ่ม

การพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ของนักเรียนจะประสบความสำเร็จนั้น กระบวนการแก้ปัญหาถือว่ามีความสำคัญสำหรับกระบวนการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ซึ่งเป็นที่ยอมรับ และนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เป็นเทคนิคการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาจากเทคนิค เค ดับเบิลยู แอล ของ (Ogle, 1886 อ้างถึงใน วัชร เล่าเรียนดี, 2554) ที่ต้องอาศัยทักษะการอ่านเป็นพื้นฐาน คือ นักเรียนต้องมีความสามารถทางการอ่านก่อนจึงจะสามารถพัฒนาทักษะการอ่านให้มีคุณภาพได้ การพัฒนาทักษะการอ่านประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 K: เรารู้ อะไร (What We Know) หรือโจทย์บอกอะไรเราบ้าง ขั้นที่ 2 W: เราต้องการอะไร ต้องการทราบอะไร (What We Want to Know) โจทย์ให้อะไรหรือโจทย์บอกอะไรบ้าง ขั้นที่ 3 D: เราทำอะไร อย่างไร (What We Do) และหาคำตอบหรือเรามีวิธีการอย่างไรบ้าง ขั้นที่ 4 L: เราเรียนรู้อะไรจากการดำเนินการในขั้นที่ 3 (What We Learned) ซึ่งคือ คำตอบสาระความรู้และวิธีการ ศึกษาหาคำตอบ (วัชร เล่าเรียนดี, 2554) วิธีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ข้างต้นครูสามารถนำมาใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ทำให้นักเรียนมีความสามารถในการอ่านและพัฒนาทักษะการอ่านให้มีคุณภาพมากขึ้น ช่วยให้เกิดแนวคิดในการอ่านโดยเฉพาะการอ่านเชิงวิเคราะห์หาคำตอบของคำถามสำคัญ ๆ ต่าง ๆ จากเรื่องนั้น ๆ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาจะเห็นได้ว่า นักเรียนยังขาดความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และหากปล่อยให้ปัญหาดังกล่าวดำเนินต่อไปเช่นนี้จะส่งผลต่อเนื่องไปยังการเรียนในระดับชั้นที่สูงขึ้น ทำให้ไม่บรรลุตามความมุ่งหมายของหลักสูตรที่กำหนดไว้ และวิธีการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับเทคนิค เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ต้องพึ่งพา เกื้อกูลกัน มีการปรึกษาหารือกัน มีการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของกลุ่มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงานร่วมกัน ส่งผลดีต่อการเรียนรู้ให้บรรลุเป้าหมาย เป็นผลทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและบรรลุตามจุดมุ่งหมายทางการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อน และหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

แนวคิดทฤษฎีและกรอบแนวคิด

1. การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี

- 1.1 ความหมายของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ไว้สอดคล้องกันสามารถสังเคราะห์ และสรุปได้ดังนี้ (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2551; วัชร เล่าเรียนดี, 2553; ทิศนา ขัมมณี, 2557) การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี หมายถึง การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักเรียนที่มีความสามารถแตกต่างกันมาทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ๆ ละ ประมาณ 4-5 คน โดยกำหนดให้สมาชิกของกลุ่ม

ได้เรียนรู้ในเนื้อหาสาระที่ครูผู้สอนจัดเตรียมไว้ สมาชิกกลุ่มจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อความสำเร็จของกลุ่ม

1.2 ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี

Slavin, 1995 อ้างถึงใน สุคนธ์ สินธพานนท์, 2554 ได้เสนอขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ดังนี้

1. การนำเสนอบทเรียน (Class Presentation) ครูผู้สอนนำเสนอเนื้อหา ทักษะ กระบวนการ ซึ่งอาจจะใช้วิธีการตั้งคำถาม ทดลอง สาธิต หรือบรรยาย เป็นต้น

2. การทำงานเป็นกลุ่ม (Team) ครูแบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน โดยสมาชิกในกลุ่มจะต้องมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเพศที่คละกัน เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

3. การทดสอบย่อย (Quizzes) หลังจากที่นักเรียนทำงานกลุ่มเสร็จเรียบร้อยแล้ว ครูให้นักเรียนแต่ละคน ทำแบบทดสอบเพื่อประเมินความรู้หลังจากที่นักเรียนได้ทำกิจกรรมการเรียนรู้

4. คะแนนพัฒนาการรายบุคคล (Individual Improvement Score) เป็นขั้นตอนการตรวจแบบทดสอบ ของนักเรียนแต่ละคนแล้วนำคะแนนของสมาชิกในกลุ่มมารวมกันเพื่อหาเป็นคะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม

5. การรับรองผลงานของกลุ่ม (Team Recognition) เป็นการประกาศคะแนนของแต่ละกลุ่มให้ทราบ พร้อมทั้งให้รางวัลแก่กลุ่มที่มีคะแนนตามเกณฑ์ที่ครูกำหนด

ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ตามแนวคิดของ (Slavin, 1995 อ้างถึงใน สุคนธ์ สินธพานนท์, 2554) มาใช้ในการจัดการเรียนรู้

1.3 ข้อดีของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี

ทิตินา แคมมณี (2557) ได้กล่าวว่า ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้เนื้อหาสาระด้วยตนเองและด้วยความร่วมมือ และช่วยเหลือจากเพื่อน ๆ รวมทั้งได้พัฒนาทักษะกระบวนการต่าง ๆ จำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะการประสานสัมพันธ์ ทักษะการคิด ทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการแก้ปัญหา ฯลฯ

2. กิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

2.1 ความหมายของกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ไว้สอดคล้องกัน สามารถสังเคราะห์และสรุปได้ดังนี้ (ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์, 2552; วัชรรา เล่าเรียนดี, 2554) กิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล หมายถึง วิธีการที่จะช่วยชี้นำแนวทางและพัฒนาการอ่านการเขียนและการหาคำตอบของคำถาม สำคัญต่าง ๆ พัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาโดยอาศัยเป็นระบบขั้นตอนและสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาจากสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้

2.2 ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

วัชรรา เล่าเรียนดี (2554) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล 4 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 K (What we know) เรารู้อะไร หรือโจทย์บอกอะไรเราบ้าง ขั้นที่ 2 W (What We Want to Know) เราต้องการรู้ ต้องการทราบอะไร โจทย์ให้หาอะไร ขั้นที่ 3 D (What We Do Find Out) เราทำอะไร อย่างไร เรามีวิธีการอย่างไร หรือมีวิธีการเพื่อหาคำตอบอย่างไร และขั้นที่ 4 L (What We Learned) เราเรียนรู้อะไร จากการดำเนินการขั้นที่ 3 ซึ่งคือ คำตอบสาระความรู้

ผู้วิจัยได้เลือกการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ตามแนวคิดของ วัชรรา เล่าเรียนดี มาใช้ในการจัดการเรียนรู้

2.3 ประโยชน์ของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

วัชรรา เล่าเรียนดี (2554) กล่าวว่าประโยชน์และความสำคัญของการจัดการเรียนรู้ โดยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ช่วยในการฝึกทักษะการอ่าน การเขียน และการคิด วิเคราะห์ สรุปความ

3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3.1 ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้สอดคล้องกันสามารถสังเคราะห์และสรุปได้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553; พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความรู้ความสามารถของนักเรียนที่ได้รับหลังจากการจัดการเรียนรู้ ซึ่งสามารถวัดได้จากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3.2 ขั้นตอนการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ขั้นตอนการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) วิเคราะห์หลักสูตร และสร้างตารางวิเคราะห์หลักสูตร 2) กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ 3) กำหนดชนิดของข้อสอบและศึกษาวิธีการสร้าง 4) เขียนข้อสอบให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ 5) ตรวจทานข้อสอบ เพื่อให้ข้อสอบที่เขียนมีความถูกต้อง 6) จัดพิมพ์แบบทดสอบฉบับทดลอง 7) ทดลองสอนและวิเคราะห์ข้อสอบ และ 8) จัดทำแบบทดสอบฉบับจริงไปทดลองสอบกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3.3 การวัดพฤติกรรมการเรียนรู้

พฤติกรรมการเรียนรู้ของ (Benjamin S. Bloom, 1956 อ้างถึงใน พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555) ได้แบ่งพฤติกรรมการเรียนรู้ ออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านพุทธิพิสัย ด้านจิตพิสัย และด้านทักษะพิสัย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระดับการวัดพฤติกรรมการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย โดยใช้ระดับการวัดพฤติกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับตัวชี้วัด ค 1.1 ป.3/9 แสดงวิธีหาคำตอบของโจทย์ปัญหา 2 ขั้นตอนของจำนวนนับไม่เกิน 100,000 และ 0 ตัวชี้วัดนี้จะสอดคล้องกับระดับการวัดพฤติกรรมการเรียนรู้ด้านความเข้าใจ ด้านการนำไปใช้ และด้านการวิเคราะห์

4. ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์

4.1 ความหมายของความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์

กระทรวงศึกษาธิการ (2560) กล่าวว่า ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ หมายถึง ความสามารถในการคิด กระบวนการวิเคราะห์ และหาคำตอบโดยใช้ทักษะการคิดคำนวณ และตรวจคำตอบเป็นพื้นฐานที่ผู้เรียนนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

4.2 การวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์

การวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เป็นกระบวนการทางความคิดอย่างหนึ่ง ซึ่งเครื่องมือวัดผลที่นำมาใช้ในการวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์มีหลายรูปแบบ เช่น แบบทดสอบสอบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต การเลือกใช้รูปแบบใดนั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ สำหรับการวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอเครื่องมือวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาของนักเรียนในรูปแบบแบบทดสอบแบบอัตนัย (Subjective Tests) เนื่องจากเป็นการวัดของนักเรียนได้อย่างแท้จริงซึ่งสามารถวัดพฤติกรรมระดับ ความเข้าใจ การนำไปใช้ และการวิเคราะห์ ส่งเสริมทักษะการเขียนและนิสัยการเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้นักเรียนมีการเชื่อมโยงความสามารถในหลายด้าน เช่น การอ่าน การคิด การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การเขียน

5. ความพึงพอใจ

5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้สอดคล้องกันสามารถสังเคราะห์ และสรุปได้ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาภิรตฺ, 2551; สมหมาย เปียถนอม, 2551) ความพึงพอใจได้ว่าเป็นความชอบและความรู้สึกพอใจของบุคคลเกี่ยวกับการได้รับบริการ การปฏิบัติงานและสภาพแวดล้อม

5.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

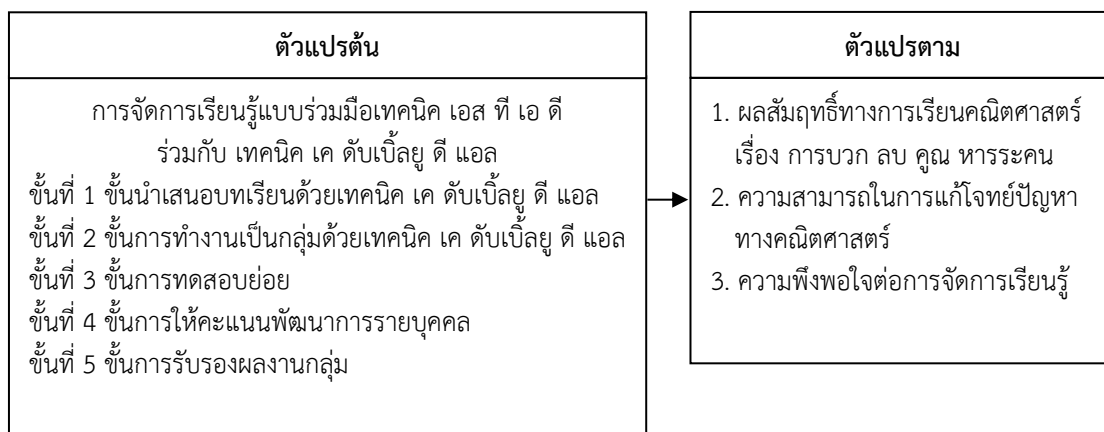
Maslow, 1970 อ้างถึงใน ฆนัท ธาตุทอง, 2559 ได้สรุปลักษณะของการจูงใจ ไว้ว่าการจูงใจเป็นไปอย่างมีระเบียบตามลำดับความต้องการ หรือ “Hierarchy of Need” ทฤษฎีของมาสโลว์จะมีลักษณะลำดับจากต่ำ

ไปหาสูง 5 ชั้น ดังนั้น ความต้องการทางกายภาพ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่องนับถือและความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ

5.3 เครื่องมือวัดความพึงพอใจ

บุญชม ศรีสะอาด (2553) กล่าวว่า แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยชุดของข้อความที่ต้องการให้กลุ่มตัวอย่างตอบ โดยกาเครื่องหมายหรือเขียนคำตอบ หรือกรณีที่กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือไม่ได้ หรืออ่านได้ยาก อาจใช้วิธีสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม นิยมถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็นของบุคคล ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวัดความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามหลักของลิเคอร์ท (Likert) จำนวน 12 ข้อ ที่แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านครูผู้สอน ด้านเนื้อหา ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน และด้านการวัดและประเมินผล

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้
2. ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสตูล จำนวน 159 โรงเรียน 17 กลุ่มเครือข่าย มี 179 ห้องเรียน และมีจำนวนนักเรียน 3,285 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ซึ่งได้มาจากการสุ่มหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ดังนี้

1.2.1 สุ่มเครือข่าย ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่ม โดยการจับฉลากกลุ่มเครือข่าย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสตูล จำนวน 17 เครือข่าย ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายทุ่งหว้าอันดามัน

1.2.2 สุ่มโรงเรียน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่ม โดยการจับฉลากโรงเรียนในกลุ่มเครือข่ายทุ่งหว้าอันดามัน จำนวน 10 โรงเรียน ได้โรงเรียนบ้านขอนคลาน ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 1 ห้องเรียน จำนวนนักเรียน 23 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 แผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน จำนวน 4 แผน รวม 8 ชั่วโมง

2.1.1 ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 ฉบับปรับปรุง 2560 กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 คู่มือครู แบบเรียน แบบฝึกหัด เอกสารที่เกี่ยวข้องและสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ เทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

2.1.2 นำแผนการจัดการเรียนรู้เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ให้ตรวจสอบความเหมาะสม โดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมแบ่งเป็น 5 ระดับ แล้วนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มาหาค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ระดับคุณภาพ ปรากฏว่าผลการประเมินแผนการจัดการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้เท่ากับ 4.89 อยู่ในระดับมากที่สุด

2.1.3 นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้าง และผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านบ่อหิน จำนวนนักเรียน 36 คน

2.1.4 จัดพิมพ์แผนการจัดการเรียนรู้ฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้จัดการเรียนรู้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน เป็นแบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อใช้ทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนการทดลองและหลังการทดลองเป็นแบบทดสอบปรนัย ชนิดเลือกตอบ จำนวน 15 ข้อ

2.2.1 ศึกษาเนื้อหาสาระ และมาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด จุดประสงค์ทางการเรียนวิธีการสร้าง และสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยเป็นลักษณะของข้อสอบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ใช้จริง 15 ข้อ

2.2.2 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ที่สร้างขึ้นไปเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ปรากฏว่าค่า IOC ของแบบทดสอบเท่ากับ 1.00 จำนวน 28 ข้อ

2.2.3 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ที่สร้างและผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านบ่อหิน จำนวนนักเรียน 36 คน ปรากฏว่าจากจำนวนข้อสอบ 28 ข้อ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อสอบไว้จำนวน 15 ข้อ มีค่าความยาก (p) อยู่ระหว่าง 0.50–0.75 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r) ตั้งแต่ 0.39 ขึ้นไป ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เท่ากับ 0.81

2.2.4 จัดพิมพ์แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เพื่อใช้จัดการเรียนรู้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.3 แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เพื่อใช้ทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ก่อนการทดลองและหลังการทดลองเป็นแบบทดสอบอัตนัย จำนวน 2 ข้อ

2.3.1 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ การวัดและประเมินความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์จากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสร้างแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์แบบอัตนัยจำนวน 6 ข้อ และใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 2 ข้อ

2.3.2 นำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา และเกณฑ์การให้คะแนนที่สร้างขึ้นไปเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วนำมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ปรากฏว่าค่า IOC ของแบบทดสอบเท่ากับ 1.00 จำนวน 6 ข้อ

2.3.3 นำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาที่สร้าง และผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านบ่อหิน จำนวนนักเรียน 36 คน ปรากฏว่าจากจำนวนข้อสอบ 6 ข้อ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อสอบไว้จำนวน 2 ข้อ มีค่าความยาก (P) อยู่ระหว่าง 0.56–0.60 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (D) ตั้งแต่ 0.41 ขึ้นไป ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เท่ากับ 0.85

2.3.4 จัดพิมพ์แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาลบสมบรูณ์ เพื่อใช้จัดการเรียนรู้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

2.4.1 ศึกษาการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจจากตำราวัดผลทางการศึกษา และศึกษาทฤษฎีเนื้อหาสาระ แนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ และสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามหลักของลิเคอร์ท (Likert) จำนวน 12 ข้อ ที่แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านครูผู้สอน ด้านเนื้อหา ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน และด้านการวัด และประเมินผล

2.4.2 นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่สร้างขึ้นไปเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วนำมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ปรากฏว่าค่า IOC ของแบบทดสอบเท่ากับ 1.00 จำนวน 12 ข้อ

2.4.3 นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่สร้าง และผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านบ่อหิน จำนวนนักเรียน 36 คน ปรากฏว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.83

2.4.4 จัดพิมพ์แบบสอบถามความพึงพอใจฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้จัดการเรียนรู้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ชี้แจงนักเรียนเกี่ยวกับจุดประสงค์ในการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

3.2 ทำการทดสอบนักเรียนก่อนเริ่มดำเนินการสอนโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน แบบปรนัย จำนวน 15 ข้อ และแบบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ แบบอัตนัย จำนวน 2 ข้อ

3.3 ดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 4 แผน รวมเวลาทั้งสิ้น 8 ชั่วโมง

3.4 ระหว่างดำเนินการสอนนักเรียนจะมีการเก็บคะแนนระหว่างเรียนจากใบงานกลุ่ม และแบบทดสอบย่อยรายบุคคลในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้

3.5 เมื่อดำเนินการสอนจนครบแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอลเรียบร้อยแล้วจากนั้นทำการวัดความรู้ความเข้าใจของนักเรียนโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน และแบบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์แบบอัตนัย ชุดเดิม

3.6 เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล โดยการทดสอบ The Wilcoxon Signed Ranks test

4.2 เปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล โดยการทดสอบ The Wilcoxon Signed Ranks test

4.3 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล (n=23)

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	คะแนนเต็ม	ก่อนการจัด การเรียนรู้		หลังการจัด การเรียนรู้		Z
		M	Q.D	M	Q.D	
ความเข้าใจ	5	2.00	0.75	5.00	0.50	-4.21*
การนำไปใช้	5	1.00	0.50	4.00	0.75	
การวิเคราะห์	5	1.00	0.50	4.00	0.75	
รวม	15	4.00	1.25	13.00	2.00	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ทีเอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่ามัธยฐานหลังการจัดการเรียนรู้ (M เท่ากับ 13.00) สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้ (M เท่ากับ 4.00) ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล (n=23)

ความสามารถในการแก้ โจทย์ปัญหา	คะแนนเต็ม	ก่อนการจัด การเรียนรู้		หลังการจัด การเรียนรู้		Z
		M	Q.D	M	Q.D	
ระบุสิ่งที่โจทย์กำหนดให้	6	2.00	1.25	6.00	0.00	-4.20*
ระบุสิ่งที่โจทย์ต้องการทราบ	6	5.00	2.00	6.00	0.00	
กระบวนการแก้ปัญหา	12	4.00	0.50	10.00	2.00	
การสรุปคำตอบ	6	2.00	0.00	4.00	2.00	
รวม	30	14.00	3.00	26.00	4.50	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ทีเอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่ามัธยฐานหลังการจัดการเรียนรู้ (M เท่ากับ 26.00) สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้ (M เท่ากับ 14.00) ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล (n=23)

ข้อความถาม	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ครูชี้แจงกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ให้นักเรียนเข้าใจอย่างชัดเจน	4.91	0.29	มากที่สุด
2. ครูให้คำปรึกษา แนะนำ ดูแลนักเรียน ในการเรียนรู้อย่างทั่วถึง	4.83	0.39	มากที่สุด
3. ครูใช้สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้เหมาะสม กับเนื้อหาที่เรียน	4.83	0.49	มากที่สุด
รวมด้านครูผู้สอน	4.86	0.39	มากที่สุด
4. เนื้อหาน่าสนใจและสามารถนำไปใช้แก้ปัญหา ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้	4.91	0.29	มากที่สุด
5. เนื้อหาที่ครูสอนเรียงจากง่ายไปยาก นักเรียน สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.87	0.34	มากที่สุด
6. เนื้อหาเหมาะสมกับเวลาเรียน	4.70	0.63	มากที่สุด
รวมด้านเนื้อหา	4.83	0.45	มากที่สุด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
7. กิจกรรมการเรียนการสอนช่วยให้นักเรียนมีความเข้าใจในกระบวนการแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน	4.78	0.52	มากที่สุด
8. นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนและทำให้นักเรียนมีเป้าหมายในการทำงานกลุ่ม	4.87	0.34	มากที่สุด
9. กิจกรรมการเรียนการสอนทำให้นักเรียนเข้าใจเนื้อหามากขึ้น	4.78	0.52	มากที่สุด
รวมด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.81	0.46	มากที่สุด
10. มีการประเมินผลการเรียนรายบุคคลและรายกลุ่ม	4.96	0.21	มากที่สุด
11. กิจกรรมในชั้นประเมินผลครอบคลุมเนื้อหาสอดคล้องกับสิ่งที่เรียน	4.87	0.46	มากที่สุด
12. แบบทดสอบมีความเหมาะสมกับนักเรียน	4.91	0.29	มากที่สุด
รวมด้านการวัดผลและประเมินผล	4.91	0.33	มากที่สุด
ภาพรวม	4.85	0.41	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล รวมภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.85 SD เท่ากับ 0.41) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการวัดผลและประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.91 SD เท่ากับ 0.33) รองลงมาคือ ด้านครูผู้สอน ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.86 SD เท่ากับ 0.39) ด้านเนื้อหา ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.83 SD เท่ากับ 0.45) และด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.81 SD เท่ากับ 0.46) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการประเมินผลการเรียนรายบุคคลและรายกลุ่มมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.96 SD เท่ากับ 0.21) และเนื้อหาเหมาะสมกับเวลาเรียนมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}$ เท่ากับ 4.70 SD เท่ากับ 0.63)

อภิปรายผล

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักเรียนที่มีความสามารถแตกต่างกันมาทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ประกอบด้วย นักเรียนเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยกำหนดให้สมาชิกของกลุ่มได้เรียนรู้ในเนื้อหาสาระที่ครูผู้สอนจัดเตรียมไว้สมาชิกกลุ่มจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน มีการปรึกษาหารือช่วยเหลือกันกัน ทุกคนในกลุ่มมีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ และใช้ทักษะในการทำงานกลุ่มสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการทำงานหรือการเรียนรู้ร่วมกัน มีการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของกลุ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อการเรียนรู้ให้บรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งเป็นผลทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และสามารถพัฒนาการจัดการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ของครูให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (ทิตนา แชนมณี, 2557) นอกจากนี้การใช้เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล นับว่าเป็นยุทธวิธีการแก้โจทย์ปัญหาทาง

คณิตศาสตร์ที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการอ่าน การคิดวิเคราะห์โจทย์ปัญหาต่าง ๆ ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจ และสามารถตีความสิ่งที่โจทย์ถามได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เกิดการคิดวิเคราะห์ วางแผนการแก้ปัญหาเพื่อนำไปสู่การแก้โจทย์ปัญหา ได้สำเร็จ ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น และยังพัฒนาทักษะและกระบวนการทางคณิตศาสตร์ของผู้เรียนอีกด้วย โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ในขั้นที่ 1 ขั้นนำเสนอบทเรียนด้วย ขั้นที่ 2 ขั้นการทำงานเป็นกลุ่มด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล และขั้นที่ 3 ขั้นการทดสอบย่อย ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ด้านเข้าใจ การนำไปใช้ และการวิเคราะห์หลังการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรียัน เขตบรรจง (2558) ได้ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เรื่อง การบวก ลบ เศษส่วน โดยใช้ การเรียนแบบร่วมมือเทคนิค STAD ผลการวิจัยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6 เรื่องการบวก ลบ เศษส่วน โดยใช้การเรียนแบบร่วมมือเทคนิค SIAD หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของคุณกิตต์ สุดแป้น (2564) ได้ศึกษาผลการจัดการ เรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ด้วยเทคนิค KWDL เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวก ลบ คูณ หารระคนของเศษส่วนและจำนวนคละ ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวก ลบ คูณ หารระคนของเศษส่วนและจำนวนคละ ด้วยเทคนิค KWDL มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการ เรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยเป็นเช่นนั้นเนื่องจากนักเรียนได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เป็นการจัดการกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักเรียนที่มีความสามารถ แตกต่างกันมาทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ประกอบด้วย นักเรียนเก่ง ปานกลางและอ่อน สมาชิกกลุ่มจะต้องมีการกำหนด เป้าหมายร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการแก้โจทย์ปัญหาตามขั้นตอนเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล โดยเริ่มจาก ขั้นที่ 1 K: (What We Know) ทำความเข้าใจโจทย์ก่อนว่าสิ่งที่โจทย์บอกให้ทราบหรือสิ่งที่รู้เกี่ยวกับโจทย์ปัญหา มีอะไรบ้าง ขั้นที่ 2 W: (What We Want to Know) โจทย์ต้องการทราบ หรือให้หาสิ่งใด จากนั้น ขั้นที่ 3 D : (What We Do) วางแผนแก้โจทย์ปัญหาแล้วนำไปสู่การดำเนินการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ และขั้นที่ 4 L: (What We Learned) สรุปคำตอบจากการแก้โจทย์ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับสุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ (2551) กล่าวว่า การ จัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี จะช่วยให้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติร่วมกันช่วยเหลือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการ แก้ปัญหา โดยการนำประสบการณ์ที่ได้รับมาหลอมรวมกันเป็นองค์ความรู้ของตนเองให้ความสำคัญของการรับผิดชอบ รายบุคคล และรายกลุ่ม และสอดคล้องกับวัชรรา เล่าเรียนดี (2554) กล่าวว่าเทคนิค เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เป็นเทคนิคที่ช่วยฝึกทักษะการอ่าน การเขียน และการคิด วิเคราะห์ สรุปความ จึงส่งผลให้ความสามารถในการแก้โจทย์ ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของอาพันธ์ชนิด เจนจิต (2558) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ความสามารถในการ แก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และเจตคติต่อการเรียนคณิตศาสตร์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 นครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD มีความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่องระบบสมการเชิงเส้นสองตัวแปรและระบบสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ ปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจลักษณ์ ภูสาสมารถ (2563) ได้ศึกษาการ พัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาโดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค KWDL ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค KWDL เรื่อง โจทย์ปัญหาทศนิยม ก่อนเรียนหลังเรียนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล เป็นวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ร่วมกันปรึกษาหารือกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยนักเรียนที่เรียนเก่งจะต้องช่วยเหลือนักเรียนที่อ่อนกว่าส่งผลให้นักเรียนที่อ่อนเกิดการพัฒนา และนักเรียนที่เก่งมีความเข้าใจบทเรียนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นจากการอธิบายให้เพื่อนฟัง ฝึกให้นักเรียนคิดแก้ปัญหาอย่างเป็นเหตุเป็นผลเกิดการเชื่อมโยงความรู้ และยังฝึกให้นักเรียนรู้จักปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม รับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและกลุ่ม มีการปรับปรุงพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นเพื่อต้องการการยอมรับจากกลุ่ม ช่วยเหลือซึ่งกันและกันจนนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่ม โดยนักเรียนทุกคนในกลุ่มจะคำนึงถึงความสำเร็จของกลุ่มเป็นสำคัญ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จึงส่งผลให้นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการวัดผลและประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านครูผู้สอน ด้านเนื้อหา และด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับกฎแห่งผลที่พึงพอใจ ในทฤษฎีการเชื่อมโยงของ Thorndike (ทิสนา แคมมณี, 2557) ที่กล่าวไว้ว่าเมื่อบุคคลได้รับผลที่พึงพอใจย่อมอยากจะเรียนรู้ต่อไป แต่ถ้าได้รับผลที่ไม่พึงพอใจ จะไม่อยากจะเรียนรู้ ดังนั้น การได้รับผลที่พึงพอใจจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเรียนรู้ และเป็นการเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนให้นักเรียน นอกจากนั้น การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ยังมีการเสริมแรงโดยการให้รางวัลแก่กลุ่มที่ได้คะแนนผ่านเกณฑ์ ซึ่งทุกกลุ่มมีโอกาสเท่ากัน จึงทำให้นักเรียนชอบการเรียนคณิตศาสตร์มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Skinner (ทิสนา แคมมณี, 2557) ที่กล่าวไว้ว่าการกระทำใด ๆ ถ้าได้รับการเสริมแรง จะมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นอีก ส่วนการกระทำที่ไม่มีการเสริมแรง แนวโน้มที่ความถี่ของการกระทำนั้นจะลดลง และหายไปในที่สุด การเสริมแรงที่แปรเปลี่ยนทำให้การตอบสนองคงทนกว่าการเสริมแรงที่ตายตัว การให้แรงเสริม หรือให้รางวัลสามารถช่วยปรับ หรือปลูกฝังนิสัยที่ต้องการได้ จึงส่งผลให้นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยัน เขตบรรจง (2558) ได้ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เรื่อง การบวก ลบ เศษส่วนโดยใช้การเรียนแบบร่วมมือเทคนิค STAD ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เรื่อง การบวก ลบ เศษส่วน โดยใช้การเรียนแบบร่วมมือเทคนิค STAD โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณกิตต์ สุดแป้น (2564) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ด้วยเทคนิค KWDL เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวก ลบ คูณ หารระคนของเศษส่วน และจำนวนคละ ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอลให้มีประสิทธิภาพ ครูผู้สอนต้องศึกษาขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลอย่างละเอียด ก่อนนำมาใช้จริง และควรพิจารณาเลือกเนื้อหาให้เหมาะสมกับเทคนิคเอส ที เอ ดี และเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล

1.2 การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ในชั้นที่ 1 ขึ้นนำเสนอบทเรียนด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ครูควรอธิบายขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ให้กับนักเรียนอย่างชัดเจนพร้อมยกตัวอย่างโจทย์ปัญหา 2-3 ตัวอย่างเพื่อให้ นักเรียนได้เข้าใจยิ่งขึ้น และในชั้นที่ 2 ขึ้นการทำงานเป็นกลุ่มด้วยเทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ครูควรสังเกต เอาใจใส่ สังเกตพฤติกรรมนักเรียน

ตลอดเวลา เพราะเนื่องจากนักเรียนมีความแตกต่างกัน ในการทำกิจกรรมเด็กอ่อนจะถูกเฉลยจากสมาชิกในกลุ่ม ครูต้องคอยกระตุ้นให้นักเรียนภายในกลุ่มร่วมมือ และช่วยเหลือกันเรียนรู้ เพื่อความสำเร็จของกลุ่มเป็นสำคัญ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ในเนื้อหาอื่น เช่น การวัดความยาว น้ำหนัก ปริมาตรและความจุ ฯลฯ

2.2 ควรนำกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ไปทดลองใช้กับกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ระดับชั้นอื่น ๆ

2.3 ควรทำวิจัยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ที่ส่งผลต่อตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความคงทนในการเรียนรู้ ทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). **ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560)**. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

คุณกิตต์ สุดแป้น. (2564). ผลการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ด้วยเทคนิค KWDL เรื่องโจทย์ปัญหาการบวก ลบ คูณ หารระคนของเศษส่วนและจำนวนคละ ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชนัท ธาตุทอง. (2559). **หลักการจัดการเรียนรู้**. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.

ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2552). **80 นวัตกรรมจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ**. กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์ อินเตอร์คอปอเรชั่น.

ทศนา แคมมณี. (2557). **ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ** พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุริยาสาน.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

เบญจลักษณ์ ภูสามารถ. (2563). **การพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เทคนิค KWDL ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

พิชิต ฤทธิ์ธู. (2555). **หลักการวัดและประเมินผลทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: แฮออปเคอร์มิสท์.

วัชร เล่าเรียนดี. (2553). **รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิด** (พิมพ์ครั้งที่ 5). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัชร เล่าเรียนดี. (2554). **รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิด**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุริยัน เขตบรรจง. (2558). **การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เรื่องการบวก ลบ คูณ หารเศษส่วนโดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ. (2551). **การบูรณาการหลักสูตรและการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

สุนทร สันธพานนท์ และคณะ. (2554). **วิธีสอนตามแนวปฏิรูปการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน**. กรุงเทพฯ: 9199 เทคนิคพรุ่งนี้ตั้งนิทาน.

สมหมาย เปียถนอม. (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

อาพันธ์ชนิต เจนจิต. (2558). ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์
และเจตคติต่อการเรียนคณิตศาสตร์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD ของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาปีที่ 3 นครหลวงเวียงจันทน์ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์ศึกษา
ศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

คณะผู้เขียน

นางสาวมนสิชา ชำนาญเวช

หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

e-mail: 64g1912013@parichat.skru.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

e-mail: juraisiri.ch@skru.ac.th

การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากร
องค์การบริหารส่วนตำบลบางปลา อำเภอบางปลา จังหวัดสุพรรณบุรี
The Promotion of Morality Based on Trisikkha for Work Performance of Personnel
in Bang Pla Ma Subdistrict Administrative Organization,
Bang Pla Ma District, Suphanburi Province

พระครูพิศาลธรรมาทร (นิรันดร์ ฐิตวิริโย)* นพดล ดีไทยสงค์ และธิติวุฒิ หมั่นมี
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

Phrakruphisalthuratorn (Niran Thaniyo)* Noppadol Deethaisong and Thitiwut Munmee
Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Suphanburi Si Suvarnabhumi Monks College

Received: March 24, 2023

Revised: April 30, 2023

Accepted: May 2, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลา 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เสนอแนวทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากร เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตปกครององค์การบริหารส่วนตำบลบางปลา อำเภอบางปลา จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 378 คน โดยวิธีสุ่มแบบชั้นภูมิโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและค่าเอฟ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 รูปหรือคน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิควิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากร พบว่า ประชาชนที่มี อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วนประชาชนที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน 3) แนวทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขา คือ อธิศีลสิกขา (พฤติกรรมดี) อธิจิตตสิกขา (มีใจมั่นคง) และอธิปัญญาสิกขา (มีองค์ความรู้) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสร้างเจตจำนงสุจริต เสริมสร้างคุณธรรม และความโปร่งใสทั้ง 6 ด้าน และนำมาเป็นแนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากร คือ 1) ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ 2) ความพร้อมรับผิดชอบในสิ่งที่ผิดพลาด 3) ปกป้องจากการทุจริต ไม่รับสินบน 4) มีวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร 5) คุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน 6) การสื่อสารในหน่วยงานและรับฟังเสียงของประชาชน

*พระครูพิศาลธรรมาทร (นิรันดร์ ฐิตวิริโย) (Corresponding Author)

e-mail: niran23022509@gmail.com

คำสำคัญ: คุณธรรมจริยธรรม หลักไตรสิกขา การปฏิบัติงาน

Abstract

This research article had the following objectives: 1) to investigate moral promotion for the performance of personnel in Bang Pla Ma Subdistrict Administrative Organization (SAO), 2) to compare the opinions of people toward moral promotion for the performance of personnel classified by personal factors, and 3) to present the guidelines for moral promotion based on Trisikkha for the performance of personnel. The study used a mixed-method approach. A sample group used for the quantitative method consisted of 378 people in Bang Pla Ma SAO chosen by stratified random sampling. The obtained data were analyzed by frequency, percentage, mean, SD, t-test, f-test, and One-Way ANOVA. The qualitative research method employed in-depth interviews to collect data with 15 key informants. The obtained data were analyzed by content analysis. The results were found that: 1) Moral promotion based on Trisikkha for the work performance of personnel was overall at the high level. 2) The comparison of the opinions of people toward moral promotion for the performance of personnel classified by personal factors showed that people with different ages, educational levels, and monthly income had different opinions at the statistical significance of 0.01, but people with different genders and occupations had no different opinions. 3) The guidelines for moral promotion based on Trisikkha including 1) Adhisilla-sikkha (Good Behavior) 2) Adhicitta-sikkha (Stable Mind) and 3) Adhipanna-sikkha (Have Knowledge) were used for building integrity, morality and transparency in 6 aspects as the guidelines for the personnel performance as follows: 1. Transparency 2. Readiness of responsibility 3. No corruption working 4) Organization's virtue culture 5) Working virtue and 6) Internal communication and people's voice hearing.

Keywords: Morality, Trisikkha, Work Performance

บทนำ

สังคมไทยยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้านสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่ไร้พรมแดนเผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ของโลกได้อย่างรวดเร็ว มีอิทธิพลต่อความคิดจิตใจ และพฤติกรรมของมนุษย์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชนจำนวนมากที่ตกเป็นเหยื่อถูกอิทธิพลของวัฒนธรรม และค่านิยมจากต่างประเทศครอบงำโดยปราศจากการกลั่นกรอง หลงใหลในความเจริญทางด้านวัตถุจนละเลยจริยธรรม คุณธรรมตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทย ปัจจุบันปัญหานี้มีความสำคัญที่สุดของสังคมไทย อันเป็นผลสืบเนื่องจากการพัฒนาประเทศที่เน้นด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ความเจริญก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิต ขาดความสมดุลระหว่างความเจริญด้านวัตถุ และจิตใจ สังคมเต็มไปด้วยความฟุ้งเฟ้อ แข่งขัน ขาดระเบียบวินัย ไม่อดทนขาดความรับผิดชอบ และคำนึงถึงประโยชน์ตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม จึงปรากฏพฤติกรรมของความด้อยจริยธรรม (พระพรหมบัณฑิต (พระพรหมบัณฑิต ประยูร ธมมจิตโต, 2559)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีสาระสำคัญประการหนึ่งที่หวังจะแก้ไขปัญหาคาusingอำนาจของภาครัฐอย่างไม่เป็นธรรม และการปฏิบัติงานทางการเมืองที่ขาดความโปร่งใส ไม่มีคุณธรรม จริยธรรม และระบบการตรวจสอบการใช้อำนาจที่ล้มเหลว จึงมีบทบัญญัติที่มุ่งเน้นการทำให้บ้านเมืองมีความโปร่งใสมีคุณธรรม และ

จริยธรรม ทั้งนี้เจตจำนงสุจริต เสริมสร้างคุณธรรม และความโปร่งใส ได้ถูกสร้างขึ้นตามกรอบแห่งพระราชบัญญัติ มาตรฐานทางจริยธรรม พ.ศ. 2562 ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 76 เพื่อเป็น หลักเกณฑ์ในการประพฤติปฏิบัติอย่างมีคุณธรรมจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะ ที่เป็นหน่วยงานราชการที่สามารถให้คุณให้โทษแก่ประชาชนโดยตรง โดยเฉพาะบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่าง ๆ จะต้องมีความคุณธรรม และจริยธรรมเป็นอย่างสูงในการปฏิบัติงาน กล่าวคือ ลักษณะนิสัยที่ดีที่ควรประพฤติปฏิบัติ ในการปฏิบัติงาน และมีกฎเกณฑ์ที่เป็นแนวทางปฏิบัติตนในการปฏิบัติงานที่ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม เหมาะสม และยอมรับได้ ในทางตรงกันข้าม หากบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานก็จะส่งผล กระทบโดยตรงต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น การปฏิบัติงานที่ย่อหย่อน ประสิทธิภาพ การทุจริตประพฤติมิชอบเอารัดเอาเปรียบประชาชน ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้เกิดขึ้นมาเป็นระยะ เวลานานโดยมีสาเหตุประการหนึ่งมาจากการขาดคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว กลับยังไม่ได้รับการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้หมดไปจากระบบราชการได้ ถึงแม้ภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเข้ามา ช่วยในการแก้ไขพัฒนาปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นก็ตาม

พุทธศาสนามีหลักธรรมในการพัฒนาบุคคล หรือบุคลากรขององค์กร ซึ่งเป็นหลักธรรมที่ช่วยส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้กับบุคลากรที่เหมาะสม ซึ่ง จรรยา ลินลา (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาตนตามหลัก คุณธรรมจริยธรรม พบว่า กระบวนการพัฒนาตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม เป็นแนวทางในการส่งเสริมความดีงาม ให้เกิดขึ้นในสังคมให้เห็นเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับพระศรูกิตติวราทร (ทองปั้น) (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง” ที่สรุปแนวทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและธรรมาภิบาล ประกอบด้วย 8 มาตรการ ซึ่งมาตรการที่ 8 นั้นคือ การนำหลักธรรมหรือคำสอนของพระพุทธศาสนามาประยุกต์

หลักธรรมทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมโดยตรง คือ หลักไตรสิกขา 3 ประการ คือ อธิศีลสิกขา อธิจิตตสิกขา และอธิปัญญาสิกขา ที่เรียกสั้น ๆ ว่า ศีล สมาธิ ปัญญา ซึ่งเป็นการฝึกหัดอบรม เพื่อ พัฒนากาย ความประพฤติ จิตใจ และปัญญา ซึ่ง ศุภกร จันทราวราญกร (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนา รูปแบบการฝึกอบรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารและหัวหน้างานองค์กร ทดลองรูปแบบการฝึกอบรมตามหลักไตรสิกขา เพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารและหัวหน้างาน องค์กร ด้วยการทดลองแบบกึ่งทดลอง พบว่า คะแนนเฉลี่ยภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของกลุ่มทดลอง ภายหลังได้รับอบรม ตามรูปแบบการฝึกอบรมตามหลักไตรสิกขา สูงขึ้นกว่าก่อนเข้ารับอบรมฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ พระมหาจักรกริช โสภปญโญ (วงศ์ภักดี) (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลัก ไตรสิกขาขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้บริหารต้องมีความเป็นผู้นำ ที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีจิตใจเที่ยงธรรม และมีการใช้ความรู้ในการกำหนดนโยบายให้ส่วนเกี่ยวข้องได้มีการ วางแผน, จัดทำแผนงานและปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนดไว้ผู้บริหารควรมีการวางแผนงานในการประยุกต์ใช้หลัก ไตรสิกขามาเป็นแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักไตรสิกขาอย่างแท้จริง และมีการปรับแนวทางในการ บริหารของหน่วยงาน ดังนั้น หลักไตรสิกขานี้จึงเป็นการศึกษาที่ครอบคลุมการดำเนินชีวิตทุกด้าน และทุกวัย อีกทั้ง ความง่ายยากตั้งแต่เรื่องเบื้องต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของศีลธรรม และจริยธรรมซึ่งเป็นข้อกำหนดพฤติกรรมของคน ในสังคมที่ควรประพฤติปฏิบัติต่อกันและกัน ตลอดจนข้อห้ามที่ไม่ควรกระทำต่อสมาชิกในสังคมด้วยกัน ทั้งนี้ก็เพื่อให้ เกิดความสงบสุขและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคมโดยรวม

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ประชาชนที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกัน

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

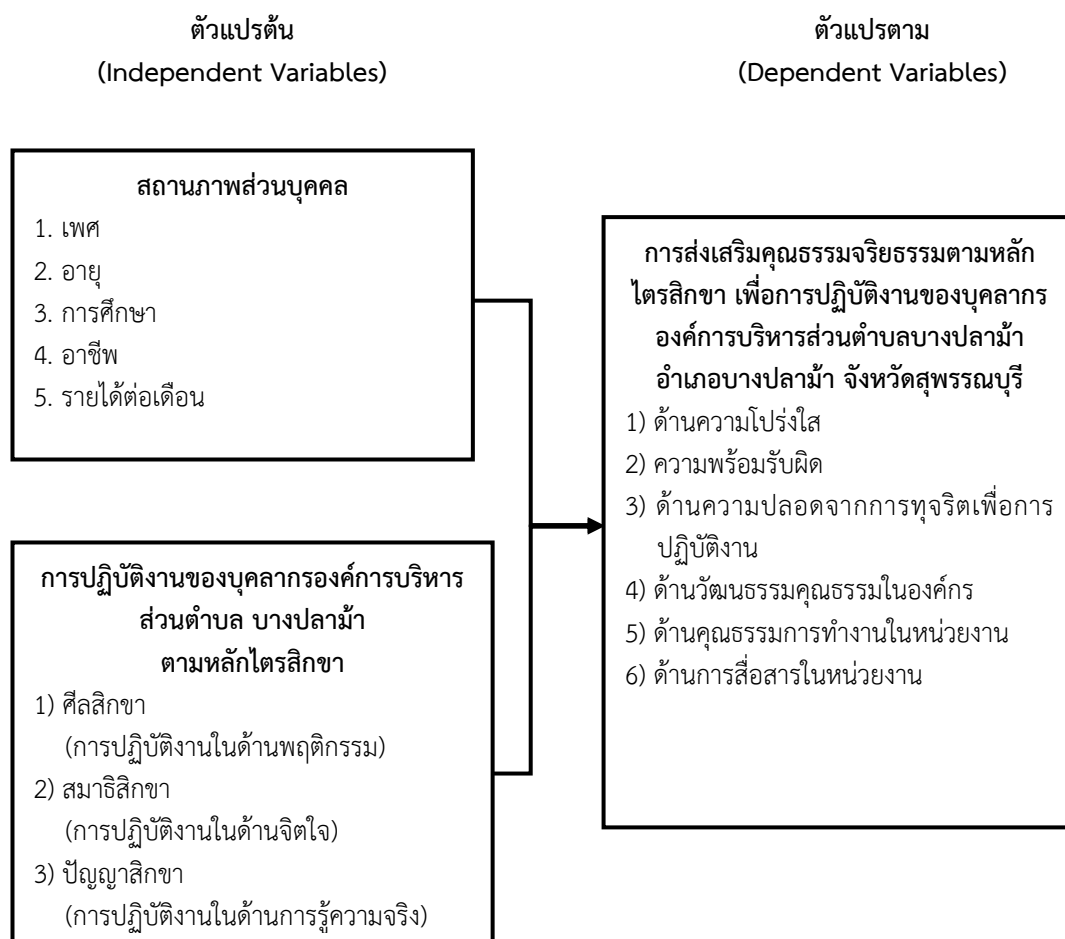
งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีคุณธรรมจริยธรรมของเอ็กเซลล์ และการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

จากการทบทวน ศึกษาทฤษฎีคุณธรรมจริยธรรมของเอ็กเซลล์คุณธรรมจริยธรรมเป็นการศึกษาการประพฤติตัวของคนในสิ่งถูก และสิ่งผิด การกระทำต่าง ๆ อาจจะพิจารณาว่าถูกหรือผิด แล้วแต่ว่าเป็นความตั้งใจของแต่ละบุคคล ทฤษฎีที่อยู่บนฐานของที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากเหตุใดเหตุหนึ่ง (เนื่องมาจากเหตุและปัจจัย) ของการกระทำ คือ ทำสิ่งดี หรือเลว คำถามหลักที่สำคัญในเรื่องคุณธรรมจริยธรรมข้างหนึ่งคือ เป็นความดีที่แท้จริงหรือเป็นเพียงความดีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่พบเห็นเท่านั้น แบ่งเป็น 2 ทฤษฎี คือ 1) ทฤษฎีคุณธรรมจริยธรรมที่อยู่บนฐานของความตั้งใจ ทฤษฎีคุณธรรมจริยธรรมที่อยู่บนฐานของความตั้งใจของแต่ละบุคคลถือการตั้งใจ กระทำสิ่งนั้นเป็นหลักการกระทำทุกอย่างจะดีหรือชั่วอยู่ที่การตั้งใจที่เรียกว่าเจตนา ถ้ามีเจตนากระทำ ความดีด้วยกาย วาจา ใจ สามารถตัดสินได้ว่าการกระทำนั้นถูกต้องหรือไม่ ความตั้งใจทำดีจะเป็น ความดีที่แท้จริงการกระทำทุกอย่าง คือ ทำสิ่งดี หรือปราศจากความสนใจเนื่องมาจากเหตุและปัจจัย เมื่อมันเป็นไปตามกฎของธรรมชาติ ปัญหาหลักที่สำคัญในทฤษฎีเหล่านี้ คือ รู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ดีก็ทำอะไรที่ดีนั้น ดังเช่น ศาสนาทุกศาสนาสอนให้รู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ถูกแท้จริง และอะไรคือสิ่งที่ผิด จากการสอนของครู พระ และผู้เคร่งศาสนา หรือจากหนังสือทางศาสนา อย่างไรก็ตาม หลักศาสนาทั้งหมด สอนคนให้เป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม แต่ไม่ได้สรุปเป็นข้อตกลงในลักษณะเป็นหลัก ปิดกั้นความเข้าใจหลักคุณธรรม จริยธรรมของศาสนา ในแนวทางร่วมกันโดยทั่วไป เพื่อให้ทุกคนเข้าใจที่จะปฏิบัติตัวเป็นคนดีของทุกศาสนาได้นักคิดด้านปรัชญาส่วนหนึ่งมีแนวคิดที่พวกเราที่มีความสามารถที่จะรู้การกระทำในสิ่งที่ถูก และผิดโดยกำเนิดเป็นสิ่งที่ธรรมชาติให้มากับทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในโลกนี้อยู่แล้ว และทุกคนสามารถรับรู้ได้อย่างเท่าเทียมกัน สิ่งที่เป็นเรื่องยากก็ คือ การหามาตรฐานว่าอะไรคือสิ่งที่ถูก และอะไรคือสิ่งที่ผิด

สำหรับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของบุคลากรของรัฐ เป็นแนวคิดที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้วยเหตุนี้การปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล จึงถือเป็นสำคัญที่จะต้องหาทางส่งเสริม และพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ในภาคปฏิบัติราชการให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ กล่าวคือ การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดสาระสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานทางจริยธรรมไว้ใน มาตรา 76 ว่า “รัฐพึงพัฒนาระบบการบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐอย่างอื่น ให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยหน่วยงานของรัฐต้องร่วมมือ และช่วยเหลือกัน ในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดิน การจัดทำบริการสาธารณะและการใช้จ่ายเงินงบประมาณ

มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน รวมตลอดทั้งพัฒนาเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีทัศนคติเป็นผู้ให้บริการประชาชนให้เกิดความสะดวก รวดเร็วไม่เลือกปฏิบัติ และปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ รัฐพึงดำเนินการให้มีกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของหน่วยงานของรัฐ ให้เป็นไปตามระบบคุณธรรม โดยกฎหมายดังกล่าวอย่างน้อยต้องมีมาตรการป้องกันมิให้ผู้ใดใช้อำนาจ หรือกระทำการโดยมิชอบที่เป็นการก้าวก่าย หรือแทรกแซงการปฏิบัติหน้าที่ หรือกระบวนการแต่งตั้ง หรือการพิจารณาความดีความชอบของเจ้าหน้าที่ของรัฐ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้หลักการสุ่มแบบแบ่งชั้น จำนวน 378 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) นำเสนอผลการวิจัยและข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่หมู่บ้าน ภายในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 6,753 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Simple Random Sampling) มาจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามานะ (Taro Yamane) (สูตรธรรม รัตน์โชติ, 2551) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 378 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขา เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านศีลสิกขา 2) ด้านสมาธิสิกขา 3) ด้านปัญญาสิกขา จำนวน 15 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามเจตจำนงองค์กร 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความโปร่งใส 2) ความพร้อมรับผิด 3) ด้านความปลอดภัยจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน 4) ด้านวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร 5) ด้านคุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน 6) ด้านการสื่อสารในหน่วยงาน จำนวน 30 ข้อ และตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open ended Question) ให้เลือกตอบแบบเสรี และผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1. การสอบถามขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

2. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6-1.00

3. หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.760

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล: ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการประสานงานกับผู้นำชุมชนในแต่ละหมู่บ้าน ภายในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ ทั้ง 10 หมู่บ้าน เพื่อแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 378 ฉบับ พร้อมรับคืนด้วยตนเอง

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล: สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พรรณนาระดับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ คือ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบค่าเอฟ

(F-Test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในกรณีตัวแปรต้นตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ: ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นักวิชาการด้านศาสนา นักวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 15 รูปหรือคน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักวิชาการด้านศาสนา จำนวน 2 คน 2) กลุ่มข้าราชการ/เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 7 คน และ 3) กลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 6 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสร้างเครื่องมือเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขา เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท (Content Analysis Techniques) สังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอต่อไป

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวม

การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการ ปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1) ด้านศีลสิกขา (พฤติกรรมดี)	4.30	0.541	มาก	1
2) ด้านสมาธิสิกขา (มีใจมั่นคง)	4.22	0.477	มาก	3
3) ด้านปัญญาสิกขา (มีองค์ความรู้)	4.28	0.515	มาก	2
รวม	4.26	0.457	มาก	

พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.26$ S.D. = 0.457)

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านศีลสิกขา (พฤติกรรมดี) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$ S.D. = 0.541) อยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านปัญญาสิกขา (มีองค์ความรู้) ($\bar{X} = 4.28$ S.D. = 0.515) อยู่ในระดับมาก และด้านสมาธิสิกขา (มีใจมั่นคง) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.22$ S.D. = 0.477) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวม

การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1) ด้านความโปร่งใส	4.25	0.590	มาก	5
2) ด้านความพร้อมรับผิด	4.24	0.534	มาก	6
3) ด้านความปลอดจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน	4.30	0.524	มาก	2
4) ด้านวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร	4.27	0.507	มาก	4
5) ด้านคุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน	4.28	0.524	มาก	3
6) ด้านการสื่อสารในหน่วยงาน	4.34	0.507	มาก	1
รวม	4.28	0.461	มาก	

พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.28$ S.D. = 0.461)

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารในหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$ S.D. = 0.507) อยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านความปลอดจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.30$ S.D. = 0.524) อยู่ในระดับมาก และด้านความพร้อมรับผิด มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.24$ S.D. = 0.534) อยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรม และจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. แนวทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

1) ด้านความโปร่งใส ต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และประกาศขององค์กรหรือกระทรวงด้วยความซื่อตรง พร้อมทั้งต้องมีการเปิดเผยข้อมูลการทำงานขององค์การบริหารส่วนตำบล 2) ด้านความพร้อมรับผิด ต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน รับผิดชอบต่อหน้าที่ และภารกิจที่ได้รับมอบหมาย มีความกล้า พร้อมรับผิดต่อข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากผลการตัดสินใจ และการกระทำของตน 3) ด้านความปลอดจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน ต้องไม่เลือกปฏิบัติ หรือรับสินบน ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดถือประโยชน์ของประชาชนด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และเป็นธรรม 4) ด้านวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร ต้องยึดมั่นหลักธรรมาภิบาล และหลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน มีจิตสำนึกด้านการทุจริต ปกป้องพฤติกรรมสุจริต ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามประมวลจริยธรรม และวัฒนธรรมขององค์กร 5) ด้านคุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน ต้องปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ ให้บริการด้วยความจริงใจ คิดถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ไม่เบียดบังเวลา และทรัพย์สิน

ทางราชการ 6) ด้านการสื่อสารในหน่วยงาน ต้องมีการสื่อสารสองทางรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรและประชาชน นำเทคโนโลยีและสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์กมาใช้ในการดำเนินการสื่อสารกระจายข้อมูลข่าวสารการทำงาน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ระดับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาม้า อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

1) ด้านความโปร่งใส โดยภาพรวมในด้านความโปร่งใสอยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่า บุคลากรมีการเปิดเผยข้อมูลของหน่วยงานด้วยความโปร่งใสโดยยึดหลักความสุจริต เทียงธรรม ถูกต้อง ยึดหลักความโปร่งใสในการปฏิบัติงานโดยไม่พะวงกับชื่อเสียง ลาภยศ หรือตำแหน่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุมาพรรณ ทรงวิวัฒน์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณธรรมและจริยธรรมของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ผลการวิจัยพบว่า ด้านการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

2) ด้านความพร้อมรับผิด โดยภาพรวมในด้านความพร้อมรับผิด อยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่า บุคลากรมีความพร้อมรับผิดชอบ และมุ่งมั่นต่อหน้าที่การงานอย่างเต็มที่ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่เห็นแตกต่างกัน และยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรทัย ทองฤกษ์ฤทธิ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณธรรม จริยธรรมของผู้เรียนในสถานศึกษาสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ผลการวิจัย พบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะคุณธรรม จริยธรรมของผู้เรียนระดับประถมศึกษาในสถานศึกษาสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า ในภาพรวม และรายด้านความมีระเบียบวินัย ด้านความรับผิดชอบ ด้านความพอเพียง และด้านความซื่อสัตย์ สุจริต อยู่ในระดับมาก

3) ด้านความปลอดจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมในด้านความปลอดจากการทุจริต เพื่อการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่า บุคลากรมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามแผนป้องกันและปราบปรามการทุจริตในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจพร จันทรโคตร (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของ องค์การบริหารส่วนตำบลปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัย พบว่า มีคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานอยู่ ในระดับสูง ได้คะแนนร้อยละ 71.43 โดยได้คะแนนดัชนีด้านความปลอดจากการทุจริตในการปฏิบัติงานสูงที่สุด เท่ากับร้อยละ 78.62 ซึ่งอยู่ในระดับสูง

4) ด้านวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร โดยภาพรวมในด้านวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร อยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่า บุคลากรมีพฤติกรรมสุจริต มีความเคารพอ่อนน้อม จนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ปฏิบัติงานเพื่อป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อนในหน่วยงานอย่างเคร่งครัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง

5) ด้านคุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน โดยภาพรวมในด้านคุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน อยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่า บุคลากรธำรงความถูกต้องแม้ในสถานการณ์ที่อาจสร้างความลำบากใจ ทำสิ่งต่าง ๆ โดยยึดหลักความถูกต้อง ให้บริการอย่างเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาชินวัฒน์ ธมฺมเสฏฺฐ (หาญกุล) (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลเมืองสามพราณอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลเมืองสามพราณ อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$)

6) ด้านการสื่อสารในหน่วยงาน โดยภาพรวมในด้านการสื่อสารในหน่วยงาน อยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่า บุคลากรมีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน ให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารสองทาง โดยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี กองแก้ว (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการบริหารของผู้บริหารเทศบาลตำบลบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ด้านสมรรถนะในการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, $S.D. = 0.468$)

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1) ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระทะนงศักดิ์ จานรโต (ม่งแก้วกลาง) (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานตามหลักอิทธิบาทธรรม ขององค์การบริหารส่วนตำบล พลุตาหลวง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มี เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงาน ตามหลักอิทธิบาทธรรม ขององค์การบริหารส่วนตำบลพลุตาหลวง ไม่แตกต่างกัน

2) ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี กองแก้ว (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการบริหารของผู้บริหาร เทศบาลตำบลบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อการ ปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาจักรกริช โสภปญโญ (วงศ์ภักดี) (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ตามหลักไตรสิกขาขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักไตรสิกขาขององค์การ บริหารส่วนตำบลในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

4) ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อการปฏิบัติงานของ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาชินวัฒน์ ธรรมเสฏฐ (หาญกุล) (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาล เมืองสามพราณอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของประชาชน จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลเมืองสามพราณ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

5) ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อการ ปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระเกรียงศักดิ์ กิตติปัญโญ (รักสินิท) (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการกำหนดนโยบายการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลประสงค์ อำเภอท่าชนะ จังหวัด สุราษฎร์ธานี ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01

3. แนวทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหาร ส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

1) ด้านความโปร่งใส บุคลากรต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และประกาศขององค์กรหรือกระทรวงด้วยความซื่อตรง พร้อมทั้งต้องมีการเปิดเผยข้อมูลการทำงานขององค์การบริหาร ส่วนตำบล โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายช่องทาง เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงาน

และติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์จากการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา วชิรินทร์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง มาตรฐานทางคุณธรรมจริยธรรมกับการปฏิบัติงานของพนักงานคุมประพฤติจังหวัด เชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า คุณธรรมและจริยธรรมเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ ประกอบด้วย หลักความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสตรวจสอบได้ มีความสุขุมรอบคอบ รับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อหน้าที่ ไม่หวั่นเกรงอิทธิพลหรืออำนาจ อันมิชอบด้วยกฎหมายใด ๆ ยึดหลักความถูกต้องเป็นธรรม

2) ด้านความพร้อมรับผิด บุคลากรต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน รับผิดชอบต่อหน้าที่ และภารกิจที่ได้รับ มอบหมาย มีความกล้า พร้อมรับผิดต่อข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากผลการตัดสินใจ และการกระทำของตน มีความพร้อม ที่จะพัฒนาตนเองให้สามารถแก้ไข ปรับปรุงข้อผิดพลาดอันเกิดจากการกระทำได้ และเคารพรับฟังข้อคิดเห็นของผู้อื่น โดยคำนึงถึงนึกถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรรยา ลินลา (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาตนตามหลักคุณธรรมจริยธรรม ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการพัฒนาตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม เป็นแนวทางในการส่งเสริมความดีงามให้เกิดขึ้นในสังคมให้เห็นเป็นรูปธรรม สามารถสัมผัสได้จากการ แสดงออกด้านพฤติกรรม มีความรับผิดชอบ มีการเสียสละ และมีจิตใจเอื้อประโยชน์ต่อส่วนรวม

