



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ISSN 2286-8860

ACADEMIC JOURNAL OF NORTH BANGKOK UNIVERSITY

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

Vol.14 No.2 July – December 2025



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ACADEMIC JOURNAL OF NORTH BANGKOK UNIVERSITY

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2568

Vol.14 No.2 July – December 2025

ISSN 3088-1056 (Print) ISSN 3088-1129 (Online)

วัตถุประสงค์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

- เพื่อเป็นเวทีเผยแพร่งานวิจัย และบทความทางวิชาการของนักศึกษา คณาจารย์ และนักวิจัย
- เพื่อกระตุ้น ส่งเสริม สนับสนุน ให้นักศึกษา อาจารย์ และนักวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ในสาขาต่างๆ
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการศึกษา ค้นคว้า และเป็นแหล่งวิทยาการความรู้ด้านต่างๆ

เจ้าของ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ที่ปรึกษาบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง

อธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บรรณาธิการ

รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.จรรยา สุวรรณทัต

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (เกษียณอายุราชการ)

ศ.ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ศ.ดร.วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกษียณอายุราชการ)

ศ.ดร.สายหยุด จำปาทอง

กระทรวงศึกษาธิการ (เกษียณอายุราชการ)

รศ.ดร.ชลวิทย์ เจียรจิต

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รศ.ดร.ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (เกษียณอายุราชการ)

รศ.ดร.ภารดี อนันต์นาวิ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

รศ.ดร.มนสิข สิริสมบุญ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

รศ.ดร.วันชัย ปานจันทร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รศ.ดร.วิชัย แหวนเพชร

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (เกษียณอายุราชการ)

ผศ.ดร.เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ผศ.ดร.ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (เกษียณอายุราชการ)

ผศ.ดร.ฤทธิชัย อ่อนมิ่ง

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ผศ.ดร.สิทธิชัย ธรรมเสนห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ผศ.สุรเดช บุญลือ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

กำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ผลงานที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะส่วนบุคคลของผู้เขียน
ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นได้
และไม่มีผลต่อบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ACADEMIC JOURNAL OF NORTH BANGKOK UNIVERSITY

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2568

Vol.14 No.2 July – December 2025

ISSN 3088-1056 (Print) ISSN 3088-1129 (Online)

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Peer Review) ประจำฉบับ

รศ.ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รศ.ดร.ณกมล ปุณฺชเขตต์ทิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รศ.ดร.ทิวัดต์ มณีโชติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (เกษียณอายุราชการ)
รศ.ดร.เทียน ทองแก้ว	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.ธาวุฒิ ปลั่งสำราญ	มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ
รศ.ดร.พงศ์ หรดาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (เกษียณอายุราชการ)
รศ.ดร.วันชัย ปานจันทร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รศ.ดร.วิภาส ทองสุทธิ	วิทยาลัยนครราชสีมา
รศ.ดร.สุรัชย์ สิกขาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
รศ.ดร.สุพพล บุญลือ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รศ.ดร.สุริยศักดิ์ มังกรแก้ววิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์
รศ.ดร.อนิรุทธิ์ สติมัน	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผศ.ดร.ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร	สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ
ผศ.ดร.ประณต มีสอน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ผศ.ดร.ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (เกษียณอายุราชการ)
ผศ.น.ต.ดร.พงศ์เทพ จิระโร	มหาวิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา
ผศ.ดร.รัตน์ชนก พราหมณ์ศิริ	มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
ผศ.ดร.สายวรุณ จำปาวลัย	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (เกษียณอายุราชการ)
ผศ.ดร.สิทธิชัย ธรรมเสนห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผศ.ดร.อัครเดช มณีภาค	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ดร.บุรกรณ บริบูรณ์	วิทยาลัยสงฆ์นครพนม
ดร.สุพร เข้มแข็ง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (เกษียณอายุราชการ)

บทบรรณาธิการ



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ฉบับนี้ เป็นวารสารปีที่ 14 ฉบับที่ 2 ยังคงมุ่งเน้นการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยของอาจารย์ นักการศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ในรูปแบบของบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทปริทัศน์หนังสือ ซึ่งนับว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัย แนวคิด หลักการ ข้อคิดเห็นทางวิชาการ องค์ความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ อันจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น นับเป็นแหล่งการให้บริการทางวิชาการแก่สังคมที่สำคัญแหล่งหนึ่ง

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน อีกทั้งยังสามารถเป็นสื่อทางความคิดระหว่างท่านกับสังคมได้อีกทางหนึ่งด้วย

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต)

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิชาการ

- | | | |
|---|--|---|
| 1 | พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าใน TikTok shop: มุมมองของผู้บริโภคในยุค เศรษฐกิจดิจิทัล | เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร
พรทิพย์ เอื้อธรรมถาวร |
| 7 | การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร | ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล |

บทความวิจัย

- | | | |
|----|---|--|
| 13 | การพัฒนาผลการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทย ในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK | กัญญาวิร์ เมืองปาก
ปวีร์ กาญจนภิ
ศรีสุตา ด่วงไ้ต |
| 25 | ปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น: ศึกษากรณี มาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิด เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 | จรีวัลย์ น้อยผาง
นิรมัย พิศแข มั่นจิตร |
| 42 | ผลของการใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนรู้และกระบวนการกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 | จันทร์ ดิยะวงศ์ |
| 52 | ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อ ความผูกพันในองค์กร ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง | จิราพร บุญตันจีน
ทองฟู ศิริวงศ์ |
| 64 | ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ็กซ์วาย แซด จำกัด (มหาชน) | ชลัช ทรัพย์เกิด
ศุภฤกษ์ สุขสมาน |
| 75 | ความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม | ฐานิดา รัชยาพิมล
ชนะเกียรติ สมานบุตร |
| 85 | การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี | ณกมล ปุญชเขตต์ทิกุล
มงคล นาฏกระสุนทร |

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย

- | | | |
|-----|---|---|
| 94 | ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย | ประทุม ขอบใจ
บวรลักษณ์ เสนาะคำ
ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์ |
| 111 | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา | พรทิพย์ เอื้อธรรมถาวร
บุษริกา แก้วโพธิ์
มนัสนันท์ สงรัตน์ |
| 123 | ผลการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต เพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี | พรพิมล เลิศล้ำ
ดารารัตน์ อุทัยพยัคฆ์
ศุภวรรณ เล็กวิไล |
| 132 | รูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ | พุลเกิด ชารี
ปรกรณ์ ปรีชาภรณ์ |
| 144 | การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | ศิริกาญจนา พิลานบุตร
อัญชลี ทำทอง
อรณิชา ทศตา |
| 157 | ผลของการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด เพื่อลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคหลอดเลือดสมองที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร | อภิรดี ยืนยง
สุขอรุณ วงษ์ทิม
นิธิวัฒน์ เมฆขจร |
| 167 | การพัฒนาทักษะความสามารถการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน | อมรรัตน์ พันธุ์ประโคน
ปวีร์ กาญจนภิ
ศรีสุตา ดั่งไธ้ |

พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าใน TikTok Shop:**มุมมองของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล****Consumer purchasing behavior on TikTok shop:****Perspectives in the digital economy era**

เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร (Theppharat Ueathamatawon) ¹ พรทิพย์ เอื้อธรรมถาวร (Pronthip Ueathamatawon) ²

Received: June 26, 2025

Revised: October 30, 2025

Accepted: November 28, 2025

¹ Corresponding Author. E-mail: theppharat2471@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการนี้กล่าวถึงพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าใน TikTok ของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อสะท้อนมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok จากการศึกษา พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล พบว่าผู้บริโภคมีการปรับตัวเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการซื้อสินค้า ชำระเงิน ค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซื้อผ่านโซเชียลมีเดียที่นิยมใช้ คือ Facebook, YouTube, Instagram และ TikTok ส่วนพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าใน TikTok shop ในมุมมองของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมองว่าการซื้อสินค้ามีความสะดวกและความง่ายในการสั่งซื้อ การเห็นสินค้าจริง และการรีวิวจากร้านค้า มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและจัดส่งที่รวดเร็ว รวมทั้งทาง แอปพลิเคชัน TikTok มีปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (4Es) และ (7P) ที่ช่วยสนับสนุนร้านค้า เช่น

การออกแบบแอปที่น่าสนใจ ระบบการสั่งซื้อที่นำเสนอสินค้าที่ชัดเจนต่อการซื้อ โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ รวมทั้งสามารถรีวิวสินค้าและแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้ใช้งานที่ได้ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าใน TikTok shop เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค, Tiktok shop, เศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

This article examines consumer purchasing behavior on TikTok shop in the digital economy era, reflecting consumers' perspectives on shopping through the TikTok application. The study on consumer purchasing behavior in the digital era reveals that consumers have adapted to using digital technology for shopping, making payments, searching for product information through various online channels, and sharing their purchasing experiences via popular social media platforms such as Facebook, YouTube, Instagram, and TikTok.

Regarding consumer perspectives on purchasing behavior in TikTok shop, findings indicate that consumers perceive the shopping experience as convenient and easy, with the ability to view actual products and access store

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ, วิทยาลัยนครราชสีมา.

Faculty of Business Administration and Information Technology, Nakhon Ratchasima College.

² คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

Faculty of Science and Arts, Rajamangala University of Technology Isan.

reviews. The platform offers multiple payment options and fast delivery services. Moreover, TikTok Shop integrates marketing strategies based on the 4Es and 7Ps frameworks to support sellers. These include an engaging app design, a streamlined ordering system that clearly presents products, attractive promotions and exclusive benefits, as well as user-generated reviews and shared experiences. These factors contribute to increased consumer engagement and purchasing activity on TikTok shop.

Keywords: consumer purchasing behavior, TikTok shop, digital economy

บทนำ

ปัจจุบันโลกเริ่มเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital economy: DE) ซึ่งหลอมรวมเทคโนโลยีดิจิทัลให้เข้ากับวิถีชีวิตของผู้คน โดยเป็นยุคสมัยที่สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์สื่อสารไอทีเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ เครือข่ายการสื่อสารถูกเชื่อมโยงและเข้าถึงได้ในทุกที่และตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นการรองรับการเติบโตของ e-commerce สร้างโอกาสและรายได้ให้กับผู้ประกอบการในระดับสากล เพื่อร่วมผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่ความเป็น digital economy อย่างเต็มรูปแบบ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560)

แอปพลิเคชัน TikTok ซึ่งเป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สัญชาติจีนได้รับความนิยม เนื่องจากมีจุดเด่น คือ การสร้างและแชร์วิดีโอสั้นๆ (short video) เช่น คลิปเต้นสั้นๆ ลิขิงก์เพลง สร้างคอนเทนต์ตลก การทำ challenge ต่างๆ เป็นต้น จึงเปรียบเป็นพื้นที่แห่งความสุขบนโลกออนไลน์ จากสถิติผู้ใช้แอปพลิเคชัน Tiktok ทั่วโลก ปี 2024 ประเทศไทยมีผู้ใช้แอปพลิเคชัน Tiktok เป็นอันดับที่ 9 ของโลก ทำให้ TikTok มีอัตราการเติบโตในประเทศไทยและทั่วโลกอย่างรวดเร็ว (Springnews, 2567)

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน TikTok มีความต้องการในการซื้อสินค้าออนไลน์ช่วงหลังปี 2024 คิดเป็นร้อยละ 77% ซื้อสินค้าออนไลน์เป็นประจำทุกสัปดาห์ แสดงให้เห็น

ว่าพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในประเทศไทย (กนกวรรณ มณีแสงสาคร, 2567)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าใน TikTok ของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อนำมาเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาแอปพลิเคชันออนไลน์ต่าง ๆ ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

ผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การซื้อสินค้า การชำระเงิน และการสื่อสาร เนื่องจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการชำระเงินด้วยวิธีการดิจิทัล เช่น การโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารต่าง ๆ, True wallet, LINE pay เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีการแสดงความเห็นหรือร้องเรียนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว (Amarin Academy, 2562)

เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งครอบคลุมการผลิต การขนส่ง การขาย และการบริการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการด้านต่าง ๆ เหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (นารินทิพย์ ท่องสายชล, 2563)

สรุป ผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล คือ ผู้ที่ปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อรองรับพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เป็นการที่ผู้บริโภคเลือกใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบราคา อ่านรีวิวสินค้า และทำการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้วิธีการชำระเงินแบบดิจิทัล ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประสบการณ์

เฉพาะบุคคล ความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการซื้อสินค้า (Khandhajavana & Viriyaphol, 2566)

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลประกอบด้วยลักษณะเด่น ดังนี้

1. การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์: ผู้บริโภคเลือกใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการซื้อสินค้าต่าง ๆ มากขึ้น เช่น สินค้าทั่วไป อาหาร หรือบริการ

2. การใช้ระบบชำระเงินดิจิทัล: ผู้บริโภคเลือกการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เช่น แอปพลิเคชันธนาคารต่าง ๆ ทำให้การทำธุรกรรมสะดวกและรวดเร็ว

3. การค้นหาข้อมูลหลายช่องทางและรีวิวก่อนการตัดสินใจ: ผู้บริโภคเลือกค้นหาข้อมูลผ่าน Google, YouTube, Social Media หรือรีวิวจากผู้ใช้งานจริงหรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) สินค้าออนไลน์ ก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อให้มั่นใจว่าได้รับสินค้าที่ดีและคุ้มค่า

4. การให้ความสำคัญกับประสบการณ์: ผู้บริโภคยุคใหม่เน้นการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการซื้อสินค้าและบริการ มากกว่าคุณค่าพื้นฐานของสินค้า

5. การใช้โซเชียลคอมเมอร์ส: สำหรับผู้บริโภคกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น Gen Z นิยมใช้โซเชียลคอมเมอร์สในการซื้อสินค้า ธุรกิจจึงควรปรับตัวโดยเปิดช่องทางการขายผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าว (มณฑล กปิลกาญจน์, 2567)

สรุป พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการซื้อสินค้า ชำระเงิน ค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซื้อผ่านโซเชียลมีเดีย โดยแสดงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 แสดงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน TikTok shop

จากการศึกษาบทความวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าผ่าน TikTok shop ของผู้บริโภค พบว่ามีลักษณะสำคัญของพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้านี้

1. ความสะดวกและความง่ายในการสั่งซื้อ: ผู้บริโภคสามารถดูวิดีโอหรือการถ่ายทอดสด (Live) บน TikTok และเมื่อพบสินค้าที่สนใจ สามารถกดสั่งซื้อได้ทันที ซึ่งช่วยลดขั้นตอนและเวลาในการซื้อสินค้า

2. การเห็นสินค้าจริงและรีวิวจากผู้ใช้งานจริง: ผู้บริโภคสามารถเห็นสินค้าผ่านวิดีโอและการรีวิวจากผู้บริโภคคนอื่น ๆ ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคสามารถประเมินคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้าจากประสบการณ์จริงของบุคคลอื่นได้

3. โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ: การแจกคูปองส่วนลดจากร้านค้าและโปรโมชั่นค่าส่งฟรีจากแอปพลิเคชันเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่ามากขึ้น

4. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Es): ประกอบด้วย ประสบการณ์ (Experience) การแลกเปลี่ยน (Exchange) สภาพแวดล้อม (Environment) และการมีส่วนร่วม (Engagement) ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่าน TikTok shop โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมผ่านคอนเทนต์ที่น่าสนใจและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

5. การยอมรับเทคโนโลยี: ความสามารถในการปรับตัวและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยผู้ที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มมากขึ้น (วรรณพร โตงาม, 2566)

รวมทั้งปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ของผู้บริโภค พบว่า มีปัจจัยทางการตลาด (7P) ที่สำคัญดังนี้ (ณัชชา โพธิ์นาผาย, 2566; รัตนภรณ์ ธนาคุณ, 2564)

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product): คุณภาพของสินค้า ความหลากหลาย และความน่าเชื่อถือของสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2. ปัจจัยด้านราคา (Price): ราคาที่เหมาะสม และการแข่งขันได้ รวมถึงโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อความสนใจและการตัดสินใจซื้อ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place): ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้า การจัดตั้งที่รวดเร็ว และช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายเป็นปัจจัยสำคัญ

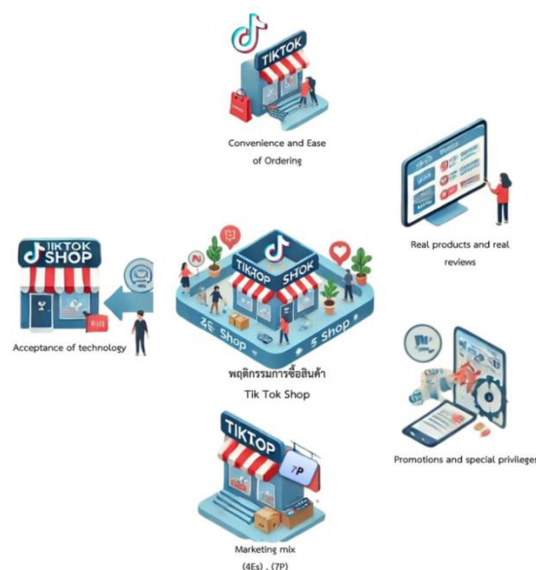
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion): การโฆษณาที่น่าสนใจ การรีวิวจากผู้ใช้งานจริง และการใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencers) ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือของสินค้า

5. ปัจจัยด้านบุคคล (People): การบริการลูกค้าที่ดี การตอบสนองต่อข้อสงสัย และการให้ข้อมูลที่ชัดเจนมีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process): ขั้นตอนการสั่งซื้อที่เข้าถึงง่าย ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย และการติดตามสถานะการสั่งซื้อเป็นสิ่งที่มีผู้บริโภคให้ความสำคัญ

7. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence): การออกแบบแอปพลิเคชันที่น่าสนใจ การนำเสนอข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน และการใช้สื่อมัลติมีเดียช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้า

สรุป พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่าน TikTok Shop ในมุมมองของผู้บริโภค คือ ความสะดวกและความง่ายในการสั่งซื้อ การเห็นสินค้าจริงและการรีวิวจากร้านค้า มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและจัดส่งที่รวดเร็ว ส่วนทางแอปพลิเคชัน TikTok shop พบว่ามีปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (4Es) และ (7P) ที่ช่วยสนับสนุนร้านค้า เช่น การออกแบบแอปที่น่าสนใจ ระบบการสั่งซื้อที่นำเสนอสินค้าที่ชัดเจนต่อการซื้อ โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ รวมทั้งสามารถรีวิวสินค้าและแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้ใช้งานจริงได้ โดยแสดงพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่าน TikTok shop ของผู้บริโภค แสดงดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 แสดงพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่าน TikTok shop ของผู้บริโภค