3) ด้านความปลอดจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน บุคลากรต้องไม่เลือกปฏิบัติ หรือรับสินบน ปฏิบัติ หน้าที่โดยยึดถือประโยชน์ของประชาชน ปฏิบัติราชการตามกระบวนการมาตรฐาน ภายใต้กฎหมาย ปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และเป็นธรรม ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กรอย่าง เคร่งครัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทวีศักดิ์ ตั้งวัฒนธรรม, พรนภา เตียสุธิกุล และบุญเลิศ ไพรินทร์ (2558) ได้ ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะข้าราชการพลเรือนที่พึงประสงค์ด้านมาตรฐานจริยธรรม ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะข้าราชการพลเรือนที่พึงประสงค์ด้านมาตรฐานจริยธรรม ประกอบด้วย มีศรัทธาในวิชาชีพ และศักดิ์ศรีของความเป็นข้าราชการ มีค่านิยมต่อต้านการทุจริตปกป้องและรักษาเกียรติของข้าราชการ มีจิตสาธารณะ ในการให้บริการประชาชนโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีและความเท่าเทียม การมีส่วนร่วม ความมีน้ำใจ

4) ด้านวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร บุคลากรต้องยึดมั่นหลักธรรมาภิบาล และหลักคุณธรรมจริยธรรมใน การปฏิบัติงาน มีจิตสำนึกต้านการทุจริต ปลุกฝังพฤติกรรมสุจริต โปร่งใสจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ปฏิบัติหน้าที่ให้ เป็นไปตามประมวลจริยธรรม และวัฒนธรรมขององค์กร ปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบของตนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพร จันทรโคตร (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส ในการดำเนินงานขององค์กรบริหารส่วนตำบลปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัย พบว่า หน่วยงานควรส่งเสริมด้านมุมมองของเจ้าหน้าที่การรับรู้/ประสบการณ์ตรงของการมอบหมายงานโดยยึดมาตรฐานการ ดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้ถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงาน มีมาตรฐานตามหลักธรรมาภิบาลที่เคร่งครัดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

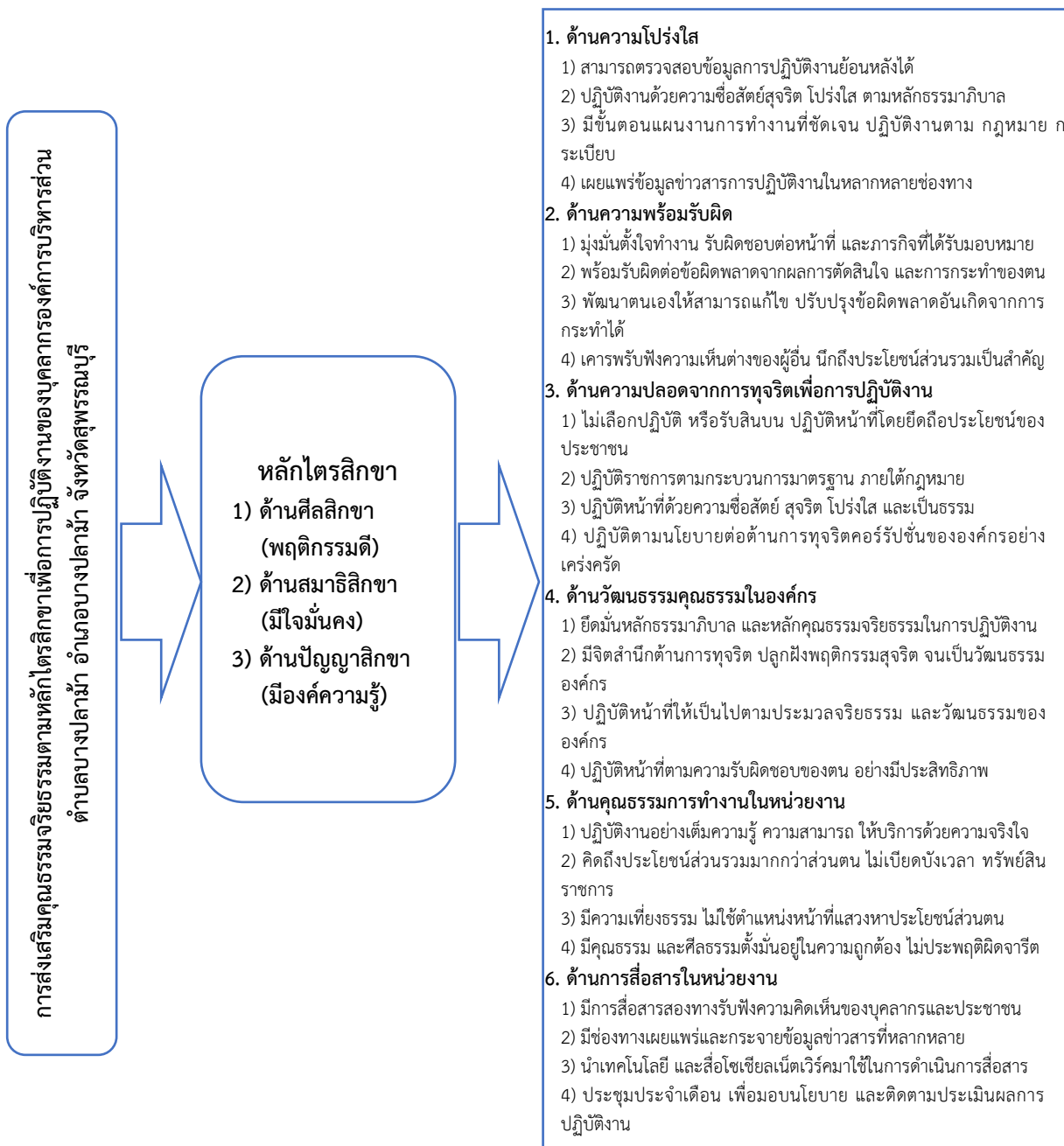
5) ด้านคุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน บุคลากรต้องปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ ความสามารถ ให้บริการ ด้วยความจริงใจ คิดถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ไม่เบียดบังเวลา และทรัพย์สินทางราชการ มีคุณธรรม และ ศีลธรรมตั้งมั่นอยู่ในความถูกต้อง ไม่ประพฤติผิดจารีตประเพณีที่ดีงาม มีความเที่ยงธรรม ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่แสวงหา ประโยชน์ส่วนตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเดชชาติ ตรีทรัพย์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมหลัก คุณธรรม จริยธรรม และหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคใต้ ผลการวิจัย พบว่า หลักธรรมาภิบาลในจิตสำนึกของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่กรอบการประพฤติที่ดีงาม ถูกต้อง และมีความยุติธรรม แล้วจะเกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6) ด้านการสื่อสารในหน่วยงาน ควรมีการสื่อสารสองทางรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรและประชาชน มีช่องทางเผยแพร่ และกระจายข้อมูลข่าวสารให้แก่บุคลากร และประชาชนได้รับทราบ นำเทคโนโลยี และสื่อโซเชียล เน็ตเวิร์ค เช่น Line Facebook และเว็บไซต์มาใช้ในการดำเนินการสื่อสารกระจายข้อมูลข่าวสารการทำงาน และมีการ ประชุมประจำเดือน เพื่อมอบนโยบาย และติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

พระเกรียงศักดิ์ กิตฺติปัญโญ (รักสนิท) (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลประสงค์ อำเภอนาทน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัย พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีความถี่สูงสุด ข้อที่ว่า เปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนน้อย สำหรับแนวทางแก้ไข พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐานมีความถี่สูงสุด ข้อที่ว่า ควรอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมรับฟังการกำหนดนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแก่ประชาชน

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการพัฒนาของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้วิจัยได้สรุปองค์ความรู้ดังแสดงในแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

เชิงนโยบาย

- 1) ควรกำหนดนโยบายให้บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลเข้ารับการฝึกอบรมพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 2) ควรกำหนดนโยบายการพัฒนาการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล โดยคำนึงถึงการปฏิบัติงานตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีและบูรณาการร่วมกับหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แผนงาน และโครงการ
- 3) ควรมีการประชุมร่วมกันระหว่างบุคลากรและประชาชน ในประเด็นปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อกำหนดเป็นมาตรการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

เชิงปฏิบัติการ

- 1) ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน กำหนดทิศทาง และแนวทางการดำเนินงานการใช้งบประมาณ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง
- 2) ควรเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากรในด้านการทำงาน การปฏิบัติหน้าที่โดยการนำเอาหลักไตรสิกขา มาประยุกต์ใช้กับการทำงานให้มากขึ้น
- 3) ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยจากการทุจริตเพื่อการปฏิบัติงาน และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความรักต่องานและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ
- 4) ควรให้ความสนใจ และเอาใจใส่สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยและส่งเสริมสนับสนุนการให้บริการ คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และให้คำปรึกษาแก่ประชาชนเมื่อเกิดปัญหาขึ้น
- 5) ควรกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและชัดเจน อีกทั้งให้สอดคล้องกับระเบียบ และนโยบาย หน้าที่ ความรับผิดชอบ และความรู้ความสามารถของบุคลากร
- 6) ควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้งาน และคอยให้คำปรึกษาแก่ประชาชนที่มีปัญหา จัดให้มีการประชุมให้บ่อยครั้งขึ้นเพื่อให้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ในชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจจะเป็นผลกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาม้า อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เช่น วัฒนธรรมองค์การ ผลตอบแทน และภาวะผู้นำ เป็นต้น
- 2) ควรศึกษาการนำหลักธรรมด้านอื่น ๆ เช่น หลักอิทธิบาท 4 สังคหวัตถุ 4 เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลและหน่วยงานอื่น ๆ
- 3) ควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในองค์กร หรือหน่วยงาน เพื่อจะได้นำไปพัฒนาประสิทธิภาพในการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จรรยา ลินลา. (2562). กระบวนการพัฒนาตนตามหลักคุณธรรมจริยธรรม. *บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์ นครสวรรค์*, 7(2), 169-176.

เดชชาติ ตรีทรัพย์. (2561). แนวทางการส่งเสริมหลักคุณธรรม จริยธรรม และหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคใต้. *วารสารมหาจุฬานาครทรรค์*, 5(2), 317-341.

- ทวีศักดิ์ ตั้งวัฒนธรรม, พรนภา เตียสุธิกุล, และบุญเลิศ ไพรินทร์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะข้าราชการพลเรือนที่พึงประสงค์ด้านมาตรฐานจริยธรรม. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 8(ฉบับพิเศษ), 119-137.
- เบญจพร จันทรโคตร. (2561). การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- พระเกรียงศักดิ์ กิตติปัญโญ (รักสนิ). (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลประสงค์ อำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระครูกิตติวราร (ทองปั่น) (2562). การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. *วารสารวิชาการธรรมทศน์*, 19(2), 1-12.
- พระทะนงศักดิ์ จานรโต (มิ่งแก้วกลาง). (2558). การบริหารงานตามหลักอิทธิบาทธรรม ขององค์การบริหารส่วนตำบลพุดตาล อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตโต). (2559). *คุณธรรมสำหรับนักบริหาร*. กรุงเทพฯ: วัดประยูรวงศาวาสวรวิหาร.
- พระมหาจักรกริช โสภปัญโญ (วงศ์ภักดี). (2559). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักไตรสิกขาขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาชินวัฒน์ ธมฺมสกุโธ (หาญกุล). (2557). การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลเมืองสามพราณ อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ภิกษุ กัลยาณมิตร. (2560). ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(1), 67-80.
- ศุภกร จันทราวฒิกร. (2562). การศึกษาและพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารและหัวหน้างานองค์กร. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุธรรม รัตนโชติ. (2551). การกำหนดการสู่ตัวอย่างจากวิธีของ TaroYamane. กรุงเทพฯ: พิมพ์ท็อป.
- วิภาดา วัชรินทร์. (2558). มาตรฐานทางคุณธรรมจริยธรรมกับการปฏิบัติงานของพนักงานคุมประพฤติ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 4(3), 96-103.
- อรทัย ทองฤกษ์ฤทธิ์. (2560). การศึกษาคุณธรรม จริยธรรมของผู้เรียนในสถานศึกษาสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัญชลี กองแก้ว. (2561). การพัฒนาสมรรถนะการบริหารของผู้บริหารเทศบาลตำบลบางละมุง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อุมาพรรณ ทรงวิวัฒน์. (2556). *คุณธรรมและจริยธรรมของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

คณะผู้เขียน

พระครูพิศาลธรราท (นิรันดร์ ฐิตวิริโย)

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

249 ถนน ประชาธิปไตย ตำบล ร้วใหญ่ อำเภอมืองสุพรรณบุรี สุพรรณบุรี 72000

e-mail: niran23022509@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล ดีไทยสงค์

อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

249 ถนน ประชาธิปไตย ตำบลร้วใหญ่ อำเภอมืองสุพรรณบุรี สุพรรณบุรี 72000

e-mail: brother.nop@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตวุฒิ หมั่นมี

รองหัวหน้าภาควิชารัฐศาสตร์ / อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

249 ถนน ประชาธิปไตย ตำบลร้วใหญ่ อำเภอมืองสุพรรณบุรี สุพรรณบุรี 72000

e-mail: Armmo_2006@hotmail.com

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม
ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก
The Component of Factors Affecting Millennial Consumer Loyalty in Purchasing
Food and Beverages Via Online Platforms in the Eastern Region

กวินตรา เลหาวิทยะรัตน์* และอรพรรณ คงมาลัย
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Kawintra Louhavitayarat* and Orapan Khongmalai
College of Innovation, Thammasat University

Received: March 11, 2023

Revised: April 28, 2023

Accepted: May 2, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลในเขตภาคตะวันออกที่ซื้ออาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่างซึ่งถูกสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยมีการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อระบุองค์ประกอบร่วม และจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก ประกอบด้วย 4 ปัจจัย 5 กลุ่มองค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดยุคใหม่ 4Es มีส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ เพียงองค์ประกอบเดียว ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง มีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้ออาหารออนไลน์เพียงองค์ประกอบเดียว ปัจจัยคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน และความน่าเชื่อถือของข้อมูล และ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์มีการรับรู้ประโยชน์เพียงองค์ประกอบเดียว

คำสำคัญ: กลุ่มมิลเลนเนียล แพลตฟอร์มออนไลน์ ความจงรักภักดี

Abstract

The objective of this research was to identify the component of factors affecting millennial consumer loyalty in purchasing food and beverages Via online platforms in the eastern region. This research was quantitative research by using the questionnaire to collect the data from of 4 00 consumers who were the millennial consumers in the eastern region and bought food and beverages

*กวินตรา เลหาวิทยะรัตน์ (Corresponding Author)

e-mail: mew.kawintral@gmail.com

via online platforms. The samples were chosen by purposive sampling. Data was gathered by an online closed-end questionnaire, which was tested in terms of content validity and reliability. Data analysis was performed by exploratory factor analysis (EFA) to identify common factor and create new component groups. The result revealed that factors affecting the loyalty of millennial consumers in buying food and beverages through online platforms consisted of four factors, five groups of components: one component of new marketing mix 4Es was online marketing mix; one component of perceived risk was perceived risk in buying food online; two components of platform quality were ease of use and information quality; one component of perceived usefulness was perceived usefulness.

Keyword: Millennials, Online Platforms, Loyalty

บทนำ

ปัจจุบันมูลค่า E-commerce ของไทยมีการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี จากรายงานของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปี 2562 มีมูลค่า E-commerce 4.05 ล้านล้านบาท อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า E-commerce สูงที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง รองลงมาคือ อุตสาหกรรมการให้บริการที่พัก และอุตสาหกรรมการผลิต ขณะที่ปี 2563 การแพร่ระบาดของโควิด-19 กระทบต่อธุรกิจโรงแรมและที่พักซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีตลาด E-commerce ใหญ่เป็นอันดับสอง ทำให้มูลค่า E-commerce ที่ลดลงถึงร้อยละ 6.68 เหลือ 3.78 ล้านล้านบาท จากที่เคยเติบโตเพิ่มขึ้นตลอดมา แต่ในปี 2564 ก็คาดการณ์ว่ามูลค่า E-commerce จะปรับตัวเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ยังพบว่า SMEs เข้าสู่ตลาด E-commerce เพิ่มมากขึ้น โดยมูลค่า E-commerce ของธุรกิจ SMEs เติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

อาหารถือเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่ทุกคนจะต้องรับประทานเพื่อการดำรงชีวิต ซึ่งแต่เดิมในยุคที่บริการจัดส่งอาหารและอินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลาย ผู้บริโภคเคยกับการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารที่สามารถส่งและนั่งรับประทานได้ แต่ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการจราจรที่ติดขัดส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะอยู่บ้านรับประทานอาหาร และเลือกใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มากยิ่งขึ้น จากการรายงานของ We Are Social ในปี 2022 ยังพบว่า ผู้บริโภคที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด คือกลุ่มที่มีช่วงอายุ 25-42 ปีซึ่งอยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียล คิดเป็นร้อยละ 68.3 อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีการซื้อสินค้าประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม อีกทั้งยังใช้ที่จำเป็นผ่านช่องทางออนไลน์อยู่เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 45.8 ของสินค้าทั้งหมดจึงส่งผลให้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งคนไทยกว่า 12.2 ล้านคน มีพฤติกรรมการสั่งอาหารผ่าน Food Delivery ซึ่งเติบโตจากปี 2564 ถึงร้อยละ 21.1 คิดเป็นมูลค่ากว่า 13,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าที่เติบโตจากปี 2564 ถึง 25.3% (ณัฐพล ม่วงท่า, 2565)

ซึ่งจากรายงานการวิเคราะห์ความต้องการในการแก้ปัญหาเรื่องสินค้าและบริการเชิงพื้นที่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พบว่า ความต้องการด้านการซื้อขายสินค้า และบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ โดยเฉลี่ยอัตราอยู่ที่ร้อยละ 20.45 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าเขตกรุงเทพมหานครที่มีร้อยละเฉลี่ยอยู่ที่ 19.24 (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2565) จากเหตุดังกล่าว จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่มีการขายสินค้าประเภทอาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้นและยังมีแนวโน้มว่าตลาดอาหาร และเครื่องดื่มที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์นี้จะมีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถเริ่มต้นได้ง่าย จึงง่ายต่อการเริ่มทำธุรกิจของคุณแข่งรายใหม่ ดังนั้นเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการสำหรับธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่มที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อรองรับรูปแบบการดำเนิน

ชีวิตแบบใหม่ของผู้บริโภค จึงต้องมีการมุ่งเน้น และให้ความสำคัญกับการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล พัฒนาคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย สร้างการรับรู้ประโยชน์ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้เมื่อทำการสั่งซื้ออาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และทำการตลาดด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป เพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภค และสร้างความภักดีจากการซื้อซ้ำ และการบอกต่อที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (นุช สิงห์แก้ว, 2563) ผู้วิจัยจึงศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการซื้ออาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

1. ส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ (4Es) เป็นแนวคิดที่ได้ทำการปรับมุมมองทางการตลาดจากฝั่งผลิตภัณฑ์ไปเน้นที่การสื่อสารจากฝั่งผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดนี้เกิดจากการศึกษาประสบการณ์ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า การเปลี่ยนแปลงนี้ประกอบกับการผสมผสานรวมเข้ากับแผนการตลาด เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุม และเหมาะสมยิ่งขึ้นซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในเศรษฐกิจร่วมสมัยเชิงนวัตกรรมได้ดียิ่งขึ้น (Brian, 2009) โดยส่วนประสมทางการตลาด 4Es Marketing ประกอบด้วย 1) การแนะนำประสบการณ์ (Experience) เป็นการแนะนำประสบการณ์ที่ผู้ใช้ได้รับ หรือหลังจากได้ใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ทำให้ผู้ใช้รักในผลลัพธ์ที่มีและเกิดความภาคภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ 2) การกำหนดราคาที่คุณค่า (Exchange) เป็นการมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา โดยเป็นการทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตามความคาดหวัง 3) การตอบสนองในทุกที่ (Everywhere) เป็นการที่ธุรกิจสามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนได้ทุกที่ทุกเวลา และ 4) การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภคให้มีความผูกพันต่อกัน หรือการสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคนั่นเอง โดยธุรกิจต้องมีวิธีการทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสัมพันธ์กับตราสินค้าของตนเอง ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในยุคใหม่นี้ จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ความพึงพอใจ และพัฒนาให้เกิดความภักดีของผู้บริโภคได้ (วารุณีย์ ไ้วสกุล, 2563) โดยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ เป็นแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจและเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าและบริการของผู้บริโภค

2. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) คือ ความรู้สึกเสี่ยงที่เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคเป็นสถานะที่เขาเกิดรับรู้หรือรู้สึกขึ้นมาว่าเขามีความเสี่ยงหากซื้อ หรือจะเกิดผลเสียหากเขาตัดสินใจผิดพลาดมีผลให้เขาเลือกที่จะชะลอการตัดสินใจที่จะทำให้เกิดพฤติกรรม (Amin & Dewi, 2021) เนื่องจากกังวลถึงผลเสียที่อาจเกิดขึ้นที่มีหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะทางจิตใจ สังคม กายภาพ หรือการเงิน โดยการรับรู้ความเสี่ยงประกอบไปด้วย 1) ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ (Product Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากตัวสินค้าทำงานได้ไม่มีประสิทธิภาพไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้ตามที่คาดหวัง 2) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) คือ ความกลัวจากการสูญเสียเงินที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อสินค้าเนื่องจากผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายหรือมีประสิทธิภาพไม่ตรงตามความคาดหวัง และ 3) ความเสี่ยงด้านการขนส่ง (Delivery Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการรับสินค้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา ดังนั้นความสามารถในการรับรู้ความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค จึงมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อ ซึ่งสามารถพัฒนามาเป็นความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภคได้ในเวลาต่อมา (Khasbulloh & Suparna, 2022)

3. คุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย (Platform Quality) ในงานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดจาก แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS success Model) ของ Delone and McLean ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวช่วยในการ

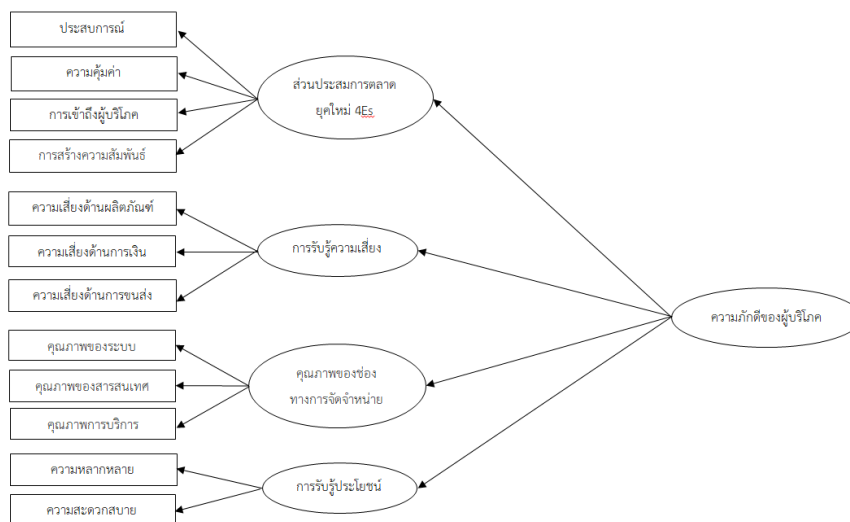
เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร และอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกรรมทางการเงินของผู้ซื้อและผู้ขาย โดยได้กล่าวถึงมิติของคุณภาพของการบริการให้เข้ากับบริบทและสภาพการณ์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) คุณภาพของระบบ (System Quality) คือ การให้ความสำคัญกับระบบการใช้งานของเว็บไซต์ โดยเฉพาะเรื่องการทำให้เนื้อหาอ่านได้ง่าย และสามารถเข้าสู่หน้าต่างอื่น ๆ ได้สะดวก 2) คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) เป็นประเด็นสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ และช่วยดึงดูดลูกค้าให้สนใจในสินค้ามากขึ้น เนื่องจากสารสนเทศที่ดีจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจในระบบการทำงานได้ง่ายขึ้น และ 3) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) คือ ในธุรกิจออนไลน์เป็นรูปแบบธุรกิจที่ไม่เกิดการปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้า จึงส่งผลให้เป็นเรื่องยากในการสร้างการรับรู้คุณภาพของการบริการ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความพร้อมของระบบ และประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้นั้น ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้ (ธัญญธร ภิญญพาณิชยการ, 2563) โดยปัจจัยคุณภาพของระบบ คุณภาพของสารสนเทศ และคุณภาพการบริการที่ดีจะช่วยสร้างความพึงพอใจ และสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคได้ และช่วยทำให้เกิดความภักดีให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้ในอนาคต (Putri & Pujani, 2019)

4. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) เป็นระดับกระบวนการรับรู้ที่ผู้บริโภคเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการให้กับตนเองได้ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และพฤติกรรมของผู้ใช้ (กัลยา เขียวเปลื้อง, 2563) และเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ได้ว่าสมรรถนะของแอปพลิเคชันเป็นไปตามที่ผู้ใช้งานคาดหวังไว้หรือไม่ รวมทั้งเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ได้ว่าแอปพลิเคชันมีประโยชน์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ หมายความว่า ผู้บริโภคได้เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ซึ่งการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานนั้นมีอิทธิพลต่อความภักดี (Loyalty) ในการใช้เว็บไซต์ (Mulia et al., 2021) โดยการรับรู้ประโยชน์ ประกอบด้วย 1) ความหลากหลาย (Variety) คือ ความแตกต่างหรือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ในการตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค และ 2) ความสะดวกสบาย (Convenience) คือ ประโยชน์ในด้านความสะดวกจากการใช้บริการ การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในด้านการเดินทาง ความสามารถในการสั่งได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ ซึ่งก่อให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้บริโภค (Chen, Hsiao & Wu, 2018)

5. ความจงรักภักดี (E-loyalty) คือ ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อหรือมีให้แก่สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจซึ่งจะเกิดขึ้นในรูปแบบของการจะซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิม หรือชุดของตราสินค้าเดิม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้จะได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ที่มีผลกระทบและศักยภาพของความพยายามทางการตลาด (Puranda et al., 2022) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความภักดีของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ความจงรักภักดีเชิงพฤติกรรม (Behavioral Loyalty) ลูกค้าจะแสดงพฤติกรรมในลักษณะการตั้งใจจะซื้อ และตั้งใจซื้อซ้ำ 2) ความจงรักภักดีเชิงทัศนคติ (Attitudinal Loyalty) ลูกค้าจะแสดงพฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth) 3) ความจงรักภักดีเชิงรวม (Composite Loyalty) ลูกค้าจะแสดงพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ หรืออุดหนุนสินค้า และบริการที่ตนชื่นชอบอย่างสม่ำเสมอในอนาคตรวมทั้งแนะนำ หรือบอกต่อผู้อื่น (Juwaini et al., 2022) ซึ่งความภักดีในทุกูปแบบนี้ จะส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์ และเกิดการกลับมาซื้อสินค้า หรือให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในสินค้าและบริการที่ชื่นชอบ โดยไม่สนใจต่ออิทธิพลทางสถานการณ์ และความพยายามทางการตลาดที่มีแนวโน้มในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Siagian et al., 2022)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ (4Es) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การแนะนำประสบการณ์ (Experience) 2) การกำหนดราคาที่คุณค่า (Exchange) 3) การตอบสนองในทุกที่ (Everywhere) และ 4) การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) 2) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ (Product Risk) 2) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) และ 3) ความเสี่ยงด้านการ

ขนส่ง (Delivery Risk) 3) ปัจจัยคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย (Platform Quality) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณภาพของระบบ (System Quality) 2) คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) และ 3) คุณภาพของบริการ (Service Quality) และ 4) ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความหลากหลาย (Variety) และ 2) ความสะดวกสบาย (Convenience) โดยสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย (2564)

ระเบียบวิธีวิจัย

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่าน แบบสอบถาม (Questionnaire)

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออก ที่มีอายุ 25-42 ปี จำนวนทั้งหมด 1,391,889 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มทางอินเทอร์เน็ต โดยมีประสบการณ์การซื้อมากกว่า 1 ครั้ง ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย และมีอายุระหว่าง 15-42 ปี โดย ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Rrandom Sampling) ดังนี้

2.1 แบ่งกลุ่มประชากรตามพื้นที่จังหวัดในภาคตะวันออก จำนวน 8 จังหวัด (แผนพัฒนาภาคตะวันออก, 2560) ได้แก่ นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และ ตราด

2.2 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเชิงโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จังหวัดละ 50 ราย

2.3 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้ออาหาร และเครื่องดื่มทางอินเทอร์เน็ต โดยมีประสบการณ์การซื้อมากกว่า 1 ครั้ง ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย และมีอายุระหว่าง 15-42 ปี โดยตั้งคำถามคัดกรองจำนวน 3 ข้อ คือ 1) ท่านได้อาศัยอยู่ในจังหวัดดังต่อไปนี้หรือไม่ นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และ ตราด 2) ท่านมีอายุระหว่าง 15-42 ปี ใช่หรือไม่ และ 3) ท่านเคยมีประสบการณ์ในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 ครั้ง ใช่หรือไม่ โดยข้อคำถามคัดกรองทั้ง 3 ข้อจะมีคำตอบ คือ ใช่ และไม่ใช่ หากผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช่ทั้งหมด 3 ข้อ จะสามารถทำแบบสอบถามต่อได้ แต่หากผู้ตอบเลือกไม่ใช่ จะสิ้นสุดการทำแบบสอบถามทันที กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ของ Linderman, Merenda & Gold (1980) ที่กำหนดไว้ สำหรับการ

วิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร ซึ่งควรจะมีจำนวนประมาณ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 14 ตัว เมื่อคูณกับ 20 เท่า จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 280–320 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน และเพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้กระจายแบบสอบถามจำนวน 468 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาจำนวน 400 ชุด

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการศึกษาคครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการพิจารณาความถูกต้องด้านเนื้อหา ความเข้าใจของข้อคำถาม โดยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.50 –1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบ และถือว่าข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหาที่เพียงพอ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยทดสอบกับกลุ่มทดสอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 30 คน โดยการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ที่ได้รับมีค่าอยู่ระหว่าง 0.702 ถึง 0.923 และมีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือโดยรวม อยู่ที่ 0.878 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบ เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.700 (Nunnally, 1978)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัย บทความวารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ด้านการให้บริการสั่งอาหาร และเครื่องดื่มออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน รวมทั้งการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวทางการให้บริการสั่งอาหารและเครื่องดื่มออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ และใช้ในการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นจึงทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย Google Forms แก่กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้ออาหาร และเครื่องดื่มทางอินเทอร์เน็ต โดยมีประสบการณ์การซื้อมากกว่า 1 ครั้ง เป็นจำนวนทั้งสิ้น 468 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 85.47

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Common Factor) และจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Components และการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และกำหนดเกณฑ์การทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (Field, 2017) และสถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่า P-value (Sig.) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 (Hair et al., 2010) ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอต่อการใช้วิธี EFA และเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ได้แก่ สถิติความแปรปรวนสะสม (Cumulative Percentage of Variance Explained) ควรมากกว่า หรือเท่ากับร้อยละ 60.00 ซึ่งจะถือว่าองค์ประกอบใหม่สามารถอธิบายองค์ประกอบ โดยรวมได้เพียงพอ ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) ที่ใช้วัดความสามารถของตัวแปรในการอธิบายองค์ประกอบร่วม ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอ และสถิติน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรกับกลุ่มองค์ประกอบ ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในทางปฏิบัติ และถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของตัวแปรด้วย (Hair et al., 2010) โดยผลการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม รวมถึงการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของแต่ละปัจจัยเป็นดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดยุคใหม่ 4Es ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.96 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่า ส่วนประสมการตลาดยุคใหม่ 4Es สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 1 กลุ่ม

จากเดิมที่มี 4 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 80.21 ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.78 ถึง 0.82 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.88 ถึง 0.91 ซึ่งองค์ประกอบ 1 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ มีค่าความแปรปรวน (Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 80.21 ประกอบด้วย 8 ตัวแปร โดยตัวแปรความรู้สึกประทับใจเมื่อได้ทำการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีค่าน้ำหนักสูงสุดในองค์ประกอบกลุ่มนี้อยู่ที่ 0.91 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์	น้ำหนักองค์ประกอบ
ท่านมีความรู้สึกประทับใจเมื่อได้ทำการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	.907
ท่านคิดว่า การสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์คุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายและเวลาที่เสียไป	.902
ท่านคิดว่าการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เข้าถึงได้ง่าย	.901
ท่านอยากเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	.895
ท่านคิดว่าการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ	.894
การสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ	.893
ท่านคิดว่าแพลตฟอร์มออนไลน์มีการจัดโปรโมชั่นและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมกับการช้อปปิ้งอยู่เสมอ	.890
ท่านสั่งอาหารจากแพลตฟอร์มออนไลน์โดยการเห็นผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ	.883

2. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.90 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 1 กลุ่ม จากเดิมที่มี 3 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 62.42 ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.59 ถึง 0.68 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.77 ถึง 0.83 ซึ่งองค์ประกอบ 1 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้ออาหารออนไลน์ มีค่าความแปรปรวน (Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 62.42 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร โดยตัวแปรการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการซื้ออาหารออนไลน์ที่ไม่คุ้มกับเงินที่เสียไปมีค่าน้ำหนักสูงสุดในองค์ประกอบกลุ่มนี้อยู่ที่ 0.83 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้ออาหารออนไลน์

การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้ออาหารออนไลน์	น้ำหนักองค์ประกอบ
ท่านรับรู้ถึงความเสี่ยงต่อการได้รับอาหารที่ไม่ตรงกับข้อมูลบนร้านค้าออนไลน์ได้	.825
ท่านกังวลว่าอาหารที่ส่งมามีคุณภาพไม่ดีหรือมีตำหนิ	.791
ท่านรับรู้ถึงความเสี่ยงในการซื้ออาหารออนไลน์ที่ไม่คุ้มกับเงินที่เสียไป	.790
ท่านกังวลว่าท่านอาจจะไม่ได้รับอาหารที่ท่านซื้อไปแม้ว่าจะชำระเงินแล้ว	.787
ระบบติดตามการขนส่งสามารถติดตามได้ตลอดเวลา	.778
ท่านกังวลว่าการส่งคืนอาหารที่มีปัญหาจะใช้เวลานาน	.768

3. ปัจจัยคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.93 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า คุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 2 กลุ่ม จากเดิมที่มี 3 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 61.99 ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.40 ถึง 0.75 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 0.85 ซึ่งองค์ประกอบ 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มด้านความง่ายในการใช้งาน มีค่าความแปรปรวน (Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 44.70 ประกอบด้วย 10 ตัวแปร โดยตัวแปรแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีความเสถียร มีค่าน้ำหนักสูงสุดในองค์ประกอบกลุ่มนี้อยู่ที่ 0.78 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มความง่ายในการใช้งาน

ความง่ายในการใช้งาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
แพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีความเสถียร เช่น ขณะที่ท่านซื้ออาหารการเชื่อมต่อจะไม่หลุด ระหว่างทำการรายการสั่งซื้อ เป็นต้น	.783
เนื้อหาและภาพประกอบสินค้าของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์อ่านและเข้าใจได้ง่าย เช่น ข้อมูลโฆษณาบนแบนเนอร์ (ad- banner) ที่แสดงบนโลกออนไลน์ เป็นต้น	.779
ระบบการสั่งซื้อสินค้าของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีการตอบสนองและรวดเร็วต่อการใช้บริการอยู่เสมอ เช่น โหลดรูปภาพสินค้ารวดเร็ว เป็นต้น	.765
แพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์เข้าถึงได้ตลอดเวลา เช่น ท่านสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น	.764
ระบบการชำระเงินของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีการตอบสนองและรวดเร็วระหว่างการใช้บริการอยู่เสมอ เช่น ขณะที่ท่านทำการรายการชำระเงินไม่เกิดอาการค้าง จนทำให้ไม่สามารถทำการรายการได้สำเร็จ เป็นต้น	.758
ระบบของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีความง่ายต่อการค้นหาอาหารตามที่ท่านต้องการ	.752
รูปแบบการชำระเงินของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีความง่ายและหลากหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง, ชำระบัตรเครดิต, ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น	.725

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความง่ายในการใช้งาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
เนื้อหาและภาพประกอบของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์ในสื่อแสดงโฆษณาเป็นข้อมูลที่ไม่มีความซับซ้อน ไม่ทำให้เกิดความสับสนในสินค้าและบริการ เช่น ลักษณะการใช้ตัวอักษร การใช้สี การใช้รูปภาพ เป็นต้น	.702
เนื้อหาและข้อมูลสินค้าของแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์ที่แสดง โฆษณานบนโลกออนไลน์ มีรายละเอียดชัดเจน เช่น การใช้ภาพเพื่อ ประกอบโฆษณา พร้อมแสดงราคาจริง หรือราคาที่ยังไม่รวมค่าจัดส่ง ก็ควรเขียนกำกับให้ชัดเจนว่าราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามน้ำหนัก หรือตามระยะทางการขนส่ง เป็นต้น	.646
เนื้อหาและข้อมูลสินค้าแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์มีรายละเอียดที่ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น รูปภาพสินค้ารายละเอียดเนื้อหาสินค้า ขนาด สี เป็นต้น	.605

กลุ่มด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล ค่าความแปรปรวน (Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 17.29 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร โดยตัวแปรการกังวลว่าข้อมูลของคุณอาจถูกส่งต่อหรือเปิดเผยให้กับบริษัทอื่น มีค่าน้ำหนักสูงสุดในองค์ประกอบกลุ่มนี้อยู่ที่ 0.85 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล	น้ำหนักองค์ประกอบ
ท่านกังวลว่าข้อมูลของคุณอาจถูกส่งต่อหรือเปิดเผยให้กับบริษัทอื่น	.849
สินค้าจริงกับภาพประกอบสินค้ามีความถูกต้องตามที่แพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์ได้ประชาสัมพันธ์ไว้ เช่น ปริมาณอาหารส่วนประกอบของอาหารหรือไม่ผิดเพี้ยนเกินความเป็นจริง เป็นต้น	.846
ข้อมูลสินค้ามีความถูกต้องตามที่แพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์ได้ ประชาสัมพันธ์ไว้ เช่น ปริมาณอาหารส่วนประกอบของอาหาร ถูกต้องได้ตรงตามมาตรฐานกับ ความต้องการของลูกค้า เป็นต้น	.845
แพลตฟอร์มมีความพร้อมในการใช้งาน สามารถสั่งอาหารได้ทุกที่ ทุกเวลา	.844
ท่านกังวลว่าข้อมูลจะถูกแฮ็ก ระหว่างการทำธุรกรรม เช่น ข้อมูลบัตรเครดิต	.836
ข้อมูลบนแพลตฟอร์มมีความรวดเร็วและทันสมัย	.713

4. ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ การทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.87 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่า การรับรู้ประโยชน์ สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 1 กลุ่ม จากเดิมที่มี 2 กลุ่ม โดยมีความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 87.51 ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.77 ถึง 0.92 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.88 ถึง 0.96 ซึ่งองค์ประกอบ 1 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าความแปรปรวน (Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 87.51 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร โดยตัวแปรการใช้แพลตฟอร์มในการสั่งอาหารทำให้เกิดประโยชน์ทางด้านความสะดวกสบาย มีค่าน้ำหนักสูงสุดในองค์ประกอบกลุ่มนี้อยู่ที่ 0.96 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มการรับรู้ประโยชน์

การรับรู้ประโยชน์	น้ำหนักองค์ประกอบ
การใช้แพลตฟอร์มในการสั่งอาหารทำให้เกิดประโยชน์ทางด้านความสะดวกสบาย	.958
การใช้แพลตฟอร์มในการสั่งอาหารทำให้เกิดประโยชน์ทางด้านความรวดเร็ว	.956
ร้านอาหารที่เข้าร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์มีความหลากหลาย	.951
เมนูอาหารที่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีความหลากหลาย	.875

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธี EFA แสดงให้เห็นว่าโมเดลองค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตภาคตะวันออก ประกอบด้วย 4 ปัจจัย 5 กลุ่มองค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดยุคใหม่ 4Es ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ ปัจจัยรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ ปัจจัยคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ และ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ

ปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดยุคใหม่ 4Es จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มืองค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การแนะนำประสบการณ์ (Experience) (2) การกำหนดราคาที่คุณค่า (Exchange) 3) การตอบสนองในทุกที่ (Everywhere) และ 4) การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) หลังจากทำการวิเคราะห์เทคนิคปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) แสดงให้เห็นว่าทุกข้อคำถามสะท้อนถึงปัจจัยแฝงเพียงตัวเดียวไม่สามารถแยกกลุ่มได้และสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้ 1 องค์ประกอบ จำนวน 8 ข้อคำถาม กล่าวได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความรู้สึกประทับใจเมื่อได้ทำการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ รู้สึกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย และเวลาที่เสียไปรวมถึงคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ และผู้บริโภคคิดว่าการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เข้าถึงง่ายได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมถึงหากแพลตฟอร์มออนไลน์มีการจัดโปรโมชั่น และกิจกรรมจะเป็นการกระตุ้นให้มีส่วนร่วมกับธุรกิจอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ Brian (2009) ที่ได้กล่าวว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่เป็นการปรับมุมมองทางการตลาดจากการมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์มาที่การสื่อสารกับฝั่งผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นประสบการณ์ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า การให้ความสำคัญที่คุณค่าของสินค้ามากกว่าราคา ความสามารถในการตอบสนองทุกที่ทุกเวลา และการสร้างกิจกรรม เพื่อให้ผู้บริโภคกลายเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า โดยธุรกิจต้องมีวิธีการทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสัมพันธ์กับตราสินค้าของตนเอง ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในยุคใหม่นี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ความพึงพอใจ และพัฒนาให้เกิดความภักดีของผู้บริโภคได้ (วารุณีย์ ไ้วสกุล, 2563)

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มืองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ (Product Risk) 2) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) และ 3) ความเสี่ยงด้านการขนส่ง (Delivery risk) หลังจากทำการวิเคราะห์เทคนิคปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) แสดงให้เห็นว่าทุกข้อคำถามสะท้อนถึงปัจจัยแฝงเพียงตัวเดียวไม่สามารถแยกกลุ่มได้ และสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้ 1 องค์ประกอบ จำนวน 6 ข้อคำถาม กล่าวได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงต่อการได้รับอาหารที่ไม่ตรงกับข้อมูลบนร้านค้า หรืออาหารที่ส่งมาอาจมีคุณภาพที่ไม่ตรงกับข้อมูลที่ร้านได้แจ้งไว้ หรือรวมไปถึงความกังวลในการส่งคืนอาหารที่มีปัญหาซึ่งอาจจะใช้เวลาานาน ดังนั้นความรู้สึกเสี่ยงที่เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคจึงเป็นสภาวะที่เขาเกิดรับรู้ หรือรู้สึกขึ้นมาว่าเขามีความเสี่ยงหากซื้อ หรือจะเกิดผลเสียหากเขาตัดสินใจผิดพลาดมีผลให้เขาเลือกที่จะชะลอการตัดสินใจที่จะทำให้เกิดพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อได้ (Amin & Dewi, 2021) ซึ่ง Khasbulloh & Suparna (2022) ได้กล่าวว่า ความสามารถในการรับรู้ความเสี่ยงใน

ด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อ ซึ่งจะสามารถพัฒนามาเป็นความพึงพอใจ และความภักดีของผู้บริโภคได้ในเวลาต่อมา

ปัจจัยคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มืองค์ประกอบทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณภาพของระบบ (System Quality) 2) คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) และ 3) คุณภาพของบริการ (Service Quality) หลังจากทำการวิเคราะห์เทคนิคปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) แสดงให้เห็นว่าทุกข้อคำถามสะท้อนถึงปัจจัยแฝงเพียงตัวเดียว ไม่สามารถแยกกลุ่มได้ และสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณภาพของระบบ (System Quality) และคุณภาพของการบริการ และสารสนเทศ (Service and Information Quality) จำนวน 13 ข้อคำถาม กล่าวได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความง่ายในการใช้งาน โดยแพลตฟอร์มการสั่งอาหารที่มีความเสถียร มีเนื้อหา และภาพประกอบที่ เข้าใจง่าย รวมไปถึงระบบการส่งสินค้ามีความรวดเร็ว และเข้าถึงได้ตลอดเวลา และความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นองค์ประกอบรองลงมา เนื่องจากผู้บริโภคกังวลว่าข้อมูลจะถูกแฮกระหว่างการทำธุรกรรม และกังวลว่าข้อมูลจะถูกส่งต่อ หรือเปิดเผยให้กับบริษัทอื่นรวมไปถึงกังวล เรื่อง ปริมาณของอาหารที่ได้ประชาสัมพันธ์ไว้ในช่องทางออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งกล่าวได้ว่า คุณภาพของระบบ ข้อมูลสารสนเทศ และการบริการที่ดีนั้นสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในด้านความน่าเชื่อถือ และช่วยดึงดูดลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ (ธัญญธร ภิญญพาณิษย์การ, 2563) ได้กล่าวว่า ความพร้อมของระบบ และประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้นั้น ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้ และสอดคล้องกับ Putri & Pujani (2019) ที่ได้กล่าวว่า คุณภาพของระบบ คุณภาพของสารสนเทศ และคุณภาพการบริการที่ดีจะช่วยสร้างความพึงพอใจ และสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคได้ และช่วยให้เกิดความภักดีให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้ในอนาคต

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มืองค์ประกอบทั้งหมด 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความหลากหลาย (Variety) และ 2) ความสะดวกสบาย (Convenience) หลังจากทำการวิเคราะห์เทคนิคปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) แสดงให้เห็นว่าทุกข้อคำถามสะท้อนถึงปัจจัยแฝงเพียงตัวเดียวไม่สามารถแยกกลุ่มได้และสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้ 1 องค์ประกอบ จำนวน 4 ข้อคำถาม กล่าวได้ว่า การรับรู้ประโยชน์เป็นระดับกระบวนการรับรู้ที่ผู้บริโภคเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยี จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการให้กับตนเองได้ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ (กัลยา เทียวเปลื้อง, 2563) และเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินสมรรถนะของแอปพลิเคชันกับความคาดหวังของตนเอง พร้อมทั้งพิจารณาในด้านการตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานของตนแล้ว พบว่า การใช้งานเป็นไปตามที่คาดหวัง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ได้ว่า แอปพลิเคชันมีประโยชน์ต่อการซื้อสินค้าประเภทอาหาร และเครื่องดื่มผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานนั้น มีอิทธิพลต่อความภักดี (Loyalty) ในการใช้เว็บไซต์ (Mulia et al., 2021)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. สำหรับผู้ให้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ด้านการส่งอาหาร และเครื่องดื่ม ควรให้ความสำคัญถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบใหม่ เพื่อพัฒนาคุณภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ และน่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน และตอบสนองต่อความต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความภักดีให้แก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน

2. สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่มควรมีการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบใหม่ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เกิดความสนใจในตัวสินค้า และบริการของตน อีกทั้งยังต้องหมั่นตรวจสอบการทำงานของแอปพลิเคชัน เพื่อการแจ้งลูกค้าล่วงหน้าถึงความเสี่ยงที่อาจได้รับ อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่มี

ประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประโยชน์ในการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อการตอบสนองความต้องการสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค เพื่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีให้กับผู้บริโภค เพื่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในมุมมองของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหาร และเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีการใช้งานแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร และเครื่องดื่มออนไลน์ เพื่อนำมาใช้วางแผนการดำเนินธุรกิจของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้สามารถตอบสนองความต้องการกับกลุ่มผู้บริโภคทุกกลุ่มได้อย่างครอบคลุม

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมจากมุมมองความคิดของผู้เชี่ยวชาญในด้านการตลาดของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร และเครื่องดื่มในแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อที่จะได้ทราบถึงองค์ประกอบในมุมมองต่าง ๆ ในเชิงลึกที่ควรให้ความสำคัญ เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา เขียวเปลื้อง. (2563). พฤติกรรมของประชาชนในการรับรู้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 16(2), 79-93.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2565). สรุป 52 Insight สำคัญจาก Thailand Digital Stat 2022 ของ We Are Social. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022-we-are-social/?fbclid=IwAR0zwRLQOrvOTXzbl0ajKLXTdjA2OebaTXNEMpjM0YpppTCxB1ffWmWT5t0>.
- ธัญญธร ภิญญาณิชากร. (2563). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสตรีมมิ่งของ NETFLIX. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นุช สิงห์แก้ว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw12/6114961018.pdf>.
- วารุณีย์ ไ้วสกุล. (2563). ส่วนประสมการตลาดยุคใหม่และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ประเภทไม้สังเคราะห์ไฟเบอร์ซีเมนต์ผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2565). รายงานการวิเคราะห์ความต้องการในการแก้ปัญหาเรื่องสินค้าและบริการเชิงพื้นที่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2566 จาก https://www.ocpb.go.th/download/article/article_20220523110713.pdf?fbclid=IwAR3mZFV4A_5NFyx0UxqwsZnQk-049_U2gVrr4PfgxGn-N9plc04tBDuwvY.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). e-Commerce ไทยยุคหลัง COVID-19. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Value-of-e-Commerce-Survey-in-Thailand-2021-Slides.aspx>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2566 จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.

References

- Amin, Z., & Dewi, T. S. (2021). How Green Perceived Value and Green Perceived Risk. *Advances in Economics. Business and Management Research*, 193(1), 285-290.

- Brian, F. (2009). 'The 4 P's Are Out, the 4 E's Are in'. Ogilvy & Maher Website. Retrieved on April 20, 2023 from <https://www.linkedin.com/pulse/20141204091656-87374558-why-the-4e-sof-marketing-are-replacing-the-old-4p-s>.
- Chen, C. C., Hsiao, K. L., & Wu, S. J. (2018). Purchase Intention in Social Sommerce: An Empirical Examination of Perceived Value and Social Awareness. **Library Hi Tech**, 36(4), 583-604.
- Field, A. (2017). **Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics** (5th ed.). London: SAGE Edge.
- Hair, J. F., Balck, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective** (7th ed.). New York: Pearson.
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., & Purwanto, A. (2022). The Role of Customer E-trust, Customer E-service Quality and Customer e-satisfaction on Customer E-loyalty. **International journal of data and network science**, 6(2), 477-486.
- Khasbulloh, A. H. K., & Suparna, G. (2022). Effect of Perceived Risk and Perceived Value on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as Intervening Variables on Bukalapak Users. **European Journal of Business and Management Research**, 7(4), 22-28.
- Lindeman, R. H., Merenda, P. F., & Gold, R. Z. (1980). **Introduction to Bivariate and Multivariate Analysis**. Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Company.
- Mulia, D., Usman, H., & Parwanto, N. B. (2021). The Role of Customer Intimacy in Increasing Islamic Bank Customer Loyalty in Using E-banking and M-banking. **Journal of Islamic Marketing**, 12(6), 1097-1123.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory** (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Puranda, N. R., Ariyanti, M., & Ghina, A. (2022). The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty With E-Satisfaction as an Intervening for GoFood Application Users. **ITALIENISCH**, 12(1), 218-226.
- Putri, W. K., & Pujani, V. (2019). The Influence of System Quality, Information Quality, E-service Quality and Perceived Value on Shopee Consumer Loyalty in Padang City. **The International Technology Management Review**, 8(1), 10-15.
- Siagian, H., Tarigan, Z., & Ubud, S. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth on Online Customer Loyalty Through Perceived Ease of use and Information Sharing. **International Journal of Data and Network Science**, 6(4), 1155-1168.

คณะผู้เขียน

นางสาวกวิณตรา เลหาวิทยะรัตน์

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

email: mew.kawintral@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.อรพรรณ คงมาลัย

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

email: korapan@tu.ac.th

บุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการและเรื่องจริงของผู้ประพันธ์: กรณีศึกษา
นวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man
The Personality of the Male Protagonist Created by the Author's Imagination, Semi-
Imaginary and True Story: A Case Study of the Frankenstein,
The Queen's Confession and The Railway Man

ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์*¹ และประภคิต พูลพัฒน์²
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต¹
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต²

Teeradet Chuenpraphanusorn*¹ and Prakrit Bhulapatha²
Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Dusit University¹
Graduate School, Suan Dusit University²

Received: May 22, 2023

Revised: July 10, 2023

Accepted: July 13, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการ และเรื่องจริงของผู้ประพันธ์จากนวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man ตามกรอบทฤษฎีทางจิตวิทยา 3 กรอบ คือ 1) ทฤษฎีบุคลิกภาพของ วิลเลียม เชลตอน คาร์ล กุสตาฟ จุง และ ประสบ รัตนกร 2) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ของซิกมันด์ فروยด์ และ คาร์ล กุสตาฟ จุง และ 3) ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ของ อัลเฟรด แอดเลอร์ คาเรน ฮอร์นัย และอิริค ฟรอมม์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า ตัวละครเอกชายจากวรรณกรรมทั้ง 3 เรื่องได้แสดงให้เห็นถึงบุคลิกภาพภายใน และภายนอกของตัวละครที่แสดงภาพความเป็นมนุษย์ออกมาอย่างชัดเจน จากบริบททางสังคม ปัจจัยแวดล้อมและการเลี้ยงดูได้หล่อหลอมให้ตัวละครเอกชายมีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพเชิงบวก และลบจากตัวละครแบบสถิตไปสู่พลวัตได้อย่างรวดเร็ว ดังเช่น บุคลิกภาพ และพฤติกรรมเชิงลบพบได้จากแฟรงкенสไตน์ และเจ้าผีดิบจากนวนิยาย เรื่อง Frankenstein และอิริค โลแมกซ์ จากเรื่อง The Railway Man ซึ่งมีบุคลิกภาพแบบเก็บกด การกล่าวโทษผู้อื่น กร้าวร้าว และการทำลายล้าง แต่ในทางตรงข้ามพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 จากนวนิยายเรื่อง The Queen's Confession กลับมีบุคลิกภาพในเชิงบวกชัดเจน และเพิ่มมากขึ้นตามวัยของตนเองตั้งแต่ครั้งดำรงตำแหน่งเจ้าชายรัชทายาทจนถึงตำแหน่งกษัตริย์แห่งประเทศฝรั่งเศส คือ การมีวุฒิภาวะทางความคิด มีความเมตตา กรุณา อ่อนโยน สงบ สุขุม เยือกเย็น มีเหตุผล ซึ่งเมื่อเทียบเคียงตามกรอบทฤษฎีทางจิตวิทยา 3 กรอบ คือ 1) ทฤษฎีบุคลิกภาพ 2) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ และ 3) ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม จึงสามารถสรุปได้ว่าบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด และทฤษฎีทั้งสาม

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ ตัวละครเอกชาย Frankenstein The Queen's Confession The Railway Man

*ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ (Corresponding Author)

e-mail: teera_det@hotmail.co.th

Abstract

The purpose of the research was to study the personality of the male protagonist created by the author's imagination, semi-imaginary and true story: a case study of the Frankenstein, The Queen's Confession and The Railway Man, according to the 3 Psychology theoretical frameworks as 1) Trait Personality Theory of William Sheldon, Carl Gustav Jung and Prasop Rattanakorn, 2) Psychoanalytic theory of Sigmund Freud and Carl Gustav Jung, and 3) Social Psychological Theory of Alfred Adler, Karen Horney, and Erich Fromm by the descriptive analytic method. The result was found that; the male protagonists of all three novels had demonstrated personality both inside and outside of their characters, that they were portraying humanity clearly. Due to the social context, environmental factors and parenting had molded the male protagonists to change their positive and negative personality, and behavior with a static character through a dynamic character in rapidly. For an example, the negative personality can be found with Frankenstein and the Zombie from the Frankenstein, and Erik Lomax from The Railway Man, which had a repressive character, blaming others, aggression and destruction. But on the contrary, Louis XVI from the Queen's Confession, however, he had a clear with a positive personality, that increased with his age since he was the heir to the position of the King of France, who was gentle, calm, cool, and reasonable. When compared with 3 psychological theoretical frameworks of 1) Trait Personality Theory 2) Psychoanalytic Theory and 3) Social Psychology Theory, it can be concluded that the personality of all the male protagonists which were mentioned above was absolutely based on these theories.

Keywords: Personality, Male Protagonist, Frankenstein, The Queen's Confession, The Railway Man

บทนำ

วรรณกรรม คือ แบบจำลองวิถีชีวิตมนุษย์ที่ถูกฉายภาพจากจินตนาการของผู้ประพันธ์ที่รังสรรค์ขึ้นจากการมองผ่านประสบการณ์ที่หลากหลายแฉกคิด และมุมมองแล้วนำมาร้อยเรียงเป็นเรื่องราวจนก่อให้เกิดเป็น “ตัวตน” ของตัวละครในเชิงมายาคติที่มีอุปนิสัย พฤติกรรม และบุคลิกภาพที่ระคนปนเปกันไปอย่างน่าอัศจรรย์ยิ่งนัก แต่ทั้งนี้ก็ได้เกินเลยไปกว่าความเป็นมนุษย์ที่อยู่ภายใต้บริบททางสังคมที่หลากหลาย และเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลาที่ “ผูกติด” และ “ยึดโยง” ความคิด ทศนคติ และจารัตินิยมเข้าไว้ด้วยกันอย่างเหมาะสมลงตัว จนกล่าวได้ว่า “ความแตกต่างหรือความเป็นปัจเจกบุคคลของผู้ประพันธ์ ก่อให้เกิดเป็นตัวตนของงานประพันธ์ชิ้นนั้น” อย่างชัดเจน และเหมาะสมตามวิถีทางแห่งจินตนาการที่มีฐานมาจากการจริงของสังคมที่ผู้ประพันธ์พยายามถ่ายทอดและฉายภาพออกมานั่นเอง (ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์, 2565)

ในขณะเดียวกันวรรณกรรมแต่ละเรื่องยังคงแสดงให้เห็นถึงภาพความเป็นจริงที่ผู้ประพันธ์พยายามสะท้อนให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้รับทราบเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยภาษาเขียนที่มีท่วงทำนอง ลีลา รูปแบบของภาษาที่สร้างจินตนาการจากการอ่านเป็นหลักสำคัญ

แต่ทั้งนี้ จินตนาการจากการอ่านที่จะเกิดกับผู้อ่านได้ดั่งนั้นยังคงต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ อีก ดังคำกล่าวของ Robert. E., and Jacob. H. (1995) ความว่า ผู้ประพันธ์ต้องรังสรรค์งานเขียน ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ และการจัดลำดับเนื้อหาความคิดด้วยกลวิธีการเล่าขานเรื่องราวของบุคคลผ่านสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เติมเปี่ยมไปด้วยการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกของตัวละคร

ดังนั้น วรรณกรรมที่แสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกของตัวละครมักถูกร้อยเรียงให้เป็นนวนิยาย เพื่อสร้างความน่าสนใจ และทำให้เรื่องราวต่าง ๆ ได้โลดแล่นไปตามจินตนาการของผู้ประพันธ์ ดังคำกล่าวของ อุไรวรรณสิงห์ทอง และคณะ (2564) ความว่า นวนิยายเป็นงานเขียนบันเทิงคดีรูปแบบหนึ่งเป็นร้อยแก้วขนาดยาว มุ่งให้ความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านเป็นสำคัญ และได้รับความนิยมนอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นวรรณกรรมที่เข้าถึงผู้อ่านได้ทุกเพศทุกวัย โดยงานเขียนประเภทนวนิยายจะเล่าเหตุการณ์เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม ความสมจริงของนวนิยายนี้จะปรากฏจากการเรียนรู้ และรับรสของผู้อ่าน กล่าวคือ ผู้อ่านจะเกิดอารมณ์สะท้อนใจคล้ายตามเหตุการณ์ในเรื่องราว ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ผู้อ่านรับรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้นวนิยายให้ความเพลิดเพลินแล้วยังทำหน้าที่ในฐานะวรรณกรรม นั่นคือ การบันทึกแนวคิดของผู้ประพันธ์รวมถึงเรื่องราวทางสังคม หรือการสะท้อนภาพสังคมอีกด้วย

โดยเห็นได้ว่า นวนิยายจัดเป็นวรรณกรรมร้อยแก้วประเภทบันเทิงคดี โดยทั่วไปมักมีองค์ประกอบที่ผสมผสานกันอย่างได้สัดส่วนจนกลายเป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์องค์ประกอบเหล่านั้น ได้แก่ แก่นเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร บทสนทนา ฉากและบรรยากาศ ในบรรดาองค์ประกอบเหล่านี้ตัวละคร (Character) นับว่าเป็นจุดดึงดูดความสนใจ ความประทับใจของผู้อ่านได้มากกว่าส่วนอื่น ๆ ทั้งนี้ เพราะตัวละครเป็นผู้ที่แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ หรือเป็นผู้ทำให้เกิดเหตุการณ์ผกผัน หรือเกิดปมความขัดแย้งขึ้นทำให้การผูกเรื่องเป็นไปอย่างน่าสนใจ และนำไปสู่จุดหมายปลายทางได้ในที่สุด (วนิดา บำรุงไทย, 2544)

ซึ่งถ้าหากเปรียบเทียบพฤติกรรมของตัวละครที่ปรากฏอยู่ในนวนิยายกับมนุษย์แล้วนั้น คุณจะไม่แตกต่างกันมากมายนักเพราะตัวละครที่ผู้ประพันธ์ได้ทำให้มีพฤติกรรมโลดแล่นในนวนิยายนั้นล้วนแล้วแต่ถอดแบบมาจากมนุษย์ทั้งสิ้น จนกล่าวได้ว่า ตัวละครเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอด ทศนคติ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก จินตนาการ และสะท้อนภาพสังคมในแต่ละยุคสมัยได้อย่างชัดเจน มากกว่าสิ่งอื่นใด

เมื่อตัวละครในนวนิยายมีความสมจริง มีความเป็นมนุษย์ธรรมตามากยิ่งขึ้น การศึกษาตัวละครจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพราะจะช่วยให้ทราบถึงความจริงเกี่ยวกับจิตใจ และพฤติกรรมของมนุษย์ในแง่ต่าง ๆ การจะศึกษาถึงสภาวะจิตใจ และพฤติกรรมของตัวละครต้องอาศัยการใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาการศึกษา ซึ่งการศึกษาตัวละครโดยใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาศึกษานั้นมาจากแนวคิดที่ว่าจิตวิทยาเป็นวิชาที่ศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ ส่วนวรรณกรรมเป็นเรื่องที่จำลองมาจากชีวิตมนุษย์ วรรณกรรม และจิตวิทยาจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด (ชำนาญ รอดเหตุภัย, 2552)

ดังเช่นวรรณกรรมเรื่อง Frankenstein ประพันธ์โดย แมรี เชลลีย์ ซึ่งเกิดจากจินตนาการทั้งหมดของผู้ประพันธ์ ในยุค ค.ศ. ที่ 19 (ค.ศ. 1818) ราว 200 ปีมาแล้ว นวนิยายเรื่องนี้เมื่อดูอย่างผิวเผิน คือ นวนิยายระทึกขวัญที่กล่าวถึงผีดิบตนหนึ่งกับผู้สร้างที่มีชื่อว่า แฟรงเก้นสไตน์ ที่ต่างตามไล่ล่ามุ่งหมายเอาชีวิตซึ่งกัน และกัน โศกนาฏกรรมเหล่านี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานปรัชญากรีกโบราณที่กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนมักจะ “ถามหาถึงความหมายของชีวิตตนเองเสมอ” มนุษย์ทุกคนมีทั้ง “ข้อบกพร่อง และข้อดี” อยู่ในตนเองแทบทั้งสิ้น นับตั้งแต่ลืมตาดูโลกต่างมุ่งแสวงหาความสำคัญ การได้รับความรัก และการยอมรับ ความเอาใจใส่ดูแล และการได้เป็นคนสำคัญสำหรับคนอื่น ๆ

แต่ความน่าสนใจของแฟรงเก้นสไตน์ คือ มีชื่อรองอีกชื่อว่า The Modern Prometheus หรือโพรมิธีอุส สมัยใหม่เป็นความตั้งใจของแมรี เชลลีย์ เพื่อต้องการอ้างอิงถึงปกรณัมปรัมปรากรีกโบราณเกี่ยวกับเทพเจ้านามว่า โพรมิธีอุส ผู้ขโมยไฟ และสายฟ้าอันศักดิ์สิทธิ์ จากเหล่าเทพบนเทือกเขาโอลิมปัสมาส่งมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีความรู้ และอำนาจ โดยเชื่อว่าไฟเปรียบเสมือนความสว่างไสวทางปัญญา ซึ่งการกระทำของเทพเจ้าองค์นี้ดูเหมือนจะขัดแย้งต่อความถูกต้องของกฎธรรมชาติที่เทพได้กำหนดไว้จึงต้องโทษอย่างแสนสาหัสจากองค์มหาเทพซีอุส (Zeus) แต่เขาก็ยืนยันกรณว่าสิ่งที่ทำไปนั้นถูกต้อง

นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศแบบนวนิยายกอธิค (Gothic Novel) ที่มุ่งเน้นการนำเสนอถึงความวิตกกังวล ความน่าสะพรึงกลัว สิ่งประหลาดชวนขนขยะแขยงน่าขนลุก และความหวาดกลัวที่มาจากสิ่งเร้นลับ องค์ประกอบทั้งหมดเหล่านี้มีสอดแทรกอยู่ใน เรื่อง แฟรงเก้นสไตน์ ได้อย่างครบถ้วนบริบูรณ์

แต่ความครบถ้วนบริบูรณ์ของนวนิยายเรื่องนี้ มิได้มีเพียงความสยองขวัญตามที่กล่าวอ้างมาข้างต้นอย่างเดียว หากแต่ว่ากลับมีนักวิจารณ์วรรณกรรมจำนวนไม่น้อย ได้ตั้งข้อสังเกตถึงความเป็นไปได้ว่านอกเหนือไปจากความน่ากลัวแล้ว นวนิยายเรื่องนี้ยังแสดงถึงความอ่อนแอของมนุษย์ และสิ่งมีชีวิตเยี่ยงอสุรกาย สภาวะจิตใจที่ไม่มั่นคง ความรู้สึกกลัวหา บางสิ่งบางอย่าง และความน่าสงสารเห็นใจกลับรุ่มร่า และทวิคูณในทุกหน้าของการอ่านนวนิยายเรื่องนี้

ในขณะเดียวกันนวนิยายเรื่อง The Queen's Confession ประพันธ์โดย วิคตอเรีย โฮลต์ เชื่อว่าผู้ประพันธ์ได้ใช้ แนวทางการประพันธ์แบบกึ่งจินตนาการ ที่อาศัยข้อมูลที่เชื่อว่าเป็นบันทึกของพระนางมารี อ็องตัวแน็ต (Marie Antoinette) ผสมกับแรงบันดาลใจที่ได้อ่านประวัติของพระนาง ดังนั้น นวนิยายเรื่องนี้จึงมีลักษณะคล้ายกับการเขียน ประวัติชีวิตตนเองในทำนองอัตชีวประวัติ (Autobiography) ซึ่งยังคงไม่เป็นที่เปิดเผยอย่างแน่ชัดว่าผู้ที่ทำการบันทึกนั้น จะเป็นพระนางมารี อ็องตัวแน็ต เองหรือไม่ แต่ทั้งนี้นวนิยายเรื่องนี้กลับมีคุณค่าที่จะนำมาศึกษา วิเคราะห์ พิจารณา และถอดบทเรียนใน “เชิงสุนทรียภาพของความเป็นมนุษย์” และสามารถนำมาเป็น “กระจกเงา” ที่สะท้อนแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในเชิงส่งเสริม และเสื่อมถอยในพฤติกรรมของมนุษย์ลงได้อย่างชัดเจน

นอกจากที่กล่าวอ้างมาข้างต้นแล้ว นวนิยายเรื่อง The Rail Way Man เป็นงานประพันธ์ชิ้นเอกของทหาร สัมพันธมิตรชาวอังกฤษในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือมหาสงครามเอเชียบูรพาที่ชื่อ อีริค โลแมกซ์ (Eric Lomax) ในรูปแบบอัตชีวประวัติ (Autobiography) ที่ถ่ายทอดจากประสบการณ์จริงของตนเองในขณะที่เป็นทหารในช่วง สงครามโลกครั้งที่ 2 โดยนวนิยายเรื่องนี้ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2548 (1995) และได้รับรางวัล The Waterstone's Esquire Award for Non-Fiction และได้นำมาสร้างเป็นภาพยนตร์ในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งนำแสดงโดย Nicole Kidman, Colin Firth and Jeremy Irvine และได้รับความสนใจจากทั่วโลก

อีริค โลแมกซ์ ได้ “ส่งจิตรกลับไปตรวจค้น” ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกว่ากึ่งศตวรรษที่ผ่านมาพร้อมกับ สะท้อนให้เห็นมุมมองของความโหดร้าย ทารุณ ที่ฝังอยู่ภายใต้จิตใจของมนุษย์ที่เรียกตนเองว่าสัตว์ประเสริฐ แต่ท้ายสุด แล้วโศกนาฏกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นล้วนแล้วแต่มีมนุษย์เป็นผู้รังสรรค์ทั้งสิ้น ฝ่ายหนึ่งถูกเรียกว่า “ผู้กระทำ” แต่อีกฝ่าย หนึ่งถูกเรียกว่า “ผู้ถูกกระทำ” ต่างได้รับความเจ็บปวดทรมานจิตใจจนกลายเป็น “รอยแผลเป็น” ในชีวิต เพียงเหตุผล เดียวเท่านั้น คือ “การมีนายคนละคน”

นวนิยายเรื่องนี้จึงเป็นการสะท้อนภาพของความเป็นมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์แบบที่แฝงเร้นไว้ด้วย “ความดี และความชั่วร้าย” ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาดไม่ว่าผู้นั้นจะเป็นชนชาติใด หรือเผ่าพันธุ์ใด

ดังนั้น การถอดบทเรียนจากนวนิยายเรื่องนี้ จึงน่าจะมีประโยชน์ต่อผู้อ่านในการสร้างความเข้าใจในความเป็นมนุษย์ อย่างที่ว่า “การยกโทษ และให้อภัย” นั้นเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการดำรงตน และเรียกตนเองว่า “มนุษย์” ได้ดีกว่า วิธีการใด ๆ ทั้งสิ้นที่จะก่อให้เกิดการให้อภัยสิทธิรรมกันทางจิตร์ก่อนที่ลมหายใจสุดท้ายจะสิ้นสุดลงไปในที่สุด

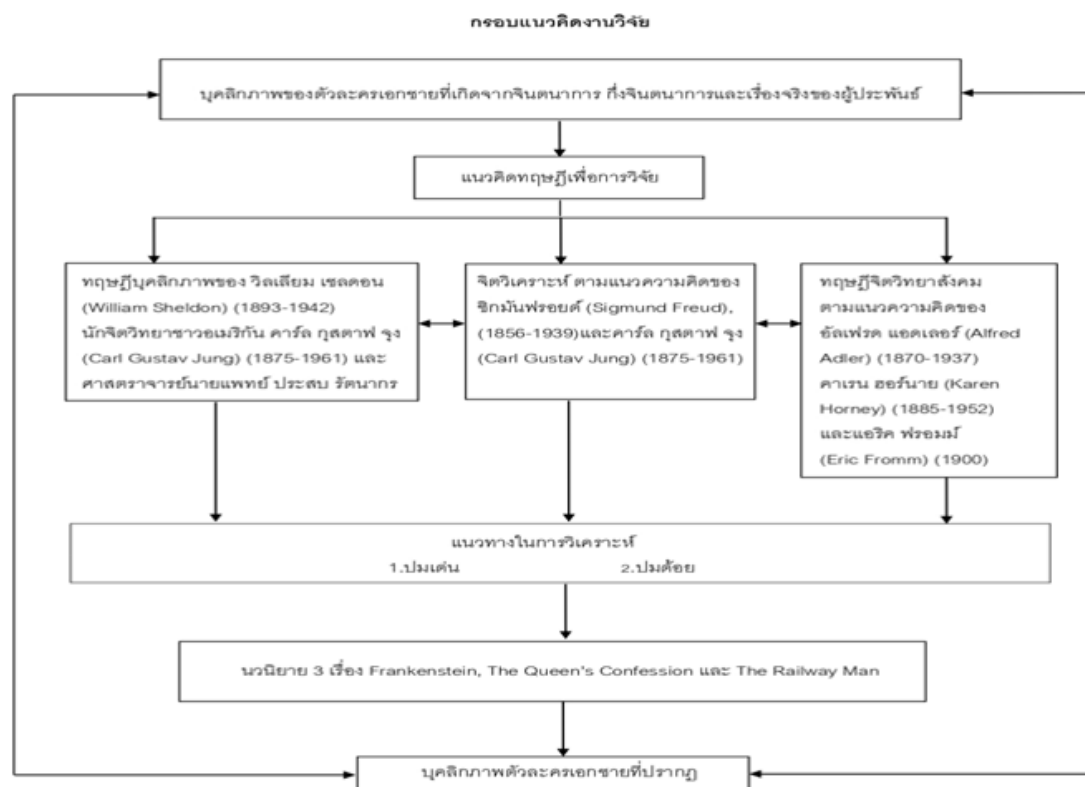
จากข้อมูลเบื้องต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายที่เกิดจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการ และเรื่องจริงของผู้ประพันธ์จากนวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man ว่ามีความเหมือน และแตกต่างกันอย่างไร ภายใต้แนวคิดทฤษฎีด้านจิตวิทยา ได้แก่ 1) ทฤษฎีบุคลิกภาพของ วิลเลียม เชลตอน (Sheldon, W. S.,1975)_คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G.,1977) และศาสตราจารย์นายแพทย์ประสพ รัตนากร (2513) 2) จิตวิเคราะห์ ตามแนวความคิดของซิกมัน ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) และคาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และ 3) ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ตามแนวความคิดของ อัลเฟรด แอดเลอร์ (Adler, A. ,1992) คาเรน ฮอร์นัย (Horney, K.,1980) และแอริค ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) เพื่อการขยายฐาน และต่อยอดการศึกษาวรรณกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อเพื่อศึกษาบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการและเรื่องจริงของผู้ประพันธ์ จากนวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

สำหรับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ตามกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง บุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการกึ่งจินตนาการ และเรื่องจริงของผู้ประพันธ์: กรณีศึกษานวนิยาย เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man มุ่งเน้นการอธิบายบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ตามกรอบทฤษฎีทางจิตวิทยา 3 กรอบ คือ

1. ทฤษฎีบุคลิกภาพของ วิลเลียม เชลดอน (Sheldon, W. S., 1975) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และศาสตราจารย์นายแพทย์ ประสพ รัตนากร (2513)
2. ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ตามแนวความคิดของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) และ คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977)
3. ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ตามแนวความคิดของ อัลเฟรด แอดเลอร์ (Adler, A., 1992) คาเรน ฮอร์นีย์ (Horney, K., 1980) และเอริก ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964)

ซึ่งมีรายละเอียดและวิธีการดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลจากวรรณกรรมที่ควบคู่ไปกับการใช้เอกสารทุติยภูมิ (Secondary Sources) ได้แก่ ทฤษฎีบุคลิกภาพ จิตวิเคราะห์ และทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ตลอดจนการใช้ข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้อง และสัมพันธ์กับนวนิยายทั้ง 3 เรื่องมาทำการเทียบเคียง และตีความตามบริบทของข้อเท็จจริงตามกาลเวลาทั้งในอดีต และปัจจุบัน โดยมีขั้นตอน และรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ผู้วิจัยได้ศึกษานวนิยายเรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man อย่างละเอียด เพื่อคัดเลือกตัวละครชายที่มีบทบาทสำคัญต่อการวิจัย ซึ่งได้ข้อสรุปว่า เรื่อง Frankenstein ได้เลือก แฟรงเก้นสไตน์ และ เจ้าผีดิบ เรื่อง The Queen's Confession ได้เลือก พระเจ้าหลุยส์ที่ 16 และ The Railway Man ได้เลือก อิริค โลแมกซ์

ทำการรวบรวม ค้นคว้า ศึกษา และวิเคราะห์หนังสือ ตำรา และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีบุคลิกภาพ ของวิลเลียม เชลดอน (Sheldon, W. S., 1975) คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และศาสตราจารย์นายแพทย์ ประสพ รัตนากร (2513) 2) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ตามแนวความคิดของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) และ คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และ 3) ทฤษฎีจิตวิทยาสังคมตามแนวความคิดของ อัลเฟรด แอดเลอร์ (Adler, A., 1992) คาเรน ฮอร์นีย์ (Horney, K., 1980) และเอริก ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เทียบเคียง กับบุคลิกภาพของตัวละครเอกชาย

1.2 ทำการรวบรวม ค้นคว้า ศึกษา และวิเคราะห์งานวิจัย หรือบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการ วิเคราะห์วรรณกรรม ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ก) งานวิจัยวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ ของตัวละครชายที่ปรากฏทั้งใน และต่างประเทศ ข) งานวิจัยวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของตัวละครสตรี และอื่น ๆ ที่ปรากฏทั้งใน และต่างประเทศ

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนย่อย ๆ ออกเป็น 3 ขั้น คือ

ก) ขั้นตอนการอ่าน เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเนื้อหาทั้งหมดอย่างละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวที่ปรากฏอยู่ใน นวนิยายทั้ง 3 เรื่อง ทั้งตัวบุคคล เวลา สถานที่ ทัศนคติ แนวคิด ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แฝงเร้นจนถึงบุคลิกภาพ และปัจจัยที่หล่อหลอมให้ตัวละครเอกชายมีบุคลิกภาพตามที่ปรากฏในนวนิยาย ทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ

ข) ขั้นตอนการคัดสรร แยกแยะเนื้อหา และประเด็นสำคัญที่ใช้เป็นตัวแทนในการนำเสนอแนวความคิด

ข้อเท็จจริง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับงานวิจัยที่ดำเนินการอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีจิตวิทยาทั้ง 3 กลุ่มตาม วัตถุประสงค์ ที่ได้ตั้งไว้

ค) สังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์ ตีความ ทำการวิเคราะห์ ตีความ และเขียนออกมาแบบเชิงพรรณนา โวหาร

ขั้นสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยทำการสรุปผลจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล บทที่ 4 หลังจากนั้นทำการอภิปรายผลการศึกษาร่วมกับ แนวคิด หลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่สอดคล้องที่ปรากฏอยู่ใน บทที่ 2 พร้อมแสดงข้อเสนอแนะในสิ่งที่ค้นพบจาก การวิจัยเพื่อการขยายผล หรือต่อยอดงานวิจัยต่อไป

ผลการศึกษา

สามารถสรุปได้ว่าตัวละครเอกชายจากวรรณกรรมทั้ง 3 เรื่อง คือ Frankenstein ซึ่งเกิดจากจินตนาการของ ผู้ประพันธ์ทั้งหมด เรื่อง The Queen's Confession ซึ่งเกิดจากกึ่งจินตนาการ และการผสมผสานกับข้อมูลทาง ประวัติศาสตร์ฝรั่งเศส และ The Railway Man ซึ่งเกิดจากเหตุการณ์จริงในรูปแบบอัตชีวประวัติของผู้ประพันธ์เอง ต่างก็แสดงให้เห็นถึงบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายในรูปแบบความจริงที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ทุกคนที่ประกอบไปด้วย บุคลิกภาพภายนอก และบุคลิกภาพภายใน ซึ่งเป็นเครื่องหมายบ่งบอกลักษณะตัวตนของตัวละครนั้น ๆ อย่างชัดเจน เพียงแต่ตัวละครเอกจากวรรณกรรมทั้ง 3 เรื่องนั้นต่างมีมูลเหตุปัจจัยที่ทำให้มีบุคลิกภาพ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ออกไปตามสภาวะแวดล้อม และประสบการณ์ที่ได้รับในแต่ละช่วงวัย แต่ทั้งนี้ประสบการณ์ต่าง ๆ ก็สามารถขับเคลื่อน ให้ตัวละครแต่ละตัวมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือรูปแบบความประพฤติ หรือการแสดงออกจากบุคคลที่มี

บุคลิกภาพแบบ “สถิต” ที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปสู่บุคลิกภาพแบบ “พลวัตร” ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา จนกลายมาเป็นบุคลิกภาพในเชิงบวก และเชิงลบได้ในที่สุดดัง แพรงแก่นสไตน์ และเจ้าผีดิบ จากวรรณกรรม เรื่อง Frankenstein หรืออิริค โลแมกซ์ จากเรื่อง The Railway Man ในขณะที่พระเจ้าหลุยส์ที่ 16 นั้น มีการเปลี่ยนแปลง บุคลิกภาพไม่มากนักเท่ากับวรรณกรรมทั้ง 2 เรื่องที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเมื่อเทียบเคียงกับทฤษฎีบุคลิกภาพของ วิลเลียม เชลตอน (Sheldon, W. S., 1975) คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) ศาสตราจารย์นายแพทย์ประสพ รัตนากร (2513) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ตามแนวความคิดของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ตามแนวความคิดของ อัลเฟรด แอดเลอร์ (Adler, A., 1992) คาเรน ฮอร์นีย์ (Horney, K., 1980) และเอริก ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) พบว่า บุคลิกภาพ หรือพฤติกรรมของตัวละครเอกชาย ทั้งหมดที่แสดงออกล้วนอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎีเหล่านั้นทั้งสิ้น ดังปรากฏตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

ชื่อนวนิยาย	ที่มาของตัวละคร	ชื่อตัวละคร	บุคลิกภาพเชิงบวก	บุคลิกภาพเชิงลบ	ตัวละครแบบสถิต	ตัวละครแบบพลวัตร
Frankenstein	จินตนาการ	แพรงแก่นสไตน์	✓	✓	-	✓
		เจ้าผีดิบ	✓	✓	-	✓
The Queen's Confession	กึ่งจินตนาการ	พระเจ้าหลุยส์ที่ 16	✓	✓	-	✓
พบไม่มาก						
The Railway Man	เรื่องจริง	อิริค โลแมกซ์	✓	✓	-	✓

อภิปรายผล

สำหรับการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยขอทำการอภิปรายผลแบบองค์รวม ดังต่อไปนี้

จากการศึกษานวนิยาย 3 เรื่องที่เกิดจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการ และเรื่องจริงของผู้ประพันธ์ พบว่าบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายทั้ง 4 ตัวละคร นั้น มีบุคลิกภาพ และพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกันไปจากบุคลลธรรมดาสามัญ คือ รัก โลภ โกรธ และหลง อันเป็นลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ทั่วไปที่พึงมี ซึ่งผู้วิจัยได้อภิปรายผลดังนี้

1) ตัวละครเอกชายจากนวนิยายเรื่อง Frankenstein จำนวน 2 ตัวละครนั้น ผู้ประพันธ์ได้ฉีกแนวคิดของวรรณกรรมในยุคนั้น (ค.ศ. ที่ 19) อย่างสิ้นเชิง โดยมีมุมมองที่แตกต่างไปจากแนวคิดแบบอนุรักษนิยม ที่เน้นให้ตัวละครมีพฤติกรรมในเชิงบวก เป็นบุคคลในอุดมคติที่เต็มไปด้วยคุณธรรม และจริยธรรม แต่แมรี เชลลีย์ กลับสร้างตัวละครเอกที่ฉายภาพของความแตกต่างไปจากวรรณกรรมแบบขนบนิยม ด้วยการสร้างตัวละครให้มีรูปร่างหน้าตา น่าเกลียด น่ากลัวเฉกเช่นเจ้าผีดิบภายใต้บริบทสังคม และเงื่อนไขที่ซับซ้อนระหว่างมนุษย์กับอมมนุษย์ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยความรู้เท่าไม่ถึงกาล

แต่ทั้งนี้ก็สามารถปฏิเสธได้ว่า หน้าที่หลักของนวนิยายเรื่องนี้ คือ การนำเสนอความบันเทิง โดยการกำหนดให้ตัวละครมีลักษณะที่แตกต่างไปจากนวนิยายเรื่องอื่น ๆ จนทำให้โด่งดังไปทั่ว แต่ในขณะเดียวกันเมื่อนวนิยายเรื่องนี้มาศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดถี่ถ้วน จึงพบว่า จุดมุ่งหมายที่แท้จริงของ แมรี เชลลีย์ ที่พยายามส่งผ่านเนื้อหาสาระมานั้นมิใช่ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว หากแต่กลับเป็นกระจกเงาสะท้อนพฤติกรรมของมนุษย์กับอมมนุษย์ในเชิงของ “ผลที่เกิดจากเหตุ” ของการกระทำของบุคคลจนกลายมาเป็นโศกนาฏกรรมของตัวละครไปในที่สุด ซึ่งแนวทางนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ จิตต์นิภา ศรีไสย์ และคณะ (2562) ซึ่งกล่าวว่า นวนิยายแต่ละเรื่องนั้นให้คุณค่าด้านแนวคิดอันประกอบไปด้วย สาร หรือความคิดสำคัญที่ผู้เขียนต้องการสื่อมาให้ผู้อ่าน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติอาจจะ

สื่อผ่านพฤติกรรมตัวละคร เนื้อหา หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยให้อ่านพิจารณาเรื่องทั้งหมด แล้วสรุปออกมาเป็นแนวคิดสำคัญ

นอกจากนี้แล้ว ความเกินจริงของนวนิยายเรื่องนี้ยังให้คุณค่าในการวิเคราะห์พฤติกรรมมนุษย์ทั้งในเชิงบวก และเชิงลบที่มีแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน ความแสบยลที่เกิดขึ้นในนวนิยายเรื่องนี้ เห็นได้จากตัวละครเอก ที่ได้รับการฉายภาพให้เห็นถึงบุคลิกภาพที่เด่นชัด แท้จริง หรือ อาจ “ซ่อนเร้น” ไว้ภายใน โดยสร้างตัวละครรองที่ตรงข้ามกับตัวละครเอก หรือ Antagonist มาเป็น “กระจกที่คอยสะท้อน” ให้เห็นภาพลักษณ์ของพฤติกรรมของตัวละครเอกให้เด่นชัดยิ่งขึ้น ดังคำกล่าวของ Annas, P & Room R. (1995) ว่าผู้อ่านวรรณกรรมจะได้เพิ่มเติมในสิ่งที่ขาดหายไป และยังสามารถหล่อหลอมคุณค่า และเป้าหมายปลายทางของชีวิตได้เป็นอย่างดีเพราะวรรณกรรมมีคุณค่าอยู่ 2 ประการคือ 1) วรรณกรรมทำให้เรายอมรับ และชื่นชมในมนุษย์ทุกคนด้วยจิตใจที่เปิดกว้าง และสร้างสรรค์ และ 2) วรรณกรรมยังช่วยให้ผู้อ่านได้เรียนรู้ถึงบาปกรรม และความมืดมนในความเป็นมนุษย์ ดังนั้น วรรณกรรมจึงช่วยให้ผู้อ่านได้พัฒนามุมมองเชิงบวกจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวรรณกรรมเรื่องนั้น ทั้งบริบทของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในระดับแคบ และระดับกว้าง จนสามารถกระตุ้นหรือเร่งเร้าให้ผู้อ่านสามารถสร้างสรรค์จินตนาการที่ท้าทายที่อาจจะมียุทธผลและส่งผลต่อวิถีชีวิต

ในขณะเดียวกัน พบว่า นวนิยายแบบจินตนาการเรื่องนี้ยังคงยึดโยงกับแนวคิดทางด้านจิตวิทยา และทฤษฎีบุคลิกภาพหลายทฤษฎี เช่น กลวิธานการเลียนแบบ (Identification or Introjection) ของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) และแบบพิมพ์ทางสังคม (Social Matrix) ของ อิริค อิริคสัน (Fromm, E., 1964) ความต้องการของมนุษย์ของ อิริค ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชวลรัตน์ ทวโรจน์ (2560) เรื่องการวิเคราะห์บุคลิกภาพของอังเดร ทาร์คอฟสกี ด้วยทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพทั้ง 4 ทฤษฎีมาวิเคราะห์ ได้แก่ 1) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) 2) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ อิริค อิริคสัน (Fromm, E., 1964) 3) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของอัลเฟรด เอเดเลอร์ (Adler, A., 1992) 4) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของคาเรน ฮอร์นีย์ (Horney, K., 1980) พบว่าทั้ง 4 ทฤษฎีมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษา และพบว่า ปรากฏอยู่ในตัวตนของ อังเดร ทาร์คอฟสกี ที่ถูกส่งผ่านจากภาพยนตร์ได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านของจิตใจ ความรัก โลก โกรธ หลง ที่เกิดมาจากการพัฒนาการในลำดับขั้นต่าง ๆ ของชีวิต ซึ่งมีอิทธิพลและส่งผลถึงบุคลิกภาพของผู้กำกับที่ถูกส่งผ่านไปสู่ภาพยนตร์ เช่น สภาพแวดล้อมต่าง ๆ สภาพสังคมทั้งภายใน และภายนอกที่เป็นตัวกระตุ้นหรือเร่งเร้าให้เกิดบุคลิกภาพได้หลากหลายรูปแบบ

2) ในอีกมุมมองหนึ่ง เมื่อกล่าวถึงตัวละครเอกชายจากนวนิยาย กิ่งจินตนาการ เรื่อง The Queen's Confession ซึ่งประพันธ์โดย วิคตอเรีย โฮลต์ มีรายละเอียดดังนี้

ตัวละครเอกชายจากเรื่อง The Queen's Confession นั้น มีบุคลิกภาพแบบพลวัตร มีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของตนเองไปตามช่วงวัย และประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ ซึ่งนวนิยายเรื่องนี้ได้นำมาจากรับบทของพระนางมารี อ็องตัวแน็ต มาผสมผสานด้วยข้อมูลทางประวัติศาสตร์ และทัศนคติของผู้ประพันธ์ จนกลายมาเป็นนวนิยายกิ่งจินตนาการ แต่ทั้งนี้ตัวละครเอกชายที่ผู้ประพันธ์ได้สร้างขึ้นมานั้น มีความสมจริงตามบทบาท และบันทึกทางประวัติศาสตร์ของประเทศฝรั่งเศส อย่างเหมือนกับเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง

ทั้งนี้ผู้ประพันธ์ได้ฉายภาพของบุคลิกภาพของตัวละครเอกชาย อย่างพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 ที่มีทั้งปมด้อย และปมเด่นในตัวตนอย่างชัดเจน แต่เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดแล้วจะเห็นได้ว่า พระเจ้าหลุยส์ที่ 16 กลับมีบุคลิกภาพเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ อันเป็นที่ประจักษ์ในนวนิยาย เช่น มีใจโอบอ้อมอารี รักราชบุตรประหนึ่งบุตรของตนเอง มีความสุขุม สุขภาพ เรียบร้อย มีเหตุผล มีขัตติยะมานะ อดทน อดกลั้น และมีสติอยู่ตลอดเวลา ซึ่งบุคลิกภาพดังกล่าวกลับไปสอดคล้องกับการศึกษาของ Yidan Xu (2021) เรื่องการวิเคราะห์ตัวละครในนวนิยายของหยูหัว พบว่า ตัวละครเอกฝ่ายชายของหยูหัวมีลักษณะนิสัยในด้านดี คือ อดทน และมีความพยายาม มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว มองโลกในแง่ดี และต่อสู้ชีวิตที่ยากลำบาก การมีน้ำใจช่วยเหลือคนอื่น

ในขณะเดียวกันเมื่อนำบุคลิกภาพของพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 มาเทียบเคียงกับการศึกษาของดิษยพรรณ ศรีบุญเรือง และสุทธภา อินทรศิลป์ (2561) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ภาพความเป็นชายจากการสร้างตัวละครเอกฝ่ายชาย ในนวนิยายเรื่องบุพเพสันนิวาส ของรอมแพง พบว่า การสร้างตัวละครเอกชายได้นำเสนอภาพความเป็นชายในสังคม ยุคอดีต ซึ่งมีลักษณะแบบเก่าอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการยึดถืออำนาจของผู้ชายด้วยการใช้ความเข้มแข็งทางร่างกาย และกล้ำเนื้อซึ่งเป็นส่วนที่สะท้อนภาพความเป็นชายที่แสดงออกถึงอำนาจ การนิยมคบหาสมาคมกับผู้ชายด้วยกัน มองผู้หญิงเป็นคนนอก รวมถึงการมีทัศนคติในการมองและแบ่งผู้หญิงออกเป็นหญิงดีและเลว ที่แตกต่างไปจาก บุคลิกภาพของพระเจ้าหลุยส์ที่ 16

แต่ทั้งนี้ ดิษยพรรณ ศรีบุญเรือง และสุทธภา อินทรศิลป์ (2561) ได้นำเสนอผลการศึกษาด้านหนึ่ง และพบว่า ในช่วงหลังของนวนิยาย ตัวละครเอกชายได้มีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพ และพฤติกรรมจากเดิมที่แข็งกร้าว กลักลับกลายเป็นตัวละครที่มีการแสดงอารมณ์อ่อนไหว และเปิดเผยได้กลับผู้หญิง แต่งงานด้วยความรัก มีความเสมอภาคซึ่งกันและกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเป็นชายที่มีอยู่จริงในสังคมได้ระดับหนึ่งและสอดคล้องกับบุคลิกภาพของพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา มา ซึ่งเป็นที่สังเกตได้ว่าลักษณะของผู้ชายในสังคมปัจจุบันนั้น มีความหลากหลายขึ้นมากกว่าเดิม ถึงแม้ว่าลักษณะความเป็นชายแบบเก่ายังคงมีอิทธิพลในสังคมปัจจุบันอยู่ แต่ว่าภาพของ ความเป็นชายแบบใหม่ก็ได้รับการนำเสนอควบคู่มาด้วยเช่นกัน

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ตัวละครเอกชาย จากเรื่อง The Queen's Confession ที่เกิดจากการสร้างตัวละคร แบบกึ่งจินตนาการ สามารถตอบสมมติฐาน ได้ว่าบุคลิกภาพของพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 ยังคงมีลักษณะและพฤติกรรม ที่เหมือนจริง ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ซึ่งสอดคล้องกับ คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) และแอริค ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) ที่เกี่ยวเนื่องกับพัฒนาการตามวัย ซึ่ง เชื่อมโยงกับแนวคิดของคาร์ล โรเจอร์ (Rogers, C., 1995) นักจิตวิทยากลุ่มมนุษยนิยม และคนอื่น ๆ

3) นอกจากนี้แล้วตัวละครเอกชายจากเรื่อง The Railway Man ซึ่งเป็นเรื่องจริงได้แสดงให้เห็นว่า อิริค โลแม็กซ์ มีบุคลิกภาพแบบพลวัตร คือ มีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพ และพฤติกรรมไปตามปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ไปตามระยะเวลาที่ผู้ประพันธ์ได้บันทึกไว้ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ช่วงสงครามโลกครั้งที่สองในประเทศไทย

โดยพบได้ว่าตัวละครเอกชายมีบุคลิกภาพแบบมีความหวาดกังวล เป็นพื้นฐานที่ได้จากประสบการณ์อันเลวร้าย ในขณะที่ต้องตกเป็นเชลยสงคราม จนเพิ่มความรุนแรงขึ้นจนกลายเป็นความหวาดกังวลสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ นักจิตวิทยาหลายท่าน เช่น คาร์เรน ฮอร์นีย์ (Horney, H., 1980), แอริค ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) และอัลเฟรด เอดเลอร์ (Adler, A., 1992) ความเป็นหวาดกังวลจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์คนหนึ่งออกมา โดยมีพื้นฐานมาจากความเข้มข้นของความรุนแรงที่เกิดขึ้นในอดีตของแต่ละบุคคล

นอกจากนี้แล้ว Conley, C., (1990) ยังนำเสนอเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบที่สำคัญของบุคลิกภาพของ อิริค โลแม็กซ์ ที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากกลับจากสงคราม คือ ปมขัดแย้งทางสังคม (Social Conflict) ที่มีสาเหตุมาจาก แนวความคิดตรงกันข้าม ทัศนคติ ความเชื่อ ทำให้เกิดเป็นความปมขัดแย้งภายในจิตใจในระดับกว้างขึ้น

ในขณะเดียวกัน บุคลิกภาพของ อิริค โลแม็กซ์ ที่ปรากฏในนวนิยายเรื่อง The Railway Man ยังสอดคล้องกับ การศึกษาของสุวรรณี สิริเหล้าตระกูล และกาญจนา วิชญาปกรณ (2562) เรื่อง การศึกษาบุคลิกภาพของตัวละครเอก ชายในนวนิยายแปลชุดฟิฟตี้เชตส์ ของ อี. แอล. เจมส์ พบว่า บุคลิกภาพของตัวละครเอกชาย 2 แบบ คือ 1) บุคลิกภาพ ในฐานะผู้กระทำปรากฏ 3 แบบคือ ซาดิสต์ ชอบบงการ และชอบเอาชนะ 2) บุคลิกภาพในฐานะผู้ถูกกระทำปรากฏ 3 แบบ คือ ปกปิดตัวตน แสดงความรักไม่เป็น และไม่ยอมมีครอบครัว บุคลิกภาพทั้งหมดที่ปรากฏนั้นมีสาเหตุมาจาก ภูมิหลังของตัวละครที่ทำให้ตัวละครแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังพบว่าตัวละคร มีพัฒนาการทางบุคลิกภาพ คือ มีการปรับตัวตามสถานการณ์ และประสบการณ์ที่พบเจอ ทำให้พฤติกรรมของตัวละคร มีความสมเหตุสมผล และตัวละครมีความสมจริงเหมือนมนุษย์ในสังคม

ในขณะเดียวกันบุคลิกภาพและพฤติกรรมของ อิริค โลแมกซ์ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของธวัช ปุณโณทก (2527), บุญยงค์ เกศเทศ (2532), Jaranakrupta, A. (1982), Robert, E. & Jacob, H. (1995), Crall, M & Choochootkaeo, P. (1978) ซึ่งได้อธิบายถึงตัวละคร ความว่า ตัวละครที่ผู้ประพันธ์สร้างขึ้น เพื่อให้มีพฤติกรรมเหมือนกับมนุษย์ทั่วไปหรือบุคคลจริง ๆ ซึ่งแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ ตัวละครที่แสดงออกอย่างเปิดเผย และตัวละครที่ต้องอาศัยการตีความจากคำพูดหรือพฤติกรรม ในขณะเดียวกันอาจมีการจัดประเภทตัวละครเป็นแบบตัวละครตัวแบน หรือสทิต (Flat Character) ซึ่งตัวละครจะไม่มี การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพตั้งแต่ต้นเรื่องจนจบเรื่อง ซึ่งแตกต่างจากตัวละครแบบ ตัวกลม หรือพลวัต (Round Character) ที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และบุคลิกภาพตามสภาวะแวดล้อมปัจจัยที่เกิดขึ้น ตามกาลเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น นอกจากนี้แล้วอาจมีตัวละครแบบ ตัวละครเอก หรือ Protagonist และตัวละครตรงข้าม หรือต่อต้าน หรือ Antagonist

จากผลการตอบสมมติฐาน พบว่า ตัวละครเอกชาย เรื่อง The Railway Man เป็นบุคคลจริงที่ปรากฏอยู่ในหน้าประวัติศาสตร์สงครามโลกครั้งที่สองที่มีพฤติกรรมทั้งในเชิงบวก และลบ อย่างชัดเจนในรูปแบบตัวละครแบบพลวัตที่สามารถเชื่อมโยงกับ แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ อันได้แก่ คาเรน ฮอร์นัย (Horney, K., 1980) แอริค ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) อัลเฟรด แอดเลอร์ (Adler, A., 1992) ที่กล่าวถึงความหวาดกลัวของมนุษย์ หรือแนวคิดของ Conley, C., (1990) ที่ว่าด้วยปมขัดแย้งทางสังคมนำไปสู่ปมขัดแย้งภายในจิตใจ ดังพฤติกรรมของ อิริค โลแมกซ์ ที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากกลับจากสงคราม

กล่าวสรุปได้ว่า นวนิยายทั้ง 3 เรื่องที่เกิดจากจินตนาการกึ่งจินตนาการ และเรื่องจริงสามารถถ่ายทอดบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายทั้ง 4 ตัวละครได้อย่างชัดเจน เหมือนบุคคลทั่วไปที่พบเห็นได้ทั้งในอดีต และปัจจุบันสามารถฉายภาพความมีตัวตน จิตวิญญาณ ความคิด ทศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และบุคลิกภาพทั้งเชิงบวก และลบ ได้เท่าเทียมกันแน่นว่าจะมีฐานะทางสังคมเช่นไร ในขณะเดียวกันพฤติกรรม และบุคลิกภาพทั้งหมดของตัวละครยังคงยึดโยงกับหลักความจริงเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพของ วิลเลียม เชลดอน (Sheldon, W. S., 1975) คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และศาสตราจารย์นายแพทย์ประสพ รัตนากร (2513) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ตามแนวความคิดของ ซิกมัน ฟรอยด์ (Freud, S., 1964) คาร์ล กุสตาฟ จุง (Jung, C. G., 1977) และทฤษฎีจิตวิทยาสังคมตามแนวความคิดของ อัลเฟรด แอดเลอร์ (Adler, A., 1992) คาเรน ฮอร์นัย (Horney, K., 1980) และแอริค ฟรอมม์ (Fromm, E., 1964) อย่างเหมาะสมและสมเหตุสมผลอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะบุคลิกภาพของตัวละครเอกชายที่เกิดจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการและเรื่องจริงของผู้ประพันธ์เท่านั้น แต่ในขณะเดียวกันยังพบว่ามีตัวละครรองอีกหลายๆตัวละคร ทั้งชายและหญิง ที่น่าศึกษาค้นคว้า ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาบุคลิกภาพตัวละครอื่นอีก

2. ควรมีการศึกษาบุคลิกภาพของตัวละครทั้งสามเรื่องโดยใช้มุมมองเชิง Post-Modernization

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีงานวิจัยที่เน้นเฉพาะการศึกษาพฤติกรรมของตัวละครเอกหรือรองที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนเอง และผลกระทบต่อสังคมทั้งในเชิงบวกและลบ เนื่องจากปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมล้วนแล้วแต่เป็นเป้าหมายของพฤติกรรมของตัวละครทั้งสิ้น

เอกสารอ้างอิง

จิตต์นิภา ศรีไสย์ และคณะ (2562). **วรรณคดีและวรรณกรรม**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาคุณภาพวิชาการ (พว.).

- ชวัลรัตน์ ทวาโรจน์ภา (2560). การวิเคราะห์บุคลิกภาพของอังเดร ทาร์คอฟสกี ผ่านภาพยนตร์เรื่อง The Mirror. ศิลปะศาสตร์บัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชำนาญ รอดเหตุภัย. (2552). การวิจัยทางภาษาไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิษยพรรณ ศรีบุญเรือง และ สุทธภา อินทรศิลป์ (2561). ภาพความเป็นชายจากการสร้างตัวละครเอกฝ่ายชายในนวนิยาย เรื่องบุพเพสันนิวาส ของรอมแพง. Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus, 6(1), 431-445.
- ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์.(2565). ถอดคน ถอดวรรณกรรม: การมองมนุษย์อย่างมีชีวิตชีวาและเท่าเทียมกัน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธวัช ปุณโณทก.(2527). แนวทางศึกษาวรรณกรรมปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญยงค์ เกศเทศ. (2532). สถานภาพสตรีไทย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประสพ รัตนากร. (2513). ใจเขาใจเรา. กรุงเทพฯ: บำรุงสาส์น.
- วนิดา บำรุงไทย.(2544). ศาสตร์และศิลป์แห่งนวนิยาย. กรุงเทพฯ: สุริยวิสาส์น.
- สุวรรณิ สิริเหล่าตระกูล และ กาญจนา วิชรปรกรณ์.(2562). การศึกษาบุคลิกภาพของตัวละครเอกฝ่ายชายในนวนิยาย แปลชุดพิพิไลต์ อีแอล เจมส์ โดยใช้ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ฟรอยด์. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 14(2), 53-64.
- อุไรวรรณ สิงห์ทองและคณะ. (2564). การศึกษาพฤติกรรมของตัวละครโดยใช้ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ ในนวนิยายเรื่องสองนรีของพิชชา. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 15(3), 208-217.

References

- Adler, A. (1992). **Understanding Human Nature**. London: One World Publication., Ltd.
- Annas, P & Room R. (1995). **An Introduction to Fiction, Poetry, Drama, Nonfiction**. 4th ed. New Jersey: Printice-Hall.
- Conley, C. (1990). **Novel and Short Stories**. Phitsanuloke: Srinakharinwirot University.
- Conley, C. (1990). **Love**. Phitsanuloke: Srinakharinwirot University.
- Crall, M & Choochotkaeo, P. (1978). **Literature III**. Bangkok: Department of English Pranakorn Teacher's College.
- Freud, S. (1964). **Group Psychology and The Analysis of the Ego Sigmund Freud**. New York: Bantam Books.
- Fromm, E. (1964). **The Heart of Man: Its Genius for Good and Evil**. New York: Integrated Media.
- Horney. K. (1980). **Neurosis and Human Growth: The Struggle Towards Self-Realization**. 2nd ed. New York: W. W. Norton & Company.
- Jaranakupta, A. (1982). **Interpreting Literature for English 461**. Bangkok: Department of English Suan Dusit Teacher's College.
- Jung, C.G. (1977). **Symbols of Transformation (Collected Works of C.G. Jung Vol.5)**. New Jersey: Princeton University.
- Robert, E. & Jacob, H. (1995). **Literature: An Introduction to Reading and Writing**. 4th ed. Cambridge: Cambridge University.
- Roger, C. (1995). **A Way of Being**. New York: Houghton Muffin Company.
- Sheldon, W. (1975). **Genetic Explanations: Sense and Nonsense**. Cambridge: Harvard University.

YIDAN, X. (2021). An Analysis of Characters in Translated Novel into Thai of Yu Hun. Master of Arts Degree, Graduate School, Hua Chew University.

คณะผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: teera_det@hotmail.co.th

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกฤติ พูลพัฒน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

145/9 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 50 พรรษา มหาวชิราลงกรณ

ถนนสุขุมวิท เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: prakit_bhu@dusit.ac.th

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ
บริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย
Marketing Factors Affecting Customers' Decision Making on Using Cleaning Service
Company in Thailand

สุทธิกานต์ วัชร* และสุเมธ จูวदारาทรกุล
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Suttikan Wachchara* and Sumeth Tuvadaratrakool
Graduate School, Stamford International University

Received: November 23, 2022

Revised: April 25, 2023

Accepted: April 28, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย 2) ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการบริษัททำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัททำความสะอาดในประเทศไทยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย จำนวน 384 คน สถิติที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยทางการตลาดของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย ด้านภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลมาเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ 2) ระดับการตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการประเมินผลทางเลือกมาเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ การตัดสินใจใช้บริการ การรับรู้การใช้บริการ และการแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ และ 3) ปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการร่วมกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัททำความสะอาดในประเทศไทยได้ร้อยละ 54.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด การตัดสินใจ บริการทำความสะอาด

*สุทธิกานต์ วัชร (Corresponding Author)

e-mail: Suttikran@Yahoo.co.th

Abstract

The objectives of this study were 1) to study a level of marketing factors affecting decision making on using cleaning service company in Thailand, 2) to study the level of customers' decision making on using cleaning service company in Thailand, and 3) to analyze marketing factors affecting customers' decision making on using cleaning service company in Thailand. This study was quantitative research using questionnaires as the data collection tool from 384 customers using cleaning service company in Thailand. Statistics used included mean, standard deviation, and multiple regression. Research findings were 1) the overall marketing factors of cleaning service company in Thailand, was found at the moderate level. When considering an individual component, people came first, followed by place, product, physical evidence, process, promotion, and price, respectively, 2) the overall customers' decision making on using cleaning service company in Thailand was at the moderate level. When considering an individual component, evaluation of alternatives came first, followed by post-purchase behavior, purchasing decision, problem recognition, and problem searching, respectively, and 3) marketing factors included product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process which mutually affected customers' decision making on using cleaning service company in Thailand approximately 54.30 percent at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Marketing Factors, Decision Making, Cleaning Service

บทนำ

ในยุคปัจจุบันการให้บริการธุรกิจรับทำความสะอาด หรือกิจกรรมการรักษาความสะอาดเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ให้บริการทำความสะอาดจำนวนมาก เลือกใช้บริการทำความสะอาดจากบริษัทรับทำความสะอาด เพื่อลดต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายในเรื่องแรงงาน และอุปกรณ์ทำความสะอาด เป็นต้น ส่งผลดีให้กับบริษัทรับทำความสะอาด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก อีกทั้งยังมีโอกาสเติบโตในอนาคต กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ระบุว่ามีการจัดตั้งธุรกิจทำความสะอาด และเช่าเชื่อนปี 2563 (มกราคม-สิงหาคม) จำนวน 218 ราย เพิ่มขึ้น 23.86% ทุนจดทะเบียน 2.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

ธุรกิจทำความสะอาดให้การบริการรับทำความสะอาด พื้นผิว ผนัง พื้น อาคาร บ้านเรือน สำนักงาน ดังนั้นเพื่อให้บริษัทบริการรับทำความสะอาดมีคุณภาพในการให้บริการ เพื่อก้าวไปสู่ธุรกิจทำความสะอาดที่ดีที่สุด และเป็นที่ยอมรับ สามารถแข่งขันคุณภาพการให้บริการทำความสะอาดของบริษัท พนักงาน คุณภาพทางเทคโนโลยี คุณภาพในการบริหารจัดการให้สามารถแข่งขันกับตลาดได้ ยังมีการปฏิรูป และการปรับโครงสร้างขององค์กรให้บริการธุรกิจรับทำความสะอาด ตลอดจนการแข่งขันการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในระบบการทำงานเพื่อให้เกิดความสะดวก และรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้บริการส่งผลให้ธุรกิจบริการทำความสะอาด ต้องหาตลาดใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้ จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ และวิธีการเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งจะทำให้การบริการรับทำความสะอาดมีเป้าหมาย และส่งผลให้ธุรกิจรับทำความสะอาดมีความมั่นคง มีบริการด้านการทำความสะอาดที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด ผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับธุรกิจรับบริการทำความสะอาด ตลอดจนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการทำความสะอาดในประเทศไทย

ในปัจจุบัน ธุรกิจทำความสะอาดได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการที่ไม่มีเวลาดูแลรักษาทำความสะอาดที่พักอาศัย ประกอบกับแนวคิดวิถีชีวิตใหม่หลังการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยสนใจเข้ามาเปิดให้บริการในธุรกิจนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่า และรายใหม่ต้องแสวงหากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจรับทำความสะอาด เพื่อรักษาลูกค้าเก่า และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดได้

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และการตัดสินใจของผู้ใช้บริการทำความสะอาดในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการบริษัททำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย
- 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

ความหมายของการตัดสินใจ

Barnard (1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว

Simon (1960) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่าง ๆ ที่มีอยู่

Gibson and Ivancevich (1979) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การ ที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (Information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์กร พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์กร

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การตัดสินใจหมายถึงกระบวนการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลายๆทาง โดยต้องพิจารณาจากข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ แล้วจึงตัดสินใจออกมาเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมาย หรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

ทฤษฎีการตัดสินใจ

Simon (1960) ได้แบ่งชนิดของการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ ๆ ดังนี้

1) การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือมีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Programmed Decisions) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนกลายเป็นงานประจำ เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการลาป่วย ลาภิจลาบวช การอนุมัติการเบิกจ่ายเงิน การอนุมัติผลการศึกษา เป็นต้น การตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้าเปิดโอกาสให้ผู้บริการเลือกทางเลือกได้น้อย เพราะว่าเป็นการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอน

2) การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนด หรือไม่มีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Non-Programmed Decisions) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ไม่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาก่อน จึงเป็นเรื่องยุ่งยากแก่ผู้ตัดสินใจ โดยที่ผู้บริหาร หรือผู้ตัดสินใจจะต้องคำนึงถึงความเสี่ยง และความไม่แน่นอนด้วย เช่น การตัดสินใจนำเงินไปลงทุนเพื่อหาผลตอบแทน หรือผลกำไรในธุรกิจ การตัดสินใจผลิตสินค้าตัวใหม่ การตัดสินใจในการขยายกิจการ เป็นต้น

กระบวนการตัดสินใจ (Process of Decision Making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผล และมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ (ฉัตรชัย ปทุมารักษ์ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ 2565; ญัฐดนัย เกณทวี และสุริรัตน์ อินทร์หม้อ, 2564) ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ด้านการรับรู้การใช้บริการ หมายถึง การรับรู้จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีปัญหา และต้องการข้อมูลใหม่เกี่ยวกับสินค้า และการบริการซึ่งการบริโภคอาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยทั้งภายใน และภายนอก ผู้บริโภคนั้นจะมีวิธีการรับมือกับสิ่งกระตุ้น ซึ่งนักการตลาดต้องหาวิธีกระตุ้นความ ต้องการบริโภคของผู้บริโภคให้ได้ (รัฐชนา โกชนกิจ, 2559 อ้างถึงใน อุดลย์ จตุรงค์กุล, 2542) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง ความต้องการในการใช้บริษัทรับทำความสะอาด เนื่องจากเห็นโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ความหลากหลายของการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลา เป็นต้น

2. ด้านการแสวงหาข้อมูล หมายถึง เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 อ้างถึงใน ราช ศิริวัฒน์, 2560) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง การค้นหาข้อมูลบริษัทรับทำความสะอาดผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยตนเอง บุคคลในครอบครัว และเพื่อนหรือคนรู้จัก เป็นต้น

3. ด้านการประเมินผลทางเลือก หมายถึง เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากการแสวงหาข้อมูลแล้วก็จะประเมินทางเลือก และตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมินโดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้า และคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้ออาจขึ้นอยู่กับความเชื่อ นิยมศรัทธา หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีต (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 อ้างถึงใน ราช ศิริวัฒน์, 2560) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย หรือโปรโมชั่นของบริษัทรับทำความสะอาด ความเหมาะสมของราคากับการบริการ และความคิดเห็นหรือรีวิวจากสื่อออนไลน์ เป็นต้น

4. ด้านการตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของ กระบวนการ กล่าวคือ ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใด ยี่ห้อใด ราคาเท่าใด เมื่อไร และจำนวนเท่าใด ก็หลังจากที่ ได้ผ่านขั้นตอนกระตุ้นทางการตลาด และอื่น ๆ ผ่านเข้ามาในขั้นของกล่องดำ ผสมผสานกับทัศนคติ และส่งผลไปยังการตัดสินใจซื้อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (กฤษฎา มิมมา, 2564 อ้างถึงใน พิษญาภา มุสิเกตุ และจิราพร ชมสวน, 2562) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง ตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดเพราะราคาสมเหตุสมผล ความสะดวกสบายในการใช้บริการ และพนักงานของบริษัทรับทำความสะอาดให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วนรวดเร็ว เป็นต้น

5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ และเกิดพฤติกรรมหลังการซื้อ ขึ้นอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดความพอใจในการซื้อของผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับความสำคัญ และความคาดหวังของผู้บริโภค (สุจรรยา น้ำทองคำ, 2558 อ้างถึงในอูดลย์ จตุรงค์กุล, 2543) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง การแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการหากประทับใจ และจะกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง หากประทับใจ เป็นต้น

ทฤษฎีที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการทำธุรกิจนั้นจะทราบเพียงข้อมูลของคู่แข่งไม่ได้ แต่จะต้องเข้าใจ ผู้ใช้บริการด้วย ซึ่งจะต้องเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า หากเข้าใจวิธีการทั้งหมดรวมถึงเทคนิคในการบริหารจัดการแต่ละขั้นตอนแล้วนั้น ผู้ประกอบการจะสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไข และนำไปประยุกต์กับการทำการตลาดของธุรกิจได้

ทฤษฎีปัจจัยทางการตลาด (7P's)

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปร หรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ

กระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ (พิชญานา มุสิเกตุ และจิราพร ชมสวน, 2562) ที่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ (7P's)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของบริการทำความสะอาด ได้แก่ การให้บริการทำความสะอาดภายในอาคารให้บริการทำความสะอาดพื้นที่ทั่วไป ให้บริการทำความสะอาดกระจกภายในอาคาร บริการทำความสะอาดเฉพาะส่วน และบริการทำความสะอาดอาคารสูง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2563) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง การให้บริการแบบครบวงจร เช่น ทำความสะอาดภายใน และภายนอกอาคารหรือที่พักอาศัย เป็นต้น การให้บริการรวดเร็วทันเวลา และมีระยะเวลาตามสัญญาที่หลากหลายรูปแบบให้เลือกตามความเหมาะสม เช่น รายเดือน รายปี เป็นต้น

2. ด้านราคา หมายถึง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความคุ้มค่าของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2563) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง ราคาสอดคล้องกับปริมาณการให้บริการ ราคาแข่งขันกับตลาดได้ และมีความหลากหลายระดับราคาให้เลือกตามความต้องการ เป็นต้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง จำเป็นต้องต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการรับบริการการส่งมอบสู่ลูกค้าสถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือ ลูกค้าควรจะเข้าถึงง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในเวลา และสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด การเลือกช่องทางการนำเสนอบริการที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท (จิรวรรณ ตั้งไพฑูรย์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง ที่ตั้งของบริษัทรับทำความสะอาดอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ความสามารถในการติดต่อผ่านระบบออนไลน์ได้ และมีสาขาหลากหลาย เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย การส่งเสริมการตลาดที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นกิจกรรมมุ่งใจ หรือกระตุ้นให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีความต้องการซื้อสินค้า หรือบริการมากขึ้น (Kotler 1997, อ้างถึงใน ชนิตา เกตุแก้ว, 2564) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง การมีบริการให้สิทธิพิเศษผ่านบัตรสมาชิก เช่น ส่วนลด เป็นต้น การรับประกันหลังการให้บริการเสร็จ การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ สื่อออนไลน์ วิทยุ เป็นต้น

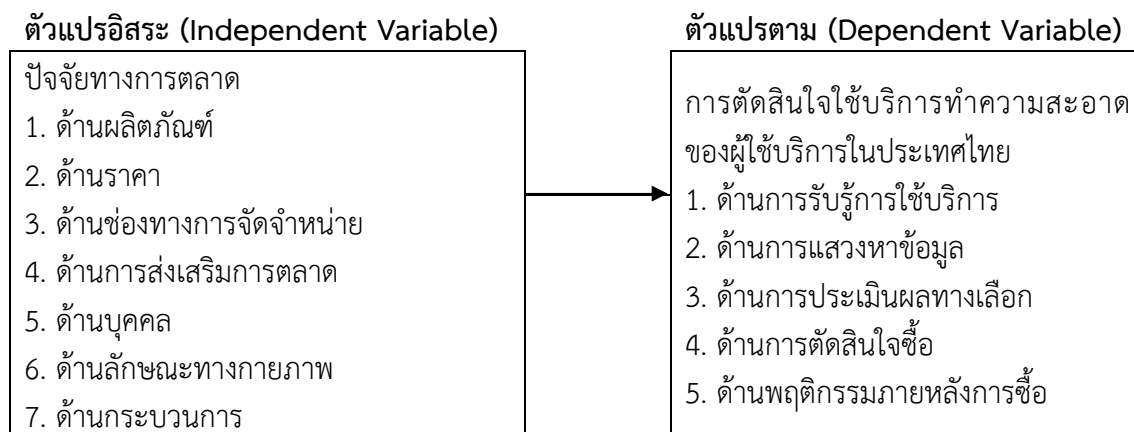
5. ด้านบุคคล ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง บุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจขับเคลื่อนไปข้างหน้าซึ่งจะต้องอาศัยการคัดเลือก ฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ นอกจากนี้พนักงานจะต้องมีความสามารถ และมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้ (Kotler 1997อ้างถึงใน ชนิตา เกตุแก้ว, 2564) หมายถึง พนักงานทำความสะอาดมีความเชี่ยวชาญในงานที่ให้บริการ พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าถูกต้องรวดเร็ว พนักงานทำความสะอาดมีมารยาท และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นต้น

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการ (รัตติญา สิทธิศักดิ์, 2559 อ้างถึงใน ดนุรัตน์ ใจดี, 2553) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง ความน่าเชื่อถือของสถานที่ตั้งของบริษัท ชื่อเสียงและการเป็นที่รู้จักของบริษัทรับทำความสะอาด รูปแบบของบริษัทให้บริการรับทำความสะอาด เช่น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นต้น

7. ด้านกระบวนการ หมายถึง ผู้ดำเนินการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของ การจัดระบบการบริการ เพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้น ต่อผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการ (ระวี สหวัฒน์, 2561 อ้างถึงใน ชานนท์ ศิริธร, 2559) ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ความรวดเร็วในการให้บริการ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการรับทำความสะอาด เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้นำทฤษฎีปัจจัยทางการตลาด (7P's) ของ Kotler (1999) มาสร้างกรอบตัวแปรอิสระ และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของ Kotler (2000) มาสร้างกรอบตัวแปรตามโดยมีรายละเอียดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร และตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการบริษัททำความสะอาดในประเทศไทยที่เป็นบุคคลธรรมดาไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรในการคำนวณตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1977) จำนวนตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ 384 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google Form เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด 19 ซึ่งมีคำถามคัดกรองดังนี้ “ท่านเคยใช้บริการบริษัททำความสะอาดที่פקอกอาศัย หรือไม่” ถ้าตอบว่า “ไม่” ให้หยุดทำแบบสอบถาม

2. ขอบเขตด้านตัวแปร งานวิจัยนี้นำทฤษฎีปัจจัยทางการตลาด (7P's) ของ Kotler (1999) มาสร้างกรอบตัวแปรอิสระ และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของ Kotler (2000) มาสร้างกรอบตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจบริการทำความสะอาดในประเทศไทยประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทยประกอบด้วย ด้านการรับรู้การใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ งานวิจัยนี้ศึกษาในประเทศไทย

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของผู้ให้บริการทำความสะอาดในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับตามหลักของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความสำคัญดังนี้

มีระดับความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มีระดับความสำคัญมาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
มีระดับความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
มีระดับความสำคัญน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านการรับรู้การใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ตามหลักของ ลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งระดับมีการตัดสินใจ ดังนี้

มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจมาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 2 ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

แทนค่า

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/มีระดับการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/มีระดับการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/มีระดับการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ได้ถูกนำไปทดสอบคุณภาพก่อนที่จะนำไปแจกให้กับตัวอย่างดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถามและภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 ทุกข้อและภาพรวมแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 1

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากที่ใช้แบบสอบถามผ่านเกณฑ์ตามข้อ 1 แล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้ให้บริการทำความสะอาดในประเทศไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคของแบบถามของงานวิจัยนี้เท่ากับ 0.911

5. การวิเคราะห์ข้อมูล
- 1. การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
 - 2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ผู้วิจัยมีประเด็นการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย ผลแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย ด้านภาพรวม

ปัจจัยทางการตลาดฯ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.32	0.30	ปานกลาง	3
ด้านราคา	3.28	0.29	ปานกลาง	7
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33	0.31	ปานกลาง	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.30	0.28	ปานกลาง	6
ด้านบุคคล	3.33	0.29	ปานกลาง	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.31	0.28	ปานกลาง	4
ด้านกระบวนการ	3.31	0.29	ปานกลาง	5
รวม	3.31	0.19	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย ด้านภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.19)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคคล ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.29) มาเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.31) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.30) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.28) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.29) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.28) และ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.29) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: การตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย ผลแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย ด้านภาพรวม

การตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
การรับรู้การใช้บริการ	3.31	0.25	ปานกลาง	4
การแสวงหาข้อมูล	3.30	0.27	ปานกลาง	5
การประเมินผลทางเลือก	3.34	0.28	ปานกลาง	1
การตัดสินใจใช้บริการ	3.33	0.28	ปานกลาง	3
พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ	3.34	0.30	ปานกลาง	2
รวม	3.33	0.19	ปานกลาง	

จากตารางที่ 2 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย ด้านภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.19)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การประเมินผลทางเลือก ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.28) มาเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.30) การตัดสินใจใช้บริการ ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.28) การรับรู้การใช้บริการ ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.25) และการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.27) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของการใช้บริการทำความสะอาดในประเทศไทย

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.994	0.112		8.915	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	0.103	0.026	0.167	4.030	0.000*
ด้านราคา (X_2)	0.074	0.027	0.115	2.714	0.007*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	0.094	0.026	0.156	3.620	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	0.112	0.027	0.167	4.183	0.000*
ด้านบุคคล (X_5)	0.115	0.027	0.179	4.234	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_6)	0.079	0.027	0.120	2.893	0.004*
ด้านกระบวนการ (X_7)	0.127	0.025	0.199	5.042	0.000*

Durbin-Watson = 1.729, R = 0.737, $R^2 = 0.543$, F = 63.767, Sig. of F = 0.000, * = 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน (Durbin-Watson เท่ากับ 1.729) นอกจากนี้กลุ่มตัวแปรอิสระดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการทำ ความสะอาดในประเทศไทย ซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.737 (R เท่ากับ 0.737) และกลุ่มตัวแปรอิสระข้างต้น สามารถอธิบายการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการทำ ความสะอาดในประเทศไทย ได้ร้อยละ 54.30 (R^2 เท่ากับ 0.543) การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการทำ ความสะอาดในประเทศไทย ได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 63.767 เท่า (F เท่ากับ 63.767) และปัจจัยทางการตลาดอย่างน้อยหนึ่งด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการทำ ความสะอาดในประเทศไทย (Sig. of F เท่ากับ 0.000)

ค่า B แสดงถึงค่าคงที่ และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของกลุ่มตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งค่าคงที่ เท่ากับ 0.994 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.103 ด้านราคา เท่ากับ 0.074 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.094 ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.112 ด้านบุคคล เท่ากับ 0.115 ด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 0.079 และด้านกระบวนการ เท่ากับ 0.127 ตามลำดับ

ค่า t ใช้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างค่าคงที่และกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งพบว่า ค่า t ของค่าคงที่เท่ากับ 8.915 (p-values < 0.05) ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 4.030 (p-value < 0.05) ด้านราคา เท่ากับ 2.714 (p-value < 0.05) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 3.620 (p-value < 0.05) ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 4.183 (p-value < 0.05) ด้านบุคคล เท่ากับ 4.234 (p-value < 0.05) ด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 2.893 (p-value < 0.05) และด้านกระบวนการ เท่ากับ 5.042 (p-value < 0.05) ตามลำดับ ซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.994 + 0.103(X_1) + 0.074(X_2) + 0.094(X_3) + 0.112(X_4) + 0.115(X_5) + 0.079(X_6) + 0.127(X_7)$$

$\hat{y}$ = การตัดสินใจของการใช้บริการทำความสะอาดในประเทศไทย

X_1 = ด้านผลิตภัณฑ์

X_2 = ด้านราคา

X_3 = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

X_4 = ด้านการส่งเสริมการตลาด

X_5 = ด้านบุคคล

X_6 = ด้านลักษณะทางกายภาพ

X_7 = ด้านกระบวนการ

จากสมการข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด ขณะที่ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการน้อยที่สุด

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัททำความสะอาดในประเทศไทย ด้านภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องความเอาใจใส่ มารยาท และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน สถานที่ตั้งควรอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือที่บ้าน และสามารถติดต่อใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ได้ นอกจากนี้ควรมีบริการที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ Armstrong and Kotler (2012) และ Wheelen & Hunger (2012) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดเป็นการผสมผสานเครื่องมือทั้ง 7 ดังกล่าวข้างต้นให้สามารถตอบสนองความต้องการตลอดจนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ไม่มากนักน้อย จากแนวคิดนี้จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการทำความสะอาดให้ความสำคัญปัจจัยทางการตลาดของบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดของผู้ใช้บริการในประเทศไทย ด้านภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ตระหนักถึงการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจ หรือวิธีของบริษัทรับทำความสะอาด ความพึงพอใจ และประทับใจกับการให้บริการของพนักงาน และการพิจารณาจากพนักงานขายที่ให้ข้อมูลข่าวสารของบริการอย่างครบถ้วน และรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของณัฐนัย เกณทวี และสุรรัตน์ อินทร์หม้อ (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางบัญชี
อย่างเป็นทางการของไลน์ของผู้บริโภคในปทุมธานี พบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้า ด้านภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: ปัจจัยทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการทำความสะอาดใน
ประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญภา มุสิเกตุ และจิราพร ชมสวน,
(2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทาง
การตลาดของผู้ใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ
อุปกรณ์สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการแบบครบวงจร เช่น
ขัดล้างลานจอดรถบริเวณหน้าบ้าน และบริเวณลานรอบบ้าน การมีรูปแบบหลากหลายในการให้บริการของบริษัทรับทำ
ความสะอาด เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการในการใช้บริการ และการให้บริการได้ สะอาด รวดเร็ว ทันเวลา
2. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับราคาที่ชัดเจน การตั้งราคา
ให้บริการสอดคล้องกับการให้บริการ และการมีการตั้งราคาที่แข่งขันกับราคาตลาดได้
3. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการใช้บริการผ่านระบบ
ออนไลน์ กับที่ตั้งบริษัทควรอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน และสถานที่ให้บริการมีสาขาที่หลากหลาย
4. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น
โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ มีการจัดทำสื่อโฆษณาในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน เช่น โบชัวร์ แผ่นพับ และมี
การบริการรับประกันหลังการให้บริการ
5. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับพนักงานทำความสะอาดดูแล
ลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ด้านความสะอาด พนักงานทำความสะอาดมีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงาน
ทำความสะอาดสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วยความถูกต้อง สะอาด และรวดเร็ว
6. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับบริษัทรับทำความสะอาดที่มีที่
จอดรถสำหรับให้ลูกค้ามาติดต่อใช้บริการ บริษัทรับทำความสะอาดที่ให้บริการเป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียง และบริษัทรับ
ทำความสะอาดมีที่ตั้งสถานที่ให้บริการน่าเชื่อถือ
7. ผู้ประกอบการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี และ
เครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ความรวดเร็วในด้านการบริการ และการมีขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยาก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจการใช้บริการทำความสะอาดในประเทศไทย
ในเขตกรุงเทพมหานครโดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบผลการวิจัยนี้
2. งานวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับการตัดสินใจของการใช้บริการ
ทำความสะอาดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบผลการวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). **บทวิเคราะห์ธุรกิจ โดยส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจกองข้อมูลธุรกิจ
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก <http://www.dbd.go.th>.