บทสรุป

ผลจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล พบว่า ผู้บริโภคเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการซื้อสินค้า ชำระเงิน ค้นหาข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ มากขึ้น และมีสิทธิเสรีในการแลกเปลี่ยน ประสพการณ์ซื้อผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, YouTube, Instagram และ TikTok ซึ่งเป็นสื่อกลาง ที่ให้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของวิระวัลย์ ลาภธนวรกุลชัย. (2564) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มของผู้บริโภค โดยการซื้อสินค้าผ่านทางอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม เพราะมีสินค้าที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าสามารถใช้งานและสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชม. รูปแบบน่าสนใจ ใช้งานง่าย มีช่องทางการชำระเงินให้เลือกหลากหลาย รวมทั้งมีบริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว

พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่าน TikTok Shop ในมุมมองของผู้บริโภค คือ ความสะดวกและความง่ายในการสั่งซื้อ การเห็นสินค้าจริงและการรีวิวจากร้านค้า มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและจัดส่งที่รวดเร็ว ส่วนทางแอปพลิเคชัน TikTok shop พบว่ามีปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (4Es) และ (7P)

ที่ช่วยสนับสนุนร้านค้า เช่น การออกแบบแอปที่น่าสนใจ ระบบการสั่งซื้อที่นำเสนอสินค้าที่ชัดเจนง่ายต่อการซื้อ โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ รวมทั้งสามารถรีวิวสินค้าและแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้ใช้งานจริงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเดชาวิทย์ นันทนอัครดี และคณะ (2567) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P) ส่งผลในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok Shopของผู้บริโภคระดับมาก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ เพราะช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว และทัศนัช กลั่นเอม และ วรรณกิตติ์ วรรณศิลป์ (2567) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว สอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler ที่กล่าวถึง 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) สถานที่ 4) ช่องทางการจัดจำหน่าย 5) บุคคล 6) ลักษณะทางกายภาพ และ 7) กระบวนการปัจจัย โดยที่ส่วนผสมการตลาดเหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สินค้าและบริการสามารถขายได้ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณพร โตงาม (2566) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Es) และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok shop ของผู้บริโภค ในด้านการสร้างประสบการณ์ (Experience) และการเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และมีความสะดวกสบาย และง่ายต่อการสั่งซื้อสินค้า

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ มณีแสงสาคร. (2567). *TikTok Shop เฝ้ารอครั้งแรกปี 2024 ยอด GMV โต 500% ผ่าน Livestream มั่นใจ Mega Sales ครึ่งปีหลังโตต่อเนื่อง*. Forbes Thailand. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.forbesthailand.com/news/marketing/tiktok-shop-first-half-2024-gmv-livestream-grew-500-percent>

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *เศรษฐกิจดิจิทัล: นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่*. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.industry.go.th/th/km/3371>

ณัชชา โพธิ์นาฝาย. (2566). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโท โครงการบริหารธุรกิจสำหรับนักบริหารรุ่นใหม่]*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. http://www.abstract.ru.ac.th/ymba/AbstractPdf/2565-3-2_1703214267.pdf

เดชาวิทย์ นันทนอัครดี, ตะกูล จิตวัฒนากร, และ วิโรจน์ หมื่นเทพ. (2567). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok Shop ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วารสาร มจร กาญจน-ปริทรรศน์, 4(3), 348–360.

นารินทิพย์ ท่องสายชล. (2563). *Digital Economy เศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย*. SET Invest Now. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/121-digital-economy-new-way-to-drive-thai-economics>

ทัศนัช กลั่นเอม และ วรรณกิตติ์ วรรณศิลป์. (2567). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคชีวิตวิถีใหม่*. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 6(1), 91–108.

มณฑล กปิลกาญจน์. (2567). *พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่กับความท้าทายปรับตัวของธุรกิจ*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2568, จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024jun06.html>

รัตนารณ รัตนคุณ. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ของผู้บริโภคในประเทศไทย [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาดดิจิทัล]*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Rattanapom.Tana.pdf>

วรรณพร โตงาม. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม
การซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok Shop
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.
Procedia of Multidisciplinary Research, 1(3),
42–51. (Article No. 42)

วิระวัลย์ ลาภธนวรกุลชัย. (2564). ปัจจัยที่ส่งผล
ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางอีคอมเมิร์ซ
แพลตฟอร์มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
[สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการตลาดดิจิทัล]. มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต.

<https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Virawan.Lap.pdf>

Amarin Academy. (2562). เจาะ 5 พฤติกรรมผู้บริโภคใน
ยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568, จาก
[https://amarinacademy.com/5920/management/
พฤติกรรมผู้บริโภค/](https://amarinacademy.com/5920/management/พฤติกรรมผู้บริโภค/)

Irin Khandhajavana และ Chiranan Viriyaphol. (2566).

3 สิ่งที่คุณอาจไม่รู้เกี่ยวกับ 'นักช็อปไทย' ในยุค
ดิจิทัล. Think with Google. สืบค้นเมื่อ 15
กุมภาพันธ์ 2568, จาก

[https://www.thinkwithgoogle.com/intl/th-th/consum-
insights/consumer-trends/3-things-about-thai-
shoppers-today/](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/th-th/consumers-insights/consumer-trends/3-things-about-thai-shoppers-today/)

Springnews. (2567). เปิดตัวเลขคนไทย Gen Z นิยมซื้อ
ของผ่าน TikTok ส่วน Gen Y ชอบซื้อใน Facebook.
สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2568, จาก
[https://www.springnews.co.th/digitalbusiness/digital
-marketing/852219](https://www.springnews.co.th/digitalbusiness/digital-marketing/852219)

การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร

Using digital media to develop communication within organizations

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล (Trirath Pluempitichaikul) *

Received: June 30, 2025

Revised: July 26, 2025

Accepted: July 30, 2025

* Corresponding author, Email: trirath.pl@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การสื่อสารในปัจจุบันมีพลวัตความเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาล ซึ่งส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมการสื่อสารภายในองค์กรต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการนำสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการพัฒนาเชิงศักยภาพในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างแนวทางการสื่อสารที่รวดเร็วและจัดการปัญหาการสื่อสารที่ซับซ้อนและยากต่อการตีความได้ดีมากขึ้น ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งศึกษา 1) การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการจัดการปัญหาการสื่อสารภายในองค์กร และ 2) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อดิจิทัล ในการศึกษาครั้งนี้ได้ นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร สื่อดิจิทัล ตลอดจนกรอบแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า การใช้สื่อดิจิทัลเข้ามามีบริหารจัดการและสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสามารถแก้ปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กรได้ดีมากขึ้น และอาจนำไปสู่การแสดงบทบาทของผู้สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงทิศทางการใช้สื่อดิจิทัลซึ่งมีคุณลักษณะสำคัญในการช่วยส่งเสริมและพัฒนาให้การสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่น อันเนื่องจากการจัดการการใช้สื่อดิจิทัลที่สร้างความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกันได้อย่างมีเอกภาพ

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล, การสื่อสารภายในองค์กร, วัฒนธรรมองค์กร

Abstract

Current communication is undergoing enormous dynamic changes, which inevitably affects the communication culture within organizations, especially with the introduction of digital media to play a role and participate in the development of effective communication potential, including creating a fast communication approach and managing complex and difficult-to-interpret communication problems better. Therefore, this article aims to study 1) the use of digital media to manage communication problems within organizations, and 2) the development approach for internal communication through digital media. In this regard, this study has applied concepts and theories on internal communication, digital media, and various related conceptual frameworks to analyze the phenomenon. The results of the study found that the use of digital media to manage and create a space for exchanging information can solve internal communication problems better and may lead to the effective performance of the communicator's role. In addition, the direction of digital media use has important characteristics in helping to promote and develop smooth internal communication due to the

* สาขาวิชานวัตกรรมดิจิทัลการสื่อสาร การตลาดและแบรนด์ดิ้ง คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
Department of Digital Communication Innovation,
Marketing, and Branding, Faculty of Communication
Arts, Sripatum University (Khon Kaen Campus)

management of digital media use that creates understanding in the same direction and in a unified manner.

Keywords: digital media, internal communication, organizational culture

บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบันทุกสังคมมีความเปลี่ยนแปลงภายใต้อิทธิพลของพลังแห่งนวัตกรรมทางการสื่อสารที่มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางของรูปแบบการขับเคลื่อนสถานการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมอย่างมีนัยยะสำคัญ เนื่องด้วยพัฒนาการของการสื่อสารดิจิทัลในปัจจุบันส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงในทุกด้านของการขับเคลื่อนสังคม นวัตกรรมทางเทคโนโลยีจึงได้กลายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน ไม่เพียงแต่จะช่วยให้การดำเนินชีวิตสะดวกขึ้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลส่งผลให้หลายภาคส่วนต้องปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในประเทศไทย อีกทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งยังเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาประเทศ (ชรินต์ เลิศสุชีเกษม, 2565) นอกจากนี้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการเรียนรู้รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และสะดวกสบาย (Smith et al., 2022) เช่นเดียวกันกับสภาพทางการสื่อสารก็มีผลกระทบต่อการสร้างวัฒนธรรมต่างๆ รวมไปถึงวัฒนธรรมทางการสื่อสารภายในองค์กร จะพบว่าการสื่อสารภายในองค์กรเป็นเรื่องที่ทุกองค์กรต้องมีการจัดการที่แตกต่างกันไปตามลักษณะขององค์กร ทั้งนี้ในปัจจุบันทุกองค์กรล้วนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงไปของโลก ซึ่งเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างมากทำให้องค์กรเกิดการแข่งขันและต้องมีการพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง การสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปได้อย่างราบรื่น อีกทั้งการมีการสื่อสารที่ดียังเป็นการสร้างความ

เข้าใจอันดีให้แก่บุคลากรในองค์กรให้มีความเข้าใจในนโยบายขององค์กรได้เป็นอย่างดียิ่งไปกว่านั้นการสื่อสารภายในองค์กรยังเป็นการสะท้อนวิถีปฏิบัติงาน ค่านิยม รวมไปถึงวัฒนธรรมขององค์กรได้อีกด้วย อีกทั้งการมีการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการทำงานเกิดความร่วมมือและการประสานงานที่ดีของทุกฝ่ายในองค์กร การสื่อสารขององค์กรยังเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ในหมู่สมาชิกของ องค์กรเพื่อให้บรรลุถึงประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งการสื่อสารขององค์กรมีได้หลายระดับ ได้แก่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร (ทองใบ สุตชาติ, 2542, น. 195 อ้างถึงใน เบญจริสา ตันเจริญ, 2562)

ในแง่แล้วความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรในฐานะวัฒนธรรมบริษัท เป็นแนวทางที่องค์กรได้ยึดถือปฏิบัติกันมา ประกอบไปด้วยค่านิยม ความเชื่อ ความเข้าใจ บรรทัดฐาน สัญลักษณ์ พิธีการ เรื่องเล่า และการปฏิบัติ ซึ่งพนักงานในองค์กรรับรู้และมีการตอบสนองต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548 อ้างถึงใน พินิจดา คำกรฤชา, 2560) ก็เป็นผลจากการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพดังนั้นการสื่อสารต้องเน้นในการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรทำให้เกิดความผูกพันกันภายในองค์กรและทำให้ทุกคนในองค์กรมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (นิษานาถ ยะรินทร์, 2560) การบริหารจัดการองค์กรมีรูปแบบที่แตกต่างกันก่อให้เกิดวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้สามารถแบ่งวัฒนธรรมองค์กรได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) วัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัว (Adaptability culture) 2) วัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (Achievement culture) 3) วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบคลุม (Involvement culture) 4) วัฒนธรรมองค์กรแบบราชการ (Consistency culture) (Daft, 2001) ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงาน รวมไปถึงความจงรักภักดีต่อองค์กร วัฒนธรรมองค์กรยังมีบทบาทอย่างยิ่งในการทำธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรในยุคใหม่ การมีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งจะช่วยส่งเสริมให้องค์กรคงอยู่ได้อย่างยาวนาน จากประเด็นข้างต้นองค์กรยุคใหม่ต้องตระหนักถึงคุณค่าในการรักษาเสถียรภาพของความสัมพันธ์ของการสื่อสาร

ภายในองค์กรให้มากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังมีอีกหลายองค์กรที่เผชิญกับความท้าทายจากปัญหาของการไม่มีแนวทางของการปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัย กล่าวคือ ยังยึดติดกับกรอบแบบดั้งเดิมที่อาศัยการสื่อสารผ่านบุคคลเป็นหลัก ซึ่งอาจเกิดปัญหาจากความไม่เข้าใจและโอกาสในการตีความสารที่ผิดพลาดได้ ดังนั้นองค์กรสมัยใหม่ต้องเรียนรู้ที่จะปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการผ่านการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัลเข้ามาลดช่องว่างของปัญหาให้มากขึ้น

โดยจะเห็นว่าเมื่อสื่อดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสารก็ส่งผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในแง่การสื่อสารผ่านข้อมูลที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทการกับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่หลากหลาย เช่นมีการนำเอาข้อความ ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวีดิทัศน์มาเรียบเรียงผสมผสานเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นสื่อที่มีความหลากหลายและเข้าถึงสมาชิกในองค์กรในฐานะผู้รับสารได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย และมุ่งสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน (Smart phone) ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลจึงนับได้ว่าเป็นวิธีที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างสูงเนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงลักษณะของผู้รับสารที่เกิดมาในยุคการสื่อสารสื่อดิจิทัล (บุหงา ชัยสุวรรณ, 2558) ทั้งนี้จะสามารถสนับสนุนในการเกิดกระบวนการสร้างการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็วและให้เกิดความเข้าใจสอดคล้องตรงกัน อีกทั้งยังส่งผลต่อความตระหนักถึงคุณค่าขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการจัดการปัญหาการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งผ่านหรือถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารองค์กรสื่อสารไปยังพนักงานขององค์กร หรือพนักงานมาแจ้งผู้บริหาร รวมไปถึงการสื่อสารกันภายในหมู่พนักงานด้วยกันผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่อยู่ภายในองค์กรทำให้ทุกคนภายในองค์กรเกิดความเข้าใจและสามารถรับรู้ความหมายเดียวกัน โนม่นาวจิตใจเปลี่ยนแปลงความคิดหรือเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรให้มีความรู้สึกผูกพันจนเกิดเป็นความ

จงรักภักดีต่อองค์กรได้ อันเนื่องมาจากการสื่อสารภายในองค์กรที่สามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์เอาไว้ได้ด้วย การสื่อสารภายในองค์กรเป็นกิจกรรมที่ทุกคนภายในองค์กรต้องปฏิบัติอยู่อย่างเสมอ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในการทำงาน การประสานงาน และกระบวนการทำงานต่าง ๆ การมีการสื่อสารภายในองค์กรเป็นการช่วยสร้างระบบการทำงานขององค์กรให้มีแบบแผน อีกทั้งยังสะท้อนได้ถึงเอกลักษณ์และลักษณะองค์กร รวมไปถึงวัฒนธรรมขององค์กร (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2565)

พัฒนาการของเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลส่งผลต่อการสื่อสารทั้งในมิติของนโยบายและแนวทางการปฏิบัติขององค์กร ซึ่งสมาชิกในองค์กรในทุกระดับตั้งแต่ผู้บังคับบัญชาถึงระดับปฏิบัติ ในฐานะผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการทางการสื่อสารจึงต้องมีการปรับตัว ในแง่แล้วปัญหาการสื่อสารในองค์กรส่วนมากพบประเด็นเรื่องของการไม่เข้าใจกัน การไม่สื่อสารระหว่างกัน ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เพียงพอและโดยเฉพาะการบิดเบือนของข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารภายในองค์กร (Message distortion) ความล้มเหลวจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีการอ้างอิง (Frame of reference) ที่เห็นไปในทางเดียวกัน ทั้งนี้มนุษย์มีความแตกต่างกันในประสบการณ์ที่มีที่จะส่งผลในการตีความหมายสิ่งต่าง ๆ ที่พบหรือเห็นแตกต่างกันไป (ณัฐรัชดา วิจิตรจามรี, 2553) นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรนั้น เกิดจากปัจจัยที่เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานานเป็นปัญหาเรื้อรังสะสมที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านความเหลื่อมล้ำระหว่างกัน การแบ่งพรรคแบ่งพวก ระบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และยังพบว่า ทักษะคติของบุคลากรในองค์กรและการถูกปิดกั้นการสื่อสารของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรอีกด้วย (แพมมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์, 2559) ทั้งนี้ปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาองค์กรอย่างยิ่ง ทั้งอาจต้องสูญเสียทรัพยากรบุคคล เวลา และทรัพย์สินจำนวนมากเพื่อแก้ไขวิกฤติต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งในอดีตแนวทางการสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพส่งผลต่อการขาดความเชื่อมั่น นับเป็นผลกระทบอันใหญ่หลวงต่อองค์กร ทั้งนี้จึงมีการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้เครื่องมือผ่านบุคคลและการใช้สื่อเข้าช่วยในการแก้ไขสถานการณ์ เนื่องจากเราต้องการให้องค์กรมีแนวทางดูแลแก้ไข

ตลอดจนการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาประเด็นปัญหาต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป้าหมายในการลดปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารภายในองค์กรของสมาชิก

ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารภายในองค์กรที่ดีมีประสิทธิภาพจึงเป็นการสื่อสารที่สามารถสร้างแนวทางความเข้าใจร่วมกันอย่างมีเอกภาพและสามารถสร้างแนวร่วมในการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง เมื่อพิจารณาจะพบว่า สื่อดิจิทัลมีความสำคัญ เนื่องด้วยมีบทบาทในการสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น การสื่อสารระหว่างองค์กรและพนักงานมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น จากคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ ทั้งที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์ (พรชนก จันทรอำนาจ, 2565) รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Line, Facebook, Twitter, Linkin, MS Team เป็นต้น เพื่อใช้ในการแบ่งปันข้อมูลและสร้างเครือข่ายทางสังคม (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 15 อ้างถึงใน วิกานดา พรสกุลวานิช, 2565) ในการเลือกใช้สื่อสังคมใดขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการทำงานแต่ละประเภท ดังนั้น การสื่อสารในองค์กรจึงมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับการติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กรหรือระหว่างหัวหน้างานและเพื่อนพนักงานด้วยตนเอง เพราะเป็นสื่อที่ง่าย สะดวกสบาย และทันสมัย อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กร