- จันทนา เบญจทรัพย์. (2540). การศึกษาความพึงพอใจในการประกอบอาชีพทำความสะอาด: ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงานทำความสะอาดในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตรชัย ปทุมรักษ์ และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2565). แนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริหารจัดการคลังสินค้าในกลุ่มบริษัท ABC. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 18(2), 132-133.
- ณัฐดนัย เกณทวี และสุรรัตน์ อินทร์หม้อ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางบัญชีอย่างเป็นทางการของไลน์ของผู้บริโภคในปทุมธานี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 13(2), 247-248.
- จิรวรรณ ตั้งไพฑูรย์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). การวิเคราะห์ความสมนัยระหว่างช่วงวัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีต่อตราสินค้าร้านขนมหวานจังหวัดเพชรบุรี. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 8(1), 148-159.
- ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพ็ชร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ออล สตาร์กอล์ฟ คอมเพล็กซ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนิดา เกตุแก้ว. (2564). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูประดับพรีเมียมในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชานนท์ ศิริธร. (2559). พฤติกรรมการบริโภคสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า, 3(1), 77-104.
- พิชญภา มุสิเกต และจิราพร ชมสวน. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วารสารสุทธิปริทัศน์, 34(110), 171-184.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2562 จาก <http://bit.ly/2JKE9f9>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จตุรงค์กุล. (2542). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

References

- Amstrong & Kotler. (2012). **Marketing Management** (14th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Barnard, C. I. (1938). **The Functions of the Executive**. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques** (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J.M., & Donnelly, J.H. (1979). **Organization Behavior Structure Process** (3rded.) Texas: Business Publication, Inc.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control** (9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster Company.
- Kotler, P. (1999). **Marketing Management: An Asian Perspective** (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Simon, H. A. (1960). **The New Science of Management Decision**. New York: Harper & Row.
- Wheelen, T. L, Hunger, J, D. (2012). **Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability**. 13th ed. New York: Prentice Hall.

คณะผู้เขียน

นางสาวสุทธิกานต์ วัชร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
1458 ถนนเพชรเกษม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
Email: Suttikran@yahoo.co.th

ดร. สุเมธ ตูวदारัตระกูล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
1458 ถนนเพชรเกษม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
Email: sumeth.tuvadaratragool@stamford.edu

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัล
กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในประเทศไทย
Factor Affecting Knowledge Transfer Successfulness of Digital Tools:
A Case Study of Petrochemicals Company in Thailand

ฟาริยา สาคะศุภฤกษ์* และอรพรรณ คงมาลัย
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Fariya Sakasuppharurk* and Orapan Khongmalai
College of Innovation, Thammasat University

Received: March 16, 2023

Revised: April 22, 2023

Accepted: April 26, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำไปยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลในองค์กร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวน 442 ตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเฉพาะเจาะจงผ่านการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ที่มีลักษณะคำถามปลายปิด และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ทั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อกำหนดองค์ประกอบร่วมและจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านผู้ถ่ายทอด 2) ปัจจัยด้านผู้รับการถ่ายทอด ที่มีระดับความรู้ ประสบการณ์ด้านดิจิทัล ระดับความสามารถในการดูดซับ และความตั้งใจในการเรียนรู้ 3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะเทคโนโลยี 4) ปัจจัยด้านกระบวนการถ่ายทอด และ 5) ปัจจัยวัฒนธรรมด้านดิจิทัล และแนวทางในการพัฒนาคือ องค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ให้ครบ 5 ด้านที่มุ่งเน้นพัฒนาทักษะการถ่ายทอดของผู้ถ่ายทอด การสร้างแรงจูงใจกับผู้รับการถ่ายทอดในการนำดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ การจัดสรรเครื่องมือดิจิทัลให้มีความเหมาะสมและง่ายต่อการใช้งาน การพัฒนากระบวนการถ่ายทอดให้มีเนื้อหาที่เข้าใจง่ายและมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติ และการสนับสนุนขององค์กรอย่างต่อเนื่องทั้งด้านทรัพยากร ด้านผู้บริหารและด้านการสื่อสาร

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล การถ่ายทอดความรู้ เครื่องมือดิจิทัล การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

Abstract

This quantitative research aimed to study the component of factors affecting the success of digital knowledge transfer for digital competency enhancement of Non-IT employee and provide ways to develop strategies for transferring digital knowledge in the organization. The 442 samples of a

*ฟาริยา สาคะศุภฤกษ์ (Corresponding Author)

e-mail: fariya.saka@dome.tu.ac.th

petrochemical company in Thailand were randomly selected by purposive sampling method. The data collection was conducted via online closed-ended questionnaire with the testing of content validity and reliability. The data were analyzed using exploratory component analysis techniques to define complementary factors and regroup factors. The results of the research revealed that the factors affecting the success of digital knowledge transfer consisted of 5 factors; namely, (1) Knowledge Transferor, (2) Knowledge Receiver including knowledge, experience, absorptive capacity and willingness, (3) Technology Characteristic, (4) Transfer Process (5) Digital Culture. Regarding the ways to develop strategies, the organization should focus all 5 factors; disseminative capacity of transferor, willingness building of receiver for digital adoption, selection suitable and easy-to-use digital tools, development of the knowledge transfer focusing a content and practice process and continuously organization supporting in term of resources, top management and communication.

Keywords: Factor Affecting, Knowledge Transfer, Digital Tools, Exploratory Factor Analysis

บทนำ

องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ต่างทราบว่าการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลเป็นเรื่องสำคัญ ในช่วงระยะที่ผ่านมาองค์กรชั้นนำระดับโลกหลาย ๆ องค์กรมีผลประกอบการที่เติบโตมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยองค์กรที่เปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลแล้ว ช่องว่างการเติบโตของผลประกอบการเมื่อเทียบกับองค์กรที่เพิ่งเริ่มเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่ดิจิทัลยิ่งขยายให้ห่างมากขึ้น ซึ่งจะเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่ดิจิทัล ส่งผลอย่างมากต่อการเติบโตของธุรกิจ (Daugherty et al., 2021) ซึ่งผู้บริหารองค์กรไม่ได้กำหนดเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลเป็นแค่เพียงเรื่องของการปรับเปลี่ยนองค์กร แต่ยังคงกำหนดให้เป็น “กลยุทธ์หลัก” สำคัญเพื่อให้ธุรกิจก้าวต่อไปในอนาคตอย่างมั่นคง (Gurumurthy et al., 2022) แต่ปัญหาหนึ่งที่สำคัญของการนำพาองค์กรสู่ความเป็นดิจิทัลให้ทันกับยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว นั่นก็คือ การขาดแคลนบุคลากรสายงานด้านดิจิทัล ที่จะเข้ามาพัฒนาระบบดิจิทัลต่างๆ ให้องค์กร โดยหนึ่งในแนวทางการแก้ไขปัญหาคือการส่งเสริมบุคลากรที่ไม่ใช่สายตรงด้านดิจิทัล ให้สามารถพัฒนาระบบดิจิทัลต่างๆ ได้ ผ่านเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานที่ไม่ใช่สายตรงด้านดิจิทัล หรือเรียกว่าเป็นการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ไม่ใช่โค้ด และการพัฒนาแพลตฟอร์มที่มีโค้ดจำนวนน้อย เพื่อช่วยให้ผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมสามารถสร้างเว็บไซต์และซอฟต์แวร์ได้ด้วยตัวเอง โดยผู้ที่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เทคนิคด้านการเขียนโปรแกรม ซึ่งจะทำให้เกิดความรวดเร็ว ความยืดหยุ่น และลดต้นทุนในการพัฒนาระบบดิจิทัล และจากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จนี้ ที่สำคัญ คือ การถ่ายโอนความรู้ (Bacon, 2020) รวมไปถึงบริบทสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่จะต้องเอื้อต่อการพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัล (Digital Competency) (Rossmann, 2018)

สำหรับธุรกิจปิโตรเคมีมีแนวโน้มการแข่งขันสูงขึ้นจากการเพิ่มปริมาณการผลิตในหลายประเทศทั่วโลก ธุรกิจจึงต้องมีกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งหนึ่งในนโยบายสำคัญคือ การสร้างบุคลากรให้มีสมรรถนะด้านดิจิทัล บุคลากรส่วนใหญ่ต้องมีความรู้ และทักษะด้านดิจิทัล รวมไปถึงทัศนคติต่อการยอมรับในการนำเครื่องมือดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hamalainen et al., 2021) บุคลากรส่วนใหญ่ขององค์กรซึ่งไม่ใช่สายตรงดิจิทัล นับว่าเป็นบุคคลที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยดิจิทัล ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้เพื่อยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัลในองค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ผู้ถ่ายทอดความรู้ ผู้รับการถ่ายทอด คุณลักษณะเทคโนโลยี กระบวนการถ่ายทอด และบริบทองค์กรมีต่อสมรรถนะด้านการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลในองค์กร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

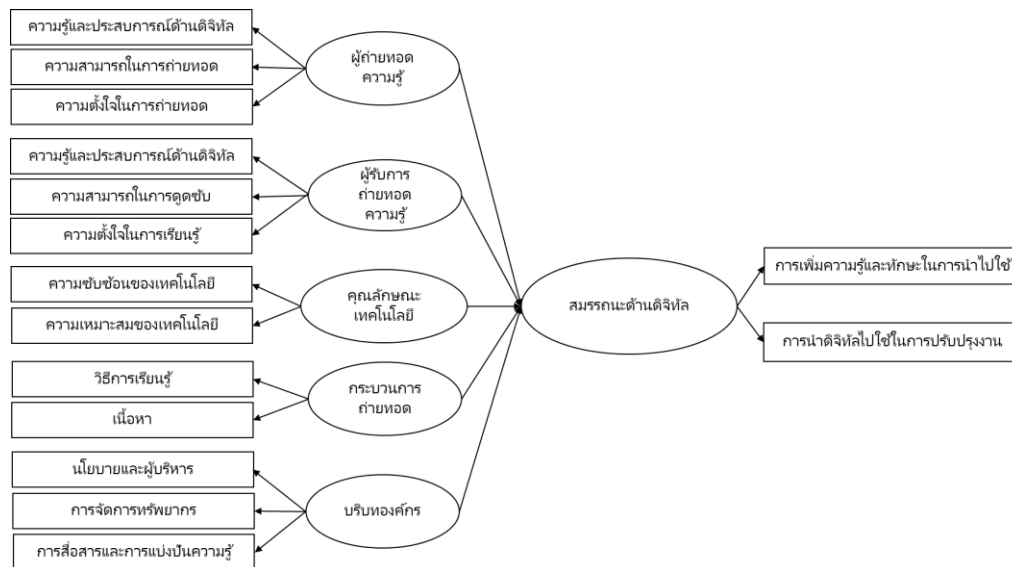
1. การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นจากการได้รับความรู้ และนำเอาความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์โดยปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานได้มากที่สุด (Liyanage et al., 2009) โดยมีองค์ประกอบ 4 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) ผู้ถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transferor) คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดหรือส่งความรู้ไปยัง (2) ผู้รับความรู้ (Knowledge Receiver) (Kumar & Ganesh, 2009) ทั้งนี้สิ่งสำคัญของผู้ถ่ายทอดความรู้และผู้รับความรู้ คือ ความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจบริบทการทำงานของผู้รับและสามารถถ่ายทอดความรู้ ความสามารถไปยังผู้รับอย่างมีประสิทธิภาพ (Srisuksa, 2021) นอกจากนี้ยังรวมถึง ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ไม่ว่าจะเป็นทักษะ ทำทางในการสื่อสาร และความตั้งใจในการถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น (Hamid & Salim, 2011) ในขณะเดียวกันผู้รับความรู้ต้องมีความสามารถในการดูดซับความรู้ มีแรงจูงใจ และมีความตั้งใจในการเรียนรู้ รวมถึงความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในบริบทของตนเองอีกด้วย (Srisuksa, 2021) (3) คุณลักษณะเทคโนโลยี (Technology Characteristic) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งควรเป็นเทคโนโลยีที่ง่ายต่อการประยุกต์ใช้ ไม่ซับซ้อน มีความสะดวกในการเข้าถึง (Porrawatpreyakorn et al., 2009) และมีความเหมาะสมกับกระบวนการทำงาน สามารถช่วยแก้ปัญหา และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ ส่งผลให้เกิดการรับรู้เทคโนโลยีนั้นมากขึ้น (Bjorvatn & Wald, 2018) (4) กระบวนการถ่ายทอดความรู้ (Transfer Process) คือ กระบวนการที่ช่วยให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Khongmalai & Distanont, 2022) โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ในบริบทของการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้ด้วยตัวเอง การลงมือทำที่บูรณาการเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ (Glaser et al., 2021) นอกจากนี้กระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบการฝึกอบรมให้ความรู้ และการพูดคุยให้คำปรึกษาเป็นรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดเนื้อหาที่มีความชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเหมาะสมกับงาน (Zarinpoush et al., 2006; Karlsen et al., 2015)

2. บริบทองค์กร (Organization Context) เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัล และเทคโนโลยี (Bacon et al., 2020) จากโมเดลประเมิณศักยภาพ (Digital Majority Model) บริบทองค์กรเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ด้านดิจิทัล และผู้นำในการสนับสนุนการนำดิจิทัลไปประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rossmann, 2018) เริ่มจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน และการสนับสนุนด้านต่างๆ (Glaser et al., 2021; Karlsen et al., 2015) ทั้งด้านทรัพยากร ด้านเวลา ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านงบประมาณ เพื่อส่งเสริมการนำดิจิทัลมาใช้ในการทำงาน (Ifenthaler et al., 2019) นอกจากนี้ การให้การสนับสนุนด้านทรัพยากรบุคคล องค์กรจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลที่เพียงพอ ประกอบกับมีความพร้อมของเครื่องมือด้านดิจิทัล ซอฟต์แวร์ และโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย (Ifenthaler et al., 2019) อีกทั้ง ยังควรส่งเสริมให้องค์กรมีวัฒนธรรมในการแบ่งปันความรู้ การสื่อสารความรู้ ภายในองค์กรเพื่อเกิดเป็นข้อเรียนรู้ จากการทำโครงการที่ประสบความสำเร็จ และการสร้างแรงจูงใจ การให้คำชื่นชม และการให้รางวัล (Lockett et al., 2008; Ren et al., 2019; Karlsen et al., 2015)

3. สมรรถนะด้านดิจิทัล (Digital Competency) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งมาจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ทักษะทางเทคนิค คือ การใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีในการบริหารจัดการข้อมูล ส่วนที่สอง คือ ทักษะความสามารถในการนำดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ (Zhao et al., 2021)

และสามารถถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ได้ (Nyikes, 2018) และส่วนสุดท้ายคือทัศนคติและความเชื่อเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเรียนรู้ (Hamalainen et al., 2021)

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีโลคัลลิสต์สูงสุด กำหนดตัวอย่างอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรที่สังเกตได้ (Lindeman et al., 1980 อ้างถึงใน อรพรรณ คงมาลัย และอัญญา ดิษฐานนท์, 2562) สำหรับงานวิจัยนี้มีตัวแปร 17 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 340 ตัวอย่าง แต่เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 442 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นคำถามปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ศึกษา และเลือกคำตอบตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับคะแนน

3. ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาแบบสอบถามมาจากแนวคิด ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์บริบท และทำการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) ค่าที่ได้ควรมีมากกว่า 0.50 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558) จึงถือว่าข้อคำถามที่ได้พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ซึ่งผลการทดสอบข้อคำถาม 40 ข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ส่วนถัดมาคือ การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) กับกลุ่มผู้ทดสอบ (Pilot Test) จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยได้นำเทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ผลการทดสอบของแต่ละปัจจัยอยู่ในช่วง 0.81–0.96 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally, 1978)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ในรูปแบบออนไลน์ (ผ่าน Google Forms) ให้กับบุคลากรกรรณศึกษา และได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้นจำนวน 442 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามถูกนำไปใช้วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อวิเคราะห์หาองค์ประกอบร่วม (Common Factor) และจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ (อรรถไกร พันธุ์กัฏี, 2559)

ผลการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามถูกนำมาทดสอบความเหมาะสมขององค์ประกอบตามแนวคิดงานวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Components และการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax โดยเกณฑ์การทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (Field, 2017) และสถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่า P-value (Sig.) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 (Hair et al., 2010) ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอต่อการใช้วิธี EFA และเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ได้แก่ สถิติความแปรปรวนสะสม (Cumulative Percentage of Variance Explained) ควรมากกว่า หรือเท่ากับร้อยละ 60.00 ซึ่งจะถือว่าองค์ประกอบใหม่สามารถอธิบายองค์ประกอบโดยรวมได้อย่างเพียงพอ ค่าสถิติความร่วมกันซึ่งใช้วัดความสามารถของตัวแปรในการอธิบายองค์ประกอบร่วม ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอ และสถิติน้ำหนักองค์ประกอบที่ใช้แสดงความสอดคล้องของตัวแปรกับกลุ่มองค์ประกอบ ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในทางปฏิบัติและถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของตัวแปร (Hair et al., 2010) โดยผลการทดสอบ EFA ของแต่ละปัจจัย มีดังนี้

1. ปัจจัยผู้ถ่ายทอดความรู้ พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสม เพียงพอในการใช้วิธี EFA มีค่าสถิติผ่านเกณฑ์ทุกค่า ได้แก่ ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.89 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่า ปัจจัยผู้ถ่ายทอดความรู้จากเดิม 3 องค์ประกอบ รวมเป็น 1 องค์ประกอบ ซึ่งสื่อถึงความสามารถทั้งทางด้านดิจิทัล และความตั้งใจในการถ่ายทอดความรู้ของผู้ถ่ายทอด โดยมีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับร้อยละ 71.60 ค่าสถิติร่วมกัน มากกว่า 0.50 ทุกตัวแปร อยู่ระหว่าง 0.69–0.73 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.82–0.87 ปัจจัยผู้ถ่ายทอดความรู้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละตัวใกล้เคียงกัน แสดงดังตารางที่ 1 โดยค่าสูงที่สุดคือ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของผู้ถ่ายทอด

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มปัจจัยผู้ถ่ายทอดความรู้

ผู้ถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transferor)	น้ำหนักองค์ประกอบ
ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ เช่น ทักษะการสื่อสารที่ดี	0.87
ผู้สอนมีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถ รวมถึงมีประสบการณ์เพียงพอในเรื่องเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งาน	0.86
ผู้สอนมีการใช้สื่อประกอบการอธิบายเพื่อให้เข้าใจมากขึ้น เช่น นำเสนอตัวอย่าง	0.85
ผู้สอนมีความเข้าใจปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของผู้รับการถ่ายทอด และเชื่อมโยงให้เห็นแนวทางในการนำดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหา	0.85
ผู้สอนมีความตั้งใจในการให้ข้อเสนอแนะ วิธีการ เสนอแนวทางในการช่วยแก้ไขปัญหามิฉะนั้นที่มีข้อซักถามหรือขอคำแนะนำต่าง ๆ	0.83
ผู้สอนมีความตั้งใจในการถ่ายทอดความรู้ เช่น การเตรียมความพร้อม	0.82

2. ปัจจัยผู้รับการถ่ายทอดความรู้ ข้อมูลมีความเหมาะสม เพียงพอในการใช้วิธี EFA มีค่าสถิติผ่านเกณฑ์ทุกค่า เช่นกัน ได้แก่ ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.85 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ซึ่งผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยผู้รับการถ่ายทอดความรู้จาก 3 องค์ประกอบ รวมเป็น 2 องค์ประกอบ โดยมีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับร้อยละ 74.77 ค่าสถิติร่วมกัน อยู่ระหว่าง 0.67–0.85 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.62–0.85 ซึ่ง 2 องค์ประกอบคือ

(1) กลุ่มองค์ประกอบความรู้ ประสบการณ์ด้านดิจิทัล และความสามารถในการดูดซับ ที่เปลี่ยนชื่อจากเดิม โดยการรวมองค์ประกอบด้านความรู้ ประสบการณ์ด้านดิจิทัล และความสามารถในการดูดซับ มีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับร้อยละ 14.31 โดยค่าน้ำหนักสูงที่สุดคือความสามารถในทำความเข้าใจเรื่องเครื่องมือดิจิทัล

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มองค์ประกอบความรู้ ประสบการณ์ด้านดิจิทัล และความสามารถในการดูดซับ

ความรู้ ประสบการณ์ด้านดิจิทัล และความสามารถในการดูดซับ (Digital Knowledge & Experience and Absorptive capacity)	น้ำหนักองค์ประกอบ
บุคลากรสามารถทำความเข้าใจในเรื่องเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งาน	0.85
บุคลากรสามารถนำความรู้ ความเข้าใจ จากการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้งานจริง	0.81
บุคลากรมีความเข้าใจกระบวนการทำงาน ปัญหาในการทำงาน และเชื่อมโยงกับแนวทางการปรับปรุงด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี	0.80
บุคลากรมีความรู้พื้นฐานหรือประสบการณ์เกี่ยวกับดิจิทัลเทคโนโลยี	0.62

(2) กลุ่มองค์ประกอบความตั้งใจในการเรียนรู้ มีค่าความแปรปรวนสะสม เท่ากับร้อยละ 60.46 โดยค่าน้ำหนักสูงที่สุดคือความตั้งใจในการเรียนรู้เพื่อนำไปแก้ปัญหาในการทำงาน

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มองค์ประกอบความตั้งใจในการเรียนรู้

ความตั้งใจในการเรียนรู้ (Willingness to Learn)	น้ำหนักองค์ประกอบ
บุคลากรมีความตั้งใจในการเรียนรู้เพื่อนำไปแก้ปัญหาในการทำงานหรือความยากลำบากที่พบอยู่ในปัจจุบัน	0.82
บุคลากรมีความตั้งใจในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเอง	0.81
บุคลากรมีเป้าหมายในการเรียนรู้เพื่อสร้างผลงานตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายหรือที่คาดหวังจากหัวหน้างาน	0.72

3. ปัจจัยคุณลักษณะเทคโนโลยี ผลจากการทดสอบพบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสม เพียงพอในการใช้วิธี EFA มีค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.81 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยผู้คุณลักษณะเทคโนโลยีจาก 2 องค์ประกอบ รวมเป็น 1 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นการแสดงถึงคุณลักษณะเทคโนโลยี ทั้งด้านความซับซ้อนและความเหมาะสม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับร้อยละ 75.45 ค่าสถิติร่วมกัน อยู่ระหว่าง 0.72–0.80 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.85–0.89 แสดงดังตารางที่ 4 ซึ่งค่าสูงที่สุด คือ เครื่องมือดิจิทัลมีความสะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มปัจจัยคุณลักษณะเทคโนโลยี

คุณลักษณะเทคโนโลยี (Technology Characteristic)	น้ำหนักองค์ประกอบ
เครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานมีความสะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย	0.89
เครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานมีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น การปรับปรุงการทำงาน การแก้ปัญหา	0.87
เครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานมีความเหมาะสม ยืดหยุ่นในการใช้งานกับพนักงานแต่ละสายงานหรือแต่ละระดับ	0.86
เครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานมีรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการเรียนรู้ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	0.85

4. ปัจจัยกระบวนการถ่ายทอด ผลจากการทดสอบ พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสม เพียงพอในการใช้วิธี EFA มีค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.76 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยกระบวนการถ่ายทอดจาก 2 องค์ประกอบ รวมเป็น 1 องค์ประกอบ และมีการตัด 1 ข้อคำถาม คือ วิธีการเรียนรู้โดยการฝึกอบรม หรือการเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านสื่อการเรียนรู้ โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม หลังตัดข้อคำถาม เท่ากับร้อยละ 66.13 ค่าสถิติร่วมกัน อยู่ระหว่าง 0.60–0.76 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.77–0.87 ซึ่งค่าสูงสุด คือ เรื่องของเนื้อหา

ตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มปัจจัยกระบวนการถ่ายทอด

กระบวนการถ่ายทอด (Transfer Process)	น้ำหนักองค์ประกอบ
เนื้อหาที่สอนมีความเข้าใจง่าย ทันสมัย แสดงขั้นตอนอย่างละเอียดพร้อมกับการฝึกปฏิบัติ	0.87
วิธีการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริงในโครงการปรับปรุงงาน	0.81
เนื้อหาที่สอนมีความเหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเขียนคำสั่งแบบง่ายสำหรับผู้เริ่มต้น	0.80
วิธีการเรียนรู้โดยการให้คำแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญ	0.77

5. ปัจจัยบริบทองค์กร ผลจากการทดสอบ พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสม เพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยมีค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.90 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยบริบทองค์กร 3 องค์ประกอบ รวมเป็น 1 องค์ประกอบ และมีการตัด 1 ข้อคือการกำหนดแนวทางการใช้งานที่เป็นมาตรฐานทั้งองค์กร นอกจากนี้แต่ละองค์ประกอบเป็นการแสดงถึงวัฒนธรรมด้านดิจิทัล (Digital Culture) จึงมีการปรับเปลี่ยนชื่อให้อธิบายสื่อถึงรายละเอียดของแต่ละหัวข้อมากขึ้น โดยมีค่าความแปรปรวนสะสมหลังตัดข้อคำถามเท่ากับร้อยละ 65.17 ค่าสถิติร่วมกันอยู่ระหว่าง 0.58–0.69 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.76–0.83 แสดงดังตารางที่ 6 ซึ่งค่าสูงสุดเรื่องของการสนับสนุนทรัพยากร ด้านเครื่องมือ และผู้เชี่ยวชาญ และเรื่องการสื่อสาร

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มปัจจัยวัฒนธรรมด้านดิจิทัล

วัฒนธรรมด้านดิจิทัล (Digital Culture)	น้ำหนักองค์ประกอบ
บริษัทสนับสนุนทรัพยากร "ด้านเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งาน" อย่างเพียงพอ เช่น อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์โปรแกรม ระบบเครือข่าย	0.83
บริษัทมีการสื่อสารเกี่ยวกับดิจิทัลเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เช่น นโยบาย/กลยุทธ์ ความรู้และเทคนิคการใช้งานเครื่องมือต่างๆ ประโยชน์จากการนำไปใช้	0.83
บริษัทสนับสนุนการสร้าง "ผู้เชี่ยวชาญ" ด้านเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานอย่างเพียงพอ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้	0.83
ผู้บริหาร/หัวหน้างานสนับสนุนในการสร้างความรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งาน เช่น งบประมาณ เวลา การให้คำแนะนำและคำปรึกษา	0.82
บริษัทมีการนำโครงการที่ประสบความสำเร็จมาแสดงและแบ่งปัน เพื่อให้เห็นประโยชน์จากการนำไปใช้ และเกิดไอเดียต่อยอดในพื้นที่ใหม่	0.81
ผู้บริหาร/หัวหน้างานมีส่วนร่วมและให้ความสำคัญในการเรียนรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งาน เช่น กำหนดความคาดหวัง กำหนดเป้าหมาย	0.79
บริษัทมีการนำโครงการที่ประสบความสำเร็จมาแสดงและแบ่งปัน เพื่อให้คำชื่นชม และสร้างขวัญกำลังใจแก่พนักงาน	0.79
บริษัทกำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านดิจิทัลเทคโนโลยีอย่างเป็นรูปธรรม	0.76

6. กลุ่มตัวแปรสมรรถนะด้านดิจิทัล ผลจากการทดสอบพบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสม เพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยมีค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.82 และสถิติ Bartlett’s Test มีนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่า ปัจจัยบริบทองค์กร 2 องค์ประกอบ รวมเป็น 1 องค์ประกอบ โดยมีค่าความแปรปรวนสะสมหลังตัดข้อคำถามเท่ากับร้อยละ 77.54 ค่าสถิติร่วมกันอยู่ระหว่าง 0.58–0.69 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.85–0.89 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกัน ทั้งในเรื่องของ ทักษะ การเห็นประโยชน์ การเกิดสมรรถนะด้านดิจิทัล จนไปสู่การถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่นต่อ

ตารางที่ 7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลุ่มตัวแปรสมรรถนะด้านดิจิทัล

สมรรถนะด้านดิจิทัล (Digital competency)	น้ำหนักองค์ประกอบ
พนักงานมีทัศนคติที่ดีและเห็นประโยชน์ในการนำเครื่องมือดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน	0.89
พนักงานสามารถแนะนำและถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่นในองค์กรได้	0.88
พนักงานมีความรู้ด้านดิจิทัลและทักษะในการนำไปใช้เพิ่มขึ้น	0.88
พนักงานสามารถนำความรู้ด้านดิจิทัลไปใช้ในการพัฒนาแก้ไขปัญหาการทำงานเพื่อปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	0.85

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ EFA แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของปัจจัยต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัลเพื่อยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านผู้ถ่ายทอดความรู้ 2) ปัจจัยด้านผู้รับการถ่ายทอดความรู้ 3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะเทคโนโลยี 4) ปัจจัยกระบวนการถ่ายทอด และ 5) ปัจจัยวัฒนธรรมด้านดิจิทัล และมีแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านดิจิทัลในองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านผู้ถ่ายทอด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำไปยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของผู้ถ่ายทอด รองลงมา คือ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ และความตั้งใจในการถ่ายทอด เพื่ออธิบายให้เข้าใจมากขึ้น เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้งานเครื่องมือดิจิทัลที่มีพื้นฐานด้านดิจิทัลที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hamid and Salim (2011) ที่กล่าวว่า การถ่ายทอดความรู้จนทำให้เกิดความเข้าใจได้ดีขึ้น เป็นความสามารถในการกำหนดรูปแบบการถ่ายทอดและการปรับให้เข้ากับบริบท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liyanage et al., (2009) ที่กล่าวว่า ผู้ถ่ายทอดจะต้องมีการสื่อสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย และมีความตั้งใจที่จะถ่ายทอดความรู้ องค์กรควรมุ่งเน้นพัฒนาทักษะของผู้ถ่ายทอดและความสามารถในการถ่ายทอดให้เข้ากับบริบทของผู้เรียนรู้

2. ปัจจัยด้านผู้รับการถ่ายทอด ที่มีความรู้ ประสบการณ์ด้านดิจิทัล ระดับความสามารถในการดูดซับ และความตั้งใจในการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำไปยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับความสามารถในทำความเข้าใจเรื่องเครื่องมือดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liyanage et al., (2009) ที่กล่าวว่า ผู้รับการถ่ายทอดมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ความสามารถในการดูดซับความรู้ และสร้างความเข้าใจ รองลงมา คือ ความตั้งใจในการเรียนรู้เพื่อนำไปแก้ปัญหาในการทำงาน หรือความยากลำบากที่พบอยู่ในปัจจุบัน และการนำมาประยุกต์ใช้งานจริง เนื่องจากการที่ผู้รับการถ่ายทอดจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีความเข้าใจ และมีแรงจูงใจหรือความตั้งใจในการเรียนรู้ คือ ความคาดหวังในการนำความรู้ที่ได้จากการถ่ายทอดไปใช้จริง จึงจะมีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ (Hamid & Salim, 2011) องค์กรควรมุ่งเน้นสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เรียนรู้ สื่อสารให้เห็นถึงประโยชน์ และสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจในการนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่าย

3. ปัจจัยด้านคุณลักษณะเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำไปยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัล สำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับเครื่องมือดิจิทัลสำหรับผู้ใช้งานมีความสะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน (Porrawatpreyakorn et al., 2009) รองลงมา คือ ความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในการทำงาน และยืดหยุ่นในการใช้งานกับพนักงานแต่ละสายงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bjorvatn & Wald et al., (2018) ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมกับกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ หรือเหมาะสมบริบทของผู้ใช้งานจะส่งผลให้เกิดการรับรู้เทคโนโลยีนั้นมากขึ้น และส่งผลต่อการถ่ายทอดความรู้ องค์กรควรจัดสรร และคัดเลือกเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนรู้ สามารถเข้าถึงได้ง่าย และไม่ซับซ้อน

4. ปัจจัยด้านกระบวนการถ่ายทอด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำไปยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับเรื่องของเนื้อหาที่สอนมีความเข้าใจง่าย แสดงขั้นตอนอย่างละเอียดพร้อมกับการฝึกปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zarinpoush et al., (2006) ที่กล่าวว่า เนื้อหาในการสอนที่มีความชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเหมาะสมกับงาน จะส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ รองลงมาคือวิธีการเรียนรู้ในรูปแบบการปฏิบัติจริงในโครงการปรับปรุงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Glaser et al., (2021) ที่กล่าวว่า ความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ในบริบทของการเรียนรู้ คือ การลงมือทำจริง โดยบูรณาการเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ที่ได้เรียนรู้ องค์กรควรพัฒนากระบวนการถ่ายทอดที่มุ่งเน้นเนื้อหาที่มีความเข้าใจง่าย และเน้นการฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือดิจิทัล

5. ปัจจัยวัฒนธรรมด้านดิจิทัล เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำไปยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับเรื่องการสนับสนุนทรัพยากร ด้านเครื่องมือ และผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการสนับสนุนของผู้บริหาร

ทั้งด้านเวลา และงบประมาณ ส่วนสำคัญถัดมาคือเรื่องการสื่อสาร เช่น นโยบาย กลยุทธ์ ความรู้และเทคนิคการใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ ประโยชน์จากการนำไปใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ifenthaler (2019) กล่าวว่า ทรัพยากรเป็นพื้นฐานที่สำคัญของเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rossmann (2018) ที่กล่าวว่า รากฐานของการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล คือ การส่งเสริมของผู้บริหาร และการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการนำดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรจะต้องเตรียมความพร้อมของเครื่องมือด้านดิจิทัล และโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม รวมถึงการสร้างความเข้าใจกับผู้บริหารเพื่อให้เกิดการสนับสนุนด้านต่าง ๆ และมุ่งเน้นการสื่อสารอย่างต่อเนื่องในองค์กร

จากองค์ประกอบของทั้ง 5 ปัจจัย ส่งผลให้เกิดสมรรถนะด้านดิจิทัล ซึ่งบุคลากรให้ความสำคัญในเรื่องทัศนคติ การเห็นประโยชน์ จนไปสู่การถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hamalainen et al., (2021) ที่กล่าวว่าทัศนคติ และความเชื่อเป็นสิ่งที่สำคัญเนื่องจากเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอในการนำไปประยุกต์ใช้

แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จด้านเครื่องมือดิจิทัลเพื่อยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัล สำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ถ่ายทอดความรู้ ผู้รับการถ่ายทอด คุณลักษณะเทคโนโลยี กระบวนการถ่ายทอด และวัฒนธรรมด้านดิจิทัล องค์กรควรพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลในองค์กรให้ครบ 5 ด้านที่มุ่งเน้นพัฒนา 1) ทักษะของผู้ถ่ายทอดไม่เพียงแต่เรื่องของความรู้ และความสามารถเท่านั้น องค์กรควรพัฒนาทักษะความสามารถในการถ่ายทอด และทำให้ผู้รับการถ่ายทอดเกิดความเข้าใจจนนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น แสดงตัวอย่างการใช้งาน และให้ผู้เรียนรู้ฝึกปฏิบัติจริง 2) ผู้รับการถ่ายทอด ด้านความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ และความตั้งใจในการเรียนรู้ เป็นเรื่องที่สำคัญ องค์กรควรพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดที่เน้นการนำไปประยุกต์ใช้ได้โดยง่าย และสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการนำองค์ความรู้ไปพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานของผู้เรียนรู้ โดยสื่อสารให้เห็นประโยชน์ของการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการลดปัญหาการทำงานที่พบในปัจจุบัน 3) คุณลักษณะเทคโนโลยี องค์กรควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การจัดสรร และคัดเลือกเครื่องมือดิจิทัลที่มีความเหมาะสม และยืดหยุ่นกับแต่ละสายงาน รวมถึงพัฒนาการเข้าถึงเครื่องมือดิจิทัลให้สะดวก และง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น 4) กระบวนการถ่ายทอด องค์กรควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การพัฒนาเนื้อหา และรูปแบบการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริงในโครงการของผู้เรียนรู้ เพื่อให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) วัฒนธรรมด้านดิจิทัล องค์กรควรสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม และเพียงพอ ทั้งทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน และผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลเทคโนโลยี นอกจากนี้ควรเน้นกลยุทธ์ด้านการสื่อสารขององค์กรให้มีเรื่องของดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น นโยบาย กลยุทธ์ ความรู้และเทคนิคการใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ ประโยชน์จากการนำไปใช้งาน และการสร้างความเข้าใจกับผู้บริหารเพื่อส่งเสริมการสนับสนุนของผู้บริหารโดยทั่วทั้งองค์กร

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยในครั้งถัดไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อยกระดับสมรรถนะการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลสำหรับกลุ่มพนักงานที่ไม่ใช่สายตรงดิจิทัล ว่าสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ หรือไม่ และเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการเรียนรู้ให้มีความเหมาะสมกับบุคลากรแต่ละระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2558). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.
- อรพรรณ คงมาลัย และอัญญิฐา ดิษฐานนท์. (2562). *เทคนิควิจัยด้านการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถไกร พันธุ์ภักดี. (2559). การเปรียบเทียบผลการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดทุนทางสังคมระหว่างการใช้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 11(2), 46-61.

References

- Bjorvatn, T., & Wald, A. (2018). Project Complexity and Team-level Absorptive Capacity as Drivers of Project Management Performance. *International Journal of Project Management*, 36(6), 876-888. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2018.05.003>
- Bacon, E., Williams, M. D., & Davies, G. (2020). Coopetition in Innovation Ecosystems: A comparative Analysis of Knowledge Transfer Configurations. *Journal of Business Research*, 115, 307-316. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.005>
- Daugherty, P., Ghosh, B., Rippert, A., Venkataraman, R. and H. J., Wilson. (2021). **Scaling Enterprise Digital Transformation**. Retrieved on October 10, 2022 from <https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/scaling-enterprise-digital-transformation>.
- Field, A. (2017). **Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics**. 5th ed. London: SAGE Edge.
- Glaser, M., Blake, O., Bertolini, L., Te Brömmelstroet, M., & Rubin, O. (2021). Learning from Abroad: An Interdisciplinary Exploration of Knowledge Transfer in the Transport Domain. *Research in Transportation Business & Management*, 39, 100531. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100531>.
- Gurumurthy, R., Nanda R. & Schatsky, D. (2022). **Putting Digital at the Heart of Strategy**. Retrieved on October 10, 2022 from <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/digital-transformation/digital-acceleration-in-a-changing-world.html>.
- Hair, J. F., Balck, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. 7th ed. New York: Pearson.
- Hamalainen, R., Nissinen, K., Mannonen, J., Lamsa, J., PhD, Leino, K., & Taajamo, M. (2021). Understanding Teaching Professionals' Digital Competence: What do PIAAC and TALIS Reveal About Technology-related Skills, Attitudes, and Knowledge?. *Computers in Human Behavior*, 117, 106672. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106672>
- Hamid, N.A.A., & Salim, J. (2011). A Conceptual Framework of Knowledge Transfer in Malaysia E Government IT Outsourcing: An Integration with Transactive Memory System (TMS). *International Journal of Computer Science Issues*, 8(5), 51-64.

- Ifenthaler, D., & Egloffstein, M. (2019). Development and Implementation of a Maturity Model of Digital Transformation. Association for Educational Communications & Technology 2019, **TechTrends**, **64**, 302–309.
- Karlsen, J. T., & Gottschalk, P. (2015). Factors Affecting Knowledge Transfer in IT Projects. **Engineering Management Journal**, **16**(1), 3-11.
- Khongmalai, O., & Distanont, A. (2022). Influence of Knowledge Transfer Model on IT Outsourcing Performance: An Empirical Evidence of Thai Banking Industry. **Kasetsart Applied Business Journal**, **16**(24), 73–92.
- Kumar, J.A., & Ganesh, L. (2009). Research on Knowledge Transfer in Organizations: A Morphology. **Journal of Knowledge Management**, **13**(4), 161-174.
- Liyanage, C., Elhag, T., Ballal, T., & Li, Q. (2009). Knowledge Communication and Translation-a Knowledge Transfer Model. **Journal of Knowledge management**, **13**(3), 118-131.
- Lockett, N., Kerr, R., & Robinson, S. (2008). Multiple Perspectives on the Challenges for Knowledge Transfer Between Higher Education Institutions and Industry. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, **26**(6), 661-681.
- Nyikes, Z. (2018). Contemporary Digital Competency Review. **Interdisciplinary Description of Complex Systems**, **16**(1), 124-131.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Porrawatpreyakorn, N., Quirchmayr, G., & Chutimaskul, W. (2009). **Requirements for a Knowledge Transfer Framework in the Field of Software Development Process Management for Executive Information Systems in the Telecommunications Industry**. Paper Presented at the International Conference on Advances in Information Technology. Conference'10, Month 1–2, 2010.
- Ren, X., Yan, Z., Wang, Z., & He, J. (2019). Inter-project knowledge Transfer in Project-based Organizations: an Organizational Context Perspective. **Management Decision**, **58**(5), 844-863.
- Rossmann, A. (2018). **Digital Maturity: Conceptualization and Measurement Model**. 39th International Conference on Information Systems. 13-16 December 2018, vol. 2. San Francisco, California; USA.
- Srisuksa N., Wiriapinit M., & Bhattarakosol P. (2021). **Factors Affecting Knowledge Transfer Between Project Managers: A Conceptual Framework**. 13th International Joint Conference on Knowledge Discovery. Knowledge Engineering and Knowledge Management IC3K 2021-Volume 3: KMIS. 25–27 October 2021 (211-218). Valletta: Malta.
- Zarinpoush, F., & Gotlib Conn, L. (2006). **Knowledge Transfer Tip Sheet Imagine Canad**. Retrieved on October 12, 2022 from http://sectorsource.ca/sites/default/files/resources/files/tipsheet5_knowledge_transfer_en.pdf.
- Zhao, Y., Hu, N., & Cao, J. (2021). **Research on Entrepreneurial Competency Model Under the Background of Digital Economy**. 14th International Symposium on Computational Intelligence and Design (ISCID), 11-12 December 2021 (186-191). Hangzhou: China.

คณะผู้เขียน

นางสาวฟาริยา สาคะศุกฤกษ์

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

email: fariya.saka@dome.tu.ac.th

รองศาสตราจารย์ ดร.อรพรรณ คงมาลัย

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

email: korapan@tu.ac.th

กฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Model Law for Specific Planning Act Enforcement for Floating Market Management to Promote Sustainable Tourism Development

อุษณีย์ เพียรสุวรรณ* ภูมิ โชคเหมาะ และศิวพร เสาวคนธ์
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Usanee Peansuwan* Poom Chockmoh and Siwaporn Saowakon
School of Law, Sripatum University

Received: April 3, 2023

Revised: April 27, 2023

Accepted: April 28, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษา และวิจัยเรื่องกฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา (1) เพื่อศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2) เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกฎหมายของต่างประเทศและประเทศไทย (3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (4) เพื่อศึกษาแนวทางจัดทำกฎหมายต้นแบบ (Model Law) ว่าด้วยการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเจาะจง ผลการวิจัย พบว่า จากการใช้แนวคิด หลักการ และทฤษฎีในการวิเคราะห์เกี่ยวกับกฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่า แม้ว่าพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองรวมไว้ แต่หากนำกฎหมายฉบับดังกล่าวมาใช้ในการจัดระเบียบตามผังเมืองรวมมาใช้กับตลาดน้ำย่อมไม่เหมาะสม เนื่องด้วยการใช้ประโยชน์พื้นน้ำในตลาดน้ำ การจัดระเบียบเรียบร้อยและความสวยงามมีความเฉพาะและแตกต่างจากผังเมืองทั่วไป จึงต้องใช้ผังเมืองเฉพาะ เพื่อควบคุมและส่งเสริมการพัฒนาให้เป็นไปตามการจัดระเบียบตลาดน้ำนั้น ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงได้เสนอกฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีโครงสร้างกฎหมายประกอบด้วย (1) วัตถุประสงค์และกระบวนการจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ (2) การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นการเฉพาะในตลาดน้ำ (3) มาตรการเพื่อปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของผังเมืองเฉพาะในตลาดน้ำ (4) สิทธิประโยชน์ (5) คณะกรรมการผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ (6) บทกำหนดโทษ

คำสำคัญ: ผังเมืองเฉพาะ ตลาดน้ำ ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research on the model law for specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development aimed to investigate (1) concepts, principles, and theories related to specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development, (2) legal measures related to specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development in accordance with foreign and Thai laws, (3) problems on specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development, and (4) approaches to the model law for specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development. This research applied a qualitative research methodology consisting of documentary research, in-depth interview, and focus group discussion. The findings revealed that regarding the usage of concepts, principles, and theories in analyzing the model law for specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development, the Town and Country Planning Act B.E.2562 had established the criteria on planning town and country; however, it was not suitable to adopt this act to reorganize town and country with the floating markets to promote sustainable tourism development. Orderliness and beauty of floating markets were unique and different from general town and country planning; therefore, it required the specific planning act to control and promote development according to the floating market organization. Therefore, the researcher would like to propose the model law for specific planning act enforcement for floating market management to promote sustainable tourism development with the legal structure as follows: (1) objectives and procedure of planning specific to floating markets; (2) land utilization specific to floating markets; (3) measures to abide by the objectives of planning specific to floating markets; (4) benefits; (5) committees on Town and Country Planning specific to floating markets; and (6) penalty.