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อดิจิทัล

เมื่อเข้าใจความจำเป็นของการใช้สื่อดิจิทัลในการสร้างการรับรู้ทางการสื่อสารภายในองค์กร จะพบว่าในอนาคตการเสริมคุณภาพเครื่องมือทางการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นไปอย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), เอ็กซ์ (X), อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ทำให้ผู้คนสามารถแบ่งปันข้อมูลและปฏิสัมพันธ์กันได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้เทคโนโลยีการประชุมทางไกลผ่านระบบออนไลน์ต่างๆ ยังช่วยให้การทำงานแบบระยะไกลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลกระทบของเทคโนโลยีต่อการเชื่อมต่อและการสื่อสารในสังคม การศึกษาแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีสื่อสาร เช่น

สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันการส่งข้อความ ได้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงบุคคลและกลุ่มคนจากหลากหลายภูมิภาค ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้ยังแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในวิธีการสื่อสารที่ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายสังคมใหม่ ๆ และการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมการสื่อสาร (Kim & Park, 2023) ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดวัฒนธรรมการสื่อสารภายในองค์กรแบบใหม่ ที่ตอบโจทย์ต่อการสร้างความสัมพันธ์มากขึ้น

อีกทั้งหากใช้สื่อดิจิทัลในการตอบสนองต่อบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารภายในองค์กร ตามการศึกษาของ (Champoux, 2006 อ้างถึงใน พรชนก จันทรอำนาจ, 2565) ได้ระบุหน้าที่ในการสื่อสารภายในองค์กรดังนี้

1. มีหน้าที่ในการแบ่งปันข้อมูล การสื่อสารในองค์กรช่วยให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลให้กับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ ข้อมูลขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจและนโยบายขององค์กร รวมถึงภาระงานต่าง ๆ ที่จะถูกถ่ายทอดไปยังพนักงานขององค์กร ผู้มีส่วนได้เสียด้วย อีกทั้งยังเป็นการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางการทำงานและผลตอบรับเกี่ยวกับการดำเนินงานที่จะถูกแบ่งปันไปยังพนักงานขององค์กร
2. หน้าที่ในการให้ผลสะท้อนกลับเกี่ยวกับการดำเนินงานทำให้พนักงานได้ทราบถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสามารถช่วยทำให้วางแผนการดำเนินงานได้ต่อไปช่วยลดความไม่แน่นอนหรือความกังวลใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน ซึ่งการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในขั้นตอนเริ่มเรียนรู้งาน หรือการประเมินผลปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน
3. หน้าที่ในการประสานความร่วมมือ การมี การติดต่อสื่อสารกันระหว่างหน่วยงาน แผนกงาน และฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรเป็นการช่วยประสานความร่วมมือซึ่งกันและกันของทุกภาคส่วนในองค์กร ซึ่งเครื่องมือที่ช่วยให้ทุกฝ่ายในองค์กรบรรลุไปยังเป้าหมายเดียวกันได้ก็คือการติดต่อสื่อสารเป็นส่วนสำคัญ
4. หน้าที่ในการจูงใจ การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งเมื่อต้องการจูงใจบุคลากรขององค์กรเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในขององค์กร เป็นการใช้การสื่อสารเพื่อจูงใจให้บุคลากรให้ปฏิบัติตามผู้บริหาร

5. หน้าที่ในการแสดงความรู้สึก การสื่อสารทำให้พนักงานในองค์กรแสดงความรู้สึกของตนเองออกมาได้ ตั้งแต่ความรู้สึกไม่พึงพอใจหรือพอใจในการที่ตนเองทำอยู่ ปัญหาหรือความเปลี่ยนแปลงในองค์กร ผู้บริหารและหัวหน้างาน เป็นต้น

6. หน้าที่ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ การสื่อสารก่อให้เกิดการเรียนรู้ ได้มาซึ่งข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร จนสามารถทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ทันยุคทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

จะเห็นว่าประเด็นดังกล่าวนี้หากบูรณาการเข้ากับการใช้สื่อดิจิทัล ก็จะเป็นแรงผลักดันและส่งเสริมสำคัญให้เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารและสามารถอาศัยคุณลักษณะของสื่อใหม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดโครงสร้างทางความรู้สึกของคนในสังคมอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน (McQuail, 2010) ซึ่งการใช้ลักษณะเฉพาะของสื่อดิจิทัลจะสามารถขับเคลื่อนการสื่อสารความหมายไปยังกลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกภายในองค์กรในฐานะผู้รับสารได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น ทั้งนี้อิทธิพลแห่งพลังของสื่อดิจิทัลนี้เองจะทำให้รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรยุคใหม่มีความสามารถในการรับรู้ข้อมูลอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม อีกทั้งมีแนวโน้มป้องกันการส่งต่อข้อมูลข่าวสารอันบิดเบือนจากข้อเท็จจริง โดยเฉพาะหากนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของสถานการณ์ขององค์กรก็จะสามารถสร้างมาตรฐานทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีคุณภาพได้ แต่ทั้งนี้ก็ต้องมีข้อควรระวังในการใช้สื่อดิจิทัลอาจต้องเพิ่มทักษะการรู้เท่าทันสื่อและจริยธรรมการสื่อสารของสื่อดิจิทัลก็จะทำให้การใช้งานบังเกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อองค์กรต่อไป

บทสรุป

จากการศึกษาพบว่าการใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาบริหารจัดการและสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของสมาชิกในองค์กรทุกระดับ ด้วยลักษณะเฉพาะของสื่อดิจิทัลที่มีความรวดเร็วและสร้างมาตรฐานทางข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมอันส่งผลต่อความสามารถในแก้ปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กรได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงทิศทางการใช้สื่อดิจิทัลมีคุณลักษณะสำคัญในการช่วยส่งเสริมและพัฒนาให้การสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่น อัน

เนื่องจากการจัดการการใช้สื่อดิจิทัลที่สร้างความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการนี้ได้รับทุนสนับสนุนเผยแพร่ผลงานทางวิชาการจากมหาวิทยาลัยศรีปทุมวิทยาเขตขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐรัชดา วิจิตรจามรี. (2553). การสื่อสารในองค์กร. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2565). พฤติกรรมองค์กร ทฤษฎี และการประยุกต์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธรินทร์ เลิศสุชีเกษม. (2565). การปรับตัวขององค์กรภาครัฐสู่รัฐบาลดิจิทัล: ศึกษากรณีการปรับตัวของกระทรวงการต่างประเทศสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลตามกรอบของแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563 - 2565 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิชานาถ ยะรินทร์. (2560). วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคม: ภาพรวมและกรอบแนวความคิด. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร, 2(1), 173-198.
- เบญจริสา ตันเจริญ. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรสำหรับองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 8(1), 192-205.
- พรชนก จันทร์อำนวย. (2565). การเปิดรับการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรและความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชนในช่วงวัยเจเนอเรชัน Z [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พินิจดา คำกรฤชา. (2560). *วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ประจำจังหวัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- แพมมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทยูไนเต็ด แสตนด์การ์ด เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)* [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิกานดา พรสกุลวานิช. (2565). *สื่อใหม่และการจัดการการสื่อสาร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Daft, R. L. (2001). *Organization theory and design*. South-Western College Publishing.
- Kim, H., & Park, J. (2023). The impact of communication technologies on social connections and cultural practices. *New Media & Society*, 25(3), 541–558.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. (6th ed.). Sage Publications.
- Smith, A., Johnson, B., & Lee, C. (2022). Trends in digital media consumption: Shifting preferences and credibility. *Journal of Communication Research*, 48(4), 321–339.

**การพัฒนาผลการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทย
ในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK**

**Development of learning outcomes in history subject entitled history
of Thai nation in the Sukhothai period of the fourth grade students
using learning management plans based on TPACK**

กัญญาวีร์ เมืองปาก (Kanyawee Mueangpak)¹ ปวรี กาญจนภิ (Pawaree Kanchanapee)²

ศรีสุดา ดั่งไธ้ (Srisuda Daungtod)³

Received: June 29, 2025

Revised: July 5, 2025

Accepted: July 7, 2025

¹ Corresponding Author. E-mail: mueangpakk@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประสิทธิผลของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยวิธีการจัดการเรียนตามแนวคิด TPACK 2) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนเรียน และหลังเรียน วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนชุมชนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) อำเภอเมืองนครพนม จังหวัด

นครพนม ห้อง ป.4/2 จำนวน 30 คน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้จัดเก็บข้อมูล ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 8 แผน แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียน จำนวน 15 ข้อ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติค่าดัชนีประสิทธิผล และการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มไม่อิสระกัน

ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม นักเรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นในการจัดการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 68.48 มีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I) เท่ากับ 0.6848 2) นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK พบว่า คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 16.57 คิดเป็นร้อยละ 55.22 และคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 25.77 คิดเป็นร้อยละ 85.89 นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ความพึงพอใจโดยรวมของ

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ประถมศึกษา, มหาวิทยาลัยนครพนม.

Master of Education Program Program in Learning Management Innovation for Elementary Education, Nakhon Phanom University.

^{2,3} คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยนครพนม.

Faculty of Education, Nakhon Phanom University.

นักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัด นครพนม มีความพึงพอใจ เท่ากับ 4.56 อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: แผนการจัดการเรียนรู้, การพัฒนาสมองเป็นฐาน, การ์ตูนแอนิเมชัน, การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทย

Abstract

This research aimed to 1) study the effectiveness of learning with a lesson plan for history on the topic of the History of the Thai Nation in the Sukhothai Period of Grade 4 students using the lesson plan based on the TPACK concept, 2) study the academic achievement of students before and after learning history on the topic of the History of the Thai Nation in the Sukhothai Period of Grade 4 students using the lesson plan based on the TPACK concept, and 3) study the students' satisfaction with the learning process of history on the topic of the History of the Thai Nation in the Sukhothai Period of Grade 4 students using the lesson plan based on the TPACK concept. This research sample group was used with 30 grade 4 students at Thesaban 3 Community School (Phinij Phitthayanusorn), Mueang Nakhon Phanom District, Nakhon Phanom Province, Class P.4/2 in the second semester of the 2024 academic year, obtained from the cluster sampling method. The data collection tools included 8 lesson plans and a 15-item student satisfaction questionnaire. The statistics used included mean, percentage, and standard deviation. The effectiveness index statistics and independent group t-test.

The research results found that the effectiveness of learning with a lesson plan for

history on the history of Thailand in the Sukhothai period using the lesson plan based on the TPACK concept for grade 4 students at Thesaban 3 School (Phinij Phitthayanusorn), Nakhon Phanom Province, the students had increased knowledge in lesson management by 68.48 percent, with an efficiency index (EI) of 0.6848. 2) The students had academic achievement in history on the history of Thailand in the Sukhothai period using the lesson plan based on the TPACK concept, it was found that the pre-test score was 16.57 or 55.22 percent, and the post-test score was 25.77 or 85.89 percent. The students had academic achievement, with the post-test score being significantly higher than the pre-test score at the .05 level. 3) The overall satisfaction of the students towards the lesson management for history on the history of Thailand in the Sukhothai period using the lesson plan for grade 4 students at Thesaban 3 School (Phinij Phitthayanusorn), Nakhon Phanom Province. Satisfaction was 4.56 and found to be at the highest level.

Keywords: learning management plan, brain-based development, animated cartoons, development of Thai reading and spelling skills

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาการเรียนการสอนในกลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม โดยเฉพาะสาระประวัติศาสตร์ พบว่าการสอนเป็นการบรรยายมากเกินไป และยังไม่สามารถให้นักเรียนคิดตามในเรื่องที่ศึกษาได้ เหล่านี้เรียกว่าการเรียนแบบท่องจำ ซึ่งนักเรียนไม่มีการคิดตามมากนัก หรือมีเหตุผลที่จะได้ยังข้อมูลเดิมได้ นักเรียนไม่สามารถจะออกความคิดเห็น ถึงแม้ว่าที่ผ่านมารัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทยก็ตาม ในการเรียนการสอนนั้น ไม่สามารถปรับเปลี่ยนกิจกรรมการเรียนแบบเดิมได้ ซึ่งบางเรื่องเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ยาก หากผู้สอนให้ผู้เรียนนั้นท่องจำแค่เพียงอย่างเดียว

ผู้เรียนอาจไม่สามารถทำความเข้าใจในเนื้อหาเหล่านี้ได้ ส่งผลให้เกิดความน่าเบื่อหน่าย และไม่สนใจเรียน (ปิยะราช วรสวัสดิ์, 2562) จะเห็นได้ว่า แนวคิด TPACK เป็นการจัดการเรียนการสอนโดยนำเทคโนโลยีเข้าสู่ชั้นเรียนในยุคดิจิทัล ซึ่ง Koehler and Mishra (2008) ได้นำเสนอแนวคิดรูปแบบความรู้เนื้อหาผสมผสานวิธีสอนและเทคโนโลยี เพื่อใช้ในการจัดการเรียนรู้อย่างน่าสนใจและสอดคล้องกับสภาพห้องเรียนในยุคปัจจุบัน โดยแนวคิดดังกล่าว คือ TPACK: TPACK Technological pedagogical content knowledge หรือ TPACK Model เป็นความรู้เนื้อหาผสมผสานวิธีสอนและเทคโนโลยี และเป็นกรอบความคิดที่ผู้สอนสามารถผสมผสานความรู้ที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ความรู้ด้านเนื้อหา ความรู้ด้านการสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้สอนจะต้องปรับตัวให้มีความรู้ในการเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการเรียนรู้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จะเห็นได้ว่าแนวคิด TPACK เป็นแนวคิดที่มีในการจัดการสอนมีความจำเป็นในศตวรรษที่ 21 เพราะเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการประกอบการจัดการเรียนการสอน มีส่วนช่วยในการนำเสนอเนื้อหาการสอนต่อผู้เรียน และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทำให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน

สภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาประวัติศาสตร์ กลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม โรงเรียนโรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) ปัจจุบันมีนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีผลการวัดความรู้ ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโรงเรียน ปีการศึกษา 2565 และปีการศึกษา 2566 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม รายวิชาประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยร้อยละต่ำกว่าเป้าหมายของโรงเรียนที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 80 แสดงว่ายังไม่บรรลุเป้าหมายของโรงเรียน จึงเป็นปัญหาที่สำคัญที่ต้องปรับปรุงกิจกรรมการเรียนรู้ และเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นมีความจำเป็นที่ต้องปรับปรุงการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ใหม่ รวมทั้งการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถบรรลุผลการเรียนตามความมุ่งหวังของหลักสูตร และเห็นว่าการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา

ประวัติศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK การจัดการเรียนการสอนโดยนำเทคโนโลยีเข้าสู่ชั้นเรียนในยุคดิจิทัล การจัดการเรียนการสอนที่มีการประยุกต์ใช้ตามแนวคิด TPACK นับว่าเป็นการสนับสนุนแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ เพราะการจัดการเรียนการสอนแนวคิด TPACK ไม่เพียงแต่เน้นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสอน แต่ยังคำนึงถึงคุณภาพในการจัดเตรียมเนื้อหาสาระของการสอน และการเลือกใช้วิธีการสอนให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียนอีกด้วย (ชัยวัฒน์ แก้วพินางม, 2561) เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนประวัติศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กระบวนการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ โดยการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK เป็นการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันมาสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน นักเรียนจะสามารถเข้าใจเหตุการณ์สำคัญ เช่น การก่อตั้งอาณาจักรสุโขทัย ระบบการปกครอง วัฒนธรรม และบทบาทของพ่อขุนรามคำแหง ผู้สอนจะใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมการเรียนรู้ เช่น แผนออนไลน์ วิดีโอ สื่อมัลติมีเดีย และแอปพลิเคชันต่าง ๆ สื่อ AR การ์ตูนแอนิเมชัน จัดกิจกรรมที่กระตุ้นการคิดวิเคราะห์และการทำงานเป็นกลุ่ม เช่น การจำลองบทบาท และสอดคล้องกับหลักการในการประเมินการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์ให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้สร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ และประกอบด้วยการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ GPAS 5 steps เป็นรูปแบบที่เน้นผู้เรียนคือศูนย์กลาง ผู้เรียนจึงต้องมีเป้าหมายในการเรียนรู้และรู้จักค้นหาแนวทางที่จะนำไปสู่โครงสร้างความรู้ในเนื้อหาที่เรียนได้ด้วยการใช้เทคโนโลยี ทั้งยังช่วยส่งเสริมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21จะทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจในการเรียนรู้ในวิชาประวัติศาสตร์ (นรรชต์ ผันเชียร์, 2564)

จากประเด็นดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาการพัฒนาผลการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK และผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถส่งผล

ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์แก่ผู้สอนในโรงเรียนต่อไป

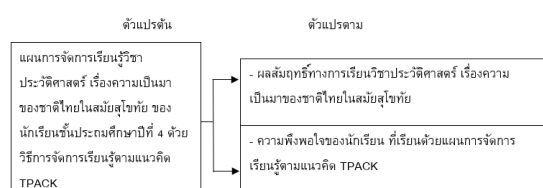
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยวิธีการจัดการเรียนตามแนวคิด TPACK

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ดังภาพประกอบ 1 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการพัฒนาผลการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK โรงเรียนชุมชนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม เป็นการวิจัยเชิงทดลอง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล ในสังกัดเทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม มีจำนวน 5 โรงเรียน ประกอบด้วย โรงเรียนเทศบาล 1 (หนองแสง) โรงเรียนเทศบาล 2 (บารุงเมือง) โรงเรียนชุมชนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) โรงเรียนเทศบาล 4 (รัตนโกสินทร์ 200 ปี) และโรงเรียนเทศบาล 5 (สมพรอภัย) ในปีการศึกษา

2567 มีนักเรียนทั้งหมดจำนวน 355 คน (เทศบาลเมืองนครพนม, 2567) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2546)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) ห้อง ป.4/2 จำนวน 30 คน สำหรับใช้จัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ซึ่งได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2543)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 3 ชนิด ได้แก่

1. แผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 8 แผน และ 1 ชั่วโมง โดยขอเสนอตัวอย่างแผนการเรียนรู้ดังนี้

ตัวอย่างแผนการเรียนรู้ครั้งที่ 1 ที่มุ่งเน้น TPACK (Technology, Pedagogy, Content Knowledge) ในเรื่อง "การก่อตั้งอาณาจักรสุโขทัย" สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีขั้นตอนต่อไปนี้

1) การเตรียมการ

1.1) Content knowledge (CK): ครูทบทวนและเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ก่อตั้งอาณาจักรสุโขทัย (พ่อขุนศรีอินทราทิตย์) เหตุการณ์สำคัญ และช่วงเวลาการก่อตั้ง

1.2) Technological knowledge (TK): ครูผู้สอนเตรียมสื่อดิจิทัล เช่น วิดีโอสารคดีสั้นเกี่ยวกับการก่อตั้งสุโขทัย, แผนที่อินเทอร์แอคทีฟแสดงที่ตั้งของอาณาจักร, หรือโปรแกรมสร้างแผนผังความคิดออนไลน์

1.3) Pedagogical knowledge (PK): ครูผู้สอนวางแผนกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักเรียน เช่น การตั้งคำถามนำ, การแบ่งกลุ่มทำกิจกรรม, การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2) การดำเนินการสอน

2.1) Pedagogical Content Knowledge (PCK): ครูผู้สอนเริ่มด้วยการตั้งคำถามกระตุ้นความสนใจเกี่ยวกับอาณาจักรโบราณ จากนั้นนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้ก่อตั้งและช่วงเวลาการก่อตั้งสุโขทัยอย่างกระชับ

2.2) Technological Content Knowledge (TCK): ครูผู้สอนใช้สื่อดิจิทัลที่เตรียมไว้ (วิดีโอ, แผนที่อิน

เทอร์แอลทีฟ) เพื่อให้นักเรียนเห็นภาพและเข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การให้นักเรียนระบุตำแหน่งสุขุขทัยบนแผนที่ดิจิทัล

3) การสรุปและการประเมิน

3.1) นักเรียนและครูร่วมกันสรุปประเด็นสำคัญของการก่อตั้งอาณาจักรสุโขทัย

3.2) มีการประเมินความเข้าใจของนักเรียน อาจผ่านการตอบคำถาม การนำเสนอผลงานกลุ่ม หรือการทำแบบฝึกหัดสั้นๆ

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) ที่มีต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัยโดยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของการเรียนรู้ด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม

2) การวิเคราะห์หาคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียน การจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม ด้วยสถิติ t-test

3) วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการ

จัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของการเรียนรู้ด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ และสรุปผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1 ดัชนีประสิทธิผลของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK

จำนวนนักเรียน	คะแนนเต็ม	ผลรวมคะแนน		ดัชนีประสิทธิผล (E.I.)
		ก่อนเรียน	หลังเรียน	
30	30	497	773	E.I. = .6848
ค่าเฉลี่ย		16.57	25.77	
ร้อยละของคะแนนเต็ม		55.22	85.89	

จากตาราง 1 พบว่า ดัชนีประสิทธิผลของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม มีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) เท่ากับ .68 แสดงให้เห็นว่า นักเรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นในการจัดการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 68.48

สรุปผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK

ตาราง 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ด้วยค่า t-test

ช่วงเวลา	n	$\bar{X}$	S.D.	ค่า (t-test)
ก่อนเรียน	30	13.73	2.09	9.63*
หลังเรียน	30	16.70	1.11	

จากตาราง 2 พบว่า ผู้เรียนที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

ตาราง 3 แสดงผลวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียนด้วยสถิติ t-test การจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK

แบบทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนเรียน	30	30	16.57	1.104	29	48.89	.00*
หลังเรียน	30	30	25.77	1.331			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน จำนวน 30 ข้อ ค่า t จากตาราง (เมื่อ $df = 29$, $\alpha = .05$) เท่ากับ 2.0452 ค่า t ที่คำนวณได้เท่ากับ 48.89 โดยมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน เฉลี่ยเท่ากับ 16.57 คิดเป็นร้อยละ 55.22 และมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 25.77 คิดเป็นร้อยละ 85.89 แสดงว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ปรากฏดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด PACK

ลำดับที่	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	เกณฑ์การประเมิน
1	นักเรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.70	.46	มากที่สุด
2	ครูใช้เนื้อหาที่เรียนเหมาะสมกับเวลา	4.57	.50	มากที่สุด
3	นักเรียนเกิดความอยากเรียนเพราะได้รับการกระตุ้นจากการเรียนรู้แบบ TPACK	5.00	.00	มากที่สุด
4	นักเรียนได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย	4.87	.34	มากที่สุด
5	นักเรียนมีความสุขสนุกสนานในการร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ TPACK	4.87	.34	มากที่สุด
6	ครูใช้สื่อและอุปกรณ์การเรียนสอดคล้องกับเนื้อหาที่เรียน	4.77	.43	มากที่สุด
7	ครูใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายและสอดคล้องกับเนื้อหาที่สอน	4.70	.53	มากที่สุด
8	ครูใช้สื่อการเรียนรู้ สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่นและเหมาะสมกับนักเรียน	4.33	.60	มาก
9	ครูมีสื่ออุปกรณ์การเรียนการสอนเพียงพอต่อการเรียนการสอนของนักเรียนทำให้สนุกสนาน	4.80	.48	มากที่สุด
10	นักเรียนมีความเข้าใจมากขึ้น เมื่อได้ใช้สื่อในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.43	.67	มาก
11	ครูใช้วิธีการวัดและประเมินผลหลายวิธี	4.60	.67	มากที่สุด
12	ครูเครื่องมือวัดผลสอดคล้องกับเนื้อหาและสอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้	4.43	.56	มาก
13	ครูสนับสนุนให้นักเรียนนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนา การเรียนของตนอยู่เสมอ	4.10	.66	มาก
14	นักเรียนและเพื่อนๆ ได้รับคำชมเชยจากครูเสมอเมื่อตั้งใจทำกิจกรรม	4.07	.69	มาก
15	นักเรียนและเพื่อนๆ มีโอกาสได้ทราบคะแนนจากผลงานที่ทำ	4.23	.62	มาก
รวม		4.56	.18	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่อง ความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .18 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรก คือ ข้อที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .00 รองลงมา คือ ข้อที่ 4 ข้อที่ 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .34 และข้อที่ 9 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .48 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด 3 ข้อสุดท้าย คือ ข้อที่ 14 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .66 รองลงมา คือ ข้อที่ 13 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .66 และข้อที่ 15 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .18

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาประสิทธิผลของการเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัยด้วยวิธีการจัดการเรียนตามแนวคิด TPACK สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม พบว่า มีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I) เท่ากับ .6848 คิดเป็นร้อยละ 68.48 แสดงให้เห็นว่า หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแผนการสอนที่พัฒนาขึ้นนักเรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นในการจัดการเรียนรู้ จัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ซึ่งบูรณาการองค์ความรู้ด้านเนื้อหา (Content knowledge: CK) ด้านวิธีการสอน (Pedagogical knowledge: PK) และด้านเทคโนโลยี (Technological knowledge: TK) มีส่วนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนได้ และนักเรียนสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาประวัติศาสตร์ในสมัยสุโขทัยได้ดียิ่งขึ้น สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุวรรณ แก้วศรีใส และ สยาม จวงประโคน (2564) การศึกษาค่าดัชนีประสิทธิผลของการเรียนรู้ด้วยแผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาดนตรีตามกรอบ TPACK MODEL สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า ค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I) เท่ากับ .70 แสดงให้เห็นว่า

นักเรียนมีความก้าวหน้าในการเรียนคิดเป็นร้อยละ 70 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ทานะเวช (2564) การศึกษาค่าดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้เทคนิค KWDL และการจัดการเรียนรู้แบบปกติเรื่องความน่าจะเป็น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีค่าเท่ากับ .69 และ .62 แสดงว่า นักเรียนมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้คิดเป็นร้อยละ 69.74 และ 62.21 ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานตะวัน ทายงาม (2567) ที่ศึกษาค่าดัชนีประสิทธิผลแผนจัดการเรียนรู้ประสิทธิผลของผังความคิด (Mind mapping) ในการพัฒนาทักษะการสรุปความ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สำหรับผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านแม่หวาน เท่ากับ 0.6786 แสดงว่า ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการสรุปความเพิ่มขึ้นหรือคิดเป็นร้อยละ 67.86 นอกจากนี้

จันทร์ ดิยะวงศ์ (2567) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและกระบวนการการแก้ปัญหาจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนแบบร่วมมือเทคนิค LT หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียน วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK พบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้อาจเนื่องจากการจัดการเรียนรู้โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK เป็นการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นนักเรียนเป็นสำคัญ ให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการนำเสนอเนื้อหาและเป็นสื่อในการจัดการเรียนรู้ ช่วยให้นักเรียนเกิดความสุข และกระตือรือร้น จึงส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนให้สูงกว่าก่อนเรียน พบว่า คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 16.57 คิดเป็นร้อยละ 55.22 และคะแนนหลังเรียน เท่ากับ 25.77 คิดเป็นร้อยละ 85.89 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เจษฎากร บุญแสน, อนันต์ ปานศุภวัชร, และกุลวดี สุวรรณไตรย์ (2567) ที่ศึกษาการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น ร่วมกับ TPACK เรื่องโลกและการเปลี่ยนแปลงมีคะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 8.56 คะแนน ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 2.32 และคะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังเรียนเฉลี่ย 24.28 คะแนน ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 2.15 ผลการวิเคราะห์ค่า t ปรากฏว่า ค่า t จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 68.35 เมื่อพิจารณาค่า t จากตาราง (df เท่ากับ 31) มีค่า t เท่ากับ 2.45 แสดงว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนโดยใช้การ

จัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น ร่วมกับ TPACK เรื่อง โลก และการเปลี่ยนแปลง มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้อง ผลงานวิจัยของ จิตติมา บุตตะ และคณะ (2567) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 หลังเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ TPACK model สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าเฉลี่ยก่อนเรียน และหลังเรียนเท่ากับ 9.94 และ 12.94 ตามลำดับ จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน สอดคล้องผลงานวิจัยของ อนุพงษ์ สุธรรมย์ และรัตนะ ปัญญาภา (2566) ที่ศึกษา ผลการสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน เรื่อง ที่ตั้งและ สภาพภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการพัฒนาการของทวีปเอเชีย สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญ คะแนนทดสอบก่อน-หลังเรียน เรื่อง ที่ตั้งและสภาพภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการพัฒนาการของทวีป เอเชีย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/1 ก่อน-หลัง ร้อยละคะแนนพัฒนาการ และระดับพัฒนาการหลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ TPACK model พบว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบบูรณาการ TPACK model คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน เท่ากับ 7.45 และสอดคล้อง ผลงานวิจัยของชนัญชิตา น้อยวิเศษ (2564) ที่ศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาประวัติศาสตร์ของ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่เรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการสอนแบบหมวกหกใบรวมกับการแสดงบทบาทสมมติหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ความพึงพอใจ ของนักเรียน ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชา ประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัย สุโขทัย ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม พบว่า ความพึงพอใจมีค่าเท่ากับ 4.56 อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK มีการจัดการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมที่หลากหลาย มีการบูรณาการเทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ เข้ากับ เนื้อหาและการสอนที่เหมาะสมในการจัดการเรียนรู้ ทำให้นักเรียนเกิดความสุข ความสนุกสนาน ความ

เข้าใจในเนื้อหาที่เรียน รู้สึกตื่นเต้น และตื่นตัวระหว่าง การจัดการเรียนรู้ตลอดเวลา นักเรียนจึงมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าระดับมากที่สุด จำนวน 6 ข้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนใช้สื่อการเรียนยังไม่ถนัด เต็มศักยภาพ เวลาทำความเข้าใจของนักเรียนในการ ทบทวนเนื้อหาความรู้กระชั้นชิด และบรรยายภาคใน ห้องเรียนอาจจะไม่เอื้ออำนวยในบางครั้ง จึงทำความ พึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิตติมา บุตตะ และคณะ (2567) ที่ศึกษาความพึงพอใจ ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบ TPACK model เรื่อง ศาสนาสาภกสำหรับ นักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนดงมะไฟวิทยา โดยรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด ในหัวข้อผู้สอนมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น ท่าทาง น้ำเสียง การวางตัวต่อนักเรียน ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.82 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ หัวข้อ ผู้สอน มีความตั้งใจ และกระตือรือร้นในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และหัวข้อนักเรียนมีความสุขกับการจัดกิจกรรม การเรียนรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 อยู่ในระดับความ พึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องผลงานวิจัยของ สุวรรณ แก้วศรีใส และสยาม จวงประโคน (2564) ที่พบความ พึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ รายวิชาดนตรีตามกรอบ TPACK model สำหรับ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีความพึงพอใจเท่ากับ 4.78 และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนัญชิตา น้อยวิเศษ (2564) ที่พบ ความพึงพอใจของนักเรียนระดับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยเทคนิค การสอนแบบหมวกหกใบรวมกับการแสดงบทบาท สมมติ ในรายวิชาประวัติศาสตร์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ผู้เรียน ได้รับอยู่ในระดับมากรองลงมาก็คือด้านบทบาทผู้เรียน อยู่ในระดับมาก และด้านการจัดการเรียนรู้ในระดับ มากและด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านบทบาท ผู้สอนอยู่ในระดับมาก

จากการทำวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบโดยสามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำไปใช้สำหรับการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนสำหรับนักเรียนและเป็นแนวทางสำหรับครูผู้สอนภายในสถานศึกษา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจหรือสร้างนวัตกรรมอะไรใหม่ในบริบทของการพัฒนาผลการเรียนรู้สาระการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ TPACK กระบวนการจัดการเรียนรู้รายวิชาประวัติศาสตร์ ตามกรอบ TPACK model ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้รายวิชาประวัติศาสตร์โดยครูผู้สอนบูรณาการเลือกใช้สื่อ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี ให้มีความสอดคล้องกันกับหลักทฤษฎีการสอนประวัติศาสตร์ และเนื้อหาวิชาประวัติศาสตร์ เพื่อต่อยอดองค์ความรู้เดิม และเสริมสร้างองค์ความรู้เดิมให้เพิ่มพูน ส่งผลให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ซึ่งผู้สอนจัดการเรียนรู้ในลักษณะที่ให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด โดยผ่านการศึกษาค้นคว้า ทดลอง ลงมือปฏิบัติ คิดแก้ปัญหา เริ่มสร้างสรรค์ ทำงานเป็นกลุ่มสรุปเป็นความรู้และสามารถนำเสนอได้อย่างเหมาะสม ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน ผู้เรียนได้รับความสนุกสนาน ซึ่งมีจุดเด่น ได้แก่ การใช้เกม Davinci เกมถอดรหัส สำหรับการทบทวนบทเรียนและสามารถตรวจคำตอบได้ทันที โดยใช้เกมผ่านสมาร์ททีวี เพื่อตรวจสอบความรู้ความเข้าใจของผู้เรียน เป็นการกระตุ้นให้นักเรียนตื่นตัวและสนุกสนานในการเรียนรู้ รายวิชาประวัติศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีการใช้ใบงานเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจของนักเรียน อีกทั้งมีการใช้แบบทดสอบในการวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังเรียน ซึ่งทำให้นักเรียนรู้ผลสัมฤทธิ์ของตนเอง และครูผู้สอนสามารถรู้ผลความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของนักเรียน เพื่อนำผลการวัดและ ประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นสรุปได้ว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้ TPACK model สามารถช่วยส่งเสริมทักษะกระบวนการทำงานกลุ่มและทักษะความร่วมมือของนักเรียนได้เป็นอย่างดีและยังสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนได้ดียิ่งขึ้น โดยกำหนดเป็นโครงการ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ทางเลือก รายละเอียดอื่น ๆ ในการดำเนินการการศึกษาให้การ

ดำเนินงานมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ใฝ่เรียนและยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามระบบที่วางแผนรวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ตามนโยบายของการจัดการศึกษาที่วางไว้ เพื่อเป้าหมาย สูงสุดคือ คุณภาพของผู้เรียน ครูผู้สอน และสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ครูผู้สอนรายวิชาประวัติศาสตร์ สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้รายวิชาประวัติศาสตร์ โดยนำเอาการจัดการเรียนรู้โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และทักษะการคิดวิเคราะห์ กับผู้เรียนในระดับชั้นต่าง ๆ ได้

1.2 แผนจัดการเรียนรู้รายวิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัยตามแนวคิด TPACK และใช้ขั้นตอนของแผนการสอนแบบ GPAS 5 steps ผู้สอนควรให้คำแนะนำสำหรับผู้เรียนที่ยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี AR ได้หรือยังไม่คล่อง เนื่องจากแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างมาสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จึงขอความอนุเคราะห์ ผู้สอนอ่าน หรืออธิบายให้ผู้เรียนได้เข้าใจในแต่ละสถานการณ์ในการจัดการเรียนรู้

1.3 เนื่องจากเป็นแผนจัดการเรียนรู้รายวิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัยตามแนวคิด TPACK ขั้นตอนของแผนการสอนแบบ GPAS 5 steps ซึ่งในแต่ละกิจกรรมการเรียนรู้มีการใช้สื่อ AR การ์ตูนแอนิเมชัน มีความยากง่าย และเหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละระดับชั้น บางกิจกรรมต้องใช้ทักษะขั้นสูงในการคิดแก้ปัญหา ค้นหาคำตอบ และลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ผู้สอนควรมีรางวัลตอบแทนเป็นอย่างอื่นนอกจากคำชมเชย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาวิจัยถึงรูปแบบของการจัดการเรียนรู้ รายวิชาประวัติศาสตร์เรื่องความเป็นมาของชาติไทยในสมัยสุโขทัย ตามแนวคิด TPACK ให้กับผู้เรียนในแต่ละระดับชั้นอื่น ๆ เช่น

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของผู้เรียน เป็นต้น

2) ควรนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง นักเรียนโรงเรียนอื่น ถึงบริบทที่แตกต่างกับการศึกษาในครั้งนี้ เช่น ขนาดของโรงเรียน (ขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก) เพื่อศึกษาเชิงเปรียบเทียบ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

จันทร์ ดิยะวงศ์. (2567). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและกระบวนการการแก้ปัญหาจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 13(2), 93-103.