Keywords: Specific Planning, Floating Market, Promote Sustainable Tourism Development

บทนำ

ตลาดน้ำในประเทศไทย มี 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตลาดน้ำที่มีมาแต่ดั้งเดิม ซึ่งเกิดวิถีชีวิตของประชาชน หรือชุมชนริมน้ำที่ใช้แหล่งน้ำสัญจรมา และค้าขาย 2) ตลาดน้ำที่ตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นไปตามสมัยนิยมให้เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งตลาดน้ำประเภทนี้จะเสื่อมสลายไปในที่สุด ในขณะที่แหล่งน้ำประเภทแรกเกิดโดยธรรมชาติ เพราะฉะนั้นยังเป็นแหล่งน้ำที่ใช้ประโยชน์อยู่โดยปกติจากความจำเป็นที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ซึ่งตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จัดเป็นตลาดน้ำประเภทนี้ที่เป็นตลาดน้ำแห่งแรกที่เป็นตลาดเก่าแก่ หรือ “เหล้าตักลัก” เป็นตลาดเก่าดั้งเดิมตั้งอยู่บริเวณปากคลองลัดพลี ตำบลดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี นับเป็นตลาดลอยน้ำแห่งแรกในประเทศไทยที่มีอายุยาวนานเกือบ 150 ปี และเป็นที่ท่องเที่ยวอดนิมของทั้งชาวไทย และต่างชาติ มีวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของชาวตลาดน้ำเป็นเอกลักษณ์ มีความงดงามของทัศนียภาพชีวิตริมคลอง ย้อนยุคกว่า 150 ปี และมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติริมสองฝั่งคลอง ทำให้นักท่องเที่ยวต่างมาท่องเที่ยว และถ่ายภาพความประทับใจ เนื่องด้วยวิถีชีวิตของพ่อค้าแม่ขายที่ยังคงเอกลักษณ์ด้วยการใช้เรือพายในการนำผัก ผลไม้ หรือสินค้าต่าง ๆ ในท้องถิ่นมาขายยังสายน้ำแห่งนี้ จนเรียกได้ว่าเป็นมนต์เสน่ห์สำคัญของตลาดน้ำดำเนินสะดวก (พระมหาเกรียงศักดิ์ ภูริวัฒน์โก, 2559)

อย่างไรก็ตาม ที่เป็นประเด็นปัญหาของตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันคือ ปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า มีการทิ้งขยะมูลฝอยลงในลำคลอง ซึ่งขยะมูลฝอยที่พบมาจากผู้ทิ้ง 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชาวบ้านในพื้นที่ โดยชาวบ้านในพื้นที่จะทิ้งมากกว่านักท่องเที่ยว นอกจากนั้นในเรื่องวัชพืชในลำคลอง ซึ่งวัชพืช ส่วนใหญ่เป็นผักตบชวา และสาหร่ายวัชพืชในน้ำลำคลองสกปรกหรือน้ำเน่าเสีย ซึ่งเกิดขึ้นจากระบบการระบายน้ำในลำคลองไม่มีประสิทธิภาพ และทำให้ลำคลองตื้นเขิน นอกจากนั้นยังมีเรื่องของมลพิษที่เกิดจากเครื่องยนต์เรือ ประกอบด้วย มลพิษทางเสียงจากเครื่องยนต์เรือเสียงดัง และมลพิษจากควันจากท่อไอเสียเครื่องยนต์เรือ ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการใช้สัญจรทางน้ำ และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก

ปัญหาการใช้ประโยชน์พื้นที่ พบว่า เส้นทางเดินเรือไม่เพียงพอ ขาดการจัดระเบียบเรือ โดยเรือบางลำยังไม่ได้จดทะเบียนกับเจ้าท่าอย่างถูกต้อง ขาดการควบคุมความเร็วในการเดินเรือในพื้นที่ลำน้ำ ขาดการจัดระบบการเดินเรือที่มีประสิทธิภาพ ถึงแม้ว่าจะเคยมีการจัดการเดินเรือทางเดียวกันก็ตาม นอกจากนั้น ขาดป้าย หรือแผนผังบอกทิศทาง ส่งผลให้ต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ (พระมหาเกรียงศักดิ์ ฐิวิธมโก, 2559)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จึงได้จัดทำหัวข้อกฎหมายต้นแบบ เพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ทางน้ำ เพราะถ้าหากมีการจัดระเบียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้เหมาะสม ย่อมเป็นแนวทางในการจัดระเบียบน้ำในที่อื่น ๆ ได้ ซึ่งการจัดระเบียบการใช้ประโยชน์พื้นที่โดยใช้ผังเมือง ในปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 เช่นนี้เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น การสร้างรายได้ ฉะนั้น การจัดระเบียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกในจังหวัดราชบุรีแห่งแรกย่อมจะเป็นแนวทางในการจัดระเบียบตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 ประกอบด้วยเนื้อหา 1) การวาง และจัดทำผังเมืองรวม และ 2) การวาง และจัดทำผังเมืองเฉพาะ ซึ่งหากนำการจัดระเบียบตามผังเมืองรวมมาใช้ย่อมไม่เหมาะสมแต่ต้องใช้ผังเมืองเฉพาะ (สำนักงานจังหวัดราชบุรี, 2557)

ทั้งนี้ เนื่องจากการใช้ผังเมืองรวมอาจเพียงพอต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ลักษณะกว้าง ๆ ซึ่งไม่น่าจะเพียงพอต่อการจัดระเบียบและสร้างความสวยงามให้แก่พื้นที่ได้ และโดยเหตุที่พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 มีบทบัญญัติหมวดว่าด้วยผังเมืองเฉพาะ และได้ให้คำนิยามไว้ว่า หมายถึง แผนผังและโครงการการดำเนินการเพื่อพัฒนาหรือดำรงรักษาบริเวณเฉพาะแห่งหรือกิจการที่เกี่ยวข้องในเมืองและบริเวณที่เกี่ยวข้องหรือชนบทเพื่อประโยชน์แก่การผังเมือง ซึ่งเป็นหลักการผังเมืองในระบบสากลที่สามารถจะนำมาใช้เสริมผังเมืองรวม เพื่อแก้ไขปัญหาจากการใช้ประโยชน์พื้นที่ได้ เนื่องจากช่วยปรับโครงสร้างการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้เกิดความสวยงามเป็นระเบียบ และสอดคล้องกับบริบทของลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อควบคุมการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม (กฤตยา พรหมทองดี และพัชรวรรณ นุชประยูร, 2562) มีความเป็นระเบียบ และสวยงามสมประโยชน์ของการใช้พื้นที่ หรือหากจะมีโครงการพัฒนาใดก็สามารถที่จะพัฒนาได้ตามกรอบของผังเมืองเฉพาะที่มีความต่อเนื่อง

โดยมีกฎหมายต่างประเทศเป็นแนวทาง ได้แก่ กฎหมายผังเมืองของสาธารณรัฐสิงคโปร์ ซึ่งมีรูปแบบรัฐเป็นแบบรัฐเดี่ยวมีสภาพภูมิศาสตร์ในแถบเอเชีย และลักษณะพหุสังคมเหมือนกันแต่สาธารณรัฐสิงคโปร์ มีพัฒนาการด้านผังเมืองที่ก้าวหน้ามาก อีกทั้งแนวคิดของสาธารณรัฐสิงคโปร์ก็ใช้หลักกฎหมายผังเมืองของสหราชอาณาจักร เช่นเดียวกับประเทศไทย แต่สามารถประยุกต์มาใช้ให้เหมาะสมกับสังคมตนเองได้ดี นอกจากนั้นยังศึกษาสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและสหพันธ์รัฐมาเลเซียที่ได้มีการประกาศใช้กฎหมายจัดทำผังโครงสร้าง โดยมีรูปแบบรัฐเป็นแบบสภาพภูมิศาสตร์ในแถบเอเชียและลักษณะพหุสังคมเหมือนกัน ดังนั้น จากที่กฎหมายผังเมืองของ 3 ประเทศนั้นจึงนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา และวิจัยนี้จึงมีแนวคิดที่จะทำการศึกษาและวิจัยเพื่อนำเอาการจัดทำผังเมืองเฉพาะมาใช้กับพื้นที่ที่มีศักยภาพและความเหมาะสมในการจัดทำผังเมืองเฉพาะเพื่อชี้ให้เห็นว่าการทำผังเมืองเฉพาะสามารถจะทำได้เป็นรูปธรรมโดยมีการจัดทำกฎหมายรองรับ สำหรับพื้นที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาและวิจัย เรื่อง “กฎหมายต้นแบบ เพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เพื่อเป็นแนวทางในการจัดระเบียบตลาดน้ำในพื้นที่จังหวัดอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับผังเมืองเฉพาะตามกฎหมายของต่างประเทศและประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ
4. เพื่อศึกษาแนวทางจัดทำกฎหมายต้นแบบ (Model Law) ว่าด้วยผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

หลักการวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use Planning) การบริหารการใช้ประโยชน์ที่ดินมีความสำคัญ เพราะที่ดินเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดจึงต้องใช้อย่างระมัดระวังเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คำนึงถึงการใช้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อประโยชน์หลายด้านพร้อมกันไป คำนึงถึงลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้เป็นเจ้าของที่ดิน และสุดท้ายมุ่งให้การใช้ที่ดินสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรโดยรวม (นิพนธ์ วิเชียรน้อย, 2552) เช่นนี้ เมื่อจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำมีการบริหารการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

หลักการกระจายอำนาจ (Decentralization Principle) เป็นหลักที่มีความสำคัญต่อบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (สำนักวิชาการและสำนักกฎหมาย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2557) ที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบตลาดน้ำ เนื่องจากการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่อยู่ในขอบเขตอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีผลต่อการจัดระเบียบตลาดน้ำ เนื่องจากการจัดระเบียบตลาดน้ำเป็นภารกิจที่จะต้องถ่ายโอนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป เช่นนี้ เมื่อจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำมีการกำหนดบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบตลาดน้ำ

หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participate Principle) เป็นหลักการสำคัญต่อการจัดระเบียบตลาดน้ำ เนื่องจากการจัดระเบียบตลาดน้ำเป็นการกำหนดการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่ประชาชนมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในแง่ของเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน และผู้ใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นผู้ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง (เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์, 2550) เช่น การสร้างสะพาน ถนน ประปา มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาเมืองแต่ก็อาจเกิดข้อขัดแย้งได้ หากประชาชนยังไม่ทราบข้อมูล และหวาดระแวงการปฏิบัติงานจากหน่วยงานของรัฐ ดังนั้น แนวทางป้องกันความขัดแย้งในการพัฒนาเมืองต้องเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และมีความเกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบตลาดน้ำ

หลักกรรมสิทธิ์ (Property Right Principle) เป็นการรับรองให้ผู้ทรงกรรมสิทธิ์สามารถใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินนั้นได้ตามที่พอใจ และหาประโยชน์จากทรัพย์สินนั้นได้เต็มตามความสามารถของตน ซึ่งก็ย่อมหมายถึงการยึดถือเอาทรัพย์สินนั้นไว้ (อดิศักดิ์ สุวรรณน้อย และสุนีย์ มัลลิกะมาลย์, 2562) การใช้ประโยชน์ หรือได้รับดอกผลจากทรัพย์สินนั้น อย่างไรก็ตาม การใช้สิทธิในทรัพย์สินดังกล่าวก็ต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตที่รัฐธรรมนูญ และกฎหมายกำหนดไว้ ส่งผลให้กรรมสิทธิ์สามารถถูกรอนสิทธิได้ เช่น การเวนคืน การโอนให้เป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐ เป็นต้น ดังนั้น หลักกรรมสิทธิ์จึงได้รับการรับรองในฐานะเสรีภาพพื้นฐานของมนุษย์ และมีความเกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบตลาดน้ำ เพราะการจัดระเบียบตลาดน้ำอาจจะมีส่วนกระทบต่อกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ถือครองอยู่

หลักการเวนคืน (Expropriation Principal) เป็นหลักที่ว่า การเอาทรัพย์สินของเอกชนไปใช้นั้นต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะและต้องจ่ายค่าทดแทนที่เป็นธรรมให้แก่เอกชนผู้ต้องสูญเสียทรัพย์สินของตนไป

(อริยพร โพธิ์ใส, 2556) จึงอาจกล่าวได้ว่า การเวนคืนเป็นการใช้อำนาจตามกฎหมายของรัฐบังคับเอาอสังหาริมทรัพย์ของเอกชนมาเป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของอสังหาริมทรัพย์นั้นก่อน การใช้อำนาจนี้อยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าอสังหาริมทรัพย์ที่เวนคืนมานั้นต้องนำไปใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะ และต้องจ่ายค่าทดแทนที่เป็นธรรมให้แก่ผู้ถูกเวนคืน ดังนั้น หลักการเวนคืนจึงได้รับการรับรองในฐานะเสรีภาพพื้นฐานของมนุษย์และให้ความเป็นธรรมแก่มนุษย์ และมีความเกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบตลาดน้ำ เพราะการจัดระเบียบตลาดน้ำอาจจะมีส่วนกระทบต่อกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ถือครองอยู่

ทฤษฎีการใช้ที่ดินแบบศูนย์กลางเดียว (Concentric Zone) ในการจัดทำผังเมืองเฉพาะจะเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในเมือง ซึ่งหากมีสภาพที่เป็นเมืองขนาดเล็ก ควรมีศูนย์กลางหลักเดียวแล้วกระจายตัวการใช้ประโยชน์ที่ดินไปรอบเมืองเป็นลักษณะวงกลม ซึ่งศูนย์กลางของเมืองจะเรียกว่าศูนย์กลางพาณิชยกรรมหลัก (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2549) ส่วนการใช้ที่ดินเพื่อประโยชน์อย่างอื่น อาทิ การอยู่อาศัยจะกระจายออกมาโดยรอบของศูนย์กลางเมือง เช่นนี้ การจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำสามารถนำทฤษฎีนี้ไปใช้ในการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินได้

ทฤษฎีการใช้ที่ดินแบบหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei) การใช้ประโยชน์ที่ดินในเมืองจะมีหลายศูนย์กลาง แม้ว่าจะมีศูนย์กลางหลักในกลางเมือง (Central Business District: CBD) แต่ก็จะมีการกระจายศูนย์กลางรองกระจายไปทั่วเมือง เพื่อลดการเดินทาง ซึ่งในการจัดทำผังเมืองเฉพาะจะสามารถเลือกใช้การจัดทำผังเมืองให้เมืองมีแบบหลายศูนย์กลางก็ย่อมจะเป็นประโยชน์หากลักษณะพื้นที่มีกระจายตัว เช่นนี้ เพื่อตอบสนองต่อประชาชนที่มีการตั้งถิ่นฐานที่มีภูมิประเทศในลักษณะกระจายตัว จะไม่ต้องประสบปัญหาการเข้าสู่ศูนย์กลางชุมชนเพียงแห่งเดียว (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2549)

ทฤษฎีอุทยานนคร (Garden Cities) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการผังเมืองที่เน้นการสร้างความสะดวกสบายน่าอยู่ของเมือง โดยทฤษฎีอุทยานนคร มีเป้าหมายสร้างเมืองที่มีความสวยงามโดยสร้างพื้นที่สีเขียว เพื่อให้เมืองที่มีสภาพแวดล้อมดีแบบชนบท (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2549) ดังนั้น ในการจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำย่อมนำทฤษฎีนี้มาประยุกต์เพื่อให้มีการจัดระบบเมืองให้มีความน่าอยู่

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะของสาธารณรัฐสิงคโปร์

สาธารณรัฐสิงคโปร์มีกฎหมายผังเมือง เรียกว่า “The Planning Act of 1990 (พ.ศ. 2533) (Chapter 232)” ซึ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิจัยนี้ ประกอบด้วยส่วนที่ 2 ผังแม่บท และพื้นที่อนุรักษ์ และแนวทางการอนุรักษ์สำหรับในส่วนของผังเมืองแม่บท ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกพื้นที่เพื่อจัดทำผังเมืองเฉพาะ พบว่าได้กำหนดไว้ดังนี้ โดยในข้อ 6. ได้ให้ความหมายของคำว่า “ผังแม่บท” หมายถึง ผังแม่บทที่ได้ยื่น และได้รับอนุมัติโดยผู้ว่าการรัฐโดยคำแนะนำของสภาองคมนตรีในวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2501 ภายใต้บทบัญญัติส่วนที่ 4 ของเทศบัญญัติการปรับปรุงประเทศสิงคโปร์ (เล่มที่ 259, มีผลบังคับ พ.ศ. 2498) ตามที่แก้ไขในรัฐบัญญัติที่ถูกยกเลิกหรือรัฐบัญญัตินี้ และให้หมายความรวมถึงแผนที่ที่ได้รับการอนุมัติแล้วและคำแถลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรผังรายละเอียดที่ได้รับการรับรองแล้ว

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เรียกว่า “กฎหมายว่าด้วยผังเมือง (Law on Urban Planning)” ซึ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิจัยนี้ พบว่าตามมาตรา 4 ได้การจำแนกประเภท และระดับการบริหารศูนย์กลางเมือง 1) ศูนย์กลางเมืองจำแนกเป็น 6 ระดับ ประกอบด้วยระดับพิเศษ และระดับ 1 2 3 4 และ 5 โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์พื้นฐานดังต่อไปนี้ a) ที่ตั้ง ประเภทการใช้งาน บทบาท โครงสร้าง และระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น b) ขนาดของประชากร c) ความหนาแน่นของประชากร d) สัดส่วนแรงงานที่ไม่ได้อยู่ในภาคเกษตรกรรม e) ระดับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 2) การกำหนดระดับการบริหารจัดการศูนย์กลางเมือง ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ ดังนี้ a) ให้เมืองที่ขึ้นตรงต่อรัฐบาลส่วนกลาง (เมืองที่บริหารจัดการจากส่วนกลาง) เป็นศูนย์กลางเมือง

หรือเมืองระดับพิเศษ หรือระดับ 1 b) ให้เมืองระดับจังหวัด เป็นศูนย์กลางเมืองระดับ 1, 2 หรือ 3 c) ให้เมืองระดับอำเภอเป็นศูนย์กลางชุมชนเมืองระดับ 3 หรือ 4 d) ให้เมืองระดับตำบลเป็นศูนย์กลางเมืองประเภท 4 หรือ 5 3) ให้รัฐบาลกำหนดประเภทเมือง และระดับการบริหารปกครองของศูนย์กลางเมืองที่เหมาะสมกับสภาพการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคม

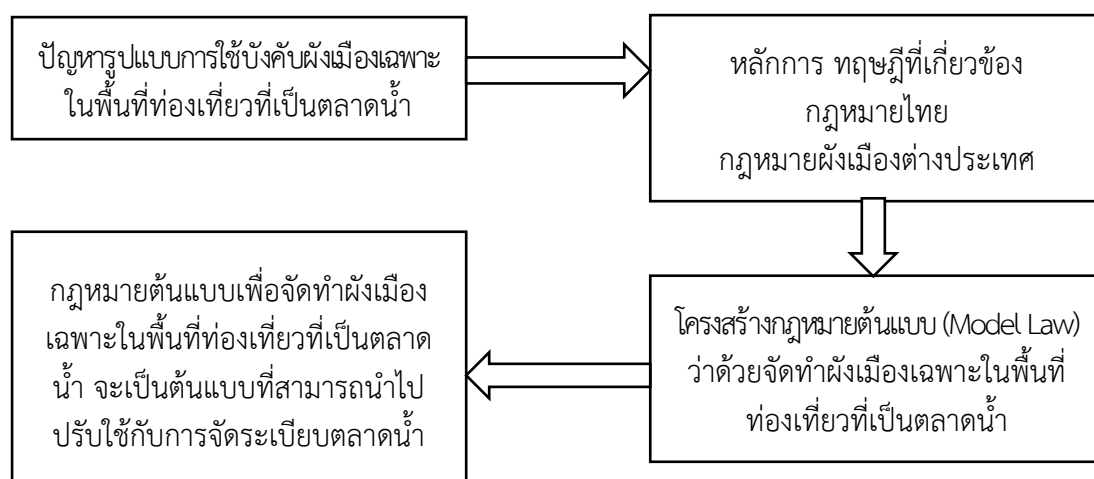
กฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะของสหพันธรัฐมาเลเซีย

สหพันธรัฐมาเลเซีย เรียกว่า พระราชบัญญัติผังเมืองและชนบท ค.ศ. 1976 “Act 172 Town and Country Planning Act 1976 (Incorporating All Amendments Up to 1 January 2006) (พ.ศ. 2549)” ซึ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิจัยนี้ โดยใน ส่วน 3 แผนพัฒนา เกี่ยวกับการสำรวจพื้นที่วางผัง โดยในมาตรา 7 (1) ในกรณีที่ยังมิได้มีการสำรวจพื้นที่วางผัง ให้ผู้ว่าการรัฐจัดให้มีการสำรวจพื้นที่ของรัฐและตรวจสอบประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาหรือการวางผังการพัฒนาของรัฐ และให้พิจารณาทบทวนประเด็นดังกล่าวอยู่เสมอ (2) แม้ว่าผู้ว่าการรัฐจะปฏิบัติหน้าที่ตามอนุมาตรา (1) แล้ว หากเห็นสมควรหรือมีคำสั่งจากสภาหรือคณะกรรมการ ให้ผู้ว่าการรัฐจัดให้มีการสำรวจพื้นที่รัฐทั้งหมดขึ้นใหม่เพื่อตรวจสอบประเด็นตามบทบัญญัติในอนุมาตรานั้น (3) โดยที่ไม่เป็นการขัดต่ออนุมาตรา (1) และ (2) ซึ่งประเด็นที่ควรมีการตรวจสอบและพิจารณาทบทวนตามอนุมาตราดังกล่าวให้รวมถึง (a) ลักษณะหลักทางกายภาพ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม รวมถึงการใช้ประโยชน์ที่ดินของรัฐ และในพื้นที่ใกล้เคียงเท่าที่คาดการณ์ได้ว่าจะส่งผลกระทบต่อรัฐ (aa) แผนกายภาพแห่งชาติและการจัดการทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และนโยบายเชิงอนุรักษ์แห่งชาติ (b) ขนาด องค์ประกอบ และการกระจายตัวของประชากรภายในรัฐ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีภูมิลำเนาที่อยู่ในรัฐหรือไม่ก็ตาม (c) โดยที่ไม่เป็นการขัดต่อวรรค (a) การสื่อสาร ระบบขนส่ง และการจราจรของรัฐและในพื้นที่ใกล้เคียงเท่าที่คาดการณ์ได้ว่าจะส่งผลกระทบต่อรัฐ (d) ประเด็นอื่นใดที่ไม่ได้กล่าวถึงในวรรคข้างต้น แต่คาดการณ์ได้ว่าอาจส่งผลกระทบต่อประเด็นข้างต้น (e) ประเด็นอื่นตามที่มีการประกาศ หรือตามที่สภาหรือคณะกรรมการกำหนดเป็นการเฉพาะ และ (f) การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นกับประเด็นที่กล่าวถึงในวรรคข้างต้น และผลของการเปลี่ยนแปลงต่อการพัฒนา หรือแผนพัฒนาของรัฐ (4) ในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ว่าการรัฐในมาตรานี้ ผู้ว่าการรัฐต้องปรึกษากับผู้ว่าการรัฐอื่นเกี่ยวกับพื้นที่ของรัฐอื่นที่คาดการณ์ได้ว่าจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาหรือแผนพัฒนาของรัฐที่ได้มีการสำรวจตามมาตรานี้ (5) ภายในระยะเวลาใดที่มาตรานี้มีผลบังคับใช้กับบางส่วนของรัฐเป็นการเฉพาะ ให้ตีความอนุมาตรา (1) ในเชิงที่กำหนดให้ผู้ว่าการผังเมืองของรัฐทำการสำรวจและพิจารณาประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อส่วนของรัฐนั้นเท่านั้น และให้อนุมาตรา (2) มีผลบังคับใช้เสมือนว่าผู้ว่าการรัฐและสภาหรือคณะกรรมการมีอำนาจสั่งการให้ทำการสำรวจส่วนของรัฐนั้นเท่านั้น ไม่ว่ามาตรานี้จะมีผลบังคับใช้กับทั้งรัฐหรือไม่ก็ตาม อีกทั้งการอ้างถึงพื้นที่ใกล้เคียงตามอนุมาตรา (3) ให้ตีความไปในทางเดียวกันกับการจัดทำร่างแผนผังโครงสร้าง

กฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะของประเทศไทย

การกำหนดให้มีหน่วยดำเนินการจัดทำผังเมืองเฉพาะ ตามพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 ของประเทศไทย ได้กำหนดองค์กรที่สามารถจัดทำผังเมืองเฉพาะคือ กรมโยธาธิการและผังเมืองกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยแสดงรายละเอียด คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนท้องถิ่นอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้ง ซึ่งความดังกล่าวปรากฏในมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 และ หน่วยงานของราชการส่วนกลาง คือ กรมโยธาธิการและผังเมือง ซึ่งความนี้ปรากฏในมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่

1) ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มจากความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับกฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านผังเมืองเฉพาะของกรมโยธาธิการและผังเมือง (จำนวน 3 คน) นักกฎหมายและนักวิชาการด้านผังเมือง ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านผังเมืองในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (จำนวน 3 คน) ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน (จำนวน 6 คน) ซึ่งรวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน

2) ด้านพื้นที่ พื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเทศไทย คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นตลาดน้ำและมีพื้นที่ที่มีธรรมชาติงดงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด ทั้งนี้ โดยมีการทวนสอบคุณภาพของข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลที่สัมภาษณ์จากกลุ่มที่ 1 ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านผังเมืองเฉพาะของกรมโยธาธิการและผังเมือง สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 นักกฎหมายและนักวิชาการด้านผังเมือง ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านผังเมืองในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สัมภาษณ์ที่ละกลุ่มเพื่อตรวจสอบข้อมูลอีกกลุ่มหนึ่ง และการสนทนากลุ่มเจาะจง (Focus Group) ซึ่งประกอบด้วย นักกฎหมาย นักวิชาการด้านผังเมือง และผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐ เอกชนและภาคประชาชน ซึ่งเป็นกระบวนการวิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพวิธีหนึ่งที่ให้กลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นกลุ่มเจาะจงที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสีย (Stakeholders) กับประเด็นวิจัยมาอยู่ร่วมกันแล้วให้ประชากรกลุ่มเจาะจงนั้นแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ต่อกันตามประเด็นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย และการสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของผู้ให้ข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) ซึ่งได้แก่ กฎหมายเกี่ยวกับผังเมืองของสาธารณรัฐสิงคโปร์ ได้แก่ The Planning Act of 1990 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ได้แก่ Law on Urban Planning สหพันธรัฐมาเลเซีย ได้แก่ Act 172 Town And Country Planning Act 1976 (Incorporating all amendments up to 1 January 2006) รวมถึงกฎหมาย

ของประเทศไทย นอกจากนั้นยังรวบรวมข้อมูลจากรายงานวิจัย ตำรา เอกสาร รายงานการวิจัยการประชุมและสัมมนา วิทยานิพนธ์และบทความ เกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมจากข้อมูลเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ตามวิธีวิทยาการวิจัยที่กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้นได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ทางนิติศาสตร์ การวิเคราะห์จึงเป็นการหาคำตอบจากข้อมูลที่รวบรวมมา เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ปัญหาการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเสนอกฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำ

ผลการศึกษา

กฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

1. ปัญหาการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำนั้น ผลการศึกษานวนคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำพบว่า การใช้ประโยชน์ทางน้ำนั้น หากมีการจัดระเบียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้เหมาะสม ย่อมเป็นแนวทางในการจัดระเบียบน้ำในที่อื่น ๆ ได้ ซึ่งการจัดระเบียบการใช้ประโยชน์พื้นที่โดยใช้ผังเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น การสร้างรายได้ ฉะนั้น การจัดระเบียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกในจังหวัดราชบุรีแห่งแรกย่อมจะเป็นแนวทางในการจัดระเบียบตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ ในปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 ซึ่งหากนำการจัดระเบียบตามผังเมืองรวมมาใช้ย่อมไม่เหมาะสม แต่ต้องใช้ผังเมืองเฉพาะ ทั้งนี้ เนื่องจากการใช้ผังเมืองรวมอาจเพียงพอต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ลักษณะกว้าง ๆ ซึ่งไม่น่าจะเพียงพอต่อการจัดระเบียบและสร้างความสวยงามให้แก่พื้นที่ได้

2. ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับผังเมืองเฉพาะในตลาดน้ำนั้น ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีกฎหมายที่กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นการทั่วไป ได้แก่ พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 และโดยหลักการของผังเมืองเฉพาะ เพื่อพัฒนาหรือดำรงรักษาบริเวณเฉพาะแห่งหรือกิจการที่เกี่ยวข้องในเมืองและบริเวณที่เกี่ยวข้อง หรือชนบทเพื่อประโยชน์แก่การผังเมืองโดยมีเป้าหมายหลักเพื่อความสะดวกสบาย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของชุมชน ซึ่งมีแนวทางในการเลือกพื้นที่ที่จะจัดทำผังเมืองเฉพาะจากปัจจัยการพิจารณา ซึ่งมีหลักเกณฑ์สำคัญดังนี้ 1) เป็นพื้นที่มีศักยภาพควรส่งเสริมการพัฒนา ซึ่งในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบริเวณตลาดน้ำ การปรับปรุงถนนสายหลัก คือ ถนนโยธาธิการ ให้มีไหล่ทาง มีทางจักรยาน ทางเท้า มีที่จอดรถ มีการปลูกต้นไม้ ไฟแสงสว่าง เป็นต้น 2) เป็นพื้นที่มีทรงคุณค่าทางธรรมชาติทางประวัติศาสตร์ 3) เป็นพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางน้ำโดยตรง กำหนดให้เป็นพื้นที่ห้ามก่อสร้างอาคารที่มีรูปลักษณะอูจาด หรืออาคารสูงที่บดบังทัศนียภาพ 4) เป็นพื้นที่ชุมชนที่เสื่อมโทรมซึ่งต้องการฟื้นฟู ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในสภาพปัจจุบันมีปัญหาขยะ น้ำเน่าเสีย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย จึงต้องวางระเบียบในเรื่องดังกล่าว เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาขยะ น้ำเน่าเสีย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย 5) เป็นพื้นที่ที่รัฐมีนโยบายแห่งรัฐเพื่อการใดการหนึ่ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นพื้นที่นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ จึงจะต้องมีการดำรงรักษาที่โล่งหรือสวนพื้นที่เฉพาะกิจไว้ใช้เป็นสาธารณประโยชน์ อย่างไรก็ตาม จากหลักเกณฑ์การพิจารณา 5 หลักเกณฑ์นี้วิเคราะห์ได้ว่า เนื่องจากตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีพื้นที่กว้างขวาง ดังนั้น การกำหนดพื้นที่ที่จะนำมาจัดทำผังเมืองเฉพาะจึงเป็นพื้นที่นอกเหนือจากบริเวณที่มีกฎหมายกำหนดการใช้ประโยชน์เป็นการเฉพาะ เช่น เป็นพื้นที่นอกเขตอุทยาน เขตพื้นที่ทหาร เขตพื้นที่ธนารักษ์ เขตพื้นที่ปฏิรูปที่ดิน เขตพื้นที่ชายทะเล เป็นต้น ในประเด็นนี้ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการจัดทำผังเมืองเฉพาะในตลาดน้ำ

หากวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ Law on Urban Planning ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มาตรา 6 พบว่าได้กำหนดว่า 1) ดำเนินการให้เป็นไปตามทิศทางของผังแม่บทระบบศูนย์กลางเมืองแห่งชาติและผังภาคที่เกี่ยวข้อง

ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์และแผนแม่บทด้านการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ ความมั่นคงและการป้องกันประเทศดำเนินการให้ผังเมืองมีความสอดคล้องและต่อเนื่องกับแผนพัฒนาย่อยในเมือง และทำให้แน่ใจว่าการวางผังเมืองมีความโปร่งใสและมีการเผยแพร่ให้สาธารณชนรับทราบ รวมทั้งประสานประโยชน์ของประเทศชาติ ชุมชน และผู้อยู่อาศัยเข้าด้วยกัน 2) ดำเนินการคาดการณ์โดยวิธีทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดในเชิงปฏิบัติ และดำเนินการให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาเมือง และปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการวางผังเมือง และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ 3) คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ป้องกันไม่ให้เกิดมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ปรับปรุงภูมิทัศน์ และอนุรักษ์โบราณวัตถุทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น โดยการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ในระหว่างการจัดทำผังเมือง 4) ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมเหตุสมผล จำกัดการใช้ประโยชน์ที่ดินด้านการเกษตรและใช้ประโยชน์ที่ดินในเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ อันจะช่วยให้มีทรัพยากรเพียงพอต่อการพัฒนาเมือง การเติบโตทางเศรษฐกิจ การประกันสวัสดิการสังคม การป้องกันภัย และความมั่นคง รวมทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืน 5) ดำเนินการให้การพัฒนาพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและเทคนิค และพื้นที่ว่างใต้ดินเป็นไปโดยสอดคล้องกัน และพัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ ในศูนย์กลางเมืองอย่างกลมกลืนกัน 6) ตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัย สุขภาพ การศึกษา วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาและการค้า สวนสาธารณะ ต้นไม้ พื้นที่น้ำ และสาธารณูปโภคพื้นฐานทางสังคมอื่น ๆ 7) ตอบสนองความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคนิค อันรวมถึงระบบถนน ระบบการจัดการพลังงาน ระบบไฟฟ้าสาธารณะ ระบบประปาและระบายน้ำ ระบบกำจัดขยะ ระบบข้อมูลและการสื่อสาร และสาธารณูปโภคพื้นฐานทางเทคนิคอื่น ๆ และดำเนินการให้แน่ใจว่าระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคนิคต่าง ๆ ในศูนย์กลางเมืองสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงกับระบบโครงสร้างพื้นฐานทั้งในระดับภูมิภาค ประเทศ และนานาชาติ ดังนั้น จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวของ Law on Urban Planning มาตรา 6 สะท้อนให้เห็นว่ากฎหมายได้กำหนดหลักเกณฑ์การจัดทำผังเมืองเฉพาะไว้ โดยในข้อ 5 ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและเทคนิค และพื้นที่ว่างใต้ดินเป็นไปโดยสอดคล้องกัน และพัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ ในศูนย์กลางเมืองอย่างกลมกลืนกัน

3. ปัญหาเกี่ยวกับการจัดทำผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำนั้น ผลการศึกษา พบว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความสำคัญต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศ และต่างประเทศ แต่ในสภาพปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมที่พบ และเป็นปัญหา คือ ในเรื่องของกรากำจัดขยะมูลฝอยนั้น ตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังขาดกฎ ระเบียบ ที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการไม่คัดแยกขยะ ณ แหล่งกำเนิด ไม่ว่าจะเป็นครัวเรือนและสถานประกอบการ และยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักเรื่องการลดคัดแยก และนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีระบบจัดเก็บรวบรวม และขนส่งแบบแยกประเภท ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการไม่มีแรงจูงใจในการคัดแยกขยะ ประกอบกับ ปัญหาเกี่ยวกับวัชพืชในลำคลอง ซึ่งวัชพืชส่วนใหญ่เป็นผักตบชวาและสาหร่ายวัชพืชในน้ำลำคลองสกปรกหรือน้ำเน่าเสีย ซึ่งเกิดขึ้นจากระบบการระบายน้ำในลำคลองไม่มีประสิทธิภาพ จากสภาพปัญหาดังกล่าวจึงเป็นความจำเป็นและสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีทุนเดิม คือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของตลาดน้ำมิให้ถูกทำลายลงไปจากการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้มีความเหมาะสมกับสภาพของพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งถ้าพึงการมีเพียงการจัดทำผังเมืองรวมตามพระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. 2562 ย่อมไม่เพียงพอ เนื่องจากมีการจัดผังเมืองในลักษณะกว้าง ๆ จึงนำเอาแนวคิดการจัดทำผังเมืองเฉพาะเพื่อให้มีรายละเอียดของการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่มีความเหมาะสม และสมประโยชน์อย่างแท้จริง ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวก็คือตลาดน้ำ

4. ปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างของผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำนั้น ผลการศึกษา พบว่าโครงสร้างของผังเมืองเฉพาะของไทยกำหนดไว้ในมาตรา 28 พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 บัญญัติให้มีองค์ประกอบหลักหรือข้อมูลรายละเอียดทางวิชาการหรือรายการประกอบผังเมืองเฉพาะ จะเน้นการควบคุมอาคาร

การควบคุมการใช้ที่ดินในลักษณะการห้ามหรือให้ประกอบกิจการต่าง ๆ ซึ่งมาตรา 28 จึงประกอบด้วยสองส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) ส่วนทั่วไป ประกอบด้วยเอกสารแสดงวัตถุประสงค์ของการจัดทำผังเมืองเฉพาะ และ 2) ส่วนของแผนที่แผนผัง จึงสามารถกำหนดโครงสร้างผังเมืองเฉพาะ ที่จะนำมาใช้ในผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ นอกจากนั้นหากวิเคราะห์เกี่ยวกับการกำหนดรายละเอียดหรือโครงสร้างผังของผังเมืองเฉพาะพบว่า มีรายละเอียดเพื่อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน การคุ้มครองพื้นที่เกษตรกรรมขั้นดี การห้ามก่อสร้างในพื้นที่เสี่ยงต่อภัยพิบัติ การห้ามสร้างโรงงานอุตสาหกรรม การห้ามก่อสร้างอาคารที่จะบดบังทัศนียภาพที่สวยงาม การกำหนดพื้นที่ห้ามติดตั้งป้ายโฆษณา รวมทั้งพื้นที่ที่ควรส่งเสริมการพัฒนา ด้วยการกำหนดโครงการพัฒนา ระบบถนน การสนับสนุนให้มีที่โล่ง การสร้างความสวยงามให้กับถนน สิ่งปลูกสร้างริมถนน พื้นที่สวนสาธารณะ ดังนั้น การบัญญัติในกฎหมายต้นแบบ คือ กฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้จัดทำผังเมืองเฉพาะ สามารถกำหนดรายละเอียดเพิ่มเติมได้เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพของชุมชนที่จัดทำผังเมืองเฉพาะนั้น ๆ

หากวิเคราะห์เปรียบเทียบโครงสร้างของผังเมืองเฉพาะของสาธารณรัฐสิงคโปร์มีกฎหมายผังเมืองได้แก่ The Planning Act of 1990 (Chapter 232) ซึ่งในข้อ 9 (1) ในกรณีที่รัฐมนตรีมีความเห็นว่าพื้นที่ใดเป็นพื้นที่ที่มีความพิเศษในทางสถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์จารีตประเพณี หรือ คุณค่าทางศิลปกรรม รัฐมนตรีสามารถอนุมัติข้อเสนอขอแก้ไขผังแม่บท ภายใต้มาตรา 8 โดยกำหนดให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่อนุรักษ์ 2) พื้นที่อนุรักษ์ประกอบด้วย (a) พื้นที่หนึ่งพื้นที่ใด (b) อาคารเดี่ยว หรือ (c) กลุ่มอาคาร ทั้งนี้ ข้อบังคับที่เกี่ยวกับการแก้ไขผังแม่บท ดังนั้น ในข้อ 9 ของ The Planning Act of 1990 (Chapter 232) ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าโครงสร้างของผังเมืองเฉพาะให้มีรายการประกอบที่แสดงถึงการให้ประโยชน์ที่ดินซึ่งจำแนกเป็นประเภท แสดงการคมนาคม และขนส่ง แสดงระบบสาธารณูปโภค แสดงที่โล่งแสดงที่ตั้งของสถานที่ที่มีคุณค่าในทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี (อดิศักดิ์ น้อยสุวรรณ และสุรีย์ มัลลิกะมาลย์, 2562) แสดงบริเวณที่มีทรัพยากรธรรมชาติ หรือภูมิประเทศที่งดงามหรือมีคุณค่าในทางธรรมชาติที่จะพึงส่งเสริมหรือบำรุงรักษา

จากผลการวิเคราะห์ปัญหาทั้งสามประเด็น ประกอบด้วย ปัญหา และผลกระทบจากการใช้พื้นที่ตลาดน้ำ การจัดทำผังเมืองเฉพาะในตลาดน้ำ และโครงสร้างของผังเมืองเฉพาะ ดังนั้น เพื่อไม่ให้ความอุดมสมบูรณ์ และความสวยงามของตลาดน้ำถูกทำลายลงไปจากการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้มีความเหมาะสมกับสภาพของพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งโดยลำพังการมีเพียงการจัดทำผังเมืองรวมตามพระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. 2562 ย่อมไม่เพียงพอ เนื่องจากมีการจัดทำผังเมืองในลักษณะกว้าง ๆ จึงนำเอาแนวคิดการจัดทำผังเมืองเฉพาะ เพื่อให้มีรายละเอียดของการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่มีความเหมาะสม และสมประโยชน์อย่างแท้จริง จึงควรมีกฎหมายต้นแบบ เพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปราย ดังนี้

1. การใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ ในประเด็นนี้เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และหลักการเกี่ยวกับผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ ดังนั้น การใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำจึงต้องมีการปรับโครงสร้างการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้เกิดความสวยงามเป็นระเบียบ มีการควบคุมการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม มีความเป็นระเบียบ และสวยงามเหมาะสมกับประโยชน์ของการใช้พื้นที่ รวมถึงหากมีโครงการพัฒนาใด ๆ ย่อมสามารถพัฒนาได้ตามกรอบของผังเมืองเฉพาะอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการดำเนินการจัดทำผังเมืองเฉพาะของสาธารณรัฐสิงคโปร์ ซึ่งสาธารณรัฐสิงคโปร์มีองค์กรที่เป็นหน่วยราชการที่ได้มอบหมายจากรัฐบาล ในประเด็นนี้ได้นำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยด้วยโดยประเทศไทยได้กำหนดให้ส่วนราชการ คือ กรมโยธาธิการ และผังเมือง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่มีศักยภาพ

ทั้งบุคลากรที่มีความรู้ และประสบการณ์ มีข้อมูล อุปกรณ์ในการจัดทำผังเมือง เป็นหน่วยจัดทำผังเมืองเฉพาะ ทั้งนี้ หากในอนาคตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีศักยภาพที่จะดำเนินการได้ก็สามารถที่เป็นหน่วยดำเนินการได้ นอกจากนั้น หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น เห็นได้ว่าสาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และประเทศมาเลเซียในการอนุมัติผังเป็นของประชาชน โดยผ่านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนประเทศอื่นอำนาจยังคงอยู่ที่หน่วยงานราชการ และทุกประเทศให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในรูปแบบการประชุม การรับฟัง การให้ข้อมูล การร่วมจัดทำ และการคัดค้าน

2. กฎหมายเกี่ยวกับผังเมืองเฉพาะในตลัดน้ำ ในประเด็นนี้เนื่องด้วยตลัดน้ำมีพื้นที่กว้างขวาง การกำหนดพื้นที่ที่จะนำมาจัดทำผังเมืองเฉพาะซึ่งเป็นพื้นที่นอกเหนือจากบริเวณที่มีกฎหมายกำหนดการใช้ประโยชน์เป็นการเฉพาะตาม พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 ย่อมไม่เหมาะสม จึงเห็นว่าควรมีการจัดทำผังเมืองเฉพาะในตลัดน้ำ สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ที่ดินแบบหลายศูนย์กลาง (Multiple Nuclei) ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าเมืองใหญ่นั้นไม่ได้ขยายตัวขึ้นโดยรอบอาณาบริเวณศูนย์กลางเมือง หรือย่านธุรกิจกลางเพียงแห่งเดียวเท่านั้นหากแต่ขยายตัวโดยรอบบริเวณศูนย์กลางหลาย ๆ แห่งซึ่งอยู่ในเมืองนั้นการวางผังเมืองมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสนับสนุนให้การทำหน้าที่ของเมืองเป็นไปอย่างสมบูรณ์ และสอดคล้องกับ Law on Urban Planning ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งในมาตรา 6 สะท้อนให้เห็นว่ากฎหมายได้กำหนดหลักเกณฑ์การจัดทำผังเมืองเฉพาะไว้ โดยในข้อ 5 ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและเทคนิค และพื้นที่ว่างใต้ดินเป็นไปโดยสอดคล้องกัน และพัฒนาพื้นที่ต่างๆ ในศูนย์กลางเมืองอย่างกลมกลืนกัน

3. การจัดทำผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลัดน้ำ ในประเด็นนี้เนื่องด้วยปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่พบ คือ เรื่องการมีขยะมูลฝอยในลำคลอง ซึ่งขยะมูลฝอยที่พบมาจากสามกลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชาวบ้านในพื้นที่ โดยชาวบ้านในพื้นที่จะทิ้งมากกว่านักท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีปัญหาเรื่องวัชพืชในลำคลองมูลพิษที่เกิดจากเครื่องยนต์เรือ ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการสัญจรทางน้ำ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งลำพังการมีเพียงการจัดทำผังเมืองรวมตามพระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. 2562 ย่อมไม่เพียงพอ เนื่องจากมีการจัดผังเมืองในลักษณะกว้าง ๆ จึงนำเอาแนวคิดการจัดทำผังเมืองเฉพาะเพื่อให้มีรายละเอียดของการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่มีความเหมาะสมและสมประโยชน์อย่างแท้จริง ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวก็คือตลัดน้ำ สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการ ซึ่งมีแนวคิดว่ามีมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดขึ้นในโลก (ประมาณ ปี ค.ศ 1880 เป็นต้นมา) ย่อมมีผลทำให้เศรษฐกิจ สังคม การเมือง มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ตลอดจนมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเริ่มเป็นที่ยอมรับ และขยายตัวมากขึ้น มีการพัฒนามากขึ้นเป็นลำดับ และสอดคล้องกับกฎหมายของสาธารณรัฐสิงคโปร์ คือ The Planning Act of 1990 (Chapter 232) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม คือ Law on Urban Planning และสหพันธรัฐมาเลเซีย คือ Act 172 Town And Country Planning Act 1976 (Incorporating all amendments up to 1 January 2006) ซึ่งกำหนดหลักการโดยภาพรวมให้มีการจัดทำผังเมืองเฉพาะ เพื่อความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ได้

4. โครงสร้างของผังเมืองเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลัดน้ำ ในประเด็นนี้ พบว่า โครงสร้างของผังเมืองเฉพาะของไทยกำหนดไว้ในมาตรา 28 พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 บัญญัติให้มีองค์ประกอบหลัก หรือข้อมูลรายละเอียดทางวิชาการ หรือรายการประกอบผังเมืองเฉพาะจะเน้นการควบคุมอาคาร การควบคุมการใช้ที่ดิน ในลักษณะการห้าม หรือให้ประกอบกิจการต่าง ๆ ดังนั้น ในวิจัยนี้จึงได้กำหนดให้มีกฎหมายต้นแบบคือ “กฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลัดน้ำ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เพื่อสามารถกำหนดรายละเอียดเพิ่มเติมได้เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพของชุมชนที่จัดทำผังเมืองเฉพาะนั้น ๆ สอดคล้องกับโครงสร้างของผังเมืองเฉพาะของสาธารณรัฐสิงคโปร์ ได้แก่ The Planning Act of 1990 (Chapter 232) ซึ่งในข้อ 9 ซึ่งกำหนดให้โครงสร้างของผังเมืองเฉพาะให้มีรายการประกอบที่แสดงถึงการใช้ประโยชน์ที่ดินซึ่งจำแนกเป็นประเภท แสดงการคมนาคม และขนส่ง แสดงระบบสาธารณูปโภค แสดงที่โล่ง แสดงที่ตั้งของสถานที่ที่มีคุณค่าในทางศิลปกรรม

สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี แสดงบริเวณที่มีทรัพยากรธรรมชาติหรือภูมิประเทศที่งดงามหรือมีคุณค่าในทางธรรมชาติ ที่จะพึงส่งเสริมหรือบำรุงรักษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

การจัดทำกฎหมายต้นแบบ เพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีแนวคิดเพื่อการใช้ประโยชน์ทางน้ำ เพราะถ้าหากมีการจัดระเบียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้เหมาะสม ย่อมเป็นแนวทางในการจัดระเบียบตลาดน้ำในที่อื่น ๆ ได้ ซึ่งการจัดระเบียบการใช้ประโยชน์พื้นที่โดยใช้ผังเมืองเฉพาะ ฉะนั้นการจัดระเบียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกในจังหวัดราชบุรีแห่งแรกย่อมจะเป็นแนวทางในการจัดระเบียบตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

หมวด 1 วัตถุประสงค์และกระบวนการจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ ในส่วนนี้เป็นการกำหนดขอบเขตวัตถุประสงค์ของการจัดผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นระเบียบ การควบคุมอาคารที่ก่อให้เกิดความสวยงามปลอดภัย และเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ของเมืองให้มีความสวยงาม

หมวด 2 การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นการเฉพาะในตลาดน้ำ ในส่วนนี้กำหนดให้มีการใช้ประโยชน์ที่ดินภายในเขตผังเมืองเฉพาะ โดยให้เป็นไปตามแผนผังแสดงการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินในตลาดน้ำ

หมวด 3 มาตรการเพื่อปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของผังเมืองเฉพาะในตลาดน้ำ ในส่วนนี้กำหนดให้มีหน่วยงานควบคุม รวมถึงมาตรการในการควบคุมอาคาร

หมวด 4 สิทธิประโยชน์ ในส่วนนี้กำหนดสิทธิประโยชน์ของการจัดทำผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ ซึ่งสิทธิประโยชน์ในที่นี้คือ ประโยชน์แก่ประชาชน ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หมวด 5 คณะกรรมการผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ ในส่วนนี้กำหนดให้มีหน่วยงานที่ควบคุมการจัดการผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ

หมวด 6 บทกำหนดโทษ ในส่วนนี้กำหนดให้มีบทกำหนดโทษที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผังเมืองเฉพาะตลาดน้ำ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้มีการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำมีประสิทธิภาพ จึงควรมีกฎเกณฑ์เกี่ยวกับจัดตั้งองค์กรเฉพาะที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้มีบทบาทหน้าที่ในการควบคุมการจัดการตลาดน้ำ รวมถึงการมีคณะกรรมการซึ่งทำหน้าที่ภายใต้องค์กรดังกล่าว โดยให้ประชาชนในชุมชนเป็นหนึ่งในคณะกรรมการดังกล่าว เพื่อให้การบริหารจัดการตลาดน้ำมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมโยธาธิการและผังเมือง. (2549). **ทฤษฎีความรู้ทางด้านผังเมือง** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.

กรมโยธาธิการและผังเมือง. (2549). **การผังเมืองในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว**. กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง.

กฤตยา พรหมทองดี และพัชรพรรณ นุชประยูร. (2562). ปัญหาการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมออกตามความพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518. **วารสารรัชภาคย์**, 13(29), 113-127.

เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. (2550). **กฎหมายอาญาภาคความผิด**. กรุงเทพฯ: จีระวิชาการพิมพ์.

นิพนธ์ วิเชียรน้อย. (2552). การผังเมืองและการใช้ประโยชน์ที่ดินในประเทศไทย. **วารสารกรมโยธาธิการและผังเมือง**, 29, 27-36.

พระมหาเกรียงศักดิ์ ภูริวฑฒโก. (2559). ยุทธศาสตร์การจัดการตลาดน้ำแบบมีส่วนร่วมของชุมชนดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**, 6(2), 465-478.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2562). **พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562**. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://www.krisdika.go.th/librarian/get?sysid=834514&ext=pdf>.

สำนักวิชาการและสำนักกฎหมาย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2557). **สาระสังเขปประเด็นการปฏิรูปประเทศไทยด้านการปกครองท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สำนักงานจังหวัดราชบุรี. (2557). **แผนพัฒนาตลาดน้ำดำเนินสะดวก พ.ศ. 2557-2559**. ราชบุรี: สำนักงานจังหวัดราชบุรี.

อดิศักดิ์ สุวรรณน้อย และสุนีย์ มัลลิกะมาลย์. (2562). กฎหมายต้นแบบเพื่อการใช้บังคับผังเมืองเฉพาะ. **วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า**, 6(3), 17-27.

อริยพร โพธิ์ใส. (2556). หลักการในการค้นทรัพย์สินที่ถูกเวนคืนให้แก่เจ้าของเดิมหรือทายาท. **จูนิตี**, 10(4), 111-119.

คณะผู้เขียน

นางสาวอุษณีย์ เพียรสุวรรณ

นักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2410/2 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
email: babegonza@hotmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ โชคเหมาะ

หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2410/2 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
email: poom.ch@spu.ac.th

ดร.ศิวพร เสาวคนธ์

หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2410/2 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
email: siwaporn.so@spu.ac.th

การสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe)
ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
Integrated Marketing Communication Affecting Consumers' Decision Making
in Using Services of Cafes in Cha-am District, Phetchaburi Province
and Hua Hin District, Prachuapkirikhan Province

ศิริลักษณ์ ซึ่งพรหมราช* และพิเศษ ชัยดิเรก
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Sirilak Seungphrmmarat* and Pisate Chaidirek
Faculty of Business and Technology, Stamford International University

Received: March 1, 2023

Revised: April 26, 2023

Accepted: April 28, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ศึกษาระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 3) ศึกษาการสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 384 คน โดยใช้แบบสอบถามซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.909 และข้อคำถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 ทุกข้อ ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) การสื่อสารการตลาดบูรณาการ ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยใช้บุคคล ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ และด้านกิจกรรมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดบูรณาการ การตัดสินใจ ร้านกาแฟ

Abstract

The objectives of the research were 1) to study the level of consumers' decision making in using services of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province, 2) to study the importance level of integrated marketing communication of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province, 3) to study integrated marketing communication affecting consumer's decision making in using services of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province. This research was quantitative research. The population included consumers who were using services of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province and the sample size was 384 consumers. Questionnaires were used as the data collection tool, which had IOC being equal to 1 per each question and the reliability of 0.909. The research used purposive sampling technique to recruit the samples. Statistics used included mean, standard deviation, and multiple regression. The results revealed that 1) the overall consumers' decision making in using services of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province was at the highest level. 2) the overall importance level of integrated marketing communication of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province was at the highest level and 3) integrated marketing communication including advertising, personal selling, publicity and public relation, direct marketing, point of purchase communications, and event marketing affected consumers' decision making in using services of the cafes in Cha-Am district, Phetchaburi province, and Hua Hin district, Prachuapkirikhan province at the statistical significance level of .05.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Decision Making, Cafe

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวสูง ความนิยมในร้านกาแฟส่งผลให้มีการแข่งขันที่มากขึ้นโดยเฉพาะในด้านช่องทางการจำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการในพื้นที่ร้านค้าสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์สโตร์ ทำให้เกิดการแย่งพื้นที่ทำเลที่ดี ทำให้ต้นทุนในการขยายสาขาแต่ละแห่งเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเทรนด์ตลาดร้านกาแฟเติบโต โดยมีอัตราการเข้าถึงของคอฟฟี่ช็อปทั่วประเทศอยู่ที่ร้อยละ 60 กรุงเทพมหานคร มีอัตราสูงร้อยละ 69 เมื่อเทียบกับต่างจังหวัดอยู่ที่ร้อยละ 53 โดยผู้บริโภคในต่างจังหวัดมีการเข้าร้านชา/กาแฟเฉลี่ย 6 ครั้งต่อเดือน ขณะที่ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเข้าร้านกาแฟ เฉลี่ย 8 ครั้งต่อเดือน (Mgronline, 2565) จากอัตราการเติบโตของร้านกาแฟนั้นส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงนำไปสู่มีร้านค้าที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จจากการขยายตัวของร้านกาแฟจึงทำให้มีคนจำนวนมากมองเห็นโอกาสในตลาด และสนใจทำธุรกิจเกี่ยวกับร้านกาแฟมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปิดร้านเป็นของตัวเองหรือซื้อแฟรนไชส์ ทั้งยังมีการลงทุนเพิ่มของแบรนด์ใหญ่ทั้งของไทย จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น และทำให้ร้านกาแฟมีการแข่งขันกันสูงมากเพื่อที่จะรักษาลูกค้าของตัวเองไว้

สำหรับธุรกิจร้านกาแฟในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นี้มีหลากหลายรูปแบบ เนื่องจากอำเภอชะอำ และอำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติแวะเวียนเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้อัตราการ

เติบโตของร้านกาแฟในเขตอำเภอหัวหินมีการขยายตัวเป็นจำนวนมาก ทำให้นักลงทุนมองเห็นโอกาสทางการลงทุน โดยส่วนใหญ่เป็นร้านกาแฟแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ยังมีร้านกาแฟแบบสมัยใหม่มาเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าอีกด้วย สถานการณ์ทางการตลาดของร้านกาแฟในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีการแข่งขันสูง โดยผู้ประกอบการสมัยใหม่ จะเปิดร้านด้วยการตกแต่งร้านให้หรูหรา มีบรรยากาศร่มรื่น รุสีก่อนคลาย เน้นความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค จากการศึกษาของพิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์ (2561) พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการร้านกาแฟสดในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือปัจจัยทางด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟชาวไทยที่ใช้บริการร้านกาแฟในเขตอำเภอหัวหินยังมีพฤติกรรมการบริโภคกาแฟเฉลี่ย 2-3 แก้วต่อสัปดาห์ เนื่องจากดื่มเพราะเคยชิน ชอบดื่มกาแฟที่มีรสมันและเข้มข้น และตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากรสชาติ โดยกาแฟรสชาติที่เลือกดื่มคือคาปูชิโน (รัตนาวลี อูระทัย และจิตพันธ์ ชุมเกตุ, 2556) ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก ประกอบกับผู้วิจัยมีความสนใจเปิดธุรกิจร้านกาแฟเป็นแบบ Café จำหน่าย เครื่องดื่ม อาหาร ขนมหวาน ให้มีครบถ้วนในร้านเดียว กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ชาวราชการ พนักงานเอกชน คนรุ่นใหม่ วัยทำงาน และนักศึกษา ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วในยุคเทคโนโลยีนวัตกรรม ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่และเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่เป็นพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษให้ทันทั่วถึง และผู้ประกอบการรายใหม่ต้องเตรียมพร้อม ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบร้านและการสื่อสารการตลาดบูรณาการเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสื่อสารการตลาดบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมุ่งเน้น ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและการสื่อสารการตลาดบูรณาการ เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริการของร้านให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบูรณาการให้กับร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

1. ทฤษฎีการตัดสินใจ Kotler and Keller (2006) เมื่อถึงจุดหนึ่งในกระบวนการซื้อ ผู้บริโภคจะหยุดค้นหาและประเมินทางเลือกเกี่ยวกับตราสินค้าต่าง ๆ ในกลุ่มทางเลือกที่พิจารณาแล้วทำการตัดสินใจซื้อ โดยหลังจากขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคอาจมีความตั้งใจในการซื้อ หรือมีความเอนเอียงในการเลือกตราสินค้าบางชนิด โดยความตั้งใจในการซื้อทั่วไปจะเกิดจากการจับคู่แรงจูงใจในการซื้อกับรายละเอียด หรือลักษณะของตราสินค้าที่พิจารณา โดยอาจประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการสร้างแรงจูงใจ การรับรู้ การสร้างทัศนคติ และการรวบรวมข้อมูลพิรยา สมศักดิ์ ชรัญญา สุวรรณเสรีรักษ์ และเก็จวลี ศรีจันทร์ (2564) กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นการที่

ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้านี้ ซึ่งจะมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติ กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มี 5 ขั้นตอนประกอบด้วย

2. ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดบูรณาการเป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อสื่อสารทั้งทางตรง และทางอ้อมกับผู้บริโภค เพื่อเข้าใจในตราสินค้า หรือแบรนด์นั้น ๆ อีกทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค โดยวิธีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร อาทิ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ และแนะนำการสื่อสารแบบต่าง ๆ เหล่านี้มารวมกัน เพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีความชัดเจนสอดคล้องกลมกลืน และมีผลกระทบมากที่สุด โดยผ่านข่าวสารต่าง ๆ กระบวนการโดยการเครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาดมาผสมผสานใช้ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (Kotler ,2004, อ้างถึงใน ภคมน ภาสวดี, 2550) ประกอบด้วย

1) การโฆษณา หมายถึง การติดต่อสื่อสารแบบไม่อาศัยเป็นการเผยแพร่ผ่านระบบ โดยนักการตลาดต้องอาศัยสื่อในการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสิ่งเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายได้โดยตรง ด้วยการใช้สื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ การโฆษณา หมายถึง การโฆษณาผ่าน Social Media ของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2) การขายโดยใช้บุคคล หมายถึง การขายโดยใช้บุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงระหว่างบุคคล ซึ่งได้แก่ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้งสองฝ่าย ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ การต้อนรับ และอภัยภัยของพนักงานของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3) การส่งเสริมการขาย หมายถึง การสื่อสารการตลาดทางตรงเป็นกระบวนการของการติดต่อสื่อสาร โดยตรงกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผ่านทางคอมพิวเตอร์ การใช้ระบบเครือข่ายเพื่อการซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ่านเคเบิล รวมไปถึงพ็อปปูล่าร์ และผู้จัดหาด้านการบริการ ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เป็นการค้นหาความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ และความเชื่อมั่นในตัวกิจการ อีกทั้งยังเป็นการเสนอข่าวสารที่มีต่อสาธารณะผู้ที่มีส่วนได้เสียกับกิจการลูกค้าผู้ถือหุ้นกลุ่มสมาชิกในชุมชน รัฐบาล เป็นต้น ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ มีการส่งข้อความให้ผู้บริโภคที่มาใช้บริการในโอกาสพิเศษของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5) การสื่อสารการตลาดทางตรง หมายถึง จะใช้วิธีการระบุกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่เป็นสมาชิก และเก็บฐานข้อมูลลูกค้ามุ่งหวัง โดยมีข้อมูลดังนี้ ที่อยู่ทางไปรษณีย์ เบอร์ โทรศัพท์ อีเมล หรือช่องทางออนไลน์ที่ผู้บริโภคสามารถได้รับการติดต่อกับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ การสมัครเป็นสมาชิกของร้านกาแฟเพื่อรับข้อมูลก่อนใครของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

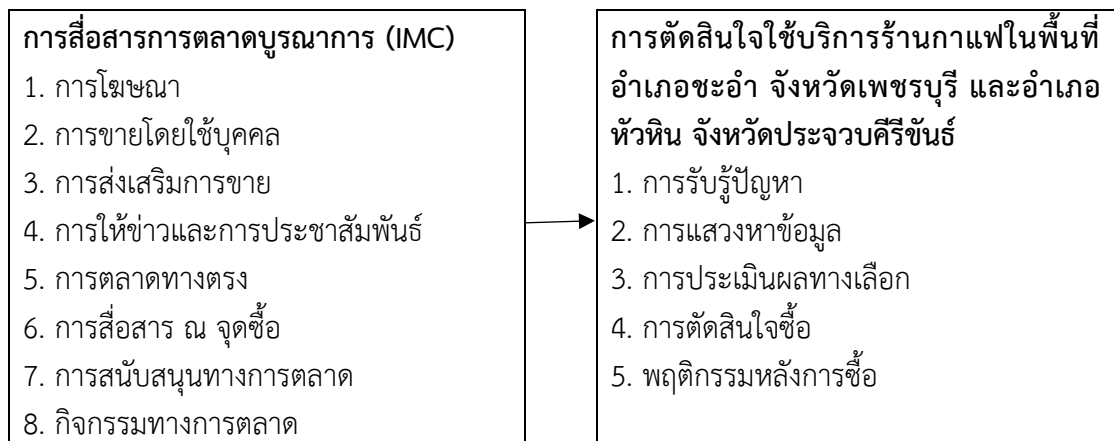
6) การสื่อสาร ณ จุดซื้อ หมายถึง การจัดแสดงสินค้าการติดโปสเตอร์การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนสินค้า และรูปแบบอื่น ๆ ที่นักการตลาดต้องการสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในร้านค้า ซึ่งออกแบบเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อ ณ จุดซื้อสินค้า ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ ภาพในเมนูกับเครื่องดื่มจริงมีความเหมือนกันของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7) การสนับสนุนทางการตลาด หมายถึง วัตถุประสงค์เพื่อต้องการเพิ่มยอดขาย การเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพิ่มความจงรักภักดีแก่คนในองค์กร การสร้างภาพพจน์ และอิทธิพลให้กับตราสินค้า ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ การสนับสนุนด้านการศึกษาของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

8) กิจกรรมทางการตลาด หมายถึง มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ลูกค้าในปัจจุบันผู้ที่มุ่งหวังให้เป็นลูกค้าในอนาคต ที่มาร่วมกิจกรรมเกิดการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมได้ซึ่งในบริบทของบทความวิจัยนี้ ออกร้านเพื่อแสดงผลิตภัณฑ์ของร้านในงานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ ของทางร้านกาแฟ (Café) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการสื่อสารการตลาดบูรณาการของ (Kotler, 2004) และทฤษฎีการตัดสินใจของ Kotler and Keller (2006) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การสื่อสารการตลาดบูรณาการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 384 คน ซึ่งใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้วยตัวเอง เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีคำถามในการตอบแต่ละข้อ ผู้วิจัยทำการอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามจนเข้าใจ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขอบเขตด้านเวลา: เดือนมกราคม 2565 ถึงเดือนเมษายน 2565 รวม 4 เดือน

2. เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ได้ค่า IOC เท่ากับ 1 ทุกข้อจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.909 โดยแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ได้แก่ ด้านการขายโดยใช้บุคคล ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง ด้านกิจกรรมทางการตลาด และด้านการสนับสนุนทางการตลาดเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับและสร้างขึ้นตามหลักของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับและสร้างขึ้นตามหลักของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	มีการตัดสินใจมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีการตัดสินใจมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีการตัดสินใจปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีการตัดสินใจน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีการตัดสินใจน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของแบบสอบถามทั้ง 2 ตอนข้างต้นใช้เกณฑ์ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}}$$

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

จากเกณฑ์ประเมินดังกล่าวสามารถกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยเพื่อการแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/ตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/การตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/การตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/การตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ/การตัดสินใจน้อยที่สุด

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 1 ผลสรุปค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ด้านการรับรู้ปัญหา	4.49	0.65	มากที่สุด	5
ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.52	0.58	มากที่สุด	3
ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.51	0.64	มากที่สุด	4
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.65	0.48	มากที่สุด	1
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.57	0.55	มากที่สุด	2
ภาพรวมทุกด้าน	4.55	0.49	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณารายได้พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48) มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X}$ = 4.57, S.D. = 0.55) ด้านการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.58) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.64) และด้านการรับรู้ปัญหา ($\bar{X}$ = 4.49, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 2 ผลสรุปค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การสื่อสารการตลาดบูรณาการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ด้านการโฆษณา	4.44	0.57	มากที่สุด	3
ด้านการขายโดยใช้บุคคล	4.73	0.45	มากที่สุด	1
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.42	0.73	มากที่สุด	4
ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	4.28	0.89	มากที่สุด	5
ด้านการตลาดทางตรง	4.23	0.94	มากที่สุด	6
ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ	4.70	0.43	มากที่สุด	2
ด้านการสนับสนุนทางการตลาด	4.18	0.96	มาก	8
ด้านกิจกรรมทางการตลาด	4.20	0.98	มาก	7
ภาพรวมทุกด้าน	4.40	0.60	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการขายโดยใช้บุคคล ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.45) มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.43) ด้านการโฆษณา ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.57) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.43) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.89) ด้านการตลาดทางตรง ($\bar{X}$ =

4.23, S.D.=0.94) ด้านกิจกรรมทางการตลาด ($\bar{X}$ = 4.20, S.D.= 0.98) และด้านการสนับสนุนทางการตลาด ($\bar{X}$ = 4.18, S.D.= 0.96) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC)	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.61	-	3.95	0.00**
ด้านการโฆษณา (X_1)	0.09	0.10	3.12	0.00**
ด้านการขายโดยใช้บุคคล (X_2)	0.18	0.17	5.56	0.00**
ด้านการส่งเสริมการขาย (X_3)	0.03	0.04	1.18	0.23
ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (X_4)	0.08	0.15	2.65	0.01**
ด้านการตลาดทางตรง (X_5)	0.08	0.16	2.60	0.01**
ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ (X_6)	0.22	0.19	6.36	0.00**
ด้านการสนับสนุนทางการตลาด (X_7)	0.03	0.05	0.83	0.40
ด้านกิจกรรมทางการตลาด (X_8)	0.13	0.26	3.82	0.00**
Durbin-Watson = 1.64, R = 0.87, $R^2=0.77$, SE=0.24, F=152.32, Sig. of F = 0.00				

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน (Durbin-Watson = 1.64) ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ระบุว่าค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5 - 2.5 (Tuvadaratragool, 2022) กลุ่มตัวแปรอิสระข้างต้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ค่อนข้างสูง ($R = 0.87$) โดยกลุ่มตัวแปรอิสระข้างต้นสามารถอธิบายการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ร้อยละ 77 ($R^2 = 0.77$) การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 152.32 เท่า (ค่า $F = 152.32$) การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) อย่างน้อยหนึ่งด้านมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Sig. of F = 0.00)

ค่า t ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างค่าคงที่และกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปร ตามซึ่งพบว่าค่า t ของค่าคงที่เท่ากับ 3.95 (sig< 0.05) ด้านการโฆษณาเท่ากับ 3.12 (sig< 0.05) ด้านการขายโดยใช้บุคคลเท่ากับ 5.56 (sig< 0.05) ด้านการส่งเสริมการขายเท่ากับ 1.18 (sig>0.05) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์เท่ากับ 2.65 (sig< 0.05) ด้านการตลาดทางตรงเท่ากับ 2.60 (sig< 0.05) ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อเท่ากับ 6.36 (sig< 0.05) ด้านการสนับสนุนทางการตลาดเท่ากับ 0.83 (sig>0.05) และด้านกิจกรรมทางการตลาดเท่ากับ 3.82 (sig< 0.05) ซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{y}=0.61+0.09 X_1+0.18X_2+0.08 X_4+0.08 X_5+0.22 X_6+0.13 X_8$$

แทนค่า

$\hat{y}$ = การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

X_1 = การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ด้านการโฆษณา

X_2 = การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ด้านการขายโดยใช้บุคคล

X_4 = การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

X_5 = การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ด้านการตลาดทางตรง

X_6 = การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ

X_8 = การสื่อสารการตลาดบูรณาการ (IMC) ด้านกิจกรรมทางการตลาด

สรุปผลการวิจัย

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D.= 0.49) เมื่อพิจารณารายได้ พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$ = 4.65, S.D.= 0.48) มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X}$ = 4.57, S.D.= 0.55) ด้านการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.52, S.D.= 0.58) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D.= 0.64) และด้านการรับรู้ปัญหา ($\bar{X}$ = 4.49, S.D.= 0.65) ตามลำดับ

2. ระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.40, S.D.= 0.60) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการขายโดยใช้บุคคล ($\bar{X}$ = 4.73, S.D.= 0.45) มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ ($\bar{X}$ = 4.70, S.D.= 0.43) ด้านการโฆษณา ($\bar{X}$ = 4.44, S.D.= 0.57) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 4.42, S.D.= 0.43) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ =4.28, S.D.= 0.89) ด้านการตลาดทางตรง ($\bar{X}$ =4.23, S.D.=0.94) ด้านกิจกรรมทางการตลาด ($\bar{X}$ = 4.20, S.D.= 0.98) และด้านการสนับสนุนทางการตลาด ($\bar{X}$ = 4.18, S.D.= 0.96) ตามลำดับ

3. ระดับการสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการโฆษณา ($B = 0.09$, sig < 0.05) ด้านการขายโดยใช้บุคคล ($B = 0.18$, sig < 0.05) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ($B = 0.08$, sig < 0.05) ด้านการตลาดทางตรง ($B = 0.08$, sig < 0.05) ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ ($B = 0.22$, sig < 0.05) และด้านกิจกรรมทางการตลาด ($B = 0.13$, sig < 0.05) มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะการทำธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกัน จึงทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนา และสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของตนเอง จึงเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจศึกษาหาข้อมูลและการเปรียบเทียบเพื่อนำไปตัดสินใจเลือกใช้บริการกันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ เพ็งหิรัญ (2562) ที่ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กแบบบูติกโฮเทล นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับแนวคิดการตัดสินใจซื้อ ของ Kotler and

Armstrong (1997) มีกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ สรุปได้ว่าแม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน แต่จะมีรูปแบบการตัดสินใจคล้ายคลึงกัน

2. ระดับการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการขยายโดยใช้บุคคล พนักงานขายสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะคติ โดยการขยายโดยใช้บุคคล ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ และการโฆษณา เป็นการสร้างจุดยืนให้กับลูกค้า เป็นการกระตุ้นลูกค้าให้กลับมาใช้บริการรวมทั้งสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยชนะ แซ่จ้ง (2562) ที่ได้ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการสื่อสารการตลาดบูรณาการของร้านเสื้อผ้าในสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด

3. การสื่อสารการตลาดบูรณาการ ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยใช้บุคคล ด้านการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ และด้านกิจกรรมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะธุรกิจร้านกาแฟมีการโปรโมทร้านผ่านสื่อออนไลน์โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ เมื่อลูกค้ามาใช้บริการทางร้านจะใช้จุดยืนคือให้พนักงานใช้ความสามารถความพยายามสนทนากับลูกค้า เอาใจใส่เพื่อสร้างความประทับใจหรือให้ลูกค้ามีส่วนร่วมทำกิจกรรม และนำไปสู่การเสนอขายสิ่งเหล่านี้สามารถเพิ่มยอดขายและสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจนั้นๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐานข้างต้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนก พัฒนะกุลกำจร (2564) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบูรณาการและกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Non-Franchise ในรูปแบบคาเฟ่ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านการโฆษณา การตลาดทางตรง และด้านการขายโดยใช้บุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรพร จอมแปง และพีรภาว ทวีสุข (2563) ที่ได้ศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ Pet Café พบว่า ปัจจัยด้านการโฆษณาด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง ด้านพนักงานด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ และด้านการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Pet Café

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผู้ประกอบการร้านกาแฟ (Cafe) ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรให้ความสำคัญกับ

1) ด้านการโฆษณา เช่น การโฆษณาผ่าน Social Media ของทางร้าน เมื่อค้นหาในเว็บไซต์ Google และพบเป็นร้านแรก และการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาหรือป้ายไว้นิลของร้าน

2) ด้านการขายโดยใช้บุคคล เช่น ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน การต้อนรับและอัธยาศัยของพนักงาน และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3) ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ เช่น มีการใช้ภาษาเป็นการรักษาสีงแวดล้อม ร้านมีบริการให้นำแก้วมาใส่เครื่องดื่มเองได้ เพื่อช่วยในการรีไซเคิลและช่วยลดโลกร้อน และมีการส่งข้อความให้ผู้บริโภคที่มามีบริการในโอกาสพิเศษ

4) ด้านการตลาดทางตรง เช่น การสมัครเป็นสมาชิกของร้านกาแฟเพื่อรับข้อมูลก่อนใคร มีการแจ้งโปรโมชันผ่านระบบออนไลน์ให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการ และการโต้ตอบระหว่างกันผ่านสื่อออนไลน์

5) ด้านการสื่อสาร ณ จุดซื้อ เช่น ภาพในเมนูกับเครื่องดื่มจริงมีความเหมือนกัน เมนูเครื่องดื่มบอกราคา และรายละเอียดอย่างชัดเจน และการออกแบบเมนูเครื่องดื่มที่ดึงดูดใจ

6) ด้านกิจกรรมทางการตลาด เช่น การจัดกิจกรรมตามเทศกาลสำคัญให้ลูกค้ามีส่วนร่วม ออกร้านเพื่อแสดงผลภัณฑ์ของร้านในงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ และการสร้างแคมเปญให้ผู้บริโภคร่วมสนุกกิจกรรมของร้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความจงรักภักดีในตราสินค้าของร้านกาแฟ และการสร้างตราสินค้าที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

2) ศึกษาเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาดกาแฟระดับนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

ชัยชนะ แซ่จ้ง. (2562). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ชัยวัฒน์ เฟื่องหิรัญ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก แบบบูติคโฮเทลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิสิษฐ์ สุวรรณแพทย์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการร้านกาแฟสดใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(2), 2169-2184.

ปรียา สมศักดิ์ ชัยัญญา สุวรรณเสรีรักษ์ และเก็จวลี ศรีจันทร์. (2564). เหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกสำหรับเด็กก่อนในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 17(3), 147-163.

ภคมน ภาสวดี. (2550). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รัชนก พัฒนะกุลกำจร. (2564). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Non-Franchise ในรูปแบบคาเฟ่ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 18(1), 96-115.

รัตนวลี อูระทัย และจิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2556). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟร้านบ้านกาแฟหัวหินของผู้บริโภคชาวไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารบริหารธุรกิจ แม่โจ้*, 2(1), 1221-1234.

วีรพร จอมแปง และพีรภาว ทวีสุข. (2563). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ Pet Café. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 10(3), 153-167.

Mgromline. (2565). 4 เทรนด์หลักพฤติกรรมการณ์กินอาหารนอกบ้านชาวไทย. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://brandinside.asia/4-trend-food-trips/>.

References

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techiques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Kotler, P. (2004). *Marketing Management (Millennium Edition)*. New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implement, and Control*. New Jersey: Prentice-Hall.

Tuvadaratragool, S. (2002). Could Profitability, Efficiency, and Financial Leverage Signal Return on Equity: An Application of DuPont Analysis in Thailand Setting?. **Rajapark Journal**, 16(44), 73-88.

คณะผู้เขียน

นางสาวศิริลักษณ์ ชัยพรหมราช

หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตหัวหิน
166/4 หมู่ 8 ถนนเพชรเกษม ตำบลห้วยยาง อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77130
e-mail: Sirilakmind1998@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเศษ ชัยดิเรก

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตหัวหิน
1458 ถนนเพชรเกษม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
e-mail: Pisate.chaidirek@stamford.edu

การบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce

Risk Management of Online Sales on E-commerce Platform

ธันยน์รี สุภาธีรวณิชย์* และอรพรรณ คงมาลัย
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Thannari Supateerawanitt* and Orapan Khongmalai
College of Innovation, Thammasat University

Received: March 11, 2023

Revised: April 26, 2023

Accepted: April 28, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงของผู้ประกอบการในการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งถูกสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยมีการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อระบุองค์ประกอบร่วม และจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย 4 ปัจจัย 15 องค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหลังบ้าน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การขนส่ง ระบบคลังสินค้าออนไลน์ ระบบจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ และราคา ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหน้าบ้าน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการตอบคำถาม การออกแบบแพลตฟอร์ม สินค้า และความสะดวกสบาย ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย โฆษณา การส่งเสริมการขาย และการแข่งขัน และปัจจัยด้านบริการหลังการขาย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับประกัน นโยบายการเปลี่ยนและคืนสินค้า และการบริการลูกค้า

คำสำคัญ: การบริหารความเสี่ยง อีคอมเมิร์ซ การขายออนไลน์

Abstract

This study was a quantitative study with the purpose to examine the risk factors of entrepreneurs selling products online on an e-commerce platform. The sample group included 400 entrepreneurs of the small and medium enterprises (SMEs) in the northern region of Thailand. The samples were randomly selected by purposive sampling method. An online questionnaire with closed-ended questions was used to collect data. The content validity and reliability of questionnaire were examined. Exploratory component analysis techniques were used for the data analysis to identify common elements and regroup new elements. The research results showed that the factors affecting

risk management consisted of four factors and 15 elements. The back-end risk factor consisted of four elements: logistics, fulfillment, e-payment, and price. The front-end risk factor consisted of four elements: inquiry tools, platform design, products, and convenience. Marketing risk factors consisted of four elements: target market, advertisements, and promotions. and competition and after-sales service factors consisted of three elements: warranty, exchange, return policy, and customer service.

Keywords: Risk Management, E-Commerce, Online Sales

บทนำ

ผลจากความเจริญ และการพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นวิถีทางการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบันทุกคนเปลี่ยนการค้าขาย เปลี่ยนทุกสิ่งเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งสร้างผลกระทบอย่างมากต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานในธุรกิจ ในระบบเศรษฐกิจ ธุรกิจเดิม ๆ ที่เป็นธุรกิจออฟไลน์ หรือธุรกิจที่ขายสินค้าแบบดั้งเดิมที่มีแค่หน้าร้านถูกบังคับให้รับนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในธุรกิจ ซึ่ง E-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการค้ารูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปัจจุบัน เป็นการดำเนินการซื้อขายสินค้า และบริการด้วยสื่อ โดยทุกสินค้าสามารถที่จะขายผ่านช่องทาง E-Commerce ได้โดยไม่มีข้อจำกัด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) และยังเป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับการขายสินค้า และบริการทำให้มีการดำเนินการซื้อขาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดรายได้ในระยะเวลาอันสั้น โดยช่องทางการขายบน E-Commerce มีหลากหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นการขายบนเว็บไซต์ การขายบน Marketplace หรือการขายบนแพลตฟอร์ม Social Media เช่น Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น (ดลนภา รูปจันทร์, 2558) ซึ่งการเลือกแพลตฟอร์มในการขายสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องการขายบนอีคอมเมิร์ซนั้น ต้องมีการพิจารณาจากหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็น ประเภทของสินค้า เงินลงทุน และความเชี่ยวชาญในการใช้งานแพลตฟอร์มนั้น ๆ และที่สำคัญจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2016) ในการทำธุรกิจ E-Commerce ในยุคดิจิทัลนี้ข้อมูลจาก eMarketer (2022) ได้มีการคาดการณ์ธุรกิจ E-Commerce ว่าสามารถที่จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทั่วโลก และสามารถสร้างยอดขายได้ทั่วโลกเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 21 ในปี 2565 ธุรกิจการค้าปลีกแบบ E-Commerce ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และในประเทศจีนถือเป็นกลุ่มที่มียอดขายทางออนไลน์มากที่สุด เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นทั่วโลก ตลาดโลกในการขายสินค้าบน E-Commerce มีแนวโน้มว่าจะมีรายได้สะพัดในระบบเศรษฐกิจมากกว่า 55 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2568 ที่มีการคาดการณ์ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 24.5 ถึงแม้ว่าการค้าปลีกแบบดั้งเดิมในทั่วโลกจะตกต่ำลง แต่ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้ช่วยให้ธุรกิจหลากหลายธุรกิจในปัจจุบันสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ และยอดขายสูงขึ้นถึงร้อยละ 22.3 ตลาด E-Commerce ในต่างประเทศ มีการคาดการณ์ว่าจะสามารถเติบโต และสร้างรายได้ได้มากกว่า 1.1 แสนล้านดอลลาร์ภายในปี 2568 ในขณะที่ประเทศไทยนั้นมีพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์รายสัปดาห์สูงเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ ร้อยละ 68.3 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในไทยที่มีอายุ 16-64 ปี เมื่อดูข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์ของคนไทยในปี 2565 จะเห็นว่า คนไทยซื้อของออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือถือเป็นประจำทุกสัปดาห์สูงเป็นอันดับ 9 ของโลก อยู่ที่ร้อยละ 35.5 สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกที่อยู่ที่ร้อยละ 30.6 นอกจากนั้นในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมามีเกิดสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา ระบาดหนักทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยทำให้ส่งผลกระทบทั้งในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา มีธุรกิจมากมายได้รับผลกระทบ บริษัทหลายรายที่ต้องปิดตัวลง ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าว กลุ่มที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างมากอีกกลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้รับผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อม และเผชิญหน้ากับปัญหาความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างตลอด (สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์, 2564) โดย SMEs ไม่สามารถที่จะขยายตลาดเพื่อเพิ่ม

การขายได้ และเกิดจากปัญหาที่ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าผ่านทาง E-Commerce มากขึ้น ทำให้การขาย และซื้อสินค้าผ่านทางหน้าร้าน (Offline) ลดลง และประกอบกับพิษของการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ยิ่งส่งผลกระทบต่อ SMEs ได้รับผลกระทบในด้านนี้สูงขึ้น ทำให้เกิดการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดโดยการ Transform หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจมาเป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น (อรพรรณ คงมาลัย, 2563) การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคปกติใหม่ หรือ New Normal ส่งผลต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยที่ต้องประสบปัญหาความท้าทายมากมาย ทั้งในเรื่องของต้นทุน (Cost) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล (Business Transformation) และการรับมือกับการแข่งขันระดับสากล (Internationalization) จนทำให้ SMEs ที่ปรับตัวไม่ทันมีโอกาสสูญเสีย ความสามารถในการแข่งขัน และต้องออกจากตลาดไปหน่วยงานภาครัฐจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ ในการยกระดับ และเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ไทย ให้สามารถแข่งขันในภาวการณ์ปัจจุบันได้ จึงมีการสนับสนุนให้ SMEs เข้าสู่ตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายให้มากขึ้น (อัญญา ดิษฐานนท์ และอรพรรณ คงมาลัย, 2565) ปัจจุบันภายใต้บริบทโลกก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ หรือยุคของดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด รวมถึงการเชื่อมต่อโลกเข้าด้วยกัน จนทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า ไร้พรมแดน ผู้คน ธุรกิจ การค้า สามารถเชื่อมถึงกันได้ง่ายขึ้น ซึ่งการเข้ามาของเทคโนโลยี มีความรวดเร็ว ผันผวน ซับซ้อน ไม่แน่นอน และคาดเดาได้ยาก ในมุมของธุรกิจออนไลน์เอง เทคโนโลยีก็มีส่วนต่อการดำเนินธุรกิจในหลากหลายมิติไม่ว่าจะเป็นการทำ Business Model การดูแลพฤติกรรมของผู้บริโภค ความต้องการของตลาดแรงงาน และตลาดลูกค้า ขั้นตอนวิธีการทำการตลาด การขายสินค้า หรือแม้แต่การทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งการเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการก็มีคู่แข่งที่มากขึ้น การทำตลาดยากขึ้น ซึ่งรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการในการขายออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจในยุคนี้ ดังนั้นจึงนำมาสู่คำถามการวิจัยที่ว่า อะไรคือ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขายสินค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการในประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงของผู้ประกอบการในการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อสนับสนุนการวิจัยเรื่อง “การบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce” โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. บริบทของอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หรือการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวคิดที่มีการกล่าวถึงค่อนข้างนานแล้วตั้งแต่ช่วงปี 1970 แต่ปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้ในแวดวงธุรกิจมากขึ้น โดยกระบวนการทำงาน E-Commerce นั้นอยู่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และรวดเร็ว ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคที่มีการใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น การขยายตัวของเครือข่ายโทรคมนาคม และอินเทอร์เน็ต การซื้อขายแบบไร้เงินสด (Cashless) เป็นต้น (Rolf T. Wigand, 1997)

E-Commerce เป็นแนวคิดและกระบวนการที่ทรงพลังที่เปลี่ยนกระแสนิเวศของมนุษย์โดยพื้นฐาน และเป็นหนึ่งในเกณฑ์หลักของการปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในด้านธุรกิจ โดยการทำการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce นั้น พบว่า มีกระบวนการในการทำงานประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

2. หลังบ้าน (Back End) คือ ระบบที่ใช้ในการจัดการระบบร้านค้า โดยที่เน้นเรื่องของการจัดการสินค้า รายการสั่งซื้อ การชำระเงิน การจัดเรียงออเดอร์ แจ้งเลขพัสดุ การติดตามพัสดุ ไปจนถึงการชำระเงินต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งระบบหลังร้านนั้น คือ ตัวช่วยในการบริหารจัดการร้านค้าได้อย่างครบวงจร (Hajli, 2012) ซึ่งการวางระบบหลังบ้านที่ดีจะช่วยลดการทำงานซ้ำซ้อน และทำให้การทำงานหลังบ้านเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวม

ของการจัดการร้านค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะประกอบไปด้วยการขนส่ง ราคาของสินค้า ระบบการจัดการสินค้า และระบบการชำระเงิน (ยุพเรศ พิริยพลพงศ์, 2558)

3. หน้าบ้าน (Front End) คือ หน้าร้านค้าที่ออนไลน์อยู่ หรืออาจจะเป็นแผนกต้อนรับของบริษัท เนื่องจากการติดต่อ และประสานงานกับลูกค้าโดยตรง (ดลนภา รูปจันทร์, 2558) ซึ่งลูกค้ามักจะชอบหน้าร้านที่สะดวก และรวดเร็วในการใช้งาน และสั่งซื้อสินค้าโดยจะต้องมีการอัปเดตสินค้าอยู่ตลอด เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้า (พนิตานันท์ อังคสกุลเกียรติ, 2556)

4. การตลาด (Marketing) คือ การขายสินค้าออนไลน์การตลาดเป็นเรื่องสำคัญที่จะเป็นกุญแจสำคัญในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้า และบริการ (ณัฐรดา โกคาพิพัฒน์, 2553) ซึ่งในการทำตลาดนั้นมีด้วยกันหลากหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการนำบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์เป็นการโฆษณาที่สร้างสรรค์ สามารถดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือได้สูง (ณัฐนันท์ เหล่าอยู่คง, 2555) หรือจะเป็นการคิดค้นการส่งเสริมการขาย การลดราคา สิทธิพิเศษต่าง ๆ (สายฤดี พัฒนางพาศานนท์ และนภวรรณ ตันติเวชกุล, 2556)

5. การบริการหลังการขาย (After Sale Service) คือ กระบวนการ และวิธีดูแลลูกค้าหลังจากลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้ว บริการหลังการขายมีความสำคัญสำหรับธุรกิจทุกชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่ต้องการสร้างความแตกต่าง อยากเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า และต้องการให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ (Hansen & Riggle, 2009) และยังเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอย่างหนึ่ง หากเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไปแล้ว สินค้าที่มีบริการหลังการขายจะทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจได้มากกว่า ว่าการชำระเงินครั้งนี้จะทำให้ “คุ้มราคา” ในระยะยาว ถือว่าเป็น “จุดขาย” อย่างหนึ่งของสินค้าที่สร้างความมั่นใจลูกค้า (นิสา จันทร์หอม, 2558)

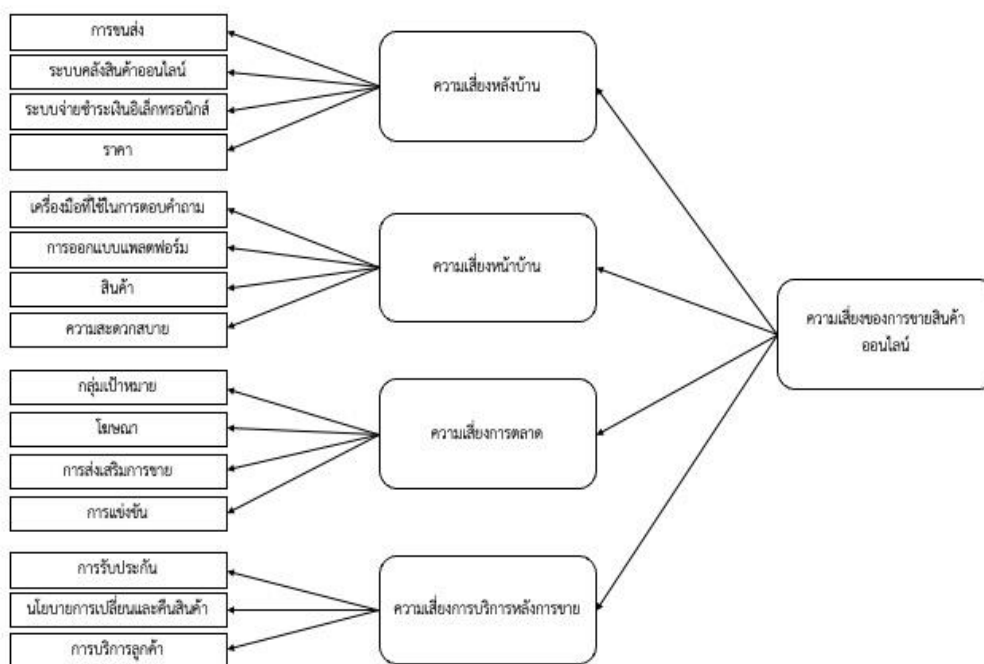
โดยในการทำธุรกรรมการซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Fanpage, Line OA, Line MyShop, Instagram, Twitter, Tiktok ในการนำเสนอสินค้า และบริการต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย ทำให้ผู้ใช้บริการจากทุกที่ทุกประเทศ สามารถที่จะเข้าถึงร้านค้าออนไลน์ได้โดยตรง ง่าย ตลอด 24 ชั่วโมง E-Commerce เป็นส่วนหนึ่งของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction) ที่มีขอบเขตกว้าง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำขึ้นระหว่างผู้บริโภค หน่วยงานรัฐ จนถึงองค์กรเอกชนหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ การค้า โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด เช่น การซื้อ หรือขายสินค้า และการติดต่อ โดยใช้วิธีการออนไลน์ มีการตกลงทำสัญญาซื้อขายตามข้อตกลง และเงื่อนไข ข้อบังคับต่าง ๆ ตามแต่เครือข่ายเว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ได้กล่าวในข้างต้น การสมัครสมาชิก การชำระเงินด้วยระบบการโอนเงิน หรือระบบชำระเงินอัตโนมัติผ่านระบบเครือข่าย การรับส่งข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยเครือข่าย การสื่อสาร การสอบถามข้อมูลผ่านระบบออนไลน์

6. การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) คือ การบริหารความไม่แน่นอน (Uncertainty) ของเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ จึงทำให้ความเสี่ยงเป็นโอกาส (Opportunity) ของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้เสมอในอนาคต ที่จะเกิดความผิดพลาดขึ้น ทำให้เกิดความสูญเสีย ล้มเหลว หรือภัยอันตรายในหมู่สมาชิกหรือองค์ประกอบของหน่วยงาน ส่งผลกระทบต่ออนาคตทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (Objective) และเป้าหมาย (Goal) ขององค์กรทั้งในด้านยุทธศาสตร์การปฏิบัติงาน การเงิน และการบริหาร ซึ่งกระบวนการของการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process) ประกอบไปด้วยการระบุความเสี่ยง (Risk Identification), การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment), การตอบรับความเสี่ยง (Risk Response), และการติดตามความเสี่ยงเพื่อเป็นการเตรียมรับมือเหตุการณ์ในทางบวก และลบ เพื่อป้องกันปัญหาที่กำลังจะเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน เช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยด้านปฏิบัติ การปัจจัยด้านเทคนิค ล้วนซึ่งนำมาซึ่งความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนา และยังส่งผลในอนาคตอีกด้วย (Marsha Marinich, 2020) นอกจากนั้น การบริหารความเสี่ยงเป็นการรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐานของ COSO

(2004) กระบวนการบริหารความเสี่ยงรวมถึงการจัดทำรายงานด้านการบริหารความเสี่ยง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้คือ รายงานแผนบริหารความเสี่ยง และรายงานผลประเมินระบบการควบคุมภายใน

องค์ประกอบของการบริหารความเสี่ยง ERM (Enterprise Risk Management) ประกอบด้วย องค์ประกอบ 8 ประการ ซึ่งครอบคลุมแนวทางการกำหนดนโยบายการบริหารงาน การดำเนินงาน และการบริหาร ความเสี่ยง ดังนี้สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) การระบุความเสี่ยง (Risk Identification) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response) กิจกรรมควบคุม (Control Activities) ข้อมูล และการติดต่อสื่อสาร (Information and Communication) และการติดตามประเมินผล (Monitoring) (คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2561)

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารความเสี่ยงของการขาย สินค้าออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยความเสี่ยงด้านงานหลังบ้าน (Back End Risk) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การขนส่ง ระบบคลังสินค้าออนไลน์ ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และราคา ปัจจัยความเสี่ยงด้านงานหน้าบ้าน (Front End Risk) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการตอบคำถาม การออกแบบแพลตฟอร์ม สินค้า และความสะดวกรวดสบาย ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย โฆษณา การส่งเสริมการขาย และการแข่งขัน ปัจจัยความเสี่ยงด้านบริการหลังการขาย ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับประกัน นโยบายการเปลี่ยนและคืนสินค้า และการบริการลูกค้า โดยสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ ภาคเหนือของประเทศไทย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Maximum Likelihoods ที่ควรมีก่อนการสุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (อัญญธิดา ดิษฐานนท์ และอรพรรณ คงมาลัย, 2563) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มี ตัวแปร

สังเกตได้ จำนวน 15 ตัว ดังแสดงในกรอบสี่เหลี่ยมในภาพที่ 1 ซึ่งควรมีกกลุ่ม 300 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยลง จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ทั้งหมด และกำหนดวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ศึกษา โดยมีทางเลือกคำตอบตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคะแนน

3. แบบสอบถามที่พัฒนาเสร็จแล้วถูกนำไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และตัวแปรสังเกตได้โดยให้คณะผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่านประเมินข้อคำถาม และนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการทดสอบข้อคำถามทุกข้อ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.57 ถึง 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558) จากนั้นทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น 30 ตัวอย่าง และนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยองค์ประกอบแต่ละปัจจัยทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha อยู่ระหว่าง 0.79 ถึง 0.96 และปัจจัยที่ศึกษาทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha อยู่ระหว่าง 0.956 ถึง 0.958 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally, 1978)

4. แบบสอบถามถูกนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์รูปแบบ Google Form ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 และได้รับแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนกลับมาจำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการติดตามผลการตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ

5. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามถูกนำไปใช้วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ IBM SPSS Statistics Version 26 เพื่อวิเคราะห์หาองค์ประกอบร่วม (Common Factor) และจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ (อรรถไกร พันธุ์รักดี, 2559)

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principle Components และการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และกำหนดเกณฑ์การทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบ Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (Field, 2017) และสถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่า P-Value (Sig.) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 (Hair et al., 2010) ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอต่อการใช้วิธี EFA และเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ได้แก่ สถิติความแปรปรวนสะสม (Cumulative Percentage of Variance Explained) ควรมากกว่า หรือเท่ากับร้อยละ 60.00 ซึ่งจะถือว่าองค์ประกอบใหม่สามารถอธิบายองค์ประกอบโดยรวมได้เพียงพอ ค่าสถิติร่วมกัน (Communalities) ที่ใช้วัดความสามารถของตัวแปรในการอธิบายองค์ประกอบร่วมควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอ และสถิติน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรกับกลุ่มองค์ประกอบควรมากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในทางปฏิบัติ และถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของตัวแปรด้วย (Hair et al., 2010) โทนผลการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม รวมถึงการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของแต่ละปัจจัย เป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหลังบ้าน ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.982 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัด

กลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหลังบ้าน สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ ได้เป็น 4 กลุ่มเท่าเดิม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 83.70 ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.75 ถึง 0.88 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.87 ถึง 0.94 ซึ่งประกอบด้วย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มความเสี่ยงด้านงานหลังบ้าน (Back End Risk)

ความเสี่ยงด้านงานหลังบ้าน (Back End Risk)	น้ำหนัก องค์ประกอบ
ท่านมักพบปัญหาในการติดต่อบริษัทคลังสินค้าออนไลน์ เช่น ไม่มีบุคคลรับสาย สายไม่ว่างตลอด	0.941
ท่านมักพบปัญหาความผิดพลาดของบริการ e-Payment เช่น ไม่ได้รับเงิน	0.939
ท่านมักพบปัญหาการตั้งราคาสินค้าผิดพลาด เช่น สูงเกินไปจนแข่งขันกับคู่แข่งไม่ได้	0.936
ท่านมักพบปัญหาการโดนร้องเรียนจากลูกค้าที่มีสาเหตุจากการจ่ายเงินด้วย e-Payment	0.935
ท่านมักพบปัญหาความผิดพลาดของบริการคลังสินค้าออนไลน์ เช่น คำสั่งซื้อผิด การนับสต็อกสินค้าผิด	0.934
ท่านมักพบปัญหาการไม่ทราบว่าควรตั้งราคาเท่าไรถึงจะมีความเหมาะสม	0.922
ท่านมักพบปัญหาการใช้งานระบบจ่ายเงิน e-Payment เช่น ล่มบ่อย ใช้งานยาก	0.921
ท่านมักจะพบปัญหาระบบการขนส่งล่าช้า เช่น ระบบติดต่อขนส่งไม่เสถียร หรือล่าช้า	0.909
ท่านมักพบปัญหาสินค้าชำรุดเสียหายหรือสูญหายระหว่างขนส่ง	0.901
ท่านมักจะรู้สึกไม่พึงพอใจกับราคาสินค้าที่ตั้ง	0.884
ท่านมักพบปัญหาการใช้งานระบบคลังสินค้าออนไลน์ เช่น ล่มบ่อย ใช้งานยาก	0.882
ท่านมักพบปัญหาในการติดต่อบริษัทขนส่ง เช่น ไม่มีบุคคลรับสาย สายไม่ว่างตลอด	0.870

2. ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหน้าบ้าน ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.987 และสถิติ Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหน้าบ้าน สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 4 กลุ่มเท่าเดิม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 86.80 ค่าสถิติความร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.83 ถึง 0.89 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.91 ถึง 0.94 ซึ่งประกอบด้วย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มความเสี่ยงด้านงานหน้าบ้าน (Front End Risk)

ความเสี่ยงด้านงานหน้าบ้าน (Front End Risk)	น้ำหนัก องค์ประกอบ
ท่านคิดว่าร้านค้าของท่านมีสินค้าน้อยเกินไป	0.946
ท่านคิดว่าร้านค้าของท่านมีสินค้ามากเกินไป	0.946
ท่านคิดว่าการออกแบบแพลตฟอร์มที่ท่านใช้ในการขายออนไลน์มีความปลอดภัยต่ำ เช่น ไม่มีระบบสมาชิก ไม่มีการยืนยันตัวตน	0.943
ท่านคิดว่าสินค้าของท่านมีรายละเอียดข้อมูลสินค้าไม่น่าสนใจ	0.943
ท่านคิดว่าการออกแบบแพลตฟอร์มที่ท่านใช้ในการขายสินค้าออนไลน์ใช้งานยาก	0.939
ท่านคิดว่าการออกแบบแพลตฟอร์มที่ท่านใช้ในการขายสินค้าออนไลน์มีความไม่เสถียร ระบบล่มบ่อย	0.934
ท่านเครื่องมือที่ใช้ในการตอบคำถาม ทำให้ตอบคำถามลูกค้าผิดประเด็น	0.934
ท่านคิดว่าการลงขายสินค้ามีความยาก ใช้เวลานานในการลงสินค้าแต่ละชิ้น	0.930

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความเสี่ยงด้านงานหน้าบ้าน (Front End Risk)	น้ำหนักองค์ประกอบ
ท่านคิดว่าเครื่องมือที่ใช้ในการตอบคำถามมีความซับซ้อน ใช้งานยาก	0.929
ท่านคิดว่าสินค้าของท่านไม่น่าสนใจเมื่อเทียบกับของร้านค้าอื่น	0.925
การขายสินค้ามีข้อบังคับมากเกินไป เช่น การห้ามโฆษณาเกินจริง	0.925
ท่านคิดว่าแพลตฟอร์มที่ท่านใช้ไม่น่าพึงพอใจ เช่น ระบบไม่เสถียร ใช้งานยาก	0.920
ท่านคิดว่าการออกแบบแพลตฟอร์มที่ท่านใช้ในการขายสินค้าออนไลน์ไม่น่าดึงดูด	0.918
ท่านคิดว่าเครื่องมือที่ใช้ในการตอบคำถามไม่เอื้ออำนวยต่อการขายออนไลน์	0.912

3. ปัจจัยด้านความเสี่ยงทางการตลาด ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.985 และสถิติ Barlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงทางการตลาด สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 4 กลุ่มเท่าเดิม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 87.28 ค่าสถิติความเสี่ยงร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.84 ถึง 0.89 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.94 ถึง 0.92 ซึ่งประกอบด้วย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มความเสี่ยงด้านการตลาด (Marketing Risk)

ความเสี่ยงด้านการตลาด (Marketing Risk)	น้ำหนักองค์ประกอบ
กลุ่มเป้าหมายไม่ตรงกับแพลตฟอร์มที่เลือกใช้	0.947
ท่านคิดว่าโค้ดส่วนลดที่ใช้ในการทำโปรโมชั่นทำให้ยอดขายท่านลดลง	0.945
ท่านคิดว่ารูปแบบช่องทางการโฆษณามีน้อยเกินไป	0.940
ท่านมักจะไม่มีโปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขาย	0.939
ท่านมักจะพบว่าศักยภาพของคู่แข่งสูงกว่าท่าน	0.938
ท่านมักจะพบว่าโปรโมชั่นทำให้ยอดขายลดลง	0.936
ท่านคิดว่ากลุ่มเป้าหมายไม่สนใจสินค้าของท่าน	0.934
ท่านคิดว่าคู่แข่งมีจำนวนมากเกินไป	0.934
ท่านมักจะพบว่าคู่แข่งเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่า	0.932
ท่านคิดว่าการโฆษณาทำให้เสียเงินโดยเปล่าประโยชน์	0.930
ท่านคิดว่าท่านโฆษณาไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย	0.925
ท่านคิดว่าท่านโฆษณามากเกินไป	0.924
ท่านคิดว่ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนน้อยเกินไป	0.921

4. ปัจจัยด้านความเสี่ยงบริการหลังการขาย ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.975 และสถิติ Barlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบรวม พบว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงบริการหลังการขาย สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 3 กลุ่มเท่าเดิม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance Explained) เท่ากับร้อยละ 88.26 ค่าสถิติความเสี่ยงร่วมกัน (Communalities) อยู่ระหว่าง 0.87 ถึง 0.89 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง 0.93 ถึง 0.94 ซึ่งประกอบด้วย ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของกลุ่มความเสี่ยงด้านบริการหลังการขาย (After Sale Service Risk)

ความเสี่ยงด้านบริการหลังการขาย(After Sale Service Risk)	น้ำหนัก องค์ประกอบ
ท่านมักจะพบว่านโยบายไม่ครอบคลุมส่วนที่สำคัญของสินค้า	0.948
ท่านมักจะพบว่าบริการลูกค้าหลังการขายมีความวุ่นวาย	0.945
ร้านค้าออนไลน์ของท่านมักจะไม่มีการรับประกันสินค้า	0.944
ท่านมักจะพบว่านโยบายการเปลี่ยนและคืนสินค้าทำให้ขาดทุน	0.942
ท่านมักจะพบว่าร้านค้าออนไลน์ไม่มียกเว้นนโยบายในการเปลี่ยน/คืนสินค้า	0.942
ท่านคิดว่าเงื่อนไขการรับประกันไม่เหมาะสมกับสินค้า เช่น รับประกันสินค้านี้ระยะยาวเกินไป หรือรับประกันสินค้านี้ระยะสั้นเกินไป	0.934
ท่านคิดว่าการลงทะเบียนการรับประกันสินค้านี้มีความวุ่นวาย	0.934
ท่านมักจะพบว่าบริการลูกค้าหลังการขายมีช่องทางการติดต่อที่น้อย	0.934
ท่านมักจะพบว่าบริการลูกค้าหลังการขายเป็นเรื่องยุ่งยาก เช่น ลูกค้าซื้อสินค้า โดยไม่อ่านรายละเอียดแล้วมาถาม	0.932

อภิปรายผล

การเติบโตของสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการเพิ่มพื้นที่ในการติดต่อสื่อสารที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ (Space) เวลา (Time) ที่ทุกคนสามารถเชื่อมต่อ พูดคุย และยึดโยงสังคมเข้าหากันได้ ซึ่งการเพิ่มโอกาสในการสื่อสารนี้ได้เปิดช่องทางการค้าขายในการนำเสนอสินค้าตรงหน้าลูกค้าผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต ซึ่งเป็นการขายออนไลน์ที่สอดคล้องกับสภาพสังคมทั้งในส่วนของผู้ขายที่ต้องการลดต้นทุนลงให้มากที่สุด และผู้ซื้อที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อสินค้าโดยการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce ซึ่งระยะแรกผู้ขายจะซื้อโฆษณาผ่านเฟซบุ๊กเพื่อให้บัญชีของร้านของตนปรากฏตัวบนหน้าเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธี EFA แสดงให้เห็นว่าโมเดลองค์ประกอบของปัจจัยต่อการบริหารความเสี่ยงการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ประกอบด้วย 4 ปัจจัย 15 องค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหลังบ้าน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหน้าบ้าน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ และปัจจัยด้านบริการหลังการขาย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ

การบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับเรื่องทั้ง 4 องค์ประกอบเป็นอย่างมาก ในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการขายสินค้า และบริการบนแพลตฟอร์ม E-Commerce เนื่องจากผู้ประกอบการรับรู้ได้ถึงผลกระทบด้านลบของความเสี่ยงต่าง ๆ เหล่านี้ จึงทำให้ผู้ประกอบการมีความต้องการรับรู้ถึงความเสี่ยง และวิธีการแก้ไขปัญหาเพื่อบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยการเรียนรู้ในระบบต่าง ๆ

ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหลังบ้านประกอบไปด้วยองค์ประกอบด้านการขนส่ง ระบบคลังสินค้าออนไลน์ ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และราคาสินค้าทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของการจัดการร้านค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Hajli (2012) และงานวิจัยของ ยุพเรศ พิริยพลพงศ์ (2558) ที่ว่าในการประกอบกิจการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมถึงเรื่องการขนส่ง ราคา การชำระเงิน เพื่อให้การทำการค้าเป็นไปได้มีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านความเสี่ยงงานหน้าบ้าน ประกอบไปด้วยองค์ประกอบสินค้า การออกแบบแพลตฟอร์ม สินค้า และความสะดวกสบายมีความสำคัญในการขายสินค้าออนไลน์ในแง่ของการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเยี่ยมชมสินค้าในร้านค้า สามารถสร้างภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือได้ จากการจัดอันดับสินค้ายอดนิยม หรือการให้แสดงความคิดเห็นของสมาชิกบนแพลตฟอร์มด้านผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า นอกจากนั้นการลงรายละเอียดของสินค้ายังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

เนื่องจากการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ผู้ซื้อไม่ได้สัมผัสกับสินค้าโดยตรง ถ้าหากมีการลงสินค้า และตกแต่งแพลตฟอร์มให้สวยงาม ใช้งานง่าย จะเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น และส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสนใจอยากซื้อสินค้าในร้านนั้น ๆ รวมถึงสะดวกสบาย พบว่า การที่ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการจัดส่งด้วยระบบ Tracking ผ่านเว็บไซต์หรือสามารถตรวจสอบผ่าน Application ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิ ตานันท์ อังคสกุลเกียรติ (2556) และยุพเรศ พิริยพลพงศ์ (2558) พบว่า การส่งสินค้าทางไปรษณีย์เป็นช่องทางที่ลูกค้าเห็นว่ามีความน่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย

ปัจจัยด้านความเสี่ยงทางการตลาด พบว่า ผู้ขายที่มียอดขายในระดับสูงมากในปัจจุบันมีการซื้อโฆษณาในช่วงแรกของการเข้าสู่ตลาด หรือบางร้านมีการใช้โฆษณา เช่น จ้างดารา หรือผู้มีชื่อเสียงโฆษณาหรือรีวิว (Review) สินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ ณัฐนันท์ เหล่าอยู่คง (2555) ที่ได้ อธิบายว่า การนำบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์เป็นการโฆษณาที่สร้างสรรค์ สามารถดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือได้สูง เนื่องจากการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ผู้ซื้อไม่ได้จับต้องสินค้า จึงต้องสร้างตัวแทนสำหรับสัมผัสสินค้านั้น นอกจากนั้นเมื่อผู้ประกอบการมีการอัปเดตข้อมูลของสินค้า และตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการส่งเสริมการขาย เช่น มีส่วนลด ได้รับสิทธิพิเศษ มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัย ของณัฐรดา โภคาพิพัฒน์ (2553) สายฤดี พัฒนาพจนานนท์ และนภวรรณ ต้นติเวชกุล (2556) ที่อธิบายว่า การให้ส่วนลด หรือการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าบางกลุ่มสามารถกระตุ้นผู้ซื้อได้อย่างดีจากการที่วัฒนธรรมไทย เป็นวัฒนธรรมอุปถัมภ์ และชอบเสี่ยงโชคนอกจากนี้ การจ้างดารา หรือผู้มีชื่อเสียงโฆษณาสินค้า ผู้ซื้อเห็นว่าสามารถดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือได้

ปัจจัยความเสี่ยงด้านบริการหลังการขาย พบว่า ในการขายสินค้าออนไลน์ปัจจัยในการบริการหลังการขายมีบทบาทในการสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง สามารถแนะนำ หรือให้เสนอแนะ หรือบริการต่อลูกค้า ซึ่งหากการแนะนำ เป็นไปด้วยความจริงใจแล้วลูกค้าจะเกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจการซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Hansen & Riggle (2009)

เมื่อนำค่า KMO ของทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมาเรียงลำดับค่าแล้ว พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านงานหน้าบ้าน มีค่าของความสอดคล้องกลมกลืนของข้อมูลทั้งหมดว่ามีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการควรที่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เป็นสิ่งแรก รองลงมา คือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ความเสี่ยงด้านงานหลังบ้าน และความเสี่ยงด้านการบริการหลังการขาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

การขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบของปัจจัยร่วมกัน ได้แก่ ปัจจัยความเสี่ยงด้านงานหลังบ้าน ปัจจัยความเสี่ยงด้านงานหน้าบ้าน ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด และปัจจัยความเสี่ยงด้านบริการหลังการขาย ในการจะบริหารความเสี่ยงเพื่อพัฒนาเป็นนโยบายในอนาคตที่ยั่งยืนได้ ทุกภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ควรเพิ่มการสื่อสาร และการส่งเสริมการเรียนรู้ การตระหนักรู้ในการรับรู้ความเสี่ยง และหาทางป้องกันความเสี่ยงนั้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ขณะเดียวกันผู้ประกอบการควรได้รับการสนับสนุนให้มีการใช้งานแพลตฟอร์มในการขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างง่าย ปลอดภัย คล่องตัว เพื่อประโยชน์สูงสุดในการขายสินค้า และยังเป็นการช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจ การหมุนเวียนเงินภายในประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ภาครัฐควรกำหนดมาตรการในการขายและซื้อสินค้าออนไลน์ เพื่อสนับสนุนให้มีการซื้อขายอย่างคล่องตัวในอนาคต

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยในครั้งถัดไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นนอกเหนือจากพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย เช่น พื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce ว่าสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้อีกหรือไม่ อีกทั้งควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องร่วมด้วยเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เช่น ระดับการศึกษา ระดับรายได้) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงอื่น ๆ (เช่น ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา) เนื่องจากการศึกษาความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce นั้นเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบปัจจัยที่หลากหลาย ซึ่งการศึกษาในปัจจัยอื่นเพิ่มเติม จะช่วยเพิ่มมุมมองในการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยั่งยืนในมิติอื่น ๆ ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). **คู่มือเปิดร้านค้าออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.dbd.go.th/data-storage/attachment/54da48c8471e7fa220c10894f.pdf>.
- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. (2561). **คู่มือการบริหารความเสี่ยง**. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ณัฐนันท์ เหล่าอยู่คง. (2555). **การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการทำโฆษณาแฝง โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงทางสื่อสังคมออนไลน์**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐธาดา โกคาพิพัฒน์. (2553). **ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการโฆษณาผ่าน Facebook**. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดลนภา รูปจันทร์. (2558). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียผ่านเฟสบุ๊กของผู้ขายสินค้ากลุ่มสุภาพสตรี**. เอกสารประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์. มปท.
- นิสา จันทรหอม. (2558). **อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการหลังการขายต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์**. Veridian E-journal Slipakorn University, 8(3), 691-705.
- พนิดานันท์ อังคสกุลเกียรติ. (2556). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าของผู้หญิงจากร้านค้าในสื่อสังคมออนไลน์จากเฟสบุ๊ก**. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุพเรศ พิริยพลพงศ์. (2558). **ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร**. เอกสารประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2016). **ประเทศไทย 4.0**. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.ftpi.or.th/2016/9835>.
- สังจวัฒน์ จารึกศิลป์. (2564). **การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการด้านกีฬาในยุคการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างพลิกผัน**. วารสารสหศาสตร์, 21(1), 1-13.
- สายฤดี พัฒนพจนานนท์ และนภวรรณ ตันติเวชกุล. (2556). **การรับรู้วิธีการส่งเสริมการขายบนเฟสบุ๊กแฟนเพจและผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค**. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 6(1), 111-129.

สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2558). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2566 จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.

อรพรรณ คงมาลัย. (2563). โครงการวิจัยเรื่อง “ยกระดับธุรกิจเริ่มต้น (Boost up New Entrepreneurs) ปี 2563”. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัญญา ดิษฐานนท์ และอรพรรณ คงมาลัย. (2565). โมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เข้าสู่ตลาดออนไลน์อย่างประสบความสำเร็จ. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 16(25), 1-24.

อัญญา ดิษฐานนท์ และอรพรรณ คงมาลัย. (2563). *เทคนิควิจัย ด้านการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรรถไกร พันธุ์ภักดี. (2559). การเปรียบเทียบผลการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดทุนทางสังคมระหว่างการใช้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 11(2), 46-61.

References

COSO. (2004). *Enterprise Risk Management-Integrated Framework*. New York: Permission Request Form.

eMarketer. (2022). *Global Ecommerce Forecast 2022*. Retrieved on February 27, 2023 from <https://www.insiderintelligence.com/content/global-ecommerce-forecast-2022>.

Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. London: SAGE Edge.

Hair, J. F., Balck, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New York: Pearson.

Hajli, N. (2012). An Integrated Model for E-commerce Adoption at the Customer Level with the Impact of Social Commerce. *International Journal of Information Science and Management*, 10(1), 77-97.

Hansen, J. D., & Riggle. (2009). Ethical Salesperson Behavior in Sales Relationships. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 29(2), 151-161.

Marinich M. (2020). *Relationship Between Risk Identification, Risk Response, and Project Success*. Retrieved on February 22, 2023 from <http://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/9971>.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.

Rolf T. W. (1997). Electronic Commerce: Definition, Theory, and Context. *The Information Society*, 13(1), 1-16. Retrieved on January 29, 2023 from <https://doi.org10.1080/019722497129241>.

คณะผู้เขียน

นางสาวธันย์นรี สุภาธีรวณิชย์

วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

Email: thannari.tnr@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.อรพรรณ คงมาลัย

วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

Email: korapan@tu.ac.th

ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุนสู่การวางแผนพัฒนาบุคลากร
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา
The Need for Self-Potential Development of Supporting Personnel
Into Personnel Development Planning at The School of Information and
Communication Technology, University of Phayao

รณชัย ทิพย์มณฑา*

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา

Ronnachai Thipmontha

School of Information and Communication Technology, University of Phayao

Received: March 14, 2023

Revised: April 22, 2023

Accepted: April 26, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง และ 2) ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 22 คน โดยวิธีเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เฉลี่ยรวมแต่ละข้อเกิน 0.5 ขึ้นไป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา 1) มีความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และมีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง อยู่ในระดับ มาก 2) เพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และมีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง อยู่ในระดับ มาก กลุ่มงานแผนงาน มีความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง อยู่ในระดับ มากที่สุด และมีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง อยู่ในระดับ มาก และกลุ่มงานบริหารทั่วไป งานวิชาการ งานปฏิบัติการ มีความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และมีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง อยู่ในระดับ มาก ทั้งนี้ ผลการวิจัยนี้ได้ใช้สำหรับการวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน และตอบสนองความต้องการของบุคลากรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และบรรลุเป้าหมายตามแผนที่กำหนด

คำสำคัญ: ความต้องการพัฒนาตนเอง บุคลากรสายสนับสนุน วางแผนพัฒนาบุคลากร

Abstract:

This research was survey research with the aim to study 1) the self-development needs of support personnel and the organizational development needs for self-development, and 2) the self-development needs of support personnel and the organizational development needs for self-development, classified by personal status. Purposive sampling was used to select 22 support personnel of the School of Information and Communication Technology at the University of Phayao. The tool used in the research was questionnaire that had an average correlation index between the question and the overall objective of more than 0.5. The statistics used for data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The research found that 1) support personnel of the School of Information Technology and Communication, University of Phayao had a high level of self-development needs and organizational development needs for self-development, 2) male and female employees between the ages of 30-40 and those aged 40 and above with a bachelor's and master's degree had a high level of self-development needs and organizational development needs for self-development, while the program planning group had the highest level of self-development needs and organizational development needs for self-development at the high level. In addition, the general administrative group, academic group, and operational group also had a high level of self-development needs and organizational development needs for self-development. This research result was used to plan human resource development that aligns with the organization's policies and vision and meets the needs of employees to achieve better work performance and meet the set goals.