เจษฎากร บุญแสน, อนันต์ ปานสุวัชร, และ กุลวดี สุวรรณไตรย์. (2567). การพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เรื่อง โลกและการเปลี่ยนแปลง โดยการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น ร่วมกับ TPACK. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์, 12(3), 50-59.

ชนัญชิตา น้อยวิเศษ. (2564). การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการสอนแบบหมวกหกใบร่วมกับการแสดงบทบาทสมมติเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการคิดวิเคราะห์รายวิชาประวัติศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ชัยวัฒน์ แก้วพินางาม. (2561). แนวทางในการผสมผสานดิจิทัลเทคโนโลยีเพื่อการสอนภาษา. วารสารภาษาปริทัศน์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 18(33), 15-20.

จิตติมา บุตตะ และคณะ. (2567). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การจัดการเรียนรู้ โดยใช้ TPACK Model เรื่อง ศาสนาสากล สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

เทศบาลเมืองนครพนม. (2567). รายงานสถิติจำนวนนักเรียนในโรงเรียนสังกัดเทศบาลเมืองนครพนม ประจำปีการศึกษา 2567. กองการศึกษา เทศบาลเมืองนครพนม.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2543). การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน: การวิจัยเชิงปฏิบัติการของครู. วารสารการวัดผลการศึกษา, 24(1), 35-39.

นรวิทย์ ผันเชิษฐ์. (2564, 15 มิถุนายน). แนวทางการจัดการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ในยุคปัจจุบัน. หูปลูกปัญญา. <https://www.trueplookpanya.com/blog/content/89390/teaedu->

ปานตะวัน ทายงาม. (2567). ประสิทธิผลของผังความคิดในการพัฒนาทักษะการสรุปความกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านแม่หวาน. วารสารปัญญา, 29(2), 12-25.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2546). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะราช วรสวัสดิ์. (2562). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่อง วิเคราะห์ประเด็นสำคัญในประวัติศาสตร์ไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

พัชรา พลเยี่ยม และ ปาริชาติ ประเสริฐสังข์. (2567). แนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น (5E) ร่วมกับเทคนิคการใช้คำถามระดับสูง. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และนวัตกรรม, 3(1), 68-85.

ศิริพร ทานะเวช. (2564). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการคิดแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เรื่อง ความน่าจะเป็นระหว่างการจัดการเรียนรู้เทคนิค KWDL กับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุวรรณา แก้วศรีใส และ สยาม จวงประโคน. (2564).

กระบวนการจัดการเรียนรู้รายวิชาดนตรีตาม
กรอบ TPACK MODEL สำหรับนักเรียนชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองตู อำเภอ
ราชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์*, 40(1), 129-140.

อนุพงษ์ สุขรมย์ และ รัตนะ ปัญญาภา. (2566). การ

พัฒนาผลการเรียนรู้ เรื่อง ที่ตั้งและสภาพ
ภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อพัฒนาการของทวีปเอเชีย
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/1 โรงเรียนราชประชานุ
เคราะห์ 28 จังหวัดยโสธร โดยใช้การจัดการ
เรียนรู้แบบบูรณาการ TPACK MODEL. *วารสาร
ครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*,
3(2), 79-92.

Koehler, M. J., & Mishra, P. (2008). Introducing
TPCK. In AACTE Committee on Innovation
and Technology (Ed.), *Handbook of
technological pedagogical content knowledge
(TPCK) for educators* (pp. 3–29). Routledge.

Mishra, P., & Koehler, M. J. (2008). Technological
Pedagogical Content Knowledge: A new
framework for teacher knowledge. *Teachers
College Record*, 108(6), 1017-1054.

**ปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น:
ศึกษากรณีมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติ
ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550**

**Legal problems pertaining to freedom of expression: An analysis of section
14 and section 20 of the computer-related crime act B.C. 2550 (2007)**

จรีวัลย์ น้อยผาง (Chareewan Noiphang) ¹ นිරมัย พิศแข มั่นจิตร์ (Niramai Phitkhae Manjit) ²

Received: June 22, 2025

Revised: July 26, 2025

Accepted: July 28, 2025

¹ Corresponding author, Email: nack_jareewan@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 34 ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารนั้น สามารถกระทำได้อย่างง่ายดายโดยการแสดงความคิดเห็นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อกิจการของรัฐ ในขณะเดียวกันประเทศไทยตราพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งมีเจตนารมณ์เพื่อกำหนดมาตรการในการป้องกันและปราบปรามการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหาย ซึ่งมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว กลับกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐนำมาใช้จำกัดหรือลดทอนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชน โดยยกเหตุผลเรื่องความมั่นคงของรัฐหรือความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนเป็นฐานในการแทรกแซง

การแสดงออกโดยเฉพาะในประเด็นทางการเมือง ซึ่งก่อให้เกิดข้อถกเถียงสำคัญว่าบทบัญญัติเหล่านั้นมีความชอบด้วยรัฐธรรมนูญหรือไม่ และการตีความบังคับใช้มีความเป็นธรรมและสอดคล้องกับหลักการที่สำคัญที่เกี่ยวข้องเพียงใด

จากการศึกษาวิเคราะห์ พบว่า ปัญหาหลักของบทบัญญัติมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ได้แก่ 1) การใช้ถ้อยคำที่คลุมเครือ เช่น “ข้อมูลเท็จ” “โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหาย” “น่าจะก่อให้เกิดความตื่นตระหนก” หรือ “ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี” ซึ่งล้วนเปิดช่องให้มีการใช้ดุลยพินิจตีความได้อย่างกว้าง 2) ขาดแนวทางหรือหลักเกณฑ์ในการแยกแยะระหว่างข้อมูลซึ่งความคิดเห็นที่ได้รับ ความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญกับข้อมูลซึ่งมีความผิดตามกฎหมาย และ 3) กระบวนการบังคับใช้มาตรา 14 และมาตรา 20 ที่ไม่สอดคล้องตามหลักความได้สัดส่วน ทั้งนี้ประเทศไทยใช้ข้อยกเว้นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพมากกว่าการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ

¹ หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายมหาชน
คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Master of Laws Program in Public Law, Faculty of Law,
Thammasat University.

² คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Faculty of Law, Thammasat University.

คำสำคัญ: เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น,
จำกัดเสรีภาพ, ข้อมูลคอมพิวเตอร์

Abstract

The right to freedom of expression, as outlined in Section 34 of the Constitution of the Kingdom of Thailand supports democracy in an era of digital technology. Communication through computer systems is essential for free public participation in state affairs. Yet the Computer-Related Crime Act B.E. 2550 (2007; The Act) and subsequent amendments, particularly Sections 14 and 20, have raised criticisms that the state has increasingly used these provisions to suppress freedom of expression. The government frequently invokes national security, public order, or morality to justify intervention, especially in politically sensitive contexts. This has sparked debate over the constitutionality and fairness of these legal provisions and their enforcement in light of legal and human rights principles.

Results highlight three key legal issues: 1) vague, overly broad language in statutory provisions, allowing for discretionary abuse; 2) lack of standards or guidelines to differentiate between constitutionally protected speech and unlawful content; and 3) enforcement mechanisms uncompliant with the proportionality principle. Additionally, Thai authorities tend to emphasize exceptions over protections, undermining the core constitutional value of freedom of expression.

Keywords: freedom of expression, restriction of rights, computer data

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นมีความสำคัญและบทบาทอย่างยิ่งในสังคมที่ปกครองในระบอบประชาธิปไตย อีกทั้งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างสังคมที่เป็นประชาธิปไตยเคารพความเห็นที่แตกต่างของคนในสังคม นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญของประชาชนในการมีส่วนร่วมในทางการเมือง เรียกร้องต่าง ๆ ต่อผู้มีอำนาจปกครองซึ่งจะมีผลต่อสังคมนั้น ๆ

เนื่องจากความคตินั้นเป็นธรรมชาติของมนุษย์ เป็นรากฐานของมนุษย์ซึ่งสามารถสะท้อนเจตจำนงความต้องการ ความปรารถนาของตัวบุคคลนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี เพื่อมนุษย์จะสามารถอยู่ร่วมกันในสังคม กล่าวคือ การแสดงออกซึ่งความคิดเป็นรากฐานของสังคมประชาธิปไตย บรรดา รัฐต่าง ๆ ที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยจึงเห็นความสำคัญของการแสดงออกซึ่งความคิด อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และยกระดับทางสังคมให้เกิดการแลกเปลี่ยน เสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์ประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ รวมถึงประเด็นทางการเมือง ดังนั้น เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น โดยการพิมพ์ การพูด การเขียน หรือวิธีอื่นใด หรือเสรีภาพในการชุมนุม ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้ประเทศเกิดการขับเคลื่อนและพัฒนาต่อไปได้

ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 34 วรรคหนึ่ง ได้บัญญัติรับรองคุ้มครองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น อันเป็นหลักประกันว่าประชาชนจะสามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองได้ โดยไม่อาจถูกจำกัดหรือลิดรอนได้ แต่อย่างไรก็ตาม การแสดงความคิดเห็นนั้นย่อมต้องมีข้อพิจารณาถึงคุณค่าสำคัญประการอื่นที่ได้รับการคุ้มครองโดยรัฐธรรมนูญเช่นกัน ดังนั้น เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอาจถูกจำกัดให้แคบลงได้เมื่อเสรีภาพนั้นปะทะกับคุณค่าประการอื่นที่สำคัญ เช่นเดียวกัน ซึ่งในปัจจุบันการแสดงความคิดเห็นนั้นแตกต่างจากในอดีต ประชาชนต่างสามารถแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกง่ายดาย เนื่องจากพัฒนาทางเทคโนโลยีที่ทำให้มีอุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่เป็นประโยชน์และสะดวกต่อการดำรงชีวิตมากขึ้น ส่งผลทำให้การแสดงออกซึ่งความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ ประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมง่ายต่อการเข้าถึงโดยกระทำผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หรือสื่อดิจิทัล โดยอาศัยอุปกรณ์ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ในขณะเดียวกันก็ทำให้มีการแสดงความคิดเห็นโดยไม่สุจริต หรือนำข้อมูลที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ด้วยเช่นกัน ดังนั้นเพื่อป้องกันมิให้เกิดมิให้เกิดการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

ดังกล่าว จึงจำเป็นที่จะต้องมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นกฎหมายที่มีเจตนารมณ์เพื่อกำหนดมาตรการในการป้องกันและปราบปรามการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ และความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนจากการกระทำความผิดที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับผู้เสียหายในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวซึ่งบทบัญญัติที่มีลักษณะเป็นการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 34 วรรคหนึ่ง โดยตรง ซึ่งถูกนำมาใช้ดำเนินคดีกับประชาชนที่ได้แสดงความคิดเห็นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความคิดเห็นในประเด็นทางการเมือง

จากสถิติในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีการดำเนินคดีตามมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (1) (2) (3) และ (5) เป็นจำนวนกว่า 52,832 คดี (กองแผนงานอาชญากรรม สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์, 25 กุมภาพันธ์ 2568) ขณะเดียวกันจากการติดตามของศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน ตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2563 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีการดำเนินคดีข้อหาตามกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อย่างน้อย 208 คน ในจำนวน 230 คดี (ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน, 2568) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบทบัญญัติแห่งกฎหมายดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อยกเว้นการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 34 วรรคหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาปัญหาการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่ง

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

3. เพื่อศึกษาความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาประเด็นปัญหานี้ จะทำการศึกษาโดยเน้นไปที่เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยนักกฎหมายอื่นที่สำคัญมาประกอบการศึกษา คือ มาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 รวมถึงเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศเยอรมนีและประเทศสหรัฐอเมริกา

วิธีดำเนินการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายในการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นภายใต้บทบัญญัติมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 รวมถึงข้อยกเว้นในการจำกัดเสรีภาพดังกล่าว ตลอดจนเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเอกสารและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย ตำรา รวมถึงรัฐธรรมนูญ กฎหมาย และคำพิพากษาที่เกี่ยวข้อง ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเยอรมนีและสหรัฐอเมริกา
2. การวิเคราะห์ปัญหา โดยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพจากบรรดาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายของมาตรา 14

และ 20 ที่อาจจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น โดยพิจารณาตามหลักการสำคัญที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศ โดยดำเนินการศึกษาแนวทางการบัญญัติกฎหมาย การตีความ และการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นในประเทศเยอรมนีและสหรัฐอเมริกา เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว

4. การสังเคราะห์ข้อค้นพบ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา มาสังเคราะห์ เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการปรับปรุงบทบัญญัติ มาตรา 14 และ 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

หลักการสำคัญที่เกี่ยวข้อง

เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเป็นกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสังคมที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับหลักการสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. หลักประชาธิปไตย เป็นหลักการสำคัญในรัฐที่ปกครองโดยระบอบประชาธิปไตย ซึ่งการจะปกครองนั้นต้องปกครองเป็นไปตามเจตจำนงของพลเมือง ภายใต้การปกครองของรัฐนั้น (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2562, น. 19) และมีบทบาทสำคัญในการกำหนดขอบเขตสิทธิและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ เนื่องจากรัฐธรรมนูญของรัฐที่ยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตยย่อมมีบทบัญญัติรับรองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนหลากหลายด้าน ทั้งในด้านพลเมือง การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศ (วรพจน์ วิศวพิชญ์, 2565, น. 13)

2. หลักนิติรัฐ เป็นหลักการที่มีเจตนารมณ์เพื่อกำหนดขอบเขตและจำกัดการใช้อำนาจของรัฐให้อยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย เพื่อไม่ให้รัฐใช้อำนาจโดยพลการ โดยหลักนิติรัฐตั้งอยู่บนหลักการย่อยที่สำคัญหลายประการ ซึ่งทำหน้าที่สนับสนุนและเสริมสร้างกลไกการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2553, น. 321) เช่น หลักการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ หลักการแบ่งแยกอำนาจ หลักความเป็นสูงสุดของรัฐธรรมนูญ และหลักความได้สัดส่วน

3. หลักความได้สัดส่วน เป็นหลักการย่อยที่สำคัญของหลักนิติรัฐ เป็นหลักการที่บังคับให้รัฐ ซึ่งเป็นผู้ใช้อำนาจในการปกครองใช้อำนาจในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพประชาชนซึ่งอยู่ภายใต้อำนาจรัฐอย่างพอเหมาะพอประมาณ (วรพจน์ วิศวพิชญ์, 2565, น. 38) เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน อาจกล่าวได้ว่าหลักความได้สัดส่วนนี้สร้างสมดุลให้แก่การใช้อำนาจรัฐกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ซึ่งประกอบด้วยหลักการย่อยอีกสามประการ ได้แก่ หลักความเหมาะสม หลักความจำเป็น และหลักความได้สัดส่วนในความหมายอย่างแคบ (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2564, น. 295) อันเป็นแนวทางในการพิจารณาการใช้อำนาจของรัฐต้องเป็นไปอย่างรอบคอบโดยเฉพาะการกระทำหรือมาตรการอันมีผลเป็นการกระทบกระเทือนหรือจำกัดสิทธิและเสรีภาพของประชาชน โดยพิจารณาว่าวัตถุประสงค์ที่รัฐต้องการคือเพื่ออะไร วัตถุประสงค์นั้นมีความชอบธรรมหรือไม่ และจะกระทำหรือใช้มาตรการใดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2564, น. 149-151; วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2564, น. 299)

ผลการศึกษา

สิทธิขั้นพื้นฐานเป็นเรื่องที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นสิทธิในชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน เสรีภาพในการนับถือศาสนา การแสดงความคิดเห็น หรือการชุมนุมโดยสงบ เป็นต้น ซึ่งสิทธิขั้นพื้นฐานที่ได้กล่าวมานั้น ซึ่งเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบอบประชาธิปไตยและยังเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights, UDHR) กติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (International Covenant on Civil and Political Rights, ICCPR) อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐานแห่งยุโรป (European Convention on Human Rights, ECHR) (วนิดา แสงสารพันธ์, 2556, น. 24) ซึ่งเป็นต้นแบบของกฎหมายภายในแก่ประเทศที่เข้าร่วมเป็นภาคี ซึ่งประเทศเหล่านั้นต้องให้ความสำคัญเคารพและยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ยังเป็นสาระสำคัญของความเป็นมนุษย์เนื่องจากโดยธรรมชาติของมนุษย์ที่อาศัยในสังคมจะต้องสื่อสารต่อกันและแลกเปลี่ยนความ

คิดเห็นกัน (เกื้อ เจริญราษฎร์, 2563) โดยเสรีภาพนี้มีความเกี่ยวข้องกับ 1) ความคิดเห็น คือ การแสดงทัศนะต่อข้อเท็จจริงหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นการแสดงทัศนะตามคุณค่าบางประการสังคมยึดถือ มักได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ 2) การแสดงออก หมายถึงการนำเอาความคิดเห็นออกมาแสดง อันเป็นความหมายโดยทั่วไป และ 3) การเผยแพร่ คือ การทำให้ความคิดเห็นกระจายออกไปในวงกว้าง ซึ่งมีแนวความคิดแบ่งออกเป็นหลายฝ่าย ไม่ว่าฝ่ายที่เห็นว่าเป็นการเผยแพร่ความคิดเห็นของตนเองให้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง หรือฝ่ายที่เห็นว่าการเผยแพร่นั้นเป็นการเผยแพร่ความคิดเห็นของบุคคลอื่น (บุญศรี มีวงศ์อุโฆษ, 2535, น. 141) อย่างไรก็ตามเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นก็ยังมีความหมายที่กว้างและไม่ชัดเจน รัฐธรรมนูญจึงต้องบัญญัติอย่างชัดเจนแทนว่าประสงค์ให้ครอบคลุมถึงการแสดงความคิดเห็นในรูปแบบหรือวิธีการใด (วิชญ์ เครืองาม, 2524, น. 571)

1. เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นกับการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

1.1 ประเทศเยอรมนี

ประเทศเยอรมนีเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนชาวเยอรมันนั้นพึงมี ซึ่งในบทบัญญัติในหมวดที่ 1 ของรัฐธรรมนูญ หรือกฎหมายพื้นฐาน (Grundgesetz หรือ Basic law) ซึ่งรับรองเอาไว้อย่างชัดเจน ตามมาตรา 5 ซึ่งบัญญัติว่า “เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (1) บุคคลทุกคนย่อมมีสิทธิอย่างเสรีในการแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ความคิดเห็นของตนโดยการพูด การเขียน และรูปภาพ และในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ทั่วไปโดยปราศจากการขัดขวาง เสรีภาพของสื่อมวลชนและเสรีภาพในการเสนอข่าวสารด้วยการแพร่กระจายเสียงและภาพยนตร์ย่อมได้รับการรับรองโดยไม่มีการตรวจสอบแต่ประการใด (2) การจำกัดสิทธิเหล่านี้กระทำได้โดยบทบัญญัติแห่งกฎหมายทั่วไป โดยบทบัญญัติที่มุ่งคุ้มครองเยาวชน และโดยการเคารพในสิทธิส่วนบุคคล...” (Basic Law for the Federal Republic of Germany, 1949) บทบัญญัติดังกล่าวนี้รับรองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและ

เผยแพร่ความคิดเห็นของตนโดยการพูด การเขียน และรูปภาพ รวมถึงสิทธิในรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเสรีภาพของสื่อมวลชน โดยคุ้มครองบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียมไม่ใช่แค่พลเมืองชาวเยอรมันเท่านั้น (Jouanjan, 2009, p. 883) ทั้งนี้ เพื่อเปิดพื้นที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็นอย่างเสรีในสังคม และส่งเสริมการสร้างมติมหาชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย ซึ่งศาลรัฐธรรมนูญแห่งสหพันธรัฐเยอรมนีเคยวินิจฉัยว่าเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ย่อมหมายรวมถึงเสรีภาพในการสื่อสารกันในอินเทอร์เน็ตด้วย

อย่างไรก็ตาม กฎหมายของประเทศเยอรมนีสามารถจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นได้ภายใต้เหตุผลที่ชัดเจน คือ เพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากสิ่งอันตราย เช่น เรื่องทางเพศ หรือความรุนแรง การละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ แนวคิดของฝ่ายขวาหัวรุนแรง รวมถึงคุ้มครองสิทธิของบุคคล เช่น การหมิ่นประมาท และเพื่อรักษาสันติภาพในการอยู่ร่วมกันของประชากรในรัฐ และภายใต้เงื่อนไขที่ชัดเจน และต้องเป็นไปตามหลักความได้สัดส่วน กล่าวคือต้องเป็นมาตรการอันหนึ่งอันใดจะต้องไม่ก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ได้รับผลกระทบจนเกิดกว่าขอบเขต และผลกระทบนั้นต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล (สาวตรี สุขศรี, 2555)

กฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ของประเทศเยอรมนี อยู่ในรูปแบบของการแก้ไขเพิ่มเติมฐานความผิดเดิมที่สำคัญในประมวลกฎหมายอาญา โดยไม่ต้องตรากฎหมายเฉพาะขึ้นใหม่ เนื่องจากการกระทำความผิดโดยที่มีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ เช่น การกระทำความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สิน การหมิ่นประมาท การเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นภัยต่อเด็กและเยาวชน การกระทำความผิดต่อสิทธิส่วนบุคคล สามารถตีความและบังคับใช้ได้ภายใต้ฐานความผิดเดิมที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีองค์ประกอบความผิดเดิมส่วนกรณีที่เกิดการกระทำที่มีความผิดมีความซับซ้อนหรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น การฉ้อโกงคอมพิวเตอร์ การปลอมแปลงหรือโจรกรรมข้อมูลคอมพิวเตอร์ รวมถึงการก่อวินาศกรรมคอมพิวเตอร์นั้น ก็มีกำหนดฐานความผิดเพิ่มเติมไว้ในกฎหมายอาญาเพิ่มเติม (สาวตรี สุขศรี, 2555, น. 262-263) ส่วนกฎหมายที่

เป็นกลไกในการจัดการกับข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายในปัจจุบันนั้นได้ใช้บังคับกฎหมายสหภาพยุโรป (European Union, EU) ชื่อว่า กฎหมายว่าด้วยการให้บริการดิจิทัล (Digital Services Act, DSA) เช่นเดียวกับประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป โดยทำหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ใช้บริการและควบคุมสื่อออนไลน์ที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมากกว่า 45 ล้านคนต่อเดือน เช่น Facebook, X, Google ให้มีความปลอดภัย และป้องกันปราบปรามกิจกรรมที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายภายใต้หลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและได้สัดส่วนให้อำนาจองค์กรตุลาการหรือหน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายของรัฐสมาชิกในการออกคำสั่งไปยังผู้ให้บริการ ภายใต้หลักเกณฑ์ตามมาตรา 9 (1) และ (2) แห่งกฎหมาย DSA อันเป็นเงื่อนไขที่คำสั่งจะต้องปรากฏ ประกอบด้วย ฐานทางกฎหมายในการออกคำสั่ง คำชี้แจงเกี่ยวกับความไม่ชอบด้วยกฎหมายของข้อมูลนั้นประกอบกับบทบัญญัติที่เป็นความผิด ข้อมูลหน่วยงานที่ออกคำสั่ง ข้อมูลที่สามารถระบุและค้นหาตำแหน่งของเนื้อหาที่ผิดกฎหมายได้ เช่น URL ที่แนบมาหนึ่งรายการขึ้นไปและอาจรวมถึงข้อมูลเพิ่มเติม กลไกการอุทธรณ์สำหรับผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่รับข้อมูลผลการปฏิบัติตามคำสั่ง (European Parliament & Council of the European Union, 2022) และเยอรมนีได้ตรากฎหมายภายในเพื่อให้สามารถนำกฎหมายของสหภาพยุโรปดังกล่าวไปใช้บังคับในประเทศ โดยใช้ชื่อว่าบัญญัติบริการดิจิทัล (Digitale Dienste Gesetz, DDG) โดยได้รวมกฎหมายเทเลมีเดีย (Telemediengesetz, TMG) และกฎหมายบังคับใช้กฎหมายเครือข่าย (Netzwerkdurchsetzungsgesetz, NetzDG) ซึ่งมีสาระสำคัญในการกำหนดบทบาท อำนาจหน้าที่ให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับกฎหมาย DSA รวมถึงกำหนดอำนาจหน้าที่ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและให้มีอำนาจกำกับดูแลและบังคับใช้กฎหมายต่อผู้ให้บริการ เช่น การให้ข้อมูล การสืบสวน การยึด และคำสั่งชั่วคราว

1.2 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกาก็เป็นหนึ่งในประเทศที่ให้ความสำคัญสูงสุดกับเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นโดยถือเป็นหัวใจของระบอบประชาธิปไตย

ซึ่งเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญของสหรัฐอเมริกา ได้รับการรับรองอย่างชัดเจนในรัฐธรรมนูญแห่งสหรัฐอเมริกาฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ครั้งที่ 1 (First Amendment) โดยกำหนดห้ามไม่ให้สภาคองเกรสตรากฎหมายใดที่เกี่ยวกับการจำกัดเสรีภาพในการพูด เสรีภาพของสื่อมวลชน หรือสิทธิของประชาชนในการชุมนุมอย่างสงบ โดยมีได้มีข้อยกเว้นให้อำนาจรัฐจำกัดเสรีภาพดังกล่าวได้ อย่างไรก็ดี ศาลสูงสุดแห่งสหรัฐอเมริกาได้แนวคำพิพากษาของกรณีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอาจไม่ได้รับความคุ้มครอง ได้แก่ การใช้เสรีภาพเกี่ยวกับสิ่งลามกหรือหยาบ (Obscenity) การหมิ่นประมาท (Defamation) การหมิ่นประมาทโดยการพูด (Slander) การยั่วแหย่ให้เกิดความรุนแรง (Fighting word) การสร้างความเกลียดชัง (Hate speech) เป็นต้น (มานิตย์ จุมปา, 2552, น. 142-146)

ส่วนกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ของประเทศสหรัฐอเมริกานั้น รัฐบัญญัติเกี่ยวกับการฉ้อโกงทางคอมพิวเตอร์และการทำละเมิด ค.ศ. 1986 (Computer Fraud and Abuse Act, CFAA) ซึ่งบรรจุในประมวลกฎหมายสหรัฐอเมริกา มาตรา 1030 ซึ่งเป็นมาตราที่ว่าด้วยการฉ้อโกงและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งคุ้มครองระบบและข้อมูลนั้นจากการเข้าถึงโดยไม่ชอบ การโจรกรรมหรือสำเนา รวมไปถึงการกำหนดความผิดแก่ผู้ที่ได้รับข้อมูลจากการนั้น (สมศักดิ์ เรียรจัญญกุล, 2562, น. 28-29) และมาตรา 1038 ที่ว่าด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จและการหลอกลวง ซึ่งกำหนดความผิดทางอาญาและทางแพ่งให้กับบุคคลที่มีการเผยแพร่ข้อมูลอันเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดตามกฎหมายว่าด้วยพลังงานปรมาณู และความผิดเกี่ยวกับอากาศยานพิเศษโดยเฉพาะ (United States Code, n.d.) โดยการกำกับดูแลเนื้อหาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นยึดหลักแนวทางนโยบายแบบเปิด (open policy) เน้นให้ภาคเอกชนบทบาทหลักในการกำหนดกรอบนโยบาย และให้กลไกตลาดขับเคลื่อนการกำกับดูแลโดยปราศจากแทรกแซงใด ๆ ของรัฐ เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกำกับดูแลโดยตนเองโดยภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องทางเศรษฐกิจของประเทศ

(พิรธอง รามสูตร วัฒนันท์ และนิธิตา คณานิธินันท์, 2547, น. 49)

1.3 ประเทศไทย

สำหรับเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในประเทศไทยก่อนจะมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองใน พ.ศ. 2475 นั้นถือว่าพอมืออยู่ในระดับหนึ่ง เห็นได้จากที่หนังสือพิมพ์ต่างมีการลงบทความที่มีการวิจารณ์การทำงานของรัฐบาลหรือข้าราชการได้ในระดับหนึ่ง แต่สิ่งที่สำคัญอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการปกครองใน พ.ศ. 2475 คือ การมีหลักประกันสิทธิและเสรีภาพแก่ประชาชนที่รัฐธรรมนูญอันเป็นกฎหมายสูงสุดรับรองไว้ เพราะก่อนนั้นแม้จะยังพอมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นแต่ก็เป็นเพียงแต่เรื่องของน้ำพระทัยหรือพระราชอัธยาศัยของพระมหากษัตริย์ (วิชญ์ เครื่องงาม, 2535, น. 32) โดยใน พ.ศ. 2475 โดยมีรัฐธรรมนูญชั่วคราวฉบับแรกที่ประกาศใช้หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง หรือที่ชื่อว่า “พระราชบัญญัติธรรมนูญการปกครองแผ่นดินสยามชั่วคราว พุทธศักราช 2475” ซึ่งประกาศใช้เมื่อ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 ยังไม่มีการรับรองบรรดาสิทธิขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ไว้รวมถึงเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ต่อมาในปีเดียวกันนั้นก็ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับแรกอย่างเป็นทางการ ในวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2475 ซึ่งใช้ชื่อว่า “รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรสยาม” ได้มีการรับรองสิทธิและเสรีภาพอย่างละเอียดมากขึ้นในหมวดที่ 2 (มาตรา 12 ถึงมาตรา 15) ซึ่งเป็นการบัญญัติถึงสิทธิและเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชนรวม ๆ กันไป ซึ่งมีการรับรองเสรีภาพในการพูด การเขียน เอาไว้ในมาตรา 14 และบทบัญญัติว่าด้วยสิทธิและเสรีภาพปรากฏในรัฐธรรมนูญฉบับต่อ ๆ มาเสมอ อีกทั้งขยายบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้มีการบัญญัติรับรองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในมาตรา 34 วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า “บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิ

หรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน” ซึ่งบทบัญญัติครอบคลุมทั้งการพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายด้วยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้

แต่อย่างไรก็ดี การจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 34 วรรคหนึ่ง อาจถูกจำกัดได้โดยบทบัญญัติแห่งกฎหมายภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครอง คุณค่าดังต่อไปนี้

1. เพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ ซึ่งคำว่า “ความมั่นคงของรัฐ” เป็นถ้อยคำปรากฏอยู่ในบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ มาตรา 34 แต่อย่างไรก็ดี ในรัฐธรรมนูญมิได้มีคำนิยามที่ชัดเจนในการให้ความหมายของความมั่นคงของรัฐเอาไว้เป็นการเฉพาะ โดยอาจพิจารณาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่น ๆ เช่น พระราชบัญญัติสภาพความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2559 มาตรา 4 “ความมั่นคงแห่งชาติ หมายความว่า ภาวะที่ประเทศปลอดภัยจากภัยคุกคามต่อเอกราช อธิปไตยบูรณภาพแห่งอาณาเขต สถาบันศาสนา สถาบันพระมหากษัตริย์ ความปลอดภัยของประชาชน การดำรงชีวิตโดยปกติสุขของประชาชน หรือที่กระทบต่อผลประโยชน์แห่งชาติ หรือการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมทั้งความพร้อมของประเทศที่จะเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ อันเกิดจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ”

2. เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น โดยสิทธิและเสรีภาพของบุคคลนั้นสามารถกระทำการได้ครบเท่าที่ไม่มีกฎหมายห้ามไว้ กล่าวคือ หากไม่มีบทบัญญัติใดในรัฐธรรมนูญหรือกฎหมายอื่นที่กำหนดห้ามหรือจำกัด บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะกระทำสิ่งนั้นได้และได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ ใด ๆ ก็ดี การมีสิทธิหรือเสรีภาพย่อมนำมาซึ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ เพราะเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีสิทธิหรือได้ประโยชน์ที่กฎหมายรับรองให้แล้ว อีกบุคคลหนึ่งก็ต้องมีหน้าที่ที่จะต้องไม่รบกวนหรือขัดขวางต่อสิทธินั้น อันจะกระทำการหรืองดเว้นไม่กระทำการใด ๆ เพื่อให้เป็นไปตามสิทธินั้น (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562, น. 35)

3. เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ซึ่งคำว่า “ความสงบเรียบร้อย” หรือ “ความสงบเรียบร้อยของประชาชน” เป็นคำที่มักปรากฏอยู่ในบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะหรือสังคมส่วนรวมไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กล่าวคือ เป็นข้อห้ามซึ่งสังคมบังคับแก่เอกชน เป็นการแสดงให้เห็นว่าสังคมอยู่เหนือเอกชน ทั้งนี้ เพื่อสังคมจะได้ดำรงอยู่ได้ และข้อที่ควรจดจำ คือ ที่ต้องการให้สังคมดำรงอยู่ได้นั้นก็เพื่อจะได้คุ้มครองปกป้องรักษาเอกชนซึ่งอยู่ในสังคมนั้นเอง (จิต เศรษฐบุตร, 2524, น. 16)

4. เพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน กรณีที่รัฐจำเป็นต้องตรากฎหมายเพื่อจำกัดสิทธิบางเรื่อง เช่น การห้ามไม่ให้มีการโฆษณาขายบุหรี่และเหล้า การใช้อำนาจตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งนี้ เพื่อให้รัฐสามารถรักษาความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัย และการรักษาสีทิวและเสรีภาพของประชาชนทั้งปวงให้กลับสู่สภาพปกติได้โดยเร็ว

โดยในปัจจุบัน บุคคลสามารถแสดงความคิดเห็นในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างกว้างขวางผ่านระบบคอมพิวเตอร์ การแสดงออกซึ่งความคิดเห็นก็ย่อมมีจำนวนมากและมีความหลากหลายตามการใช้งาน ซึ่งแสดงความคิดเห็นในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการแสดงความคิดเห็นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ จึงเป็นการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 หากมีการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์นั้นอาจเกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน เศรษฐกิจและสังคม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ดังกล่าว จึงมีบทบาทสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ของประชาชน โดยบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องและเป็นฐานความผิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นนั้นคือมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 บัญญัติว่า

“มาตรา 14 ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(1) โดยทุจริต หรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันมิใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา

(2) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(3) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(4) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(5) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยรู้ว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) หรือ (4) ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง (1) มิได้กระทำต่อประชาชน แต่เป็นการกระทำต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ผู้กระทำ ผู้เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้เป็นความผิดอันยอมความได้”

สามารถแยกพิจารณาได้ ดังนี้

1. กรณีตามมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (1) ต้องมีเจตนาพิเศษหรือมูลเหตุจูงใจในการกระทำความผิด โดยทุจริต หรือโดยหลอกลวง ซึ่งอาจเทียบเคียงตามประมวลกฎหมายอาญา กล่าวคือ ต้องกระทำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายสำหรับตนเองหรือผู้อื่น หรือเพื่อให้ผู้อื่นหลงเชื่อตามข้อความที่ตนอวดอ้างหรือแสดง ทั้งนี้ มุ่งคุ้มครอง

ประโยชน์สาธารณะมากกว่าคุ้มครองเพียงบุคคลใดบุคคลหนึ่ง (สรารุช ปิตียาศักดิ์, 2565, น. 173)

2. กรณีตามมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (2) เป็นการนำเข้าข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ไม่ตรงกับความจริงหรือผิดไปจากความจริง ซึ่งการกระทำนั้น

1) น่าจะเกิดความเสียหายต่อ ก) ความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ข) ความปลอดภัยสาธารณะ ค) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ง) โครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะ ซึ่งถ้อยคำเหล่านั้นมิได้มีการกำหนดนิยามไว้เป็นการเฉพาะ จึงอาจต้องพิจารณาโดยอาศัยการเทียบเคียงกฎหมายอื่นหรือความเห็นวิชาการที่เกี่ยวข้อง หรือ

2) ก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

3. กรณีตามมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (3) เป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญาหมวด 2 ความผิดต่อความมั่นคงของรัฐภายในราชอาณาจักร มาตรา 113 ถึงมาตรา 118 ซึ่งมีองค์ประกอบความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาและเป็นการกระทำโดยนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ หากข้อมูลที่นำเข้านั้นครอบคลุมองค์ประกอบความผิดฐานความมั่นคงของรัฐและการก่อการร้าย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลประเภทใด ๆ ก็ได้ ไม่เฉพาะเพียงแต่ข้อมูลอันเป็นเท็จเท่านั้นก็เป็นความผิดสำเร็จ

4. กรณีตามมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (4) เป็นกรณีที่มีการนำเข้าระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลที่มีลักษณะลามก ซึ่งทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงข้อมูลเช่นนั้นได้อันเป็นการส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนได้

5. กรณีตามมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (5) เป็นการส่งต่อหรือเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ซึ่งรู้ว่าเป็นความผิดตามมาตรา 14 (1) (2) (3) (4) ซึ่งเป็นการขยายความรับผิดชอบเฉพาะผู้ที่เป็นผู้นำเข้าข้อมูลไปถึงผู้ที่มีส่วนในการเผยแพร่ข้อมูลนั้นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ด้วย และจะต้องเจตนากระทำการนั้นโดยที่รู้อยู่แล้วว่าข้อมูลนั้นเป็นความผิดตาม (1) (2) (3) และ (4) หากไม่รู้ถึงข้อเท็จจริงนั้นถือว่าไม่มีเจตนา (สรารุช ปิตียาศักดิ์, 2565, น. 183)

นอกจากนี้ ยังมีกลไกสำคัญที่รัฐใช้ในการจัดการกับการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย คือ มาตรการตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 ซึ่งบัญญัติว่า

มาตรา 20 “ในกรณีที่มีการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้ พนักงานเจ้าหน้าที่โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีอาจยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้

(1) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรตามที่กำหนดไว้ในภาค 2 ลักษณะ 1 หรือลักษณะ 1/1 แห่งประมวลกฎหมายอาญา

(3) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดอาญาตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาหรือกฎหมายอื่นซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนและเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนั้นหรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาได้ร้องขอ

ในกรณีที่มีการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน รัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือรองนายกรัฐมนตรีจะมอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้ ทั้งนี้ ให้นำบทบัญญัติว่าด้วยคณะกรรมการที่มีอำนาจดำเนินการพิจารณาทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองมาใช้บังคับกับการประชุมของคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือรองนายกรัฐมนตรีโดยอนุโลม

ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือรองนายกรัฐมนตรีตามวรรคสองขึ้นคณะหนึ่งหรือหลายคณะ แต่ละคณะให้มีการกรรมการจำนวนเก้าคนซึ่ง

สามในเก้าคนต้องมาจากผู้แทนภาคเอกชนด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสื่อสารมวลชน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง และให้กรรมการได้รับคำตอบแทนตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนดโดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

การดำเนินการของศาลตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้นำประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาใช้บังคับโดยอนุโลม ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง พนักงานเจ้าหน้าที่จะทำการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเองหรือจะสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นก็ได้อันนี้ ให้รัฐมนตรีประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ ระยะเวลา และวิธีการปฏิบัติสำหรับการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ของพนักงานเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันโดยคำนึงถึงพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เว้นแต่ศาลจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

ในกรณีที่มิเหตุจำเป็นเร่งด่วน พนักงานเจ้าหน้าที่จะยื่นคำร้องตามวรรคหนึ่งไปก่อนที่จะได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรี หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์จะยื่นคำร้องตามวรรคสองไปก่อนที่รัฐมนตรีจะมอบหมายก็ได้ แต่ทั้งนี้ ต้องรายงานให้รัฐมนตรีทราบโดยเร็ว”

ซึ่งพิจารณาได้ดังนี้

1. กรณีตามมาตรา 20 วรรคหนึ่ง กำหนดประเภทของข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่พนักงานเจ้าหน้าที่อาจขอให้ศาลมีคำสั่งระงับการทำให้แพร่หลายไว้ จำนวน 4 ประเภท ได้แก่

1) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งความผิดตามกฎหมายนี้ปรากฏอยู่ในหลายมาตรา เช่น มาตรา 13 มาตรา 14 หรือมาตรา 16

2) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรตามที่กำหนดไว้ในภาค 2 ลักษณะ 1 หรือลักษณะ 1/1 แห่งประมวลกฎหมายอาญา และ

3) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดอาญาตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา หรือกฎหมายอื่นซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมีลักษณะขัดต่อ

ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เช่น ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อลามก การพนัน ยาเสพติด ซึ่งจะกระทำได้อีกเมื่อเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนั้นหรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาได้ร้องขอให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการยื่นคำร้องต่อศาลเท่านั้น กล่าวคือ พนักงานเจ้าหน้าที่จะดำเนินการยื่นคำร้องต่อศาลเองมิได้ (สราวุธ ปิตียาศักดิ์, 2565, น. 283)

2. กรณี ตามมาตรา 20 วรรคสอง เป็น ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่ไม่อาจถือเป็นความผิดตามกฎหมายใด อาจเป็นข้อมูลที่ไม่เหมาะสมอย่างยิ่งหรืออาจส่งผลต่อความมั่นคงของรัฐหรือความสงบเรียบร้อยของประชาชนได้ (สราวุธ ปิตียาศักดิ์, 2565, น. 284) เช่น การสอนหรือชักจูงให้กระทำในสิ่งไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง ซึ่งขั้นตอนดำเนินการของพนักงานเจ้าหน้าที่ในกรณีของมาตรา 20 วรรคสองนั้นแตกต่างจากกรณีของมาตรา 20 วรรคหนึ่ง โดยการดำเนินการตามมาตรา 20 วรรคสองนี้จะรัฐมนตรีจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์เสียก่อนจึงจะมอบหมายพนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องต่อศาลเพื่อให้มีคำสั่งระงับดังกล่าว และ

3. การดำเนินการตามมาตรา 20 วรรคหนึ่งและวรรคสองมีเหตุยกเว้นในกรณีที่มิเหตุจำเป็นเร่งด่วนเท่านั้น พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถกระทำก่อนที่รัฐมนตรีจะให้ความเห็นชอบตามวรรคหนึ่งหรือก่อนรัฐมนตรีมอบหมายได้เฉพาะ แต่ต้องรายงานให้รัฐมนตรีทราบโดยเร็ว

2. ปัญหาการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

ในการแสดงความคิดเห็นของบุคคลนั้นย่อมได้รับการคุ้มครองจากรัฐธรรมนูญ อย่างไรก็ตาม รัฐธรรมนูญได้เปิดให้มีข้อยกเว้นในการจำกัดเสรีภาพดังกล่าวได้โดยรัฐ ภายใต้เงื่อนไขว่าต้องเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของ

ประชาชน ซึ่งกฎหมายไทยที่มีลักษณะเป็นการจำกัดหรือลิดรอนเสรีภาพดังกล่าวอยู่หลายฉบับ เช่น พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ประมวลกฎหมายอาญา พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 โดยจะศึกษาเกี่ยวกับการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 โดยจะวิเคราะห์ปัญหาการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมืองของมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (1) (2) และ (5) เป็นหลัก

การนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่กฎหมายกำหนดให้เป็นความผิดนั้นจะต้องพิจารณา “ข้อมูลคอมพิวเตอร์” เสียก่อน ซึ่งตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 กำหนดนิยาม “ข้อมูลคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูล ข้อความ คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใดบรรดาที่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ในสภาพที่ระบบคอมพิวเตอร์อาจประมวลผลได้ และให้หมายความรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย ดังนั้น การที่บุคคลได้กระทำการพิมพ์ข้อความ การนำภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวหรือข้อความเสียง หรือการสื่อความหมายรูปแบบอื่น ๆ ลงในระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากจะเป็นการแสดงข้อเท็จจริงใดข้อเท็จจริงหนึ่ง ก็ยังอาจเป็นการแสดงความคิดเห็นอันเป็นใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญได้

ส่วนการแสดงความคิดเห็นนั้นเป็นเสรีภาพประเภทหนึ่งซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ได้รับการยอมรับและรับรองในระดับสากล ซึ่งการแสดงความคิดเห็นเป็นการแสดงทัศนคติต่อข้อเท็จจริงหนึ่งข้อเท็จจริงใดอันเป็นแยกออกจากต่างหากจากข้อเท็จจริง ความคิดเห็นต่อข้อเท็จจริงนั้นมักเป็นความคิดเห็นที่ได้รับการคุ้มครองจากรัฐธรรมนูญ แต่หากเป็นการอ้างข้อเท็จจริงใดข้อเท็จจริงหนึ่งจะไม่ได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ ซึ่งความคิดเห็นนั้นไม่มีผิดหรือถูก แต่ข้อเท็จจริงนั้นมีจริงและเท็จ ผิดและถูก (บุญศรี ม่วงศ์อุโฆษ, 2535, น. 141-142) ผู้เขียนเห็นว่าความ

คิดเห็นและข้อเท็จจริงนั้นไม่อาจแยกต่างหากจากกัน อย่างเด็ดขาดได้ เนื่องจากการแสดงความคิดเห็นคือการแสดงทัศนะของบุคคลต่อข้อเท็จจริงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การแสดงความคิดเห็นจึงเป็นไปไม่ได้ที่จะไม่แสดงหรืออ้างถึงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นไม่ครอบคลุมถึงการแสดงข้อเท็จจริงย่อมไม่อาจทำให้การแสดงความคิดเห็นนั้นเกิดประโยชน์เท่าที่ควร

ดังนั้น ความคิดเห็นเป็นการแสดงทัศนะต่อข้อเท็จจริงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาจกระทำได้หลากหลายวิธี รวมถึงการแสดงความคิดเห็นลงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตถือเป็นการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือไม่ นั้นเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าไม่ว่าเป็นข้อมูลประเภทใดก็ตาม หากได้มีการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์และสามารถประมวลผลได้ ข้อมูลนั้นถือว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ซึ่งอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ความคิดเห็นที่ถูกนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์นั้นจะกลายเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ทันที อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นโดยสุจริตนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ก็อาจเป็นความผิดตามมาตรา 14 ได้ เนื่องจากอาจเป็นการแสดงข้อความเท็จหรือเป็นความผิดต่อความมั่นคงได้ รวมถึงการส่งต่อหรือเผยแพร่ความคิดเห็นที่อยู่บนระบบคอมพิวเตอร์เนื่องจากเห็นด้วยกับสิ่งนั้นก็อาจเป็นกระทำการที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายได้ จึงเห็นว่าบทบัญญัติมาตรา 14 แห่งกฎหมายนี้ส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนโดยจะวิเคราะห์ปัญหาของมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (1) (2) และ (5) รายละเอียดดังนี้

1. การนำเข้าสู่ระบบซึ่งข้อมูลอันเป็นเท็จ โดยข้อมูลที่นำเข้าสู่ระบบนั้นต้องเป็นข้อมูลเท็จ ซึ่งการจะพิจารณาข้อมูลอันเป็นเท็จนั้นอาจจะต้องพิจารณาแนวคิดที่เกี่ยวกับความผิดปกติของข้อมูลเสียก่อน ความผิดปกติของข้อมูล (Information disorder) ซึ่งมี 3 ประเภท คือ 1) ข้อมูลผิดพลาด (Misinformation) คือ ข้อมูลเท็จที่ถูกเผยแพร่โดยไม่ได้มีเจตนาร้าย 2) ข้อมูลเท็จ (Disinformation) คือ ข้อมูลเท็จที่ผู้เผยแพร่ทราบดีว่าไม่จริง และมีเจตนาจะก่อให้เกิดอันตราย และ 3. ข้อมูลที่ประสงค์ร้าย (Malinformation)

คือ ข้อมูลจริงที่ถูกนำมาเผยแพร่เพื่อก่อให้เกิดอันตราย มักเป็นข้อมูลที่ควรอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวแต่นำออกสู่สาธารณะ (Wardle, 2017) ซึ่งคำว่า “เท็จ” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้นิยามว่า “ปด โทก ไม่จริง” ดังนั้นข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ จึงหมายถึงข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ไม่ใช่ข้อมูลจริง ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ผิดกับความจริง ซึ่งผู้กระทำต้องรู้ถึงความเท็จนั้นแต่ยังกระทำโดยมีเจตนาเผยแพร่ข้อมูลนั้น เพื่อให้ได้ซึ่งประโยชน์ที่ไม่ชอบ (มานิตย์ จุมปา, 2554, น. 97; สวัสดิ์สุขศรี, 2566, น. 11-12) โดยคำพิพากษาศาลอาญากรุงเทพใต้ ที่ อ.899/2558 ได้วินิจฉัยเกี่ยวกับข้อมูลอันเป็นว่าจะต้องมีการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวและแหล่งที่มาของข้อมูล ซึ่งหากผิดเพี้ยนไม่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์จริงก็ถือว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเท็จ ผู้กระทำกระทำความผิดที่ทราบว่าเป็นข้อมูลเท็จตั้งแต่แรก อย่างไรก็ดี เมื่อได้มีการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งความคิดเห็นของบุคคลแล้วถือเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ การแสดงความคิดเห็นโดยสุจริตจึงอาจเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จได้ เนื่องจากไม่มีหลักเกณฑ์หรือแนวทางที่ชัดเจน ในการพิจารณาถึงความแตกต่างของข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นการแสดงข้อเท็จจริง กับ การแสดงความคิดเห็น ซึ่งหากการตีความว่าความคิดเห็นเป็นข้อมูลเท็จย่อมเป็นการกระทบกระเทือนต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นประชาชนมากเกินไป

2. คำว่า “โดยประการที่น่าจะเสียหายต่อความมั่นคงของรัฐ” หรือ “ก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน” ผู้เขียนเห็นว่าองค์ประกอบความผิดในข้อนี้ยากต่อการหามาตรวัด เป็นการเปิดช่องให้เกิดการตีความอย่างกว้าง เนื่องจากซึ่งคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 769/2540 ได้เคยวางแนวทางในการตีความเกี่ยวกับคำว่าโดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายไว้ว่า “ไม่ใช่การกระทำโดยแท้ และไม่ใช่เจตนาพิเศษ จึงไม่เกี่ยวกับเจตนา แต่เป็นพฤติการณ์ที่ประกอบการกระทำที่น่าจะเกิดความเสียหายได้ แม้จะไม่เกิดความเสียหายขึ้นจริงก็เป็นองค์ประกอบความผิดที่พิจารณาได้จากความคิดธรรมดาของบุคคลทั่วไป...” จากการวางแนวทางดังกล่าว เห็นว่าการใช้ถ้อยคำในลักษณะนี้ย่อมหมายความว่าความผิดเกิดขึ้นนับแต่ที่มีการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลอันเป็นเท็จ

ซึ่งในกรณีที่ไม่ได้เกิดความเสียหายขึ้นจริง แต่เพียงแต่น่าจะเกิดความเสียหาย ก็อาจเป็นความผิดตามอนุมาตรานี้ได้ ซึ่งในการพิจารณาว่าน่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงที่รัฐมุ่งคุ้มครอง แต่การกระทำถึงขนาดใดจึงจะน่าจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐได้ ทำนองเดียวกับคำว่าทำให้ประชาชนตื่นตระหนกนั้นเป็นเรื่องอัตวิสัยยากต่อการตีความแม้จะพิจารณาจากมาตรฐานของวิญญูชน

3. การเผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 14 (5) ผู้เขียนเห็นว่าการกำหนดความผิดตามอนุมาตรานี้จะต้องอาศัยเจตนา กล่าวคือ จะต้องทราบว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เผยแพร่หรือส่งต่อเป็นความผิดตามอนุมาตราอื่น ซึ่งกรณีที่บุคคลแสดงความคิดเห็นโดยสุจริตผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หากผู้กระทำความผิดตามอนุมาตรานี้เผยแพร่หรือส่งต่อด้วยความเชื่อโดยสุจริตหรือมีความคิดเห็นเฉกเช่นเดียวกัน โดยมิได้รู้ว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเป็นความผิดตามอนุมาตราอื่น การเผยแพร่หรือส่งต่อดังกล่าวย่อมยากต่อการตีความว่ามีเจตนาอันเป็นองค์ประกอบของอนุมาตรานี้หรือไม่ จึงเห็นว่าบทบัญญัติมาตรา 14 (5) นี้จึงเป็นบทบัญญัติที่เปิดช่องให้เกิดการใช้ดุลยพินิจในการตีความอย่างมาก

จากที่ได้กล่าวไป บทบัญญัติมาตรา 14 นี้เป็นการกำหนดฐานความผิดและกำหนดโทษทางอาญา ซึ่งมีผลเป็นการกระทบหรือจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล จึงต้องตีความอย่างเคร่งครัด โดยยึดหลัก ไม่มีกฎหมาย ไม่มีความผิด ไม่มีโทษ (nullum crimen, nulla poena sine lege)

ในส่วนของประเทศเยอรมนีได้มีการปรับใช้กับฐานความผิดเดิมตามกฎหมายอาญา หรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายอาญาในกรณีที่เป็นฐานความผิดใหม่ ซึ่งการนำกฎหมายอาญาที่มีอยู่แล้วมาใช้กับการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ของเยอรมันนั้น ผู้เขียนเห็นว่าเป็นการแสดงให้เห็นว่าการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์นั้นตั้งอยู่บนฐานความผิดหรือองค์ประกอบความผิดที่มีอยู่แล้ว โดยมีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือหรือองค์ประกอบในการกระทำการเท่านั้น ในด้านบทบัญญัติที่กำหนดความผิดเกี่ยวกับการเผยแพร่ หรือทำให้เกิดการเข้าถึงเนื้อหาที่กฎหมายกำหนดให้เป็นความผิดอันเกี่ยวข้องกับ

เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคล เช่น ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 130 ความผิดเกี่ยวกับการยุยงปลุกปั่นความเกลียดชังหรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์นั้น เห็นได้ว่าจะมีการบัญญัติการกระทำซึ่งเป็นการผิดไว้อย่างชัดเจนว่าการกระทำในลักษณะใดที่เป็นความผิด แม้จะไม่ได้มีการกำหนดเป็นการเฉพาะเกี่ยวกับการกระทำผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แต่ได้มีการกำหนดนิยามเกี่ยวกับ “เนื้อหา” ที่เป็นการผิดตามกฎหมายอาญาตามมาตรา 11 (3) ซึ่งให้หมายความไว้อย่างครอบคลุมเนื้อหาที่ปรากฏบนระบบคอมพิวเตอร์ด้วย (Bundesministerium der Justiz, n.d.) ผู้เขียนจึงเห็นว่าด้านบทบัญญัติความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ตามระบบกฎหมายเยอรมันนั้นชัดเจน ครอบคลุมไม่เปิดช่องให้เกิดการตีความอย่างกว้างได้ โดยไม่จำเป็นต้องบัญญัติกฎหมายว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เป็นการเฉพาะแต่อย่างใด ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาเน้นมุ่งเอาผิดการเข้าถึงข้อมูลโดยมิชอบและบัญญัติการกระทำซึ่งเป็นการผิดเอาไว้อย่างชัดเจน การกระทำที่จะเป็นความผิดต่อความมั่นคงก็มีขอบเขตอย่างชัดเจน ไม่ได้ใช้ถ้อยคำกลาง ๆ เปิดช่องให้เกิดการตีความได้ หรือกรณีการแสดงหรือสื่อความหมายของข้อมูลเท็จซึ่งเป็นการผิดเกี่ยวกับความมั่นคงนั้นก็มีการระบุฐานความผิดตามกฎหมายที่ได้บัญญัติเอาไว้อย่างชัดเจน โดยไม่ได้ใช้ถ้อยคำกลาง ๆ ที่สามารถตีความอย่างกว้างได้ สะท้อนให้เห็นว่าประเทศสหรัฐอเมริกานั้นให้ความสำคัญกับเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอย่างมาก มีการจะตรากฎหมายซึ่งเป็นการจำกัดหรือกำหนดโทษให้แก่บุคคลนั้นจะต้องบัญญัติอย่างชัดเจน ไม่คลุมเครือ ไม่เปิดช่องให้เกิดการตีความซึ่งอาจจะนำมาสู่ปัญหาความชอบด้วยรัฐธรรมนูญที่จะกล่าวถึงต่อไปในหัวข้อที่ 4