Keywords: Self-improvement, Support Personnel, Personnel Development Plan

บทนำ

ในการบริหารองค์กร บุคลากรถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุดในการบริหารงาน ซึ่งการดำเนินงานจะบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ ขึ้นอยู่กับศักยภาพของบุคลากร ทั้งนี้ บุคลากรจะต้องมีความรู้ความสามารถ และต้องมีสมรรถนะที่เป็นไปตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ขององค์กร มีทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานที่ส่งผลประโยชน์ต่อองค์กร ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพบุคลากรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจาก การที่องค์กรมีบุคลากรที่มีความพร้อมในการปฏิบัติงานทั้งในด้านทักษะการปฏิบัติงาน ความรู้ และสมรรถนะที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องย่อมมีผลต่อความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ปฏิบัติของบุคลากร และส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และที่สำคัญ การเตรียมความพร้อมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่อสถานการณ์ในอนาคตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะจากสถานการณ์ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของฝุ่นละออง PM 2.5 และการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ในประเทศไทย ยังมียอดผู้ติดเชื้อสะสมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้แต่ละองค์กรมีความจำเป็นต้องจัดให้มีรูปแบบการปฏิบัติงานที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่ให้บุคลากรปฏิบัติงาน ณ ที่ทำงานเท่านั้น เปลี่ยนเป็นการปฏิบัติงานในรูปแบบ Work From Home หรือ Hybrid Working ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวเร่งให้แต่ละองค์กรต้องมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของตนเองให้มีทักษะในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์ การใช้งานระบบเครือข่าย และแอปพลิเคชันต่าง ๆ การประยุกต์รูปแบบวิธีการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น และปัจจุบันแต่ละองค์กรล้วนให้ความสำคัญต่อการ

พัฒนาบุคลากรในทุกระดับ เนื่องจาก การพัฒนาบุคลากรถือเป็นกระบวนการและวิธีการหนึ่งที่จะเสริมสร้าง และสามารถเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถ ทักษะ อุปนิสัย ทัศนคติ และวิธีการทำงานที่ดีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา แบ่งบุคลากรออกเป็น 2 ประเภท คือ บุคลากรสายวิชาการ มีหน้าที่สอน วิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และบุคลากรสายสนับสนุน มีหน้าที่ให้บริการ และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ประสานงานการจัดการเรียนการสอน การสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย บุคลากรสายสนับสนุนจึงถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการช่วยผลักดัน และขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้มุ่งเน้น และสนับสนุนให้บุคลากรสายสนับสนุนมีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นการอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน การศึกษาต่อการผลักดันให้บุคลากรก้าวเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อเป็นต้นแบบที่ดีงามในการดำรงชีวิต สร้างสรรค์ผลงาน และเป็นการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565-2569 ซึ่งได้จัดทำขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ประกาศราชกิจจานุเบกษา เรื่อง คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2562 แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 มาตรฐานการศึกษาของชาติ พ.ศ. 2561 แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563-2570 แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2580 นโยบายไทยแลนด์ 4.0 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยพะเยา (พ.ศ. 2565-2569) ประกอบกับแผนพัฒนาบุคลากรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีงบประมาณ 2565-2569 อยู่ระหว่างการจัดทำและการรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นงานที่อยู่ในความรับผิดชอบของผู้วิจัย ในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติงานบุคคล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญ และมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและการพัฒนาตนเองของบุคลากร อีกทั้ง ยังสามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อช่วยผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนาบุคลากรได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา
2. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

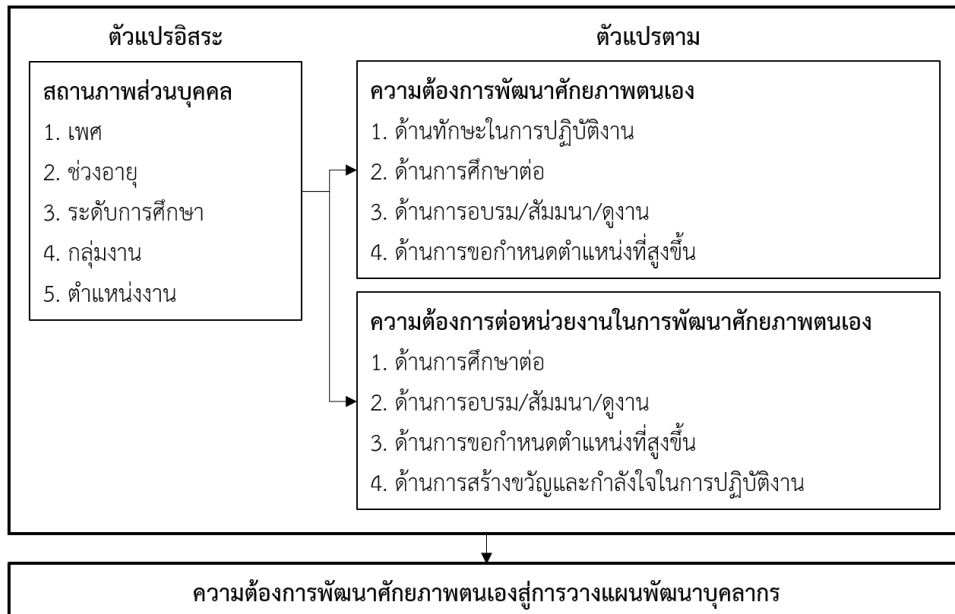
การพัฒนาบุคลากรเป็นหน้าที่ หรือภารกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งที่องค์กรต้องปฏิบัติ ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละองค์กร แต่ในระยะเริ่มแรกที่มีการพัฒนาบุคลากรนั้น มีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ที่แตกต่างตรงกันข้าม 2 แนวคิด (พิไลวรรณ อินทรักษา, 2550 อ้างอิงใน สำเนียง อสงุพันธ์กุล และคณะ, 2557) คือ 1) แนวคิดแบบดั้งเดิมเป็นแนวคิดที่มีมาดั้งเดิมว่า การพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นสำหรับองค์กร และมีใช่เป็นหน้าที่องค์กรที่จะต้องจัดการให้มีการพัฒนาบุคลากรแต่อย่างใด องค์กรมีหน้าที่เฉพาะเพียงแต่บังคับบัญชาควบคุมให้พนักงานแต่ละคนปฏิบัติตามหน้าที่ หรือคำสั่ง หรือตามที่ได้รับมอบหมาย ถ้าหากบุคคลต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ

ของตนจะต้องดิ้นรนชวนขายกันเองโดยลำพัง นอกจากนี้แนวคิดแบบไม่เชื่อว่าการพัฒนาบุคลากรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรคุ้มกับเวลา และค่าใช้จ่ายที่ต้องสูญเสียไป ในทางตรงกันข้ามกับแนวคิดเชื่อว่าหากองค์กรสามารถได้บุคคลที่มีความสามารถแต่แรกเข้ามาอยู่กับองค์กร บุคคลนั้นย่อมจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ทุกอย่างตลอดไป โดยไม่จำเป็นต้องเข้ารับการพัฒนาฝึกอบรมใด ๆ ดังนั้น องค์กรที่มีพื้นฐานความเชื่อนี้ จึงมุ่งเน้นที่การสรรหา และการคัดเลือกบุคลากรให้ได้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถสูงสุดมากกว่าที่จะดำเนินการพัฒนาบุคลากรของตน และ 2) แนวความคิดแบบสมัยใหม่เป็นแนวคิดที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับแนวความคิดแรก กล่าวคือ เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าการพัฒนาบุคลากรเป็นหน้าที่ที่สำคัญ และจำเป็นที่องค์กรทุกองค์กรต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอถึงแม้ว่าจะต้องสูญเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแต่องค์กรจะได้ประโยชน์มากกว่ามีเหตุที่สนับสนุนความเชื่อเช่นนี้น้อย 2 ประการ คือ 1) ถึงแม้ว่าองค์กรจะมีระบบการสรรหา และคัดเลือกบุคลากรที่ดี และสามารถได้ผู้ที่มีความรู้ และความสามารถเพียงใดก็ตาม แต่ก็มิได้เป็นหลักประกันได้ว่าบุคคลนั้นจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้ในทันที และตลอดไป โดยปราศจากการพัฒนาปรับปรุงตนเองอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อได้รับการเลื่อนตำแหน่ง หรือโอนย้ายไปปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งอื่นย่อมมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเป็นอย่างดีเสียก่อน 2) เนื่องจากในปัจจุบันได้มีการคิดค้น และนำเอาวิทยาการการบริหารสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา และอย่างแพร่หลาย จึงจำเป็นที่บุคคลทุกคนจะต้องปรับปรุงตนเองให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความคิดทันสมัย ก้าวทันโลกอยู่เสมอถึงจะไม่เสียเปรียบ หรือล้าหลังกว่าผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่ต้องดำเนินงานแข่งขันกับผู้อื่น ย่อมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาบุคลากรของตนเองให้มีความรู้ความสามารถที่สูงขึ้นอยู่เสมอ เพื่อความอยู่รอด และความเจริญก้าวหน้าขององค์กร ประกอบกับ Nadler & Wiggs (1989) ได้อธิบายว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรให้สูงขึ้น ซึ่งขอบเขตของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และจุดเน้น ประกอบด้วย 3 เรื่อง คือ 1) การฝึกอบรม 2) การให้การศึกษา 3) การพัฒนา

สรุปได้ว่าความสำคัญ และความจำเป็นของการพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กร เพราะทำให้บุคคลได้เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ และเจตคติในการปฏิบัติงานปรับตัวให้ทันกับวิทยาการเทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังช่วยให้ก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ทั้งยังทำให้หน่วยงานได้รับผลผลิตเพิ่มขึ้น และลดความสิ้นเปลือง เมื่อได้รับการพัฒนาแล้วความสามารถ และความประพฤติดของบุคลากรจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่องค์กรต้องการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาบุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งการกำหนดกรอบประเด็นการศึกษาและการคัดเลือกตัวแปรได้ถูกกำหนดมาจากการบริหารของหน่วยงานเพื่อให้เป็นไปตามบริบทและโครงสร้างการบริหารงาน ทั้งนี้ ขอบเขตของแผนพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน ประกอบด้วย ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน ด้านการศึกษาต่อ ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น และด้านการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เท่านั้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 22 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ บุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 22 คน เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยอยู่บนพื้นฐานของวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบแบบสอบถาม ทั้งนี้ แบบสอบถามนี้ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ด้วยการหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกัน ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) และมีผลการตรวจสอบมีค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละข้อเกิน 0.5 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามที่ได้นั้นมีมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา สายงาน และตำแหน่งงาน (ทั้งนี้ ในการสรุปและอภิปรายผล จะไม่นำข้อมูลตำแหน่งงานมาใช้ เนื่องจาก บางตำแหน่งงานมีผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งเพียงคนเดียว จึงไม่เหมาะสมหากนำข้อมูลดังกล่าวมาเผยแพร่)

ตอนที่ 2 ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทักษะการปฏิบัติงาน ด้านการศึกษาต่อ ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน/ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น

ตอนที่ 3 ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการศึกษา ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น ด้านการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-end Questionnaire)

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน 22 ชุด ให้กับบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 สัปดาห์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติ และเครื่องมือทางสถิติที่ใช้เพื่ออธิบายข้อมูล ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองตามปัจจัยส่วนบุคคล

การนำเสนอผลการวิจัย เพื่อให้ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ข้อมูลผลการวิจัยสำหรับการวางแผนพัฒนาบุคลากร เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน และตอบสนองความต้องการของบุคลากร รวมถึงเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นและบรรลุเป้าหมายตามแผนที่กำหนด

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของบุคลากรสายสนับสนุน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	7	31.82
หญิง	15	68.18
ช่วงอายุ		
30-40 ปี	15	68.18
40 ปีขึ้นไป	7	31.82
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	13	59.09
ปริญญาโท	9	40.91
กลุ่มงาน		
งานบริหารทั่วไป	6	27.27
งานวิชาการ	6	27.27
งานแผนงาน	6	27.27
งานปฏิบัติการ	4	18.19
ตำแหน่งงาน		
นักวิทยาศาสตร์	1	4.54
นักประชาสัมพันธ์	1	4.54
นักวิชาการคอมพิวเตอร์	1	4.54
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา	1	4.54
นักวิชาการพัสดุ	1	4.54
นักวิชาการเงินและบัญชี	1	4.54
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	1	4.54
นักวิชาการศึกษา	6	27.27
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	6	27.27
ครู	3	13.68

จากตารางที่ 1 ลักษณะสถานภาพส่วนบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 22 คน พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนที่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.18 ซึ่งมากกว่าเพศชาย ที่มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 บุคลากรสายสนับสนุนที่อยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี

มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.18 ซึ่งมากกว่าอยู่ในช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 บุคลากรสายสนับสนุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 59.09 ซึ่งมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท ที่มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 40.91 บุคลากรสายสนับสนุนที่อยู่ในกลุ่มงานบริหารทั่วไป งานวิชาการ งานแผนงาน มีจำนวนบุคลากรงานละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 ต่องาน ซึ่งมากกว่าบุคลากรสายสนับสนุนที่อยู่ในงานปฏิบัติการ ที่มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 18.19 บุคลากรสายสนับสนุนที่อยู่ในตำแหน่ง นักวิทยาศาสตร์ นักประชาสัมพันธ์ นักวิชาการคอมพิวเตอร์ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา นักวิชาการพัสดุ นักวิชาการเงิน และบัญชี นักวิเคราะห์นโยบายและแผน มีจำนวนบุคลากรตำแหน่งละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.54 ต่อตำแหน่ง ซึ่งมากกว่าบุคลากรสายสนับสนุนที่อยู่ในตำแหน่งนักวิชาการศึกษา เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ที่มีจำนวนตำแหน่งละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 ต่อตำแหน่ง

ตารางที่ 2 ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง

ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การวิเคราะห์ และการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานอย่างเป็นระบบ	4.23	0.69	มากที่สุด
2. การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษสำหรับปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ	4.00	0.76	มาก
3. การสื่อสารระหว่างบุคคล และการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ	4.14	0.71	มาก
รวม	4.12	0.71	มาก
ด้านการศึกษาต่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การศึกษาต่อในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่รับผิดชอบ	3.55	0.96	มาก
2. การศึกษาต่อในหลักสูตรที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่รับผิดชอบ แต่สามารถนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้	3.59	0.85	มาก
3. การศึกษาต่อในหลักสูตรที่ตนเองสนใจเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะของตนเอง แม้ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง	3.59	0.80	มาก
รวม	3.58	0.86	มาก
ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ปฏิบัติ	4.27	0.70	มากที่สุด
2. การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่รับผิดชอบ แต่สามารถนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.18	0.59	มาก
3. การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่ตนเองสนใจเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะของตนเองแม้ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง	4.00	0.69	มาก
รวม	4.15	0.66	มาก
ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน สำหรับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น	3.95	0.84	มาก
2. การจัดทำผลงานวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ หรืองานวิจัย สำหรับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น	3.95	0.79	มาก
3. การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น	3.95	0.72	มาก
รวม	3.95	0.77	มาก
ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองในภาพรวม	3.95	0.79	มาก

จากตารางที่ 2 ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.95, S.D.=0.79) ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน ภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.12, S.D.=0.71) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวิเคราะห์ และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานอย่างเป็นระบบ อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.23, S.D.=0.69) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล และการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.14, S.D.=0.71) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษ สำหรับปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.76) ด้านการศึกษาต่อ ภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.58, S.D.=0.86) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และเท่ากัน แต่แตกต่างกันที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ การศึกษาต่อในหลักสูตรที่ตนเองสนใจ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะของตนเองแม้ไม่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบโดยตรง อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.59, S.D.=0.80) และการศึกษาต่อในหลักสูตรที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่รับผิดชอบ แต่สามารถนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.59, S.D.=0.85) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การศึกษาต่อในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่รับผิดชอบ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.55, S.D.=0.96) ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน ภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.15, S.D.=0.66) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.27, S.D.=0.70) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่รับผิดชอบ แต่สามารถนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.18, S.D.=0.59) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่ตนเองสนใจเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะของตนเองแม้ไม่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบโดยตรง อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.69) ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น ภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.95, S.D.=0.77) ซึ่งทั้ง 3 รายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน แต่แตกต่างกันที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ การอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.95, S.D.=0.72) การจัดทำผลงานวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ หรืองานวิจัย สำหรับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.95, S.D.=0.79) การจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน สำหรับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.95, S.D.=0.84)

ตารางที่ 3 ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง

ด้านการศึกษาต่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. หน่วยงานสนับสนุนให้ศึกษาต่อในทุกระดับการศึกษา	3.86	0.70	มาก
2. หน่วยงานสนับสนุนให้ศึกษาต่อแบบเต็มเวลา/ใช้เวลาบางส่วน	3.64	1.00	มาก
3. หน่วยงานกำหนดนโยบายในการสนับสนุนให้มีการศึกษาต่ออย่างชัดเจน	3.86	0.83	มาก
รวม	3.79	0.87	มาก
ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการเข้าร่วมอบรม/สัมมนา/ดูงานอย่างเพียงพอ	3.77	0.87	มาก
2. หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการอบรม/สัมมนา/ดูงาน ณ ต่างประเทศ	3.55	1.18	มาก
3. หน่วยงานสนับสนุนให้สามารถอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่ตนเองสนใจเพื่อเพิ่มพูนความรู้ของตนเอง แม้ไม่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรง แต่สามารถนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.14	0.89	มาก
รวม	3.82	1.01	มาก
ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. หน่วยงานจัดกิจกรรมการอบรมเพื่อให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการขอตำแหน่งที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.14	0.99	มาก
2. หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำผลงานวิชาการ	4.23	0.81	มากที่สุด
3. หน่วยงานจัดให้มีที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ ในการให้คำแนะนำ ชี้แนะ หรือช่วยให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหา	4.00	0.98	มาก
รวม	4.12	0.92	มาก
ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. หน่วยงานเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการจัดทำนโยบายของหน่วยงาน	4.09	0.81	มาก
2. หน่วยงานสร้างขวัญและกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงานเมื่องานประสบผลสำเร็จ	4.14	0.83	มาก
3. หน่วยงานพิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรม	3.91	0.81	มาก
รวม	4.05	0.81	มาก
ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองในภาพรวม	3.94	0.91	มาก

ตารางที่ 3 ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.94, S.D.=0.91) ด้านการศึกษาต่อ ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$ =3.79, S.D.=0.87) ซึ่งรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดและเท่ากัน แต่แตกต่างกันที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ หน่วยงานสนับสนุนให้ศึกษาต่อในทุกระดับการศึกษา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.86, S.D.=0.70) และหน่วยงานกำหนดนโยบายในการสนับสนุนให้มีการศึกษาต่ออย่างชัดเจน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.86, S.D.=0.83) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ หน่วยงานสนับสนุนให้ศึกษาต่อแบบเต็มเวลา/ใช้เวลาบางส่วน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.64, S.D.=1.00) ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.82, S.D.=1.01) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หน่วยงานสนับสนุนให้สามารถอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่ตนเองสนใจเพื่อเพิ่มพูนความรู้ของตนเอง

แม้ไม่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบโดยตรง แต่สามารถนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.14$, S.D.=0.89) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการเข้าร่วมอบรม/สัมมนา/ดูงาน อย่างเพียงพอ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.87) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการอบรม/สัมมนา/ดูงาน ณ ต่างประเทศอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=3.55$, S.D.=1.18) ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ($\bar{X}=4.12$, S.D.=0.92) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำผลงานวิชาการ อยู่ในระดับ มาก ที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.81) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ หน่วยงานจัดกิจกรรมการอบรมเพื่อให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.14$, S.D.=0.99) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ หน่วยงานจัดให้มีที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ ในการให้คำแนะนำ ชี้แนะ หรือช่วยให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.98) ด้านการการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.81) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หน่วยงานสร้างขวัญ และกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงานเมื่องานประสบผลสำเร็จ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.14$, S.D.=0.83) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ หน่วยงานเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการจัดทำนโยบายของหน่วยงาน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.81) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ หน่วยงานพิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.81)

ตารางที่ 4 ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน		ด้านการศึกษาต่อ		ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน		ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น		รวม		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
เพศ											
ชาย	4.14	0.79	3.67	1.20	4.29	0.64	4.05	0.80	4.04	0.90	มาก
หญิง	4.00	0.68	3.53	1.03	4.29	0.67	3.91	0.80	3.91	0.73	มาก
ช่วงอายุ											
30-40 ปี	4.29	0.66	3.84	0.72	4.20	0.66	4.07	0.81	4.10	0.73	มาก
40 ปีขึ้นไป	3.76	0.70	3.00	0.84	4.05	0.67	3.71	0.64	3.63	0.80	มาก
ระดับการศึกษา											
ปริญญาตรี	4.13	0.66	3.36	0.67	4.18	0.76	4.03	4.03	3.92	0.79	มาก
ปริญญาโท	4.11	0.80	3.89	1.01	4.11	0.51	3.85	0.72	3.99	0.78	มาก
กลุ่มงาน											
งานบริหารทั่วไป	4.11	0.76	3.50	0.51	4.17	0.62	3.83	0.92	3.90	0.75	มาก
งานวิชาการ	4.06	0.80	3.56	1.04	4.22	0.73	3.94	0.80			มาก
งานแผนงาน	4.28	0.57	3.89	0.83	4.28	0.67	4.39	0.50			มาก
งานปฏิบัติการ	4.00	0.74	3.25	0.97	3.83	0.58	3.50	0.52			มากที่สุด
									3.65	0.76	มาก

จากตารางที่ 4 ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ภาพรวม พบว่า เพศชายและเพศหญิง อยู่ในระดับ มาก โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.90) และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=3.91$, S.D.=0.73) ช่วงอายุ

($\bar{X}$ =3.94, S.D.=0.80) งานบริหารทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.83, S.D.=0.92) และงานปฏิบัติการ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.50, S.D.=0.52)

ตารางที่ 5 ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	ด้านการศึกษาต่อ		ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน		ด้านการขอตำแหน่งที่สูงขึ้น		ด้านการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน		รวม		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
เพศ											
ชาย	3.90	1.00	3.90	1.00	4.62	0.59	4.33	0.58	4.19	0.86	มาก
หญิง	3.73	0.81	3.78	1.02	3.89	0.95	3.91	0.87	3.83	0.91	มาก
ช่วงอายุ											
30-40 ปี	3.82	0.98	3.98	1.06	4.24	0.88	4.07	0.84	4.03	0.92	มาก
40 ปีขึ้นไป	3.71	0.56	3.48	1.03	3.68	0.96	4.00	0.77	3.76	0.86	มาก
ระดับการศึกษา											
ปริญญาตรี	3.79	0.89	3.72	1.10	3.87	1.00	3.92	0.93	3.83	0.98	มาก
ปริญญาโท	3.78	0.85	3.96	0.85	4.48	0.64	4.22	0.58	4.11	0.78	มาก
กลุ่มงาน											
งานบริหารทั่วไป	3.89	0.90	3.94	1.00	3.89	0.90	3.94	0.87	3.92	0.90	มาก
งานวิชาการ	3.83	0.71	3.56	0.98	4.11	0.76	4.06	0.64	3.89	0.80	มาก
งานแผนงาน	3.78	0.81	3.83	1.15	4.22	1.00	3.89	0.83	4.01	0.95	มาก
งานปฏิบัติการ	3.58	1.16	4.00	0.85	4.33	1.07	4.42	0.90	4.08	1.03	มาก

จากตารางที่ 5 ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ภาพรวม พบว่า เพศชาย และเพศหญิง อยู่ในระดับ มาก โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.19, S.D.=0.86) และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.83, S.D.=0.91) ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับ มาก โดยช่วงอายุ 30-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.03, S.D.=0.92) และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.76, S.D.=0.86) ระดับการศึกษา ปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาโท อยู่ในระดับ มาก โดยระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.83, S.D.=0.98) และระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.11, S.D.=0.78) กลุ่มงานที่มีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองสูงที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับ มาก คือ งานปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.08, S.D.=1.03) งานแผนงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.01, S.D.=0.95) งานบริหารทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.92, S.D.=0.90) และงานวิชาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.89, S.D.=0.80) ด้านการศึกษาต่อ เพศชายและเพศหญิง อยู่ในระดับ มาก โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.90, S.D.=1.00) และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.73, S.D.=0.81) ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับ มาก โดยช่วงอายุ 30-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.82, S.D.=0.98) และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.71, S.D.=0.56) ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาโท อยู่ในระดับ มาก โดยระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.79,

S.D.=0.89) และระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.78, S.D.=0.85) กลุ่มงานที่มีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองสูงที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับ มาก คือ งานบริหารทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.89, S.D.=0.90) งานวิชาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.83, S.D.=0.71) งานแผนงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.78, S.D.=0.81) และงานปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.58, S.D.=1.16) ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน เพศชายและเพศหญิง อยู่ในระดับ มาก โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.90, S.D.=1.00) และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.78, S.D.=1.02) ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับ มาก โดยช่วงอายุ 30-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.98, S.D.=1.06) และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.48, S.D.=1.03) ระดับการศึกษาปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาโท อยู่ในระดับ มาก โดยระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.72, S.D.=1.10) และระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.96, S.D.=0.85) กลุ่มงานที่มีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองสูงที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับ มาก คือ งานปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.85) งานบริหารทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.94, S.D.=1.00) งานแผนงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.83, S.D.=1.15) และงานวิชาการ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.56, S.D.=0.98) ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น เพศชาย อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.62, S.D.=0.59) และเพศหญิง อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.89, S.D.=0.95) ช่วงอายุ 30-40 ปี อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.24, S.D.=0.88) ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.68, S.D.=0.96) ระดับการศึกษาปริญญาตรี อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.87, S.D.=1.00) และระดับการศึกษาปริญญาโท อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.48, S.D.=0.64) กลุ่มงานที่มีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองที่สูงที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ งานปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.33, S.D.=1.07) งานแผนงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.22, S.D.=1.00) งานวิชาการ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.11, S.D.=0.76) และงานบริหารทั่วไป อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.89, S.D.=0.90) ด้านขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เพศชาย อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.33, S.D.=0.58) และเพศหญิง อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.91, S.D.=0.87) ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับ มาก โดยช่วงอายุ 30-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.07, S.D.=0.84) และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.77) ระดับการศึกษาปริญญาตรี อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.92, S.D.=0.93) และระดับการศึกษาปริญญาโท อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.22, S.D.=0.58) กลุ่มงานที่มีความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเองสูงที่สุด คือ งานปฏิบัติการ อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.42, S.D.=0.90) รองลงมาตามลำดับคือ งานวิชาการ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.06, S.D.=0.64) งานบริหารทั่วไป อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.94, S.D.=0.87) และงานแผนงาน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =3.89, S.D.=0.83)

อภิปรายผล

1. ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง โดยรวม อยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิษา กลิ่งพงษ์, สุพร ตั้งสมวรพงษ์ และอรรณพ โพธิสุข (2556) วิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายปฏิบัติการ คณะพิษณัชศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผลการวิจัย พบว่า บุคลากรมีความต้องการพัฒนาตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน มีระดับความต้องการมากที่สุด และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การอบรม/สัมมนา/ดูงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ปฏิบัติ มีระดับความต้องการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองในด้านการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและวิธีการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ

ซึ่งในการไปเข้าร่วมอบรม/สัมมนา/ดูงานจะช่วยให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญส่ง ลีละชาติ (2559) วิจัยเรื่อง ความต้องการในการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการของ คณะแพทยศาสตร์ ด้านการฝึกอบรม และการศึกษาดูงานมีความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง อยู่ในระดับ มาก และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัศร พลาบดีวัฒน์, อารมณ์ ดินาน และนุจรีย์ ไชยมงคล (2560) วิจัยเรื่อง ปัญหา และ ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งผลการวิจัย พบว่า บุคลากร คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความต้องการพัฒนาตนเองในด้านการฝึกอบรมมากที่สุด เนื่องจากการ ฝึกอบรมจะทำให้บุคลากรได้เพิ่มพูนความรู้ และพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น มีระดับความต้องการมากที่สุด และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความต้องการ ให้หน่วยงานสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำผลงานวิชาการมีระดับความต้องการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าบุคลากร สายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองใน ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาวิชาชีพโดยตรงของผู้ปฏิบัติงาน และยังสามารถทำให้บุคลากร มีความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ ที่สำคัญการขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้นนั้น จะต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้าน เอกสารต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก เช่น การจัดทำเอกสารประเมินค่างาน การจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน การศึกษาวิจัย และการ ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน ดังนั้นบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จึง มีความต้องการต่อหน่วยงานในด้านการสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำผลงานทางวิชาการเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีดิตร สระทองฮ่อม (2560) วิจัยเรื่อง การพัฒนาตนเองของ พนักงานสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งผลการวิจัย พบว่า สำหรับบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่มี ความต้องการเข้าสู่ตำแหน่ง หน่วยงานควรส่งเสริมให้บุคลากรมีโอกาสก้าวหน้า และทำผลงานเพื่อขอปรับตำแหน่ง ให้สูงขึ้นกว่าในระดับที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเกียรติธิดา ภูมิเพ็ง (2564) วิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการและแรงจูงใจในการทำงานวิจัยสถาบันของบุคลากร สายสนับสนุนวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งผลการวิจัย พบว่า มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรผลิตผลงานวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ ซึ่งการทำงานวิจัยสถาบันเป็นการแก้ไขปัญหาตามหลักวิชาที่ใช้องค์ความรู้ด้าน การวิจัย สถิติเพื่อการวิจัย ซึ่งเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ

2. ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง จำแนก ตามสถานภาพส่วนบุคคล ความต้องการพัฒนาตนเอง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยรวม พบว่า เพศชาย และ เพศหญิง ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโทมีระดับความต้องการ ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับ มาก กลุ่มงานแผนงานมีระดับความต้องการอยู่ในระดับ มากที่สุด และกลุ่มงานบริหารทั่วไป งานวิชาการ งานปฏิบัติการ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับ มาก

ความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาตนเอง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยรวม พบว่า เพศชาย และเพศหญิง ช่วงอายุ 30-40 ปี และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท กลุ่มงาน ปฏิบัติการ งานแผนงาน งานบริหารทั่วไป งานวิชาการ มีระดับความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับ มาก

แสดงให้เห็นว่าถึงแม้จะมีความแตกต่างที่สถานภาพส่วนบุคคล แต่การรับรู้ข้อมูล และความต้องการในการ พัฒนาศักยภาพตนเอง และความต้องการต่อหน่วยงานในการพัฒนาศักยภาพตนเอง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากหน่วยงานมีการกำหนดนโยบาย และแผนพัฒนาบุคลากรไว้อย่างชัดเจน และมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่จำเป็นต้องรู้ให้บุคลากรทราบอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น สถานภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจึงไม่มีผลต่อการพัฒนา ศักยภาพตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญส่ง ลีละชาติ (2559) วิจัยเรื่อง ความต้องการในการพัฒนาบุคลากรสาย สนับสนุนวิชาการ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ

ของคณะแพทยศาสตร์ที่มีเพศ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา สังกัดงาน ตำแหน่งงาน ต่างกัน มีความต้องการพัฒนาตนเองในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรวดี ยี่มี และมณฑลชัย โพล้งศิริ (2562) วิจัยเรื่องความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า สถานภาพที่มีความแตกต่างกัน ด้านเพศ อายุงาน ระดับการศึกษา สังกัดงาน ตำแหน่งงาน มีผลต่อความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารควรรับฟังและเปิดโอกาสให้บุคลากรสายสนับสนุนได้มีโอกาสคิดและนำเสนอวิธีการทำงานหรือแนวทางแก้ปัญหาทางที่เกิดขึ้นด้วยตัวเอง เพื่อเป็นการเสริมทักษะส่วนตัวและช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ในการบริหารงานของผู้บริหารได้
2. ด้านการศึกษาต่อเนื่องจากมหาวิทยาลัยพะเยา ไม่มีนโยบายในการปรับฐานเงินเดือนตามวุฒิการศึกษาของบุคลากรสายสนับสนุน ดังนั้นการเปิดโอกาสให้บุคลากรสายสนับสนุนได้ศึกษาในหลักสูตรที่ตนเองสนใจ จึงไม่ได้มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน และยังส่งผลดีต่อการสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้
3. ด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน เนื่องจากปัจจุบันหน่วยงานมีงบประมาณในการสนับสนุนให้บุคลากรสายสนับสนุนพัฒนาศักยภาพตนเองในด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน เพียงคนละ 5,000 บาท ซึ่งงบประมาณดังกล่าวนี้ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาศักยภาพตนเอง ดังนั้นหน่วยงานจึงควรพิจารณาเพิ่มงบประมาณในการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน ในด้านการอบรม/สัมมนา/ดูงาน มากขึ้น
4. ด้านการขอกำหนดตำแหน่งที่เนื่องจากปัจจุบัน มหาวิทยาลัยพะเยาได้ออกข้อบังคับ ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการขอตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ในปี พ.ศ. 2564 จึงทำให้บุคลากรสายสนับสนุนทุกคนมีความสนใจ และให้ความสำคัญในการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ดังนั้นผู้บริหารควรมีการผลักดัน และสนับสนุนให้บุคลากรสายสนับสนุนได้เข้าร่วม หรือจัดกิจกรรมอบรม/สัมมนา/ดูงาน ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการขอตำแหน่งที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
5. ด้านการสร้างขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานผู้บริหารควรมีการสร้างขวัญ และกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงานเมื่องานประสบผลสำเร็จ และควรมีการพิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหา อุปสรรค หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติขิภา ภูมิเพ็ง. (2564). การศึกษาความต้องการและแรงจูงใจในการทำงานวิจัยสถาบันของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีรวดี ยี่มี และมณฑลชัย โพล้งศิริ. (2562). ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญส่ง ลีละชาต. (2559). ความต้องการในการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ คณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภัสสร พลาบดีวัฒน์, อภรณ์ ตีนาน และนุจรี ไชยมงคล. (2560). ปัญหาและความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 25(4), 21-31.

ปรีฉัตร สระทองฮ่วม. (2560). การพัฒนาตนเองของพนักงานสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. **วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**, 4(1), 84-93.

สุนิชา กลิ่งพงษ์, สุวพร ตั้งสมวรพงษ์ และอรรณพ โพธิสุข. (2556). ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายปฏิบัติการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 7(2), 68-82.

สำเนียง อนุพันธ์กุล, อุไรวรรณ สมบัติศิริ, เจนศักดิ์ เอกบุรณะวัฒน์, ธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์, ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์. (2557). **โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

References

Nadler & Wiggs. (1989). **Managing Human Resources Development**. San Francisco, California: Jossey-Bass.

ผู้เขียน

นายรณชัย ทิพย์มณฑา

บุคลากรชำนาญการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา
19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
e-mail: ronnachai.ict@gmail.com

การบำบัดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นด้วยวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ในเด็กออทิสติก
Treatment of Echolalia using Cues-Pause-Point in Children with
Autism Spectrum Disorder

ณัฐวิภา วาณิชยเจริญ* และสุภาพร ชินชัย
คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Natwipa Wanicharoen* and Supaporn Chinchai
Faculty of Associated Medical Sciences, Chiang Mai University

Received: August 4, 2022

Revised: September 19, 2022

Accepted: September 22, 2022

บทคัดย่อ

ออทิสติกเป็นความผิดปกติของพัฒนาการที่มีลักษณะหลัก คือ บกพร่องในการสื่อสารทางสังคม และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมรวมทั้งมีพฤติกรรม กิจกรรรม และความสนใจ เป็นแบบแผนซ้ำ ๆ จำกัดเฉพาะบางเรื่อง และไม่ยืดหยุ่น โดยความผิดปกตินี้เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงวัยเด็ก อาการหลักของออทิสติกมักเกี่ยวข้องกับความล่าช้าทางด้านความเข้าใจภาษาและการแสดงออกทางภาษา รวมทั้งด้านการสื่อสาร บุคคลออทิสติกประมาณ 75% มีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น ปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุที่แท้จริงของการเกิดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น อย่างไรก็ตามได้มีการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความผิดปกติของการควบคุมสารโดปามีนในสมองกลีบหน้า ซึ่งเป็นกลไกทางระบบประสาทที่นำไปสู่อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น การรักษาด้วยวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ในเด็กออทิสติกเป็นการฝึกปรับพฤติกรรม เพื่อบำบัดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น มีงานวิจัยสนับสนุนประสิทธิผลของวิธีดังกล่าวนี้ว่าสามารถลดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันที ซึ่งนักแก้ไขการพูดมีบทบาทสำคัญในการบำบัดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติก

คำสำคัญ ออทิสติก อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น การชี้แนะ-หยุด-ชี้

Abstract

Autism is a developmental disorder characterized by impairment in social communication and social interaction, and restricted, repetitive patterns of behavior, interest, and activities. This disorder occurs in early childhood. The main symptoms are usually related to the delay in language comprehension and expression, including communication. About 75% of individuals with autism have echolalia. At the present, the exact cause of echolalia is unknown. However, it is hypothesized to be associated with dopaminergic dysregulation and frontal lobe dysfunction, which is a neurological mechanism that leads to this symptom. Training with the cue-pause-point method is a behavioral technique to treat echolalia. Several studies have shown that this type of training is

effective and be able to reduce echolalia immediately. Speech-language pathologists play an important role in the treatment of echolalia in children with autism.

Keywords: Autism, Echolalia, Cue-pause-point

บทนำ

ตามเกณฑ์คู่มือการวินิจฉัยโรคทางจิตเวชของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ฉบับที่ 5 ออทิสติก (Autism Spectrum Disorder: ASD) เป็นความผิดปกติของพัฒนาการที่มีลักษณะหลัก คือ ความบกพร่องด้านการสื่อสารทางสังคม และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Communication and Social Interaction) รวมทั้งมีพฤติกรรม กิจกรรม และความสนใจเป็นแบบแผนซ้ำ ๆ จำกัดเฉพาะบางเรื่อง และไม่ยืดหยุ่น (Restricted, Repetitive Patterns of Behavior, Interest or Activities) ซึ่งความผิดปกติเหล่านี้เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงวัยเด็ก (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (5th ed., DSM-5) American Psychiatric Association (APA), 2013) ความชุกของออทิสติกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 1–2 ของประชากรในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชีย มีภาวะออทิสซึม โดยพบว่า เพศชาย มีแนวโน้มเป็นออทิสติกมากกว่าเพศหญิง โดยทั่วไปแล้วออทิสติกจะได้รับการวินิจฉัยเมื่ออายุ 3 ปีขึ้นไป อย่างไรก็ตามลักษณะเด่นของอาการออทิสติกสามารถสังเกตได้ตั้งแต่อายุประมาณ 12 เดือน (APA, 2013; National Institute of Mental Health, 2015)

ปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุที่แท้จริงของการเกิดออทิสติก แต่มีงานวิจัยศึกษาว่าออทิสติกเป็นหนึ่งในความบกพร่องทางจิตใจ และทางพัฒนาการอันเนื่องมาจากการเชื่อมโยงที่ผิดปกติระหว่างสมองส่วนต่าง ๆ (Matson et al., 2012) สมองของมนุษย์เป็นหนึ่งในอวัยวะที่มีโครงสร้างทางพันธุกรรมที่ซับซ้อน และมีการเชื่อมต่อประสานกันระหว่างเซลล์ประสาทต่าง ๆ การเชื่อมต่อนี้เรียกว่าเป็น “Scale-free Network” ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการเซลล์ประสาทนี้ จะเชื่อมโยงกันอย่างรวดเร็วพร้อมกับสร้างแผนผังเส้นใยประสาทจำนวนจุดเชื่อมต่อของเซลล์ประสาทเกิดขึ้นอย่างมาก ยังมีการกระตุ้นของวงจรภายในสมอง และสมองได้รับข้อมูลสะสมเพิ่มมากขึ้นเท่าไรก็จะมี การเชื่อมต่อประสานกันระหว่างเซลล์ประสาทต่าง ๆ ให้เกิดแผนภาพภายในสมองมากขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานของสมอง และการพัฒนาทางสติปัญญาสามารถทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความผิดปกติทางระบบประสาทได้ดียิ่งขึ้น (Bosl et al., 2011) งานวิจัยของ Zhan et al., (2014) พบว่า พฤติกรรมซ้ำ ๆ ของความบกพร่องของการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และกระบวนการสื่อสารประสาท หรือการสื่อสารผ่านไซแนปส์นั้นมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดแต่ง หรือสลายจุดเชื่อมต่อของไมโครเกลียที่ผิดปกติ

นอกจากปัจจัยด้านพันธุกรรมแล้วนั้น ยังมีปัจจัยแวดล้อมที่เกิดจากสารปรอท การฉายรังสี และไอเสียจากน้ำมันดีเซลมีส่วนเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเกิดออทิสติก ศูนย์ควบคุมและป้องกันโรครายงานว่ามารดาที่ติดเชื้อไวรัสใช้ยาแก้ปวด และยากดภูมิคุ้มกันระหว่างตั้งครรภ์ และมารดาที่สัมผัสกับยาฆ่าแมลง ส่งผลกระทบต่อระบบประสาทส่วนกลางของทารกในครรภ์ (Centers for Disease Control and Prevention, 2014)

พัฒนาการทางภาษา และการสื่อสารมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับออทิสติก ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเป็นเด็กออทิสติกมักมีความกังวลเกี่ยวกับพัฒนาการทางภาษาเนื่องจาก พบว่า เด็กมีความล่าช้า หรือการถดถอยด้านพัฒนาการทางการพูด (Short & Schopler, 1988) ตามเกณฑ์อาการหลักของออทิสติกมักเกี่ยวข้องกับ ความล่าช้าทางด้านความเข้าใจภาษา และการแสดงออกทางภาษา (Prizant & Duchan, 1981; Rutter, 1978)

นอกจากนี้ความบกพร่องทางด้านภาษาในเด็กออทิสติกมีทั้งด้านสัทศาสตร์ โครงสร้างไวยากรณ์ อรรถศาสตร์ วจนปฏิบัติศาสตร์ และอวัจนภาษา (Kostyuk et al., 2010) ความบกพร่องทางการสื่อสารของเด็กออทิสติกแต่ละบุคคลแตกต่างกัน (Tager-Flusberg & Caronna, 2007) เช่น เด็กออทิสติกบางคนมีคลังคำศัพท์ สติปัญญา และทักษะ

สังคมดีในขณะที่เด็กออทิสติกบางคนอาจไม่สามารถพูดสื่อสาร เพื่อบอกสิ่งที่ต้องการได้ เด็กออทิสติกมักไม่สามารถใช้ภาษาท่าทางได้เช่นกัน นอกจากนี้เด็กออทิสติกบางคนใช้โทนเสียงสูง หรือใช้คำพูดเหมือนหุ่นยนต์รวมทั้งเด็กออทิสติกมักไม่ตอบสนองต่อคำพูดของผู้อื่น และไม่ตอบสนองต่อการเรียกชื่อของตนเอง ดังนั้นความบกพร่องทางการสื่อสารจึงเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับเด็กออทิสติก

บุคคลออทิสติกมากกว่า 50% ไม่สามารถพัฒนาทางภาษาที่สามารถนำไปใช้งานได้ (Functional Vocal Language) (Graziano, 2002) จากงานวิจัยของ DeMyer และคณะ พบว่า พัฒนาการทางภาษาที่ใช้งานได้นั้นมีความสัมพันธ์กับการพยากรณ์โรค หรือผลลัพธ์ระยะยาวในเด็กออทิสติก (DeMyer et al., 1973) ความสามารถในการแสดงออกทางภาษาของเด็กออทิสติก เมื่ออายุ 5 ปีนั้น เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการแยกแยะความแตกต่างระหว่างกลุ่มออทิสติกที่มีศักยภาพสูงกับกลุ่มออทิสติกที่มีศักยภาพต่ำ (Rutter, 1970)

นอกจากนี้การแสดงพฤติกรรมซ้ำ ๆ และมากเกินไปสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมการเปล่งเสียงซึ่งเรียกว่า “อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น” หรือ “Echolalia” (Stribling et al., 2007) อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นได้มีการกล่าวถึงครั้งแรกโดย Leo Kanner ในปี ค.ศ. 1943 (Kanner, 1943) อาการดังกล่าวนี้เป็นหนึ่งในลักษณะของความผิดปกติของบุคคลออทิสติก (APA, 2000) ประมาณ 75% ของเด็กออทิสติกมีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น (Prizant 1983; Van Santen, Sproat, & Hill, 2013) อาการนี้เป็นหนึ่งในลักษณะเด่นประการหนึ่งของการเปี่ยมเบนทางภาษา และการพูดในบุคคลออทิสติก

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

ความหมายของอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น

อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น หมายถึง การพูดซ้ำบางส่วน หรือทั้งหมดของคำ วลี ประโยคก่อนหน้านี้อย่างไม่เหมาะสม (Karmali et al., 2005; Stribling et al., 2007; Valentino et al., 2012) การพูดซ้ำอาจได้ยืมมาจากบุคคลอื่น โทรทัศน์ หรือสื่อต่าง ๆ เช่น เพลง หรือภาพยนตร์

ตามเกณฑ์คู่มือการวินิจฉัยโรคทางจิตเวชของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ฉบับที่ 5 ในหลักเกณฑ์การวินิจฉัยข้อ B ด้านมีแบบแผนพฤติกรรม ความสนใจ หรือกิจกรรมที่จำกัด ซ้ำ ๆ นั้น มีหลักเกณฑ์ย่อย ดังนี้

B1) โยกไปโยกมา หรือมีการเคลื่อนไหว ใช้วัตถุสิ่งของ หรือพูดซ้ำ ๆ

B2) ไม่ยอมเปลี่ยนแปลง ไม่ยืดหยุ่นไปจากกิจวัตรที่เคยทำ แบบแผนคำพูด หรือพฤติกรรม

B3) ความสนใจในสิ่งต่าง ๆ มีจำกัด และยึดติดอย่างมาก ซึ่งเป็นภาวะที่ผิดปกติทั้งในแง่ของความรุนแรง หรือสิ่งที่สนใจ

B4) ระบบรับรู้สัมผัสไวเกิน หรือเฉื่อยเกิน หรือสนใจตัวกระตุ้นระบบรับรู้สัมผัสอย่างไม่เหมาะสม

การวินิจฉัยออทิสติกนั้น อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นจัดอยู่ในหลักเกณฑ์ข้อ B1 ตามเกณฑ์คู่มือการวินิจฉัยโรคทางจิตเวชของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ฉบับที่ 5 โดยให้ความหมายของอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นว่าเกี่ยวข้องกับพยาธิสภาพคล้ายนกแก้วนกขุนทอง ใช้คำซ้ำ หรือใช้วลีที่บุคคลอื่นเพิ่งพูด โดยจัดเป็น “พฤติกรรมที่จำกัด และซ้ำซาก” ของความผิดปกติในบุคคลออทิสติก (APA, 2013)

ประเภทของอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น

อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันที (Immediate Echolalia) เช่น เมื่อได้ยินบุคคลอื่นถาม “หนูชื่ออะไรคะ” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “หนูชื่ออะไรคะ” หรือเมื่อได้ยินบุคคลอื่นถาม “หิวไหม” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “หิวไหม” ซึ่งอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันทีจะเกิดขึ้นหลังการพูดภายในไม่กี่วินาที Prizant และ Duchan (1981) ได้แบ่งหน้าที่ของการพูดเลียนแบบของคนอื่นแบบทันที ได้แก่

1.1) มีการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive) แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

1.1.1) การสนทนาแบบผลัดกันพูดคุย (Turn-taking) มีคำพูดที่เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนทาง วจนภาษา เช่น เมื่อได้ยินแม่ถามว่า “ไปบ้านคุณยายไหม” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “ไปบ้านคุณยายไหม” ในขณะเดียวกัน เด็กหันไปมองที่แม่

1.1.2) การบอกเล่า (Declarative) มีคำพูดที่ใช้เรียกชื่อสิ่งของ หรือบอกการกระทำร่วมกับการใช้ภาษา ทำทาง เช่น เมื่อได้ยินแม่พูดว่า “ชื่อน้ำส้ม” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “ชื่อน้ำส้ม” ในขณะเดียวกันเด็กแตะที่ขวดน้ำส้ม แต่ไม่ได้พยายามจะตักน้ำส้มจากขวด

1.1.3) การตอบ “ใช่” (“Yes” Answer) มีคำพูดที่ใช้เพื่อตกลงคำพูดก่อนหน้านี้ เช่น เมื่อได้ยินแม่ถาม “ไปว่ายน้ำไหมคะ” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “ไปว่ายน้ำไหมคะ” เด็กมองที่ชุดว่ายน้ำ และรอให้แม่พาไปสระว่ายน้ำ

1.1.4) การขอร้อง (Request) มีคำพูดที่ใช้ เพื่อขอสิ่งของ หรือให้บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ตน มักมีอาการพูดเลียนเสียงของตัวเองแบบปรับเปลี่ยนร่วม เช่น เมื่อได้ยินแม่พูดว่า “หนูหยิบกุญแจมาให้แม่หน่อยค่ะ” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “ได้ ไรหยิบกุญแจมาให้แม่หน่อยค่ะ”

1.2) ไม่มีการสื่อสารระหว่างกัน (Non-interactive) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1.2.1) การไม่โฟกัส (On-focused) มีคำพูดโดยไม่ได้มีการแสดงเจตจำนง ความตั้งใจมุ่งหมาย ความสนใจใด ๆ ในการสื่อสาร หรือมีคำพูดเมื่อเด็กถูกระตุ้นโดยอิทธิพลจากสภาพร่างกาย ได้แก่ ความกลัว ความเครียด ความเจ็บปวด เช่น เมื่อได้ยินแม่ถาม “เป็นอะไร ทำไม่ร้องไห้” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “เป็นอะไร ทำไม่ร้องไห้” ในขณะเดียวกันเด็กร้องไห้ และทำร้ายตนเองไปด้วย

1.2.2) การซ้อม (Rehearsal) มีคำพูดที่ใช้สำหรับการประมวลผลซึ่งตามด้วยคำ วลี หรือการกระทำที่ แสดงให้เห็นว่ามีความเข้าใจคำพูดที่เลียนเสียง เช่น เมื่อได้ยินแม่พูด “เอาถุงเท้าให้พ่อ” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “เอาถุงเท้าให้พ่อ” เด็กเดินไปหาพ่อแล้วยื่นถุงเท้าให้

1.2.3) การกำกับตนเอง (Self-regulation) มีคำพูดที่ใช้เพื่อกำกับการกระทำของตนเอง คำพูดนั้น จะเกิดขึ้นร่วมกับกิจกรรมเคลื่อนไหว เช่น เมื่อได้ยินแม่พูด “หยุดวิ่งไปมา” เด็กพูดซ้ำทันทีว่า “หยุดวิ่งไปมา” เด็กก็ค่อย ๆ หยุดวิ่งไปมาในที่สุด

2) อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบล่าช้า (Delayed Echolalia) เช่น เด็กพูดซ้ำที่เคยได้ยินจากโทรทัศน์ “ใคร ๆ ก็ชอบปิกกิ้ง” หรือเด็กพูดซ้ำที่เคยได้ยินจากโทรทัศน์ “กลืนมาตาม หอมชื่นใจ” ขณะนั่งอยู่ซึ่งอาการพูด เลียนเสียงของผู้อื่นแบบล่าช้าเกิดขึ้นหลังการพูดภายหลังในระยะเวลาที่ยาวขึ้น รวมทั้งอาจเกิดขึ้นภายหลังการพูด ได้เป็นวัน ๆ (Foxx et al., 2004; Hetzroni & Tannous, 2004) Prizant & Rydell (1984) ได้แบ่งหน้าที่ของการพูด เลียนแบบของคนอื่นแบบล่าช้า ได้แก่

2.1) มีการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive) แบ่งออกเป็น 9 ลักษณะ ได้แก่

2.1.1) การสนทนาแบบผลัดกันพูดคุย (Turn-taking) มีคำพูดที่เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนทาง วจนภาษาอาจมีความเกี่ยวข้อง หรือไม่เกี่ยวข้องกับการสนทนา หรือภาษาศาสตร์ในบริบทใด ๆ ก็ได้ อย่างไรก็ตาม การพูดเลียนเสียงของตัวเองไม่ได้มีการแสดงเจตจำนง ความตั้งใจมุ่งหมาย ความสนใจใด ๆ ในการสื่อสาร เช่น เมื่อได้ ยืนครูพูดว่า “วันเสาร์ไปเที่ยวไหนมา” เด็กพูดซ้ำว่า “อย่าเอารถตกลงสระว่ายน้ำ” เมื่อได้ยินครูพูดอีกครั้งว่า “ไปว่ายน้ำมาใช่ไหม” เด็กพูดซ้ำว่า “ใส่แว่นตาว่ายน้ำก่อน”

2.1.2) ความสมบูรณ์ของวจนภาษา (Verbal Completion) มีคำพูดที่เป็นภาษาของผู้อื่นที่ใช้ในกิจวัตร ประจำวันอาจมีเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทใด ๆ ก็ได้ และแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ อย่างไรก็ตาม ไม่มีความเข้าใจภาษาจากการพูดเลียนเสียงของตัวเอง เช่น เมื่อได้ยินครูพูดว่า “ล้างมือ” เด็กพูดซ้ำว่า “ดีมาก” ในขณะที่ เด็กล้างมือไปด้วย โดยเป็นคำพูดของครูที่ใช้ เพื่อเสริมแรงเชิงบวกเมื่อเด็กกระทำพฤติกรรมที่ดี

2.1.3) เครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive Labeling) มีคำพูดที่ใช้เพื่อกล่าวถึงสิ่งของ หรือการกระทำจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ร่วมกับการใช้ภาษาทำทาง เพื่อชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่ถูกกล่าวถึง คำพูดมีความ

เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กสังเกตเห็นแครอท และพูดซ้ำ ๆ ว่า “แครอทมีประโยชน์” ซึ่งเด็กไม่ได้ขอแครอทแต่เป็นวิธีการใช้คำเพื่อเรียนรู้ภาษาของเด็ก

2.1.4) การให้ข้อมูล (Providing Information) มีคำพูดเพื่อให้ข้อมูลใหม่ (อาจริเริ่มโดยตัวของเด็กเอง หรืออาจใช้เพื่อเป็นคำตอบจากคำพูดของผู้อื่น) คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กร้องเพลง “Twinkle, Twinkle, Little Star...” เพื่อสื่อสารว่าวงนอน แม่อาจเชื่อมโยงตีความหมายของการพูดซ้ำนี้ได้ว่าเด็กง่วงนอน

2.1.5) การเรียก (Calling) มีคำพูดเพื่อใช้เรียกความสนใจเริ่มต้น หรือรักษาปฏิสัมพันธ์ คำพูด มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กชื่อดาว เดินมาหาครูแล้วพูดว่า “ชื่อดาวดูน่าสนใจ” เพื่อเรียกความสนใจ และริเริ่มปฏิสัมพันธ์กับครูว่าตนเองชื่อดาว

2.1.6) การยืนยัน (Affirmation) มีคำพูดเพื่อใช้ยืนยันคำพูดก่อนหน้านี้ โดยเป็นคำพูดของผู้อื่น คำพูด มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กพูดทวนคำถามว่า “ชอบกินคุกกี้ไหม” เพื่อบอกว่าชอบกินคุกกี้

2.1.7) การขอร้อง (Request) มีคำพูดที่ใช้เพื่อขอสสิ่งของ หรือให้บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คำพูด มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กพูดทวนคำถามว่า “กินขนมปังไหม” เพื่อบอกความต้องการว่าอยากกินขนมปัง

2.1.8) การต่อต้าน (Protest) มีคำพูดที่ใช้เพื่อห้ามการกระทำของผู้อื่น หรือเพื่อแสดงความไม่พอใจ เกี่ยวกับการกระทำที่เกิดขึ้นมักใช้ร่วมกับการเคลื่อนไหว หรือท่าทาง เพื่อหยุดการกระทำ คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กเห็นเพื่อนทิ้งขยะลงพื้น เด็กพูดว่า “บอกก็ครั้งก็หนแล้วทำไมให้ทำแบบนี้ ออกไปยืนข้างนอกห้องเลยนะ”

2.1.9) การสั่ง (Directive) มีคำพูดที่ใช้เพื่อสั่งผู้อื่นให้กระทำ คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการโต้ตอบ และความเข้าใจภาษา เช่น เด็กเห็นแม่บังคับดูโทรทัศน์ เด็กพูดว่า “พร้อมนะ ยกขาสองข้างขึ้นลงไม่แตะพื้น 10 ครั้ง” การพูดซ้ำได้ยินมาจากโทรทัศน์ เพื่อบอกความต้องการว่าอยากออกกำลังกาย

2.2) ไม่มีการสื่อสารระหว่างกัน (Non-interactive) แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่

2.2.1) การไม่โฟกัส (Non-focused) มีคำพูดโดยไม่ได้มีการแสดงเจตจำนง ความตั้งใจมุ่งหมาย ความสนใจใด ๆ ในการสื่อสาร คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในบริบทใดบริบทหนึ่ง ซึ่งอาจใช้เพื่อกระตุ้นตนเอง เช่น เด็กอาจร้องเพลง หรือพูดตามบทละครที่เคยได้ยินมาจากโทรทัศน์

2.2.2) ความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ (Situation Associated) มีคำพูดโดยไม่ได้มีการแสดงเจตจำนง ความตั้งใจมุ่งหมาย ความสนใจใด ๆ ในการสื่อสาร คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในบริบทใดบริบทหนึ่ง ซึ่งอาจถูกกระตุ้นโดยวัตถุ บุคคล สถานการณ์ หรือกิจกรรม เช่น เด็กอาจสังเกตเห็นสบู่ที่ร้านสะดวกซื้อ เด็กร้องเพลงสบู่ที่เคยได้ยินมาจากโฆษณาในโทรทัศน์

2.2.3) การซ้อม (Rehearsal) มีคำพูดที่ใช้การกระซิบก่อน จากนั้นจึงใช้เสียงดังขึ้นตามปกติ คำพูด ลักษณะนี้เป็นการเตรียมตัวให้กับตัวเองในการมีปฏิสัมพันธ์ครั้งถัดไปที่กำลังจะเกิดขึ้น คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจภาษา เช่น เมื่อได้ยินแม่พูดว่า “อยากกินอะไร” เด็กพูดซ้ำโดยใช้เสียงเบาหลายครั้งว่า “อยากกินขนมปัง” ในขณะเดียวกันเด็กหันมองที่แม่ แล้วพูดซ้ำอีกครั้งว่า “อยากกินขนมปัง” โดยใช้เสียงดังขึ้นตามปกติ

2.2.4) การสั่งตนเอง (Self-directive) มีคำพูดที่ใช้ก่อน หรือขณะพูดเพื่อกระตุ้นการกระทำของตนเอง คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจภาษา เช่น เด็กต้องการเก็บเครื่องบินของเล่นในตะกร้า เด็กอาจพูดว่า “ขึ้นเครื่องบินหยิบเครื่องบินมาใส่ในตะกร้า”

2.2.5) การไม่ใช่เครื่องมือในการโต้ตอบ (Non-interactive Labeling) มีคำพูดที่ใช้เพื่อกล่าวถึงสิ่งของ หรือการกระทำจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยไม่ได้มีการแสดงเจตจำนง ความตั้งใจมุ่งหมาย ความจงใจใด ๆ ในการสื่อสารกับผู้อื่น คำพูดมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือภาษาศาสตร์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจภาษา เช่น เด็กเดินไปที่หน้าต่างแล้วพูดว่า “หน้าต่าง ๆ ปิดหน้าต่าง ในนี้หน้าต่างมาก ปิดหน้าต่าง” โดยที่เด็กไม่แสดงท่าทีว่าจะปิดหน้าต่าง หรือให้คนอื่นช่วยปิดหน้าต่าง

3) อาการพูดเลียนเสียงของตัวเองด้วยเสียงกระซิบเงียบ ๆ ทันทีหลังจากการพูด (Palilalia) อาการดังกล่าวนี้เป็นพฤติกรรมที่พบบ่อยที่เกิดขึ้นจากพยาธิวิทยาที่ค่อนข้างพบได้ยาก และอาจเกิดจากความผิดปกติของระบบประสาท และโรคทางจิตเวชต่าง ๆ (Karmali et al., 2005; Cho et al., 2009)

4) อาการพูดเลียนเสียงของตัวเองแบบปรับเปลี่ยน (Mitigated) เป็นการตั้งคำถามซ้ำคำพูดจากที่ผู้อื่นพูด มักเป็นการเปลี่ยนสรรพนามแทนตน (Stengel, 1947) อาการพูดเลียนเสียงของตัวเองนี้จะเริ่มแสดงให้เห็นมากขึ้นเมื่อเด็กมีความเข้าใจภาษาเพิ่มขึ้น

อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กทั่วไป

เด็กทั่วไปบางคนอาจเริ่มแสดงอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นตั้งแต่อายุ 9 หรือ 10 เดือนก่อนที่เด็กจะมีความเข้าใจภาษาในสิ่งที่ต้องการสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ต่อมาในช่วงอายุ 2 และ 3 ปี เมื่อมีการพัฒนาทางภาษาด้านการแสดงออกทางภาษาในระดับวลี เด็กหลายคนมักมีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น 2-3 คำท้ายของประโยค โดยมีมากถึงร้อยละ 40 ของคำพูดของเด็กในวัยนี้ที่เป็นการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นทั้งหมด หรือบางส่วนจากวลีที่ได้ยิน (Fay, 1967) อย่างไรก็ตามลักษณะ และความถี่ของอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแตกต่างกันไปในเด็กแต่ละคน บางคนมีการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นน้อยมาก (Bloom et al., 1975; Nelson, 1973; Ramer, 1976) นอกจากนี้อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นมีความหลากหลายตามบริบท รวมทั้งเป็นเรื่องปกติในเด็กทั่วไปที่มีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น โดยเฉพาะประโยคคำถามที่ขึ้นต้นด้วย Wh ต่าง ๆ (Wh-questions) หรือความยาวของประโยคที่เกินระดับความสามารถทางภาษาของเด็ก (Fay and Schuler, 1980)

อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติก

นักวิจัยทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ มีมุมมองว่าอาการพูดเลียนเสียงผู้อื่นนั้นเป็นการสื่อสารที่ไม่มีความหมาย ไม่สามารถใช้งานได้ และไม่เป็นที่ปรารถนา (Coleman & Stedman, 1974; Lovaas et al., 1974) งานวิจัยของ Sullivan (2002) พบว่า เด็กออทิสติกที่มีความบกพร่องด้านความเข้าใจภาษาจะมีอาการเลียนเสียงของผู้อื่นมากกว่าเด็กที่มีความเข้าใจภาษาเหมาะสมกับวัย เด็กออทิสติกบางรายอาจใช้การพูดเลียนเสียงของผู้อื่นเสมือนเป็นอุปกรณ์สื่อสาร โดยใช้การพูดซ้ำเป็นเครื่องมือในการยืนยันความปรารถนา การควบคุมพฤติกรรม หรือใช้เมื่อเด็กยังไม่สามารถใช้คำพูดของตนเองได้อย่างอิสระ อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันทีทันใด พบว่า เป็นปัญหาสำหรับเด็กออทิสติก ซึ่งอาการนี้ส่งผลกระทบต่อกระบวนการเรียนรู้ในบริบททางสังคม และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Foxy et al., 2004; Sullivan, 2002) เด็กออทิสติกมักมีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นเป็นวลีแบบสำเร็จรูปโดยไม่ได้มีการสร้างประโยคจากความคิดของตัวเอง รวมทั้งมีปัญหาในการพัฒนา และคงไว้ซึ่งบทสนทนา (Golysheva, 2019)

อย่างไรก็ตามอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบล่าช้าถือเป็นสัญญาณเตือนออทิสติก (Kostyuk et al., 2010) การสังเกตอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติกจะแตกต่างจากอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กทั่วไป ดังนี้

1) เด็กทั่วไปจะมีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นจนถึงอายุประมาณ 2.6 ปี ในขณะที่เด็กออทิสติก จะสามารถสังเกตอาการนี้ได้จนถึงช่วงวัยรุ่น และวัยผู้ใหญ่

2) เด็กทั่วไปจะสามารถแยกหน่วยคำที่สำคัญจากวลี และสามารถปรับโครงสร้างวลีตามหลักไวยากรณ์ได้อย่างถูกต้องในขณะที่เด็กออทิสติกจะพูดแบบนกแก้วนกขุนทอง (Sullivan, 2002)

3) อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติกจะแตกต่างกับเด็กทั่วไปทั้งในด้านคุณภาพ และปริมาณ (Charlop, 1983)

อาการพูดเลียนเสียงผู้อื่นในเด็กออทิสติกอาจทำให้ความล้มเหลวของการสื่อสาร และทางสังคม การถูกตีตรา และเพิ่มความเสี่ยงของปัญหาพฤติกรรม (Light et al., 1998; Valentino et al., 2012) นอกจากนี้ยังนำไปสู่ภาวะแทรกซ้อนอื่น ๆ เช่น ความก้าวร้าว ความวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า ปัญหาการเรียนรู้ และผลการเรียนไม่ดี การตกเป็นเหยื่อของเพื่อนฝูง การแยกตัวทางสังคมเนื่องจากการถูกกลั่นแกล้ง และการไม่เป็นที่ยอมรับ การขาดเรียน นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อผู้ดูแล เช่น ความเครียด และความขัดแย้งในครอบครัว (Ip et al., 2019)

สาเหตุของการเกิดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น

ปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุที่แท้จริงของการเกิดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น โดยทั่วไปแล้วอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการของเด็กทั่วไป (Howlin, 1982) อย่างไรก็ตามในเด็กทั่วไปอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นจะดีขึ้นในช่วงสองปีแรกของชีวิต รวมทั้งความสามารถในการควบคุมตนเองในการพูด และการใช้ภาษาจะพัฒนาขึ้นเมื่ออายุประมาณ 3 ปี (Stiegler, 2015) สำหรับเด็กออทิสติกบางรายนั้นจะมีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นที่แสดงให้เห็นจนถึงช่วงปฐมวัย (Barrera & Sulzer-Azaroff, 1983; Neely, 2014; Fay, 1969) นอกจากนี้เด็กกลุ่มนี้มักมีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นที่ไม่ตรงกับบริบททางสังคม (Lovaas et al., 1974) และเกิดขึ้นในอัตราที่สูงกว่าในเด็กทั่วไป (Fay, 1973)

หากอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นยังคงอยู่มากกว่าอายุ 3 ปี นักวิจัยบางท่านได้ตั้งสมมติฐาน “ระบบเซลล์สมองกระจกเงาแตก” (“A Broken Mirror Neuron System”) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเลียนแบบภาษาที่พบในบุคคลออทิสติก ระบบเซลล์ประสาทกระจกเงาของมนุษย์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลียนแบบ ความเข้าใจ เอาใจเขามาใส่ใจ หทงฐฐฐฐฐ หากมีความผิดปกติของระบบเซลล์ประสาทส่งผลให้เกิดความบกพร่องทางด้านสังคม และสติปัญญาในบุคคลออทิสติก (Perkins et al., 2010) นอกจากนี้ยังมีการตั้งสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมของสารโดปามีนผิดปกติ (Dopaminergic Dysregulation) ซึ่งเป็นความผิดปกติของสมองกลีบหน้าที่เป็นกลไกทางระบบประสาทที่นำไปสู่อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น รวมทั้งมีรายงานเกี่ยวกับรอยโรคอยู่บริเวณของสมองใหญ่ส่วนหน้าด้านซ้าย (Left Medial Frontal Lobe) และบริเวณที่เกี่ยวกับความตั้งใจในการเริ่มเคลื่อนไหว (Supplemental Motor Areas) (Prizant, 1983 & Margari et al., 2018)

การแก้ไขอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในบุคคลออทิสติก

สมาคมการพูด ภาษา และการได้ยินแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Speech Language Hearing Association; ASHA) กล่าวถึง บทบาทที่ชัดเจนของนักแก้ไขการพูดในการเป็นผู้นำการพัฒนาระบบการสื่อสารที่ใช้ภาษาได้สำหรับบุคคลออทิสติก เพื่อส่งเสริมให้บุคคลเหล่านั้นมีประสบการณ์ทางด้านการสังคม และด้านการศึกษา รวมทั้งส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง และการสนับสนุนตนเอง (American Speech-Language-Hearing Association, 2006) นักแก้ไขการพูดควรตระหนักถึงแนวทางในการแก้ไขอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในบุคคลออทิสติกภายในบริบทการแก้ไขการพูด นอกจากนี้สมาคมการพูด ภาษา และการได้ยินแห่งสหรัฐอเมริกานำเสนอว่าบุคคลออทิสติก และนักวิชาชีพต่าง ๆ ต้องมีการทำงานร่วมกัน เพื่อขยายอัตราการเพิ่มบริการการแก้ไขการพูดที่นอกเหนือจากการสอนหรือการบำบัดเป็นรายบุคคลไปสู่ทุกขั้นตอนของชีวิตประจำวัน (American Speech-Language-Hearing Association, 2006)

อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นสามารถรักษาได้ด้วยวิธีการปรับพฤติกรรม และการฝึกใช้ภาษาที่ใช้การได้ (Lovaas, 1987; Lovaas et al., 1974) การรักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นของเด็กออทิสติกต้องอาศัยทีมสหสาขาวิชาชีพรวมทั้งพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง ให้ความสำคัญในการรักษาอาการเลียนเสียงผู้อื่นในเด็กออทิสติก ได้แก่

การรู้สาเหตุของการเกิดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น การรู้ความหมายของเนื้อหาที่เด็กพยายามสื่อสาร รวมทั้งการตอบสนองในลักษณะที่จะช่วยให้เด็กเรียนรู้ที่จะใช้การสื่อสารได้อย่างมีความหมาย ซึ่งนักวิชาชีพ และผู้ปกครองจะต้องมีการสังเกต การฟัง และการรอคอยระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์กับเด็ก เพื่อที่จะตีความ และเข้าใจความหมายของเนื้อหาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นของเด็กรวมทั้งตอบสนองโดย “การพูดบอกให้เด็กรู้ว่าสามารถทำอะไรได้ หรือไม่ได้บ้าง” (“Say It Exactly How The Child Would If He Or She Could”) ดังนั้นนักแก้ไขการพูดจึงมีบทบาทสำคัญในการบำบัดความผิดปกติของการสื่อความหมายในเด็กออทิสติก เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางภาษาและการพูด รวมทั้งการสื่อสารทางสังคมให้ดียิ่งขึ้น (Manning-Courtney et al., 2013)

จากการทบทวนวรรณกรรมของ Neely และคณะ (2016) พบว่า วิธีการฝึกโดยใช้การชี้แนะ-หยุด-ชี้ (Cues-pause-point) มีประสิทธิภาพในการรักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันทีในบุคคลออทิสติก (McMorrow & Foxx 1986; Foxx et al., 2004; Valentino et al., 2012) ดังนั้น ในบทความวิชาการนี้จะเสนอวิธีการฝึกโดยใช้การชี้แนะ-หยุด-ชี้ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

การชี้แนะ-หยุด-ชี้ (Cues-pause-point; CPP)

โปรแกรมปรับพฤติกรรม (Early Intensive Behavioral Intervention; EIBI) ให้ความสำคัญกับการเพิ่มการใช้ภาษาที่ใช้ได้กับเด็กออทิสติก ซึ่งใช้หลักการ และวิธีการที่เป็นระบบของการวิเคราะห์พฤติกรรมประยุกต์ของ Skinner, B. F. (1957) ในกระบวนการฝึก (Love et al., 2009) โดยพฤติกรรมทางภาษาในกระบวนการฝึกนี้แบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1) การสั่ง หรือการบอกความต้องการ (Mand) คำนี้มาจากคำว่า Command, Demand และ Countermand เป็นการใช้อำนาจภาษาที่ผู้พูดต้องการสื่อสารสิ่งที่ต้องการ (Cooper et al., 2007) และมีการให้สิ่งเสริมแรง เช่น เด็กยังไม่ได้ทานอาหาร และพูดว่า “หนูอยากกินลูกอม” เด็กได้รับลูกอมเป็นการเสริมแรงทางบวก หรือเด็กอยากเล่นบับเบิ้ล และพูดว่า “เป่าบับเบิ้ล” เด็กได้เป่าบับเบิ้ลเป็นการเสริมแรงทางบวก

2) การตั้งชื่อวัตถุ เหตุการณ์ และการกระทำ (Tact) ร่วมกับการใช้อำนาจภาษา (เช่น การพยักหน้า การยิ้ม การยกย่องชมเชย หรือการสนทนาต่อเนื่อง) โดย Skinner, B.F. (1957) ใช้คำนี้เพื่ออธิบายถึงสิ่งที่ผู้พูดสัมผัสโดยตรงผ่านประสาทสัมผัสกับสิ่งแวดล้อม เช่น เด็กเห็นรถไฟ และพูดว่า “นั่นรถไฟ ปู๊น ๆ” หรือผู้ใหญ่ทำท่าขับรถ เด็กพูดว่า “รถ บรีน ๆ” แล้วตามด้วยคำชม หรือการเสริมแรงอื่น ๆ หรือเด็กได้กลิ่นหอมของป๊อปคอร์น และพูดว่า “ว้าว! ป๊อปคอร์น”

3) การพูดซ้ำ (Echoic) เกิดขึ้น เมื่อผู้พูดพูดซ้ำตามผู้อื่นพูด อาจพูดซ้ำคำ วลี และเลียนแบบพฤติกรรมการใช้เสียงของผู้อื่น (Cooper et al., 2007) มีความคล้ายคลึง หรือเหมือนกันทุกประการกับสิ่งที่ผู้อื่นพูดก่อนหน้านี้ การกระทำด้วยวาจาขึ้นอยู่กับความควบคุมของสิ่งเร้าทางวจนภาษา เช่น เด็กพูดว่า “สวัสดีครับ” เมื่อได้ยินพ่อพูดว่า “สวัสดีครับ” พ่อ หรือผู้อื่นอาจมีส่วนร่วมในการปรับพฤติกรรมโดยการตอบรับ “สวัสดี” ตามด้วยการสนทนาต่อเนื่อง การชม หรือการเสริมแรงอื่น ๆ

4) การตอบสนองการสื่อสารของผู้อื่น (Intraverbal) ผ่านการเสริมแรง (Cooper et al., 2007) เช่น ครูถามว่า “เมืองหลวงของประเทศอังกฤษชื่อว่าอะไร” เด็กตอบว่า “ลอนดอน” ตามด้วยการสนทนา คำสั่ง และการให้แรงเสริม

5) การอ่านคำ (Textual) เป็นการทำความเข้าใจสิ่งที่อ่านนั้นขึ้นอยู่กับตัวกระทำทางวาจา และอำนาจภาษาอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมของผู้พูดตอบสนองต่อพฤติกรรมทางวาจาของผู้อื่น และความเข้าใจภาษา (Cooper et al., 2007) เช่น เด็กอ่านคำว่า “ประเทศไทย” บนลูกโลก และพูดว่า “ประเทศไทย” หรือเด็กอ่านคำว่า “รองเท้า” จากป้ายติดหน้าร้าน

6) การเขียน และการสะกดคำที่พูดกับผู้อื่น (Transcription) โดย Skinner B.F. (1957) เรียกพฤติกรรมทางภาษานี้ว่าเปรียบเทียบการใช้พจนานุกรม องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การสร้างตัวอักษร และการสะกดคำที่ถูกต้อง เช่น นักเรียนได้อ่านครูพูดว่า “แก้วน้ำ” และเขียนว่า “แก้วน้ำ”

การชี้แนะ-หยุด-ชี้ เป็นการฝึกปรับพฤติกรรม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมร่วมกับการเสริมแรง เพื่อรักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น การฝึกแบบนี้มีงานวิจัยหลายงานสนับสนุนประสิทธิภาพว่าสามารถลดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันทีได้ (McMorrow & Foxx 1986; Valentino et al., 2012; Al-Dawaide, 2014)

การชี้แนะ-หยุด-ชี้ เริ่มต้นขึ้นโดย McMorrow และ Foxx (1986) ใช้วิธีการฝึกด้วยวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้กับบุคคลที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาจำนวน 1 คน เพื่อใช้ในการรักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น โดยใช้วิธีการฝึกการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ประกอบด้วย

- 1) ผู้ฝึกใช้การชูนิ้วชี้เพื่อให้บุคคลนั้นอยู่ในความสงบ (A Finger Cue) ในขณะที่พูดคำสั่ง รวมทั้งใช้การชี้แนะด้วยบัตรภาพ (Visual Cue)

- 2) ผู้ฝึกถามคำถามที่เป็นเป้าหมาย และหยุดหลังจากพูดคำถาม (Pause)

- 3) ผู้ฝึกชี้ไปที่บัตรภาพ เพื่อกระตุ้นให้เด็กพูดคำตอบของคำถามนั้น ๆ (A Point Prompt) ได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้อาจมีการกระตุ้นด้วยภาษาพูด (Verbal Stimulus) โดยส่งเสียง "ซู" (Sh) หรือ "ไม่ใช่" (No) เมื่อบุคคลนั้นมีการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น รวมทั้งมีการเสริมแรงในเชิงบวกในสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้

ผลของการฝึกโดยใช้วิธีการฝึกการชี้แนะ-หยุด-ชี้ พบว่า บุคคลที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาสามารถตอบสนองถูกต้องได้ 100% ภายใน 3 การทดลอง โดยแต่ละชุดการทดลองประกอบด้วย 10 คำถามที่แตกต่างกัน (รวมทั้งหมด 30 คำถาม) ซึ่งบุคคลนั้นสามารถใช้คำตอบที่ได้จากการฝึกในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งกับบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการฝึกในสถานที่อื่น ๆ ที่ไม่ได้ฝึก เมื่อไม่มีการกระตุ้นเตือน ชี้แนะ คำชม และหลังจากการฝึก 1 เดือน (McMorrow & Foxx, 1986)

ตัวอย่างวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้

- 1) ผู้ฝึกต้องการสอนให้เด็กสามารถตอบคำถาม “หนูชื่ออะไร” ได้อย่างเหมาะสม ผู้ฝึกยกนิ้วชี้ขึ้นเพื่อชี้แนะให้เด็กรู้ว่าต้องเงียบก่อน จากนั้นพูดว่า “ครูจะถามคำถามหนูนะ ตั้งใจฟังให้ดี” จากนั้นหยุดสักพักแล้วถามคำถาม “หนูชื่ออะไร” รวมทั้งชี้ไปที่บัตรภาพที่มีชื่อของเด็กอยู่ เพื่อเป็นการชี้แนะคำตอบที่ถูกต้อง จากนั้นให้การเสริมแรงเมื่อเด็กตอบสนองถูกต้อง

- 2) ผู้ฝึกต้องการสอนให้เด็กสามารถตอบคำถาม “นี่คืออะไร” ได้อย่างเหมาะสมผู้ฝึกยกนิ้วชี้ขึ้น เพื่อชี้แนะให้เด็กรู้ว่าต้องเงียบก่อน จากนั้นพูดว่า “ครูจะถามคำถามหนูนะ ตั้งใจฟังให้ดี” จากนั้นหยุดสักพักแล้วถามคำถาม “นี่คืออะไร” รวมทั้งชี้ไปที่บัตรภาพที่มีชื่อสิ่งของอยู่ เพื่อเป็นการชี้แนะคำตอบที่ถูกต้อง จากนั้นให้การเสริมแรงเมื่อเด็กตอบสนองถูกต้อง

Valentino et al., (2012) ใช้วิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ร่วมกับใช้คำว่า “พูด...” (Verbal Instruction) กับเด็กออทิสติกอายุ 3 ปีจำนวน 1 คน เพื่อใช้รักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น โดยวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ประกอบด้วย

- 1) ผู้ฝึกใช้มือขวา และชูนิ้วชี้ให้อยู่ที่ระดับลานสายตาตรงกลางระหว่างผู้ฝึก และเด็ก จากนั้นหยุดเป็นเวลา 1 วินาที (หากเด็กมีการเปล่งเสียงใด ๆ ในระหว่างนี้ให้ผู้ฝึกเพิกเฉยต่อเสียงนั้น ๆ)

- 2) ผู้ฝึกใช้คำสั่ง “พูด” และหยุดเป็นเวลา 2 วินาที

- 3) ผู้ฝึกชี้ไปที่บัตรภาพ เพื่อกระตุ้นให้เด็กพูดคำตอบของคำถามนั้น ๆ และพูดคำที่เป็นเป้าหมาย เช่น เรือ (หากเด็กตอบสนองไม่ถูกต้องให้ผู้ฝึกเข้าไปบัตรภาพถัดไป หรือให้แรงเสริมเมื่อเด็กตอบสนองถูกต้อง)

ผลของการฝึกโดยใช้วิธีการฝึกการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ร่วมกับใช้คำว่า “พูด...” พบว่าเด็กสามารถตอบสนองถูกต้อง 100% วิธีการฝึกนี้สามารถลดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นได้หลังจากเข้ารับการฝึกพูดทั้งหมด 8 ครั้ง โดยเป้าหมายทางภาษาของเด็กในงานวิจัยนี้ได้แก่ คำว่า “เรือ” “บอล” “กุญแจ” และ “ลูกสุนัข” (Valentino et al., 2012)

Al-Dawaide (2014) ใช้วิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้กับเด็กออทิสติกอายุ 7-14 ปีเพศชาย จำนวน 10 คนเปรียบเทียบกับเด็กออทิสติกในกลุ่มควบคุมจำนวน 10 คน การทดสอบประกอบด้วยคำถาม 30 ข้อ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านตัวตน

(Identification Area) เช่น “หนูชื่ออะไร” 2) ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) “วันนี้เป็นอย่างไรบ้าง” และ 3) ด้านข้อเท็จจริง (Factual Area) เช่น “หนูอาศัยอยู่ที่เมืองอะไร” โดยวิธีการชี้แนะ-หยุด-ชี้ ประกอบด้วย

1) ผู้ฝึกสอนให้เด็กใช้ภาษาในการบอกชื่อรูปภาพที่เป็นคำตอบที่ถูกต้องของแต่ละภาพที่ใช้ในการฝึก ดังนี้

1.1) ผู้ฝึกแสดงรูปภาพในแต่ละด้าน

1.2) ถามคำถาม เช่น “นี่คืออะไร?” และ/หรือแสดงท่าทางโดยใช้การชี้นิ้ว หรือแตะที่รูปภาพ เพื่อชี้แนะให้เด็กพูดคำตอบ

1.3) ให้การเสนอแนะ เช่น “ใช่” สำหรับคำตอบที่ถูกต้อง หรือ “ลองอีกครั้งใหม่” สำหรับการตอบสนองที่ไม่ถูกต้อง หรือ “ไม่ใช่” เมื่อเด็กมีอาการเลียนเสียงแบบของผู้อื่น หรือ “หนูยังไม่ตอบเลย” เมื่อเด็กไม่ตอบคำถาม

1.4) พูดคำตอบที่ถูกต้อง เมื่อเด็กไม่ปฏิบัติตาม และกระตุ้นเตือนให้เด็กพูดคำตอบที่ถูกต้อง

1.5) ให้คำชมด้วยการพูด และการเสริมแรงสำหรับการตอบสนองที่ถูกต้อง

2) ผู้ฝึกกระตุ้นเตือนให้เด็กเงียบทั้งช่วงก่อน ระหว่าง และหลังจากที่ผู้ฝึกถามคำถาม จากนั้นผู้ฝึกแสดงรูปภาพทีละหนึ่งรูป โดยวางบนโต๊ะข้างหน้าเด็ก โดยผู้ฝึกชี้นิ้วชี้ข้างขวาขึ้นที่ระดับลานสายตาตรงกลางระหว่างผู้ฝึกกับเด็ก เพื่อแสดงให้เด็กรู้ว่าผู้ฝึกต้องการให้เด็กเงียบในระหว่างสิ่งคำสั่ง ถามคำถาม แล้วหยุดประมาณ 1 วินาที หลังจากถามคำถาม หากเด็กพูด หรือมีอาการเลียนเสียงแบบเสียงของผู้ฝึกขณะผู้ฝึกถาม ให้ผู้ฝึกพูดว่า “ไม่” หรือส่งเสียง “ซู” ทันที จากนั้นใช้นิ้วชี้แตะที่รูปภาพประมาณ 2 วินาทีหลังจากคำถาม แล้วถามคำถาม เช่น “นี่คืออะไร” หลังจากนั้นผู้ฝึกใช้แท็บปิดรูปภาพนั้น ๆ แล้วหยุดจังหวะ แล้วถึงใช้นิ้วชี้ข้างขวาแตะที่รูปภาพที่ถูกปิดอยู่ แล้วผู้ฝึกถามคำถามซ้ำอีกครั้งว่า “นี่คืออะไร” สุดท้ายผู้ฝึกอาจให้การเสนอแนะของคำตอบที่ถูกต้อง

3) ผู้ฝึกลดการกระตุ้นเตือน โดยไม่ใช้รูปภาพ และการชี้นิ้วในขั้นตอนนี้จะใช้เพียงการหยุดจังหวะ เมื่อผู้ฝึกถามคำถาม ผู้ฝึกอาจให้การเสนอแนะของคำตอบที่ถูกต้อง

4) ผู้ฝึกถามคำถามแบบสุ่ม และให้การเสนอแนะของคำตอบที่ถูกต้อง

5) ผู้ฝึกค่อย ๆ ลดการเสนอแนะของคำตอบที่ถูกต้อง และลดการเสริมแรงด้วยการลดจำนวนคำชมเชย หรือรางวัลอื่น ๆ ที่ผู้ฝึกใช้เพื่อเสริมแรงให้กับเด็กเมื่อเด็กพูดคำตอบที่ถูกต้องจากนั้นค่อย ๆ ลดการเสนอแนะ และการเสริมแรงทั้งหมดออก

ผลของการฝึกโดยใช้วิธีการฝึกการชี้แนะ-หยุด-ชี้ พบว่า วิธีการฝึกนี้สามารถลดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น ด้วยการตอบสนองที่ถูกต้องได้ และเด็กสามารถนำคำตอบไปใช้ในการตอบคำถามได้ รวมทั้งเมื่อเด็กไม่ได้รับการฝึกด้วยวิธีนี้แล้ว (Al-Dawaide, 2014)

บทวิเคราะห์ วิจารณ์ และข้อเสนอแนะ

เด็กออทิสติกบางรายมีการแสดงพฤติกรรมการเปล่งเสียงซ้ำซึ่งเรียกว่า “อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น” นักแก้ไขการพูดมีบทบาทสำคัญในการรักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติก งานวิจัยหลายงานสนับสนุนประสิทธิผลของวิธีการฝึกโดยใช้การชี้แนะ-หยุด-ชี้ เพื่อรักษาอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติก ซึ่งเป็นการฝึกปรับพฤติกรรมโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมร่วมกับการใช้แรงเสริม ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) หลักสำคัญในการรักษาอาการเลียนเสียงผู้อื่นในเด็กออทิสติกนั้น นักแก้ไขการพูด บุคลากรทางการแพทย์ และทางการศึกษา หรือผู้ปกครองจำเป็นต้องรู้สาเหตุ หรือต้นตอของการเกิดอาการเลียนเสียงผู้อื่น ความหมายที่อยู่เบื้องหลังของการสื่อสารในลักษณะการเลียนเสียงผู้อื่นของเด็ก

2) นักแก้ไขการพูด บุคลากรทางการแพทย์ และทางการศึกษา หรือผู้ปกครองจำเป็นต้องอาศัยการสังเกต การฟัง และการรอคอยระหว่างมีปฏิสัมพันธ์กับเด็ก ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ถึงสาเหตุ หรือต้นตอของการเกิดอาการเลียนเสียงผู้อื่น ความหมายที่อยู่เบื้องหลังของการสื่อสารในลักษณะการเลียนเสียงผู้อื่นของเด็ก ในขณะที่นักแก้ไขการพูด บุคลากรทางการแพทย์ หรือผู้ปกครองตีความสิ่งที่เด็กพูด

3) นักแก้ไขการพูด บุคลากรทางการแพทย์ และทางการศึกษา หรือผู้ปกครองจำเป็นต้องเรียนรู้ในการตอบสนองทางภาษาของเด็ก เพื่อให้เด็กได้มีการเรียนรู้ทางภาษาอย่างเหมาะสมว่าเด็กจะต้องใช้ภาษาเพื่อพูดสื่อสารกับผู้อื่นอย่างไร

4) บุคลากรทางการศึกษาควรมีการจัดทำแผนการศึกษาเฉพาะบุคคล (Individualized Education Programs: IEP) เพื่อช่วยให้ผู้ปกครองมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาการพูดเลียนเสียงผู้อื่น และการพยากรณ์โรค รวมทั้งให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการฝึกเพื่อลดอาการพูดเลียนเสียงผู้อื่น

5) นักแก้ไขการพูด บุคลากรทางการแพทย์ หรือทางการศึกษาควรมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลแก่ผู้ปกครองของเด็กออทิสติก เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลทางวิชาการ รวมทั้งเชื่อมโยงกับเครือข่ายผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเป็นออทิสติก เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้

บทสรุป

ภาวะออทิสซึมมักเกี่ยวข้องกับความล่าช้าทางด้านความเข้าใจภาษา และการแสดงออกทางภาษา รวมทั้งด้านการสื่อสาร บุคคลออทิสติกประมาณ 75% มีอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น โดยอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันที อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบล่าช้า อาการพูดเลียนเสียงของตัวเองด้วยเสียงกระซิบเจี๊ยบ ๆ ทันทีหลังจากการพูด และอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบปรับเปลี่ยน

เด็กทั่วไปอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นจะดีขึ้นในช่วงสองปีแรกของชีวิต รวมทั้งความสามารถในการควบคุมตนเองในการพูด และการใช้ภาษาจะพัฒนาขึ้นเมื่ออายุประมาณ 3 ปี ปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุที่แท้จริงของการเกิดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น อย่างไรก็ตามได้มีการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความผิดปกติของการควบคุมสารโดปามีนในสมองกลีบหน้า ซึ่งเป็นกลไกทางระบบประสาทที่นำไปสู่อาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น ซึ่งวิธีการปรับพฤติกรรม และการฝึกใช้ภาษาที่ใช้การได้เป็นวิธีหนึ่งที่น่าสนใจ เพื่อลดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น ทั้งนี้ นักแก้ไขการพูดมีบทบาทสำคัญในการบำบัดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นในเด็กออทิสติก

การชี้แนะ-หยุด-ชี้ เป็นการฝึกปรับพฤติกรรม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพฤติกรรมร่วมกับการเสริมแรงเพื่อบำบัดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่น มีงานวิจัยสนับสนุนประสิทธิผลของวิธีดังกล่าวนี้ว่าสามารถลดอาการพูดเลียนเสียงของผู้อื่นแบบทันที

References

- Al-Dawaideh, A. M. (2014). The Effectiveness of Cues-pause-point Method of Overcoming Echolalia in Arab-speaking Children with Autism. *Life Science Journal*, 11(1), 72-82.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. 5th ed. Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder*. 4th ed. Text Revision. Washington, DC: American Psychiatric Association.
- American Speech-Language-Hearing Association. (2006). *Principles for Speech-language Pathologists in Diagnosis, Assessment, and Treatment of Autism Spectrum Disorders Across the Life Span: Technical report*. Retrieved July 17, 2022 from <http://www.asha.org/members/deskrefjournal/deskref/default>.

- Barrera, R. D., & Sulzer-Azaroff, B. (1983). An Alternating Treatment Comparison of Oral and Total Communication Training Programs with Echolalic Autistic Children. **Journal of Applied Behavior Analysis**, 16(4), 379-394.
- Bloom, L., Miller, P. & Hood, L. (1975). Variation and Reduction as Aspects of Competence in Language Development. In A. D. Pick (ed.), **Minnesota Symposia on Child Psychology (Vol. 9)**. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bosl, W., Tierney, A., Tager-Flusberg, H., & Nelson, C. (2011). EEG Complexity as a Biomarker for Autism Spectrum Disorder Risk. **BMC Medicine**, 9(1), 1-16.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2014). **Facts About ASD**. Retrieved July 17, 2022 from <http://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html>.
- Charlop, M. H. (1983). The Effects of Echolalia on Acquisition and Generalization of Receptive Labeling in Autistic Children. **Journal of Applied Behavior Analysis**, 16(1), 111-126. Retrieved July 17, 2022 from <http://dx.doi.org/10.1901/jaba.1983.16-111>.
- Cho, Y. J., Han, S. D., Song, S. K., Lee, B. I., & Heo, K. (2009). Palilalia, Echolalia, and Echopraxia-Palipraxis as Ictal Manifestations in a Patient with Left Frontal Lobe Epilepsy. **Epilepsia**, 50(6), 1616-1619.
- Coleman, S., & Stedman, J. (1974). Use of a Peer Model in Language Training in an Echolalic Child. **Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry**, 5(3-4), 275-279. Retrieved on July 17, 2022 from [http://doi.org/10.1016/0005-7916\(74\)90078-0](http://doi.org/10.1016/0005-7916(74)90078-0).
- Cooper, J.O., Heron, T.E. & Heward, W.L. (2007). **Applied Behavior Analysis** (2nd ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson, Merrill Prentice Hall.
- DeMyer, M. K., Barton, S., DeMyer, W. E., Norton, J. A., Allen, J., & Steele, R. (1973). Prognosis in Autism: A follow-up Study. **Journal of Autism and Childhood Schizophrenia**, 3(3), 199-246.
- Fay, W. H. (1967). Childhood echolalia. **Folia Phoniatica et Logopaedica**, 19(4), 297-306.
- Fay, W. H. (1969). On the Basis of Autistic Echolalia. **Journal of Communication Disorders**, 2(1), 38-47.
- Fay, W. H. (1973). On the Echolalia of the Blind and of the Autistic Child. **Journal of Speech and Hearing Disorders**, 38(4), 478-489.
- Fay, W. H., & Schuler, A. L. (1980). **Emerging Language in Autistic Children (Vol. 5)**. Baltimore: University Park Press.
- Fox, R. M., Schreck, K. A., Garito, J., Smith, A., & Weisenberger, S. (2004). Replacing the Echolalia of Children With Autism With Functional Use of Verbal Labeling. **Journal of Developmental and Physical Disabilities**, 16(4), 307-320. Retrieved on July 17, 2022 from <http://dx.doi.org/10.1007/s10882-004-0688-5>.
- Golysheva, M.D. (2019). A Review on Echolalia in Childhood Autism, **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, 333, 200-204.
- Graziano, A. M. (2002). Autistic Spectrum Disorders. In R. Pascal (Ed.), **Developmental Disabilities: An introduction to a Diverse Field**. Boston: Allyn and Bacon.
- Hetzroni, O. E., & Tannous, J. (2004). Effects of a Computer-based Intervention Program on the Communicative Functions of Children with Autism. **Journal of Autism and Developmental Disorders**, 34(2), 95-113.

- Howlin, P. (1982). Echolalic and Spontaneous Phrase Speech in Autistic Children. **Journal of Child Psychology and Psychiatry**, **23**(3), 281-293.
- Kanner, L. (1943). Autistic Disturbances of Affective Contact. **Nervous Child**, **2**(3), 217-50.
- Karmali, I., Greer, R. D., Nuzzolo-Gomez, R., Ross, D. E., & Rivera-Valdes, C. (2005). Reducing Palilalia by Presenting Tact Corrections to Young Children with Autism. **The Analysis of Verbal Behavior**, **21**(1), 145-153.
- Kostyuk, N., Isokpehi, R. D., Rajnarayanan, R. V., Oyeleye, T. O., Bell, T. P., & Cohly, H. H. (2010). Areas of Language Impairment in Autism. **Autism Insights**, **2**, 31-38.
- Light, C., Roberts, B., Dimarco, R., & Greiner, N. (1998). Augmentative and Alternative Communication to Support Receptive and Expressive Communication for People with Autism. **Journal of Communication Disorders**, **31**(2), 153-180. Retrieved on July 17, 2022 from [http://doi:10.1016/S0021-9924\(97\)00087-7](http://doi:10.1016/S0021-9924(97)00087-7).
- Lovaas, I. (1987). Behavioral Treatment and Normal Educational and Intellectual Functioning in Young Autistic Children. **Journal of Consulting & Clinical Psychology**, **55**(1), 3-9. Retrieved on July 17, 2022 from <https://doi.org/10.1037/0022-006X.55.1.3>.
- Lovaas, I., Schreibman, L., & Koegel, R. (1974). A Behavior Modification Approach to the Treatment of Autistic Children. **Journal of Autism and Childhood Schizophrenia**, **4**(2), 111-129. Retrieved on July 17, 2022 from <https://doi.org/10.1007/BF02105365>.
- Love, J. R., Carr, J. E., Almason, S. M., & Petursdottir, A. I. (2009). Early and Intensive Behavioral Intervention for Autism: A Survey of Clinical Practices. **Research in Autism Spectrum Disorders**, **3**(2), 421-428.
- Ip, A., Zwaigenbaum, L., & Brian, J. A. (2019). Post-diagnostic Management and Follow-up Care for Autism Spectrum Disorder. **Paediatrics & Child Health**, **24**(7), 461-468.
- Manning-Courtney, P., Murray, D., Currans, K., Johnson, H., Bing, N., Kroeger-Geoppinger, K., & Messerschmidt, T. (2013). Autism spectrum disorders. **Current problems in pediatric and adolescent health care**, **43**(1), 2-11.
- Margari, L., De Giacomo, A., Craig, F., Palumbi, R., Peschechera, A., Margari, M., & Dicuonzo, F. (2018). Frontal Lobe Metabolic Alterations in Autism Spectrum Disorder: a 1H-magnetic Resonance Spectroscopy Study. **Neuropsychiatric Disease and Treatment**, **14**, 1871-1876.
- Matson, J. L., Turygin, N. C., Beighley, J., Rieske, R., Tureck, K., & Matson, M. L. (2012). Applied Behavior Analysis in Autism Spectrum Disorders: Recent Developments, Strengths, and Pitfalls. **Research in Autism Spectrum Disorders**, **6**(1), 144-150.
- McMorrow, M. J., & Foxx, R. M. (1986). Some Direct and Generalized Effects of Replacing an Autistic Man's Echolalia with Correct Responses to Questions. **Journal of Applied Behavior Analysis**, **19**(3), 289-297.
- National Institute of Mental Health. (2015). **Autism Spectrum Disorder**. Bethesda, MD: Office of Science Policy.
- Neely, L. C. (2014). Echolalia. In C. R. Reynolds, K. J. Vannest, & E. Fletcher-Janzen (Eds.), **Encyclopedia of Special Education: a Reference for the Education of Children, Adolescents, and Adults with Disabilities and other Exceptional Individuals** (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

- Neely, L., Gerow, S., Rispoli, M., Lang, R., & Pullen, N. (2016). Treatment of Echolalia in Individuals with Autism Spectrum Disorder: A Systematic Review. **Review Journal of Autism and Developmental Disorders**, 3(1), 82-91.
- Nelson, K. (1973). Structure and Strategy in Learning to Talk. **Monographs of the Society for Research in Child Development**, 38(149), 1-135.
- Perkins, T., Stokes, M., McGillivray, J., & Bittar, R. (2010). Mirror Neuron Dysfunction in Autism Spectrum Disorders. **Journal of Clinical Neuroscience**, 17(10), 1239-1243.
- Prizant, B. M. (1983). Language Acquisition and Communicative Behavior in Autism: Toward an Understanding of the “Whole” of it. **Journal of Speech and Hearing Disorders**, 48(3), 296-307.
- Prizant, B. M., & Duchan, J. F. (1981). The Functions of Immediate Echolalia in Autistic Children. **Journal of Speech and Hearing Disorders**, 46(3), 241-249.
- Prizant, B. M., & Rydell, P. J. (1984). Analysis of Functions of Delayed Echolalia in Autistic Children. **Journal of Speech, Language, and Hearing Research**, 27(2), 183-192.
- Ramer, A. L. (1976). The Function of Imitation in Child Language. **Journal of Speech and Hearing Research**, 19(4), 700-717.
- Rutter, M. (1970). Autistic Children: Infancy to Adulthood. **Seminars in Psychiatry**, 2(4), 435-450.
- Short, A. B., & Schopler, E. (1988). Factors Relating to Age of Onset in Autism. **Journal of Autism and Developmental Disorders**, 18(2), 207-216.
- Stengel, E. (1947). A Clinical and Psychological Study of Echo-reactions. **Journal of Mental Science**, 93(392), 598-612.
- Stiegler, L. N. (2015). Examining the Echolalia Literature: Where do Speech-language Pathologists Stand?. **American Journal of Speech-Language Pathology**, 24(4), 750-762.
- Stribling, P., Rae, J., & Dickerson, P. (2007). Two Forms of Spoken Repetition in a Girl with Autism. **International Journal of Language & Communication Disorders**, 42(2), 427-444. Retrieved on July 17, 2022 from <http://doi:10.1080/13682820601183659>.
- Skinner, B.F. (1957). **Verbal Behavior**. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Sullivan, M. T. (2002). **Communicative Functions of Echolalia in Children with Autism: Assessment and Treatment**. Doctoral Dissertation, California University Available from ProQuest Dissertations and Thesis database.
- Tager-Flusberg, H., & Caronna, E. (2007). Language Disorders: Autism and Other Pervasive Developmental Disorders. **Pediatric Clinics of North America**, 54(3), 469-481.
- Van Santen, J. P., Sproat, R. W., & Hill, A. P. (2013). Quantifying Repetitive Speech in Autism Spectrum Disorders and Language Impairment. **Autism Research**, 6(5), 372-383.
- Valentino, A. L., Schillingsburg, M. A., Conine, D. E., & Powell, N. M. (2012). Decreasing Echolalia of the Instruction “Say” During Echoic Training Through use of the Cues-pause-point Procedure. **Journal of Behavioral Education**, 21(4), 315-328. Retrieved on July 17, 2022 from <http://doi.org/10.1007/s10864-012-9155-z>.

Zhan, Y., Paolicelli, R. C., Sforazzini, F., Weinhard, L., Bolasco, G., Pagani, F., & Gross, C. T. (2014). Deficient Neuron-microglia Signaling Results in Impaired Functional Brain Connectivity and Social Behavior. **Nature Neuroscience**, 17(3), 400-406.

คณะผู้เขียน

ดร.ณัฐวิภา วาณิชย์เจริญ

ภาควิชาวิศวกรรมบำบัด คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
110 ถนนอินทวิโรด ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
e-mail: natwipa.w@cmu.ac.th

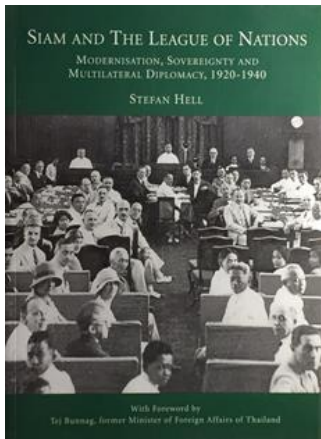
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร ชินชัย

ภาควิชาวิศวกรรมบำบัด คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
110 ถนนอินทวิโรด ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
e-mail: supaporn.c@cmu.ac.th

Siam and The League of Nations
Modernisation, Sovereignty and Multilateral Diplomacy, 1920-1940

ยอดชาย ชูติกาโม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรรัฐศาสตร์
โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Yodchai Chutikamo
School of Law and Politics, Suan Dusit University



ชื่อหนังสือ Siam and The League of Nations Modernisation,
Sovereignty and Multilateral Diplomacy, 1920-1940
ผู้แต่ง Stefan Hell
จำนวนหน้า 284 หน้า
ผู้พิมพ์ River Books
ภาษา อังกฤษ

“Siam and The League of Nations” เป็นหนังสือที่ทำการอธิบายถึงบทบาทของประเทศไทยในสันนิบาตชาติ ซึ่งเป็นองค์การระหว่างประเทศองค์การแรกของโลกที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่รักษากฎระเบียบของประชาคมโลก และส่งเสริมความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ของรัฐอธิปไตยที่เป็นภาคีสมาชิก โดยมีจุดประสงค์เพื่อรักษาสันติภาพของมนุษยชาติ หลังจากในโลกต้องเผชิญกับมหาสงครามในช่วง พ.ศ. 2457-2461 ซึ่งในสงครามครั้งนั้น สยามแม้ว่าจะเป็นประเทศเล็กและอยู่ห่างไกลจากยุโรป ซึ่งเป็นสมรภูมิสำคัญที่เป็นจุดเริ่มของสงคราม แต่เพื่อรักษาไว้ซึ่งความถูกต้องของประชาคมโลก สยามจึงได้เข้าร่วมรบเป็นฝ่ายสัมพันธมิตรทำการต่อสู้กับฝ่ายมหาอำนาจกลาง จนได้รับชัยชนะและร่วมในการประชุมสันติภาพที่แวร์ซายส์ ซึ่งในการประชุมครั้งนี้ได้มีมติจัดตั้งสันนิบาตชาติตามข้อเสนอของวูดโรว์ วิลสัน ประธานาธิบดีแห่งสหรัฐอเมริกา

หนังสือเล่มนี้ผู้เขียนได้นำเสนอถึงการเข้าร่วมมหาสงครามของสยาม การมีส่วนร่วมของสยามในการประชุมสันติภาพที่แวร์ซายส์ และบทบาทของสยามในสันนิบาตชาติในสี่เรื่องที่เป็นประเด็นสำคัญของประชาคมโลกในยุคนั้น คือ การควบคุมการค้าฝิ่น, ความร่วมมือด้านสาธารณสุข, ความร่วมมือในการแก้ปัญหาการค้ามนุษย์ และ ความร่วมมือในการรักษาความมั่นคง เพื่อไม่ให้เกิดมหาสงครามขึ้นอีก ซึ่งการที่สยามเข้าร่วมมหาสงครามในครั้งนี้ ในด้านหนึ่งมักจะพิจารณากันเพียงแค่ว่าสยามใช้การมีส่วนร่วมในการเมืองระหว่างประเทศในลักษณะที่ลงทุนน้อยแต่ได้ผลมาก เพราะสยามส่งทหารไปรบในยุโรปเพียงน้อยนิดและไม่ได้มีบทบาทนำในแนวหน้าใดเลย แต่เมื่อสงครามสงบในฐานะที่เป็นฝ่ายสัมพันธมิตรผู้ชนะ สยามได้รับผลประโยชน์ทั้งเกียรติยศและการเข้าไปร่วมเจรจาต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของตน แต่หนังสือนี้ ได้นำเสนอมุมมองอีกด้านให้เห็นว่าทั้งฝ่ายสัมพันธมิตรในสงคราม การประชุมสันติภาพที่แวร์ซายส์ และการดำเนินงานของสันนิบาตชาติในเวลาต่อมานั้น การปรากฏของสยามเป็นประโยชน์ในการสร้างความชอบธรรมว่าการดำเนินกิจกรรมงานนั้น มิได้เป็นเพื่อประโยชน์ของชาติตะวันตกแต่เป็นเพื่อประชาคมโลกทั้งสิ้น แม้จะเป็นชาติที่มีขนาดเล็ก และบทบาทไม่สำคัญในเวทีการเมืองโลก แต่สยามเป็นชาติที่มีอธิปไตยเป็นของตนเอง มีศักดิ์ศรีในทางการ

ระหว่างประเทศเท่าเทียมกับชาติอื่น เป็นหนึ่งในไม่กี่ชาติของเอเชียที่รักษาเอกราชของตนได้ การปรากฏของสยามในการเมืองระหว่างประเทศ จึงช่วยสร้างเสริมสร้างความชอบธรรมให้กับฝ่ายที่สยามเข้าไปร่วมว่าเป็นตัวแทนของประชาคมโลกอย่างแท้จริง หนังสือเล่มนี้ยังได้อธิบายถึงท่าที การแสดงบทบาทของสยามในเวทีการเมืองโลกผ่านสันนิบาตชาติ ซึ่งสยามได้แสดงบทบาทได้อย่างดีทั้งการรักษาผลประโยชน์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการรักษาความมั่นคงของโลก ตลอดจนการร่วมมือในมิติต่าง ๆ ดังนั้นแม้สยามจะเป็นชาติเล็ก ๆ แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกผ่านสันนิบาตชาติได้อย่างภาคภูมิใจ มีเกียรติมีศักดิ์ศรีทัดเทียมนานาอารยประเทศ แม้ว่าการดำเนินการของสันนิบาตชาติจะไม่ราบรื่น มีความขัดแย้งในหมู่ชาติมหาอำนาจต่าง ๆ แต่สยามก็วางตนได้อย่างมีเกียรติและปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสมาชิกสันนิบาตชาติตั้งแต่เริ่มต้นในฐานะชาติผู้ร่วมก่อตั้ง ตราบจนสันนิบาตชาติยุติบทบาทของตนเอง

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ที่ผู้อ่านจะได้รับ คือ ประวัติศาสตร์การเมืองโลก และการเมืองสยามในช่วงก่อนเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง ที่มีความเกี่ยวโยงสัมพันธ์กันในหลายมิติ ทั้งการพยายามรักษาความเป็นกลาง และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชาติของสยาม ที่แม้จะเปลี่ยนรูปแบบการปกครองจากสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่ประชาธิปไตย การวางตัวของสยามในเวทีการเมืองโลกที่เปลี่ยนแปลง ท่ามกลางการเติบโตขึ้นของอุดมการณ์ทหารนิยมชาตินิยมในยุโรป และเอเชียตะวันออก ตลอดจนกระแสการตื่นตัวของชนพื้นเมืองที่นำไปสู่การเรียกร้องเอกราชของดินแดนอาณานิคมที่อยู่รายล้อมสยาม ทำให้การดำเนินนโยบายของสยามต้องเป็นไปด้วยความรอบคอบ ทำให้เห็นถึงความสามารถทางการทูตของสยามในห้วงเวลานั้น ที่พยายามทำอย่างดีที่สุดเพื่อผลประโยชน์ของชาติ ในขณะที่ทางด้านการเมืองนั้น สยามก็ได้เกิดกลุ่มการเมืองต่าง ๆ ที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของการเมืองโลกที่แตกต่างกัน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการทูตของสยามในช่วงปีท้าย ๆ ของสันนิบาตชาติ ซึ่งกล่าวได้ว่ากลายเป็นสื่อกระดากไปแล้ว ก่อนที่สยามและประชาคมโลกได้ก้าวเข้าสู่มหาสงครามครั้งใหม่ที่จะเปลี่ยนแปลงโลกไปตลอดกาล

ผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยอดชาย ชูติกาโม

หลักสูตรรัฐศาสตร์ โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

อาคารเฉลิมพระเกียรติ 50 พรรษา มหาวชิราลงกรณ์

เลขที่ 145/9 ถนนสุขุขทัย เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: nathee_123@yahoo.com

นโยบายและการดำเนินงานจัดพิมพ์วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

นโยบายวารสาร

วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ในประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความวิจารณ์หนังสือ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครุศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ อาชีวศึกษา บริหารธุรกิจ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)

วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เป็นวารสารปรากฏอยู่ในฐาน TCI (Thai Journal Citation Index Centre) หรือศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย โดยปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพวารสารตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาการตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กำหนด กองบรรณาธิการของวารสารประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีตำแหน่งทางวิชาการ ศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์และผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิระดับปริญญาเอกมีผลงานวิจัยต่อเนื่อง ซึ่งเป็นบุคลากรจากสถาบันภายนอกและภายใน และมีผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) อ่านพิจารณาบทความ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานจัดพิมพ์วารสาร

1. รับต้นฉบับบทความจากผู้เขียน
2. กองบรรณาธิการวารสารตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของต้นฉบับบทความ ตามข้อกำหนดการส่งบทความเพื่อรับพิจารณาการตีพิมพ์ และตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์ (Turmitin)
3. กองบรรณาธิการวารสารจัดส่งต้นฉบับให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน อ่านพิจารณาบทความ
4. ส่งบทความให้ผู้เขียนแก้ไขตามผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)
5. กองบรรณาธิการวารสารตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพของบทความและพิจารณาต้นฉบับวารสารฉบับที่จะจัดพิมพ์
6. คณะทำงานดำเนินการจัดทำรูปแบบการจัดพิมพ์
7. บรรณาธิการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และคุณภาพของต้นฉบับวารสารฉบับจัดพิมพ์
8. คณะทำงานจัดพิมพ์และเผยแพร่วารสาร

กำหนดการจัดพิมพ์วารสาร

วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เป็นวารสารราย 4 เดือน โดยจัดพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม

ติดต่อเรา

วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

เลขที่ 145/9 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 50 พรรษา มหาวชิราลงกรณ

ถนนสุขุมวิท เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์: 02-241-7191-5 ต่อ 4135

Website: <https://so19.tci-thaijo.org/index.php/SDUGSAJ/index>

Facebook : <https://www.facebook.com/Grad.Journal.SDU>

ผู้ประสานงาน : คุณจารุภา ยิ้มละมัย
คุณณัชชา ถาวรบุตร

ข้อแนะนำการส่งบทความ

หลักเกณฑ์การลงตีพิมพ์บทความในวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต

1. บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดวารสารหนึ่งมาก่อน
2. บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาต้องไม่เคยอยู่ระหว่างการขอตีพิมพ์ในวารสารอื่น
3. เนื้อหาในบทความควรเกิดจากการสังเคราะห์ความคิดโดยผู้เขียนเอง ไม่ได้ลอกเลียนหรือตัดทอนมาจากผลงานทางวิชาการของผู้อื่น หรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือปราศจากการอ้างอิงที่เหมาะสม
4. ผู้เขียนต้องเขียนบทความตามข้อกำหนดการเขียนต้นฉบับบทความส่งวารสาร
5. ผู้เขียนจะได้รับใบตอบรับการตีพิมพ์บทความในวารสาร เมื่อผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน และกองบรรณาธิการ
6. ผู้เขียนต้องแก้ไขความถูกต้องของบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) และกองบรรณาธิการ
7. หลังจากผู้เขียนแก้ไขความถูกต้องของบทความแล้ว กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบความถูกต้องคุณภาพและความสมบูรณ์ของบทความอีกครั้ง ก่อนส่งต้นฉบับทำการจัดพิมพ์

ข้อกำหนดการส่งบทความเพื่อพิจารณาการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต

กองบรรณาธิการกำหนดระเบียบการส่งต้นฉบับบทความเพื่อให้ผู้เขียนยึดเป็นแนวทางในการส่งต้นฉบับสำหรับรับพิจารณาการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และกองบรรณาธิการสามารถตรวจสอบต้นฉบับก่อนการพิมพ์ เพื่อให้วารสารมีคุณภาพ สามารถนำไปใช้อ้างอิงประโยชน์ทางวิชาการได้ โดยสามารถดูรายละเอียดการกำหนดรูปแบบอักษรและการจัดวางตำแหน่งได้จากไฟล์ตัวอย่างในเว็บไซต์ของวารสาร

1. การเตรียมต้นฉบับ มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ขนาดของต้นฉบับ

พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 โดยเว้นระยะห่างระหว่างกระดาษด้านบนและด้านซ้ายมือ 1 นิ้ว ด้านล่างและขวามือ 0.5 นิ้ว

1.2 ขนาดของต้นฉบับ

ใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK พิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด โดยใช้ขนาด ชนิดของตัวอักษร รวมทั้งการจัดวางตำแหน่ง ดังนี้

1.2.1 ท้ายกระดาษ ประกอบด้วย

- 1) ชื่อเรื่องต้นฉบับของผู้เขียน ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย
- 2) เลขหน้า ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านขวา

1.2.2 ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.2.3 ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) ขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.2.4 ชื่อผู้เขียน ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ (ในกรณีที่มิอาจารย์ที่ปรึกษาให้ลงชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาด้วย โดยลงอาจารย์ที่ปรึกษาหลักเป็นรายชื่อสุดท้าย) และให้ใส่เครื่องหมายดอกจันท้ายชื่อผู้แต่งที่เป็นผู้ประสานงาน (Corresponding Author)

1.2.5 หัวข้อของบทคัดย่อภาษาไทยและอังกฤษ ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย

1.2.6 เนื้อหาบทคัดย่อภาษาไทยและอังกฤษ ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 Tab (ขนาด 0.5 นิ้ว) จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

1.2.7 หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย

1.2.8 หัวข้อย่อ ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ระบุหมายเลขหน้าหัวข้อย่อ โดยเรียงตามลำดับหมายเลขตำแหน่งเว้น 1 Tab จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

1.2.9 เนื้อหา ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 Tab (ขนาด 0.5 นิ้ว) จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

1.3 จำนวนหน้าต้นฉบับ

ความยาวทั้งหมด ไม่ต่ำกว่า 12 หน้า และไม่เกิน 15 หน้า (นับตั้งแต่ชื่อเรื่อง-เอกสารอ้างอิง)

2. การเรียงลำดับเนื้อหาต้นฉบับบทความ

เนื้อหาภาษาไทยที่มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรแปลเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด (ในกรณีที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นคำเฉพาะที่แปลไม่ได้ หรือแปลแล้วไม่ได้ความหมายชัดเจน ให้เขียนทับศัพท์ได้) และควรใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจง่าย ชัดเจน หากใช้คำย่อต้องเขียนคำเต็มไว้ครั้งแรกก่อน

2.1 การเรียงลำดับเนื้อหาต้นฉบับบทความวิจัย

ชื่อเรื่องภาษาไทย

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน คณะ มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานสังกัด ภาษาไทย

ชื่อผู้เขียน คณะ มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานสังกัด ภาษาอังกฤษ

บทคัดย่อภาษาไทย (ความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด) และคำสำคัญ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ และคำสำคัญ

บทนำ

วัตถุประสงค์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)

ระเบียบวิธีวิจัย

ผลการศึกษา

อภิปรายผล

ข้อเสนอแนะ
เอกสารอ้างอิง
คณะผู้เขียน

2.2 การเรียงลำดับเนื้อหาต้นฉบับบทความวิชาการและปริทัศน์

ชื่อเรื่องภาษาไทย
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ
ชื่อผู้เขียน คณะ มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานสังกัด ภาษาไทย
ชื่อผู้เขียน คณะ มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานสังกัด ภาษาอังกฤษ
บทคัดย่อภาษาไทย (ความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด) และคำสำคัญ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ และคำสำคัญ
บทนำ
เนื้อหา
บทวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และข้อเสนอแนะ
บทสรุป
เอกสารอ้างอิง
คณะผู้เขียน

3. การอ้างอิง

การอ้างอิงเอกสารให้ใช้ระบบ APA Style (American Psychological Association Style) การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาใช้ระบบนามปี ระบุ (ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์) เช่น (ศวัส ปฐมกุลนิจ, 2560)/(ศวัส ปฐมกุลนิจ และคณะ, 2560)

การอ้างอิงท้ายเรื่องให้เริ่มต้นด้วยเอกสารภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ และต้องมีรายการอ้างอิงอย่างน้อย 5 รายการ ต่อ 1 บทความ

3.1 การอ้างอิงในเนื้อหาหน้าข้อความ

ตัวอย่าง
สมคิด พรหมจ้อย (2552) กล่าวว่า.....
พินโย พรหมเมือง และคณะ (2559) กล่าวว่า.....

3.2 การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายข้อความ

ตัวอย่าง
(สุภาวดี สังข์วรรณ, 2563)
(Eric N., & Chuck L., 2008)

ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิง

หนังสือ

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ประภาพรรณ รักเลี้ยง. (2560). **หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารสถานศึกษา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิศนา ขมมณี. (2551). **ศาสตร์การสอน** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุทธิ ชัตติยะ และวิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2554). **แบบแผนการวิจัยและสถิติ**. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์พรินติ้ง.

วรรณิษา หาคูณ, จิตรา ชนะกุล และเยาวนุช ทานาม. (2563). **การจัดประสบการณ์สำหรับเด็ก**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Good, C. V. (1973). **Dictionary of Education**. New York: McGraw-Hill.

Caruso, J. J., & Fawcett, M., T. (2007). **Supervision in Early Childhood Education A Developmental Perspective**. 2nd ed. New York: Teachers College Columbia University.

วารสาร

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.

ตัวอย่าง

กฤตภาค ไหมเรียง. (2563). รูปแบบนวัตกรรมบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ**, 5(2), 255-268.

หนึ่งฤทัย ไชยหมื่น. (2563). ภาวะผู้นำของครูและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของครูในระดับมัธยมศึกษา. **Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University**, 8(1), 50-62.

Fullan, M. (2006). The Future of Educational Change: System Thinkers in Action. **Journal of Educational Change**, 7(3), 113-122.

Bezdrob, M. & Sunje, A. (2014). Management Innovation—designing and Testing a Heoretical Model. **South East European Journal of Economics and Business Special Issue ICSE Conference**, 9(1), 16-29.

การประชุมวิชาการ

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเอกสารรายงานการประชุม. ใน ชื่องานการประชุม (เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: หน่วยงานที่จัด.

ตัวอย่าง

นิพนธ์ แก้วต่าย, ศิริกานต์ โรทิม, สุมิตตา บุญลา และกนกนันท์ หล้าสองเมือง. (2560). การตรวจหาสารต้องห้ามที่ปนเปื้อนในเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรในนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัด

พิษณุโลก. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ ครั้งที่ 1 วันที่ 7-8 ธันวาคม 2560. (1-7).
เขียนราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

Wewerka, J., Dax, S., & Reichert, M. (2020). A User Acceptance Model for Robotic Process Automation. In *Proceedings- 2020 IEEE 24th International Enterprise Distributed Object Computing Conference (EDOC) October 05-08, 2020.* (97-106). Eindhoven: Netherlands.

วิทยานิพนธ์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะ ชีวมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง

ชัยวัฒน์ เพ็งหิรัญ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กแบบบูติกไฮเทคของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

หนังสือพิมพ์

รูปแบบ

ผู้แต่ง. (วันที่ เดือน ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้า.

ตัวอย่าง

ธวัช วรรตติพงศ์. (14 มีนาคม 2549). ปฏิวัตินักวิจัยรุ่นใหม่. *มติชน*, 8.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. สืบค้นเมื่อ วัน เดือน ปี จาก...

ตัวอย่าง

สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2558). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2565). รายงานการวิเคราะห์ความต้องการในการแก้ปัญหาเรื่องสินค้าและบริการเชิงพื้นที่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2566 จาก https://www.ocpb.go.th/download/article/article_20220523110713.pdf?fbclid=IwAR3mZfV4A_5NFyx0UxqwsZnQk-049_U2gVrr4PfzgxGn-N9plc04tBDuvwY.

Brian, F. (2009). The 4 P's Are Out, the 4 E's Are in Ogilvy & Maher Website. Retrieved on April 20, 2023 from <https://www.linkedin.com/pulse/20141204091656-87374558-why-the-4e-sof-marketing-are-replacing-the-old-4p-s>.

วารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า. สืบค้นเมื่อ วัน เดือน ปี จาก...

ตัวอย่าง

Valentino, A. L., Schillingsburg, M. A., Conine, D. E., & Powell, N. M. (2012). Decreasing Echolalia of the Instruction “Say” During Echoic Training Through use of the Cues-pause-point Procedure. *Journal of Behavioral Education*, 21(4), 315-328. Retrieved on July 17, 2022 from <http://doi.org/10.1007/s10864-012-9155-z>.

บทสัมภาษณ์

รูปแบบ

ผู้ให้สัมภาษณ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทสัมภาษณ์, ผู้สัมภาษณ์.

ตัวอย่าง

พระครูสาราธินันท์. (2564). การพัฒนานวัตกรรมการตลาด การตลาดดิจิทัลและการสร้างตราเมือง/ตราผลิตภัณฑ์ผ่านความร่วมมือร่วมสร้างคุณค่าจากการฝึกอบรมบุคลากรและผู้ประกอบการชุมชน โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด), สัมภาษณ์.

ราชกิจจานุเบกษา

รูปแบบ

ชื่อกฎหมาย. (ปี, วัน เดือน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ตอนที่ หน้า เลขหน้า.

ตัวอย่าง

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

หมายเหตุ

1. ผู้แต่งชาวไทยให้ใส่ชื่อและนามสกุล โดยไม่ต้องใส่คำนำชื่อ ยกเว้นราชทินนาม ฐานันดรศักดิ์ ให้นำไปใส่ท้ายชื่อ โดยใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างราชทินนามและฐานันดรศักดิ์ ส่วนสมณศักดิ์ให้คงรูปตามเดิม
2. กรณีผู้แต่ง 2 คน กรณีภาษาไทย ให้ใส่ชื่อสองคนตามลำดับที่ปรากฏ เชื่อมด้วยคำว่า “และ” สำหรับภาษาต่างประเทศ ใช้เครื่องหมาย & คั่นระหว่างคนที่ 1 และ คนที่ 2
3. ผู้เขียนต้นฉบับบทความสามารถดูรายละเอียดการเขียนอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ APA Style
4. การใช้ภาษาอังกฤษในบทความ
 - 4.1 ชื่อเฉพาะ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่ทุกคำ เช่น International Association for Impact Assessment
 - 4.2 ภาษาอังกฤษทั้งในวงเล็บและนอกวงเล็บ ให้ใช้ตัวเล็ก เช่น local knowledge, advanced model เป็นต้น
 - 4.3 ตัวย่อให้ใช้อักษรตัวใหญ่ทั้งหมด และควรมีคำเต็มบอกไว้ในการใช้ครั้งแรก เช่น IAIA (International Association for Impact Assessment)
 - 4.4 หัวข้อเรื่อง ให้ขึ้นต้นด้วยตัวอักษรตัวใหญ่
 - 4.5 คำสำคัญ อักษรตัวแรกให้ใช้ตัวใหญ่ และคั่นคำแต่ละคำด้วยเครื่องหมาย ,
5. การส่งต้นฉบับบทความ

ผู้เขียนส่งต้นฉบับบทความผ่านระบบ ThaiJo เป็นไฟล์ Microsoft Word และ/หรือ ไฟล์ PDF

6. การส่งต้นฉบับบทความ

ต้นฉบับบทความจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ภายนอก ในสาขาวิชานั้น ๆ จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นการประเมินแบบอำพรางสองฝ่าย (Double Blind) และส่งผลการพิจารณาแก่ผู้เขียน เพื่อปรับปรุงแก้ไข บทความ หรือพิมพ์ต้นฉบับใหม่ แล้วแต่กรณี เมื่อบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการแล้วผู้เขียนจึงจะได้ใบตอบรับการตีพิมพ์บทความในวารสาร

ต้นฉบับบทความจะได้รับการตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปออนไลน์ Turnitin

7. ลิขสิทธิ์และความรับผิดชอบ

7.1 บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เป็นลิขสิทธิ์ของวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

7.2 ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่เกี่ยวข้องกับวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และคณาจารย์ท่านอื่นแต่อย่างใด

7.3 เนื้อหาต้นฉบับที่ปรากฏในวารสารเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน ทั้งนี้ ไม่รวมความผิดพลาดอันเกิดจากเทคนิคการพิมพ์

ค่าใช้จ่ายในการตีพิมพ์

เมื่อบทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นเรียบร้อยแล้วนั้น ผู้เขียนต้องชำระค่าตีพิมพ์บทความ ดังนี้

บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ชำระค่าลงบทความละ 2,500 บาท

บุคคลภายนอก ชำระค่าลงบทความละ 3,500 บาท

กรณีบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตนั้นเขียนร่วมกับบุคคลภายนอกตั้งแต่ 1 ท่านขึ้นไป ชำระค่าลงบทความละ 3500 บาท

ทั้งนี้ วารสารจะไม่คืนเงินดังกล่าวแก่ผู้เขียน หากไม่ได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)

ดำเนินการโอนเงินดังกล่าวมาที่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 420-1-75977-0

ชื่อบัญชี: นางสาวองค์อร สงวนญาติ และนางนวลปราง รักษาภักดี และนางสาวณัชชา ถาวรบุตร

นโยบายส่วนบุคคล

ทางวารสารให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ใช้ระบบวารสารออนไลน์นี้ ดังนั้น ชื่อนามสกุลและอีเมลล์ของผู้เข้ามาใช้ระบบวารสารออนไลน์ของเรา จะไม่ถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์อื่น นอกจากการติดต่อสื่อสารจากทางวารสารเท่านั้น และจะไม่ถูกนำไปส่งต่อหรือเผยแพร่แก่บุคคลอื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางวารสาร

บทความพิเศษ

- ธุรกิจวิชาการ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต Academic Business: Suan Dusit University 1
ศิโรจน์ ผลพันธิน, สุขุม เฉลยทรัพย์, มลิวลย์ ธรรมแสง, ดร. สิริธัมม อุดมธรรมานภาพ และสุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์

บทความวิจัย

- การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค เอส ที เอ ดี ร่วมกับ เทคนิค เค ดับเบิลยู ดี แอล ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ 19
ทางการเรียน และความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
มนสิชา ชำนาญเวช และจุไรศิริ ชูรักษ์
- การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตามหลักไตรสิกขาเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม้อ 35
อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี
พระครูพิศาลธรรมาทร (นิรันดร์ ถั่วทวีโย), นพดล ดีไทยสงค์ และธิดาภูมิ หมั่นมี
- การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภค 51
กลุ่มมิลเลนเนียลในเขตภาคตะวันออก
กวินทรา เลหาวิทยะรัตน์ และอรพรรณ คงมาลัย
- บุคลิกภาพของตัวละครเอกชายจากจินตนาการ กึ่งจินตนาการและเรื่องจริงของผู้ประพันธ์: กรณีศึกษานวนิยาย 65
เรื่อง Frankenstein, The Queen's Confession และ The Railway Man
ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ และ ประกฤติ พูลพัฒน์
- ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัทรับทำความสะอาดในประเทศไทย 77
สุทธิกานต์ วัชร และสุเมธ ชูดารารัตระกุล
- ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ด้านเครื่องมือดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในประเทศไทย 91
พาริยา สาตะคุภฤกษ์ และอรพรรณ คงมาลัย
- กฎหมายต้นแบบเพื่อใช้บังคับผังเมืองเฉพาะในการจัดการตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 105
อุษณีย์ เพียรสุวรรณ์, ภูมิ โชคเหมาะ และศิวพร เสาวคนธ์
- การสื่อสารการตลาดบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ (Cafe) 119
ในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ศิริลักษณ์ ชัยพรหมราช และพิเศษ ชัยดิเรก
- การบริหารความเสี่ยงของการขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce 131
ธันย์นรี สุภาธีรวณิช และอรพรรณ คงมาลัย
- ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองของบุคลากรสายสนับสนุนสู่การวางแผนพัฒนาบุคลากร 143
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา
รณชัย ทิพย์มณฑา

บทความวิชาการ

- การบำบัดอาการพูดเสียงของผู้อื่นด้วยวิธีการขึ้นะ-หยุด-ชี้ ในเด็กออทิสติก 159
ณัฐวิภา วาณิชย์เจริญ และสุภาพร ชินชัย

บทความวิจารณ์หนังสือ

- Siam and The League of Nations Modernisation, Sovereignty and Multilateral Diplomacy, 1920-1940 175
ยอดชาย ชูติกาโม
- นโยบายและการดำเนินงานจัดพิมพ์วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต 177