3. ปัญหาเกี่ยวกับการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

มาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นมาตรการที่สำคัญในการให้อำนาจรัฐระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ได้ โดยมี

วัตถุประสงค์หลักเพื่อควบคุมข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่องานหรือเป็นความผิดตามกฎหมาย ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่สามารถถูกระงับการทำให้แพร่หลายนั้น ซึ่งอาจรวมถึงข้อมูลที่เป็นการแสดงความคิดเห็นที่กลายเป็นความผิดตามกฎหมายนี้ เมื่อพิจารณาบทบัญญัติมาตรา 20 และศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศเยอรมนีและสหรัฐอเมริกา แล้วพบว่า

1. การบังคับใช้กฎหมายอันเป็นมาตรการระงับการทำให้แพร่หลายข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นการแสดงความคิดเห็นนั้น เมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศเยอรมนีนั้น ใช้บังคับกฎหมายว่าด้วยการให้บริการดิจิทัล (DSA) และ (DDG) ซึ่งได้กล่าวไปแล้วใน 1.1 รัฐโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ต้องมีคำสั่งโดยระบุถึงความชอบด้วยกฎหมายของรัฐในการที่สั่งให้ผู้ให้บริการจัดการกับข้อมูลนั้นภายใต้หลักเกณฑ์ที่กฎหมายบัญญัติที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายที่ให้อำนาจรัฐเข้าระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเป็นการเฉพาะ เช่น สนธิสัญญาالملรัฐคุ้มครองเยาวชน (JSMtv) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ ขอบเขต หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจนในการคุ้มครองเยาวชนจากเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรที่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ เนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังต่อเชื้อชาติ เป็นต้น ส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นอาศัยกลไกของผู้ให้บริการเข้าดำเนินการเป็นผู้กำกับดูแลข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ให้เอกชนมีอิสระเปิดกว้างโดยที่รัฐไม่เข้าไปแทรกแซง สอดคล้องกับการเป็นประเทศแห่งเสรีภาพซึ่งประชาชนมีสิทธิและเสรีภาพในทุก ๆ ด้านอย่างมาก ส่วนรัฐทำหน้าที่ดูแลในภาพรวม

2. บทบัญญัติมาตรา 20 วรรคสองแห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ฯ นั้น พบว่ามีความคลุมเครือของบทบัญญัติอย่างยิ่ง เนื่องจากการบัญญัติด้วยถ้อยคำ “ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน” ซึ่งไม่ชัดเจนแน่นอน โดยมีลักษณะเป็นอัตวิสัยที่เปิดช่องให้เกิดการตีความอย่างกว้างขวาง ยากต่อการคาดเห็นได้ว่าการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทางการเมืองโดยสุจริตใจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน นอกจากนี้การเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มี

ลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนดังกล่าวไม่จำเป็นต้องเป็นข้อมูลซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้เป็นความผิด จึงไม่ปรากฏองค์ประกอบความผิดที่ชัดเจนอันจะส่งผลให้รัฐมีอำนาจเข้าไประงับการทำให้แพร่หลายได้

จากที่กล่าวไปข้างต้น เมื่อพิจารณาการใช้อำนาจของรัฐในการระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ อันอาจมีผลกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนนั้นต้องตีความอย่างเคร่งครัด บทบัญญัติแห่งกฎหมายนั้นจึงจำเป็นต้องชัดเจนแน่นอน ทั้งในส่วนของฐานความผิดและกระบวนการใช้อำนาจ เพื่อมิให้เกิดการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนเกินสมควรอย่างใดก็ดี มาตรา 20 กลับมิได้บัญญัติฐานความผิดของข้อมูลที่รัฐสามารถเข้าระงับได้ไว้อย่างชัดเจน รวมถึงข้อมูลที่ไม่ได้มีกฎหมายกำหนดให้เป็นความผิดผลที่ตามมาคือการเปิดช่องให้เจ้าหน้าที่รัฐสามารถใช้ดุลพินิจได้กว้าง ซึ่งอาจกระทบต่อสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนได้หากมิได้อยู่ภายใต้การตีความการจำกัดเสรีภาพอย่างเคร่งครัด

เมื่อเปรียบเทียบกับหลักการในประเทศเยอรมนีพบว่ามีความหมายเฉพาะที่กำหนดอำนาจหน้าที่ของรัฐไว้อย่างชัดเจน ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยการให้บริการดิจิทัล (DSA) กำหนดให้รัฐต้องมีคำสั่งที่ชอบด้วยกฎหมายและแสดงเหตุผลในการร้องขอให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลหรือเนื้อหา โดยต้องอยู่ภายใต้หลักความได้สัดส่วนอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนไม่ให้ถูกแทรกแซงเกินสมควร โดยรัฐจะเข้าแทรกแซงได้เฉพาะกรณีที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างแน่นอน เช่น การระงับข้อมูลที่ขัดต่อรัฐธรรมนูญหรือเป็นอันตรายต่อเยาวชนตามสนธิสัญญา ญามลรัฐคุ้มครองเยาวชน (JSMtV) ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกากลับใช้แนวทางที่แตกต่าง โดยรัฐให้อำนาจแก่ผู้ให้บริการในการควบคุมจัดการข้อมูลที่ไม่เหมาะสมภายใต้หลักเสรีภาพ

จากแนวทางดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ในกรณีที่ข้อมูลยังคลุมเครือว่าเป็นความผิดตามกฎหมายหรือไม่ หรือไม่มีฐานความผิดที่ชัดเจน รัฐควรหลีกเลี่ยงการใช้อำนาจสั่งระงับโดยตรง เนื่องจากอาจเป็นการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนเกิน

สมควร การพิจารณาใช้กลไกของผู้ให้บริการในชั้นแรกเพื่อระงับการทำให้แพร่หลายแทน อาจส่งผลให้เกิดความสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนกับการรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคม ทั้งนี้ ควรกำหนดหลักเกณฑ์ตามกฎหมายให้ชัดเจนว่า กรณีใดบ้างที่ข้อมูลเข้าข่ายผิดกฎหมายจนสามารถใช้มาตรา 20 ได้อย่างชอบธรรม เพื่อป้องกันการใช้อำนาจดุลพินิจของเจ้าหน้าที่รัฐอย่างกว้างขวางเกินสมควร และเป็นไปตามหลักความได้สัดส่วน

4. ความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

4.1 ความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของมาตรา 14

ศาลรัฐธรรมนูญได้มีคำวินิจฉัยที่ 20/2566 วันที่ 29 พฤศจิกายน 2566 ว่า มาตรา 14 วรรคหนึ่ง (1) (2) และ (3) แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 นั้นไม่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 26 และมาตรา 34 วรรคหนึ่ง (ศาลรัฐธรรมนูญ, 2566) ซึ่งในคำวินิจฉัยสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าและหลักการที่ศาลรัฐธรรมนูญมุ่งคุ้มครองเป็นสำคัญ ระหว่างเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น กับ ความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนจากการนำเข้าสู่ระบบซึ่งข้อมูลที่บิดเบือน ปลอม หรือเป็นเท็จ โดยเจตนาทุจริตหรือโดยหลอกลวง อันก่อให้เกิดความเสียหายต่อประชาชนได้ เช่น ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้าง บ่อนทำลายความเชื่อมั่นต่อองค์กร การจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอันเป็นข้อยกเว้นในการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญมาตรา 34 วรรคหนึ่ง ดังนั้น จึงเห็นพ้องว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือน ปลอมหรือเป็นเท็จ นั้นไม่สมควรได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ และเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย บทบัญญัติมาตรา 14 วรรคหนึ่ง (1) (2) และ (3) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนย่อมชอบด้วยรัฐธรรมนูญ

แต่อย่างไรก็ดี ความไม่ชัดเจนของคำว่า “ข้อมูลเท็จ” “โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความ

มั่นคงปลอดภัยของประเทศ” หรือ “ก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน” ตามที่ได้กล่าวไปในหัวข้อที่ 2 ที่ผ่านมานั้น ล้วนมีลักษณะเป็นอัตวิสัย เปิดช่องต่อการตีความและให้ผู้บังคับใช้กฎหมายใช้อำนาจตามดุลพินิจได้ตีความอย่างกว้าง โดยเฉพาะเมื่อคำวินิจฉัยมิได้วางแนวทางที่ชัดเจนในการแยกแยะระหว่าง “ข้อมูลอันเป็นเท็จ” กับ “ความคิดเห็นโดยสุจริต” ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในสังคมประชาธิปไตย

4.2 ความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของมาตรา 20

เนื่องจากมาตรา 20 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่องานหรือเป็นความผิดตามกฎหมาย จึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการข้อมูลนั้นโดยเร็ว อันเป็นไปเพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ หรือความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน อย่างไรก็ตามการควบคุมของบทบัญญัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งของมาตรา 20 วรรคสอง นั้นให้อำนาจรัฐเข้าระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลที่มีลักษณะเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนที่ไม่เป็นความผิดต่อกฎหมายใด เพียงแต่อาจเป็นข้อมูลที่ไม่เหมาะสมหรืออาจส่งผลต่อความมั่นคงความสงบสุขของประชาชนนั้นมีถ้อยคำที่คลุมเครือไม่ชัดเจน เปิดช่องให้มีการตีความได้อย่างกว้าง ยากต่อการคาดเห็นได้ว่าการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองโดยสุจริตจะเป็นความผิด อีกทั้งไม่ปรากฏองค์ประกอบความผิดที่ชัดเจน ส่งผลให้รัฐใช้มาตรการทางกฎหมายที่มีความคลุมเครือของฐานความผิดในการเข้าระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับหลักความได้สัดส่วน โดยรัฐอาจใช้มาตรการโดยอาศัยกลไกของผู้ให้บริการซึ่งเป็นภาคเอกชนแทนการจำกัดเสรีภาพโดยรัฐ ดังเช่นแนวทางของประเทศเยอรมนีและสหรัฐอเมริกา

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า บทบัญญัติมาตรา 14 นั้นชอบด้วยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 34 วรรคหนึ่ง โดยผู้เขียนเห็นว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ในลักษณะของข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอันเป็นเท็จนั้นเป็นความผิดที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคม ย่อมไม่ใช่เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอันได้รับการคุ้มครอง

ตามรัฐธรรมนูญ การที่บัญญัติให้ข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเป็นความผิดตามมาตรา 14 ย่อมกระทำได้เพื่อคุ้มครองความมั่นคง ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่อย่างไรก็ดี บทบัญญัติดังกล่าวยังมีประเด็นปัญหาที่ส่งผลให้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นถูกจำกัดได้ ด้วยมีองค์ประกอบความผิดบางประการที่ยังคลุมเครือและขาดความชัดเจน เช่น ข้อมูลอันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหาย สร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชน ความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ซึ่งสมควรที่จะได้รับการแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิก เพื่อให้บทบัญญัติแห่งกฎหมายมีความชัดเจนแน่นอนมากยิ่งขึ้น

ส่วนกรณีของมาตรา 20 นั้นแม้จะชอบด้วยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 34 วรรคหนึ่งในแง่ของเจตนารมณ์ในการคุ้มครองคุณค่าอันเป็นข้อยกเว้นในการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น รวมถึงมีการกำหนดขั้นตอนเงื่อนไขที่ต้องผ่านรัฐมนตรี คณะกรรมการ หรือการพิจารณาของศาล แต่เมื่อพิจารณาตามหลักความได้สัดส่วนแล้วนั้น มาตรการดังกล่าวนั้นถือว่ายังไม่สอดคล้องเท่าที่ควร และความไม่ชัดเจนของบทบัญญัตินั้นย่อมส่งผลการจำกัดหรือลดทอนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นมากเกินไปสมควร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการแก้ไขความคลุมเครือขององค์ประกอบความผิด โดยเสนอให้มีแก้ไขเพิ่มเติมหรือยกเลิกองค์ประกอบความผิดตามมาตรา 14 รวมถึงกำหนดนิยามขององค์ประกอบความผิดให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การกำหนดนิยามคำว่า “ข้อมูลอันเป็นเท็จ” หมายถึง ข้อมูลอันเป็นข้อเท็จจริงซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ว่าไม่ถูกต้อง ที่บุคคลมีเจตนาทำให้แพร่หลายโดยการปลอม บิดเบือน กล่าวเท็จ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน โดยมุ่งหวังให้เกิดผลร้าย และไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ทั้งนี้ ไม่ใช่ความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา และยกเลิก “โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหาย” หรือ “ก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน” เนื่องจากไม่มีมาตรวัดที่แน่นอนสามารถตีความได้อย่างกว้างขวาง และการจะเป็นความผิดควรต้องเป็น

การกระทำที่มีเจตนาประสงค์ก่อให้เกิดความเสียหายเท่านั้น

2. ควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือแนวทางการตีความและบังคับใช้กฎหมาย โดยเสนอให้กำหนดหลักเกณฑ์หรือแนวทางไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของหลักการทั่วไปตามกฎหมาย หรือแนวคำพิพากษาของศาล ในการพิจารณาแยกแยะระหว่าง “ข้อเท็จจริง” ที่มีความผิด กับ “ความคิดเห็น” ที่ได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ เพื่อให้เป็นบรรทัดฐานกลางในการพิจารณาว่าเนื้อหาหรือข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดเป็นเพียงความเห็นโดยสุจริต หรือเป็นการกระทำความผิดตามกฎหมาย นอกจากจะแก้ไขปัญหาคำพิพากษาที่ตีความและการบังคับใช้กฎหมายของแล้ว ยังถือเป็นการส่งเสริมให้การคุ้มครองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง

3. เสนอให้มีการยกเลิกมาตรา 20 วรรคสอง เนื่องจากไม่มีฐานความผิดชัดเจน และควรมีการแก้ไขปัญหาคำพิพากษาที่ตีความและบังคับใช้กฎหมาย โดยเสนอให้มีส่งเสริมการใช้กลไกของผู้ให้บริการเป็นหลักในชั้นแรก สำหรับข้อมูลที่ไม่เป็นความผิดตามกฎหมายใดแต่ไม่เหมาะสมในบริบทของประเทศไทย ให้การจำกัดโดยรัฐจะกระทำได้เฉพาะในกรณีที่ถูกกฎหมายกำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้กระทบต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนเกินสมควรภายใต้การพิจารณาตามหลักความได้สัดส่วนอย่างเคร่งครัด

เอกสารอ้างอิง

- เกื้อ เจริญราษฎร์. (2563, 11 กันยายน). *เสรีภาพการแสดงความคิดเห็นและการวิจารณ์ประมุขของรัฐ: ขบวนการมาตรฐานสิทธิมนุษยชนยุโรป*. ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. https://tlhr2014.com/archives/21307#_ftn1
- จิต เศรษฐบุตร. (2524). *หลักกฎหมายแพ่งลักษณะนิติกรรมและหนี้* (จิตติ ตังศภักย์, ผู้แก้ไขเพิ่มเติม, พิมพ์ครั้งที่ 3). คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บรรเจิด สิงคะเนติ. (2562). *หลักพื้นฐานสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). วิญญูชน.

- บรรเจิด สิงคะเนติ. (2564). *หลักกฎหมายมหาชน หลักนิติธรรม/นิติรัฐ ในฐานะเกณฑ์จำกัดอำนาจรัฐ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). วิญญูชน.
- บุญศรี มีวงศ์อุโฆษ. (2535). *คำอธิบายวิชากฎหมายรัฐธรรมนูญเปรียบเทียบ: รัฐธรรมนูญเยอรมัน. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- พิรงรอง รามสูต รัตนันท์ และนิธมา คณานิธินันท์. (2547). *การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2013/04/number10.pdf>
- มานิตย์ จุมปา. (2552). *รัฐธรรมนูญแห่งสหรัฐอเมริกา: คำอธิบายเรียงมาตราพร้อมคำพิพากษาศาลฎีกา*. วิญญูชน.
- มานิตย์ จุมปา. (2554). *คำอธิบายกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). วิญญูชน.
- วนิดา แสงสารพันธ์. (2556). ขอบเขตของเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดของกฎหมาย. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน*, 2(2).
- วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2553). *นิติรัฐ นิติธรรม*. ใน เอกบุณย์ วงศ์สวัสดิ์กุล (บ.ก.), *นิติรัฐ นิติธรรม*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2564). *คำสอนว่าด้วยรัฐและหลักกฎหมายมหาชน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์อานกฎหมาย.
- วรพจน์ วิศรุตพิชญ์. (2565). *รวมข้อเขียนเกี่ยวกับกฎหมายรัฐธรรมนูญและกฎหมายปกครอง*. วิญญูชน.
- วิษณุ เครืองาม. (2524). *เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น*. *วารสารนิติศาสตร์*, 11(4).
- วิษณุ เครืองาม. (2535). *สิทธิเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ*. ใน วิมลศิริ ชำนาญเวช และคณะ (บ.ก.), *สู่สิทธิมนุษยชน: สิทธิหรือหน้าที่ในประเทศไทยปัจจุบัน*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศาลรัฐธรรมนูญ. (2566). *คำวินิจฉัยที่ 20/2566*. https://www.constitutionalcourt.or.th/occ_web/ewt_dl_link.php?nid=16691
- ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2568, 13 มกราคม). *ธันวาคม 2567: อานนท์ถูก*

- พิพากษาคดี ม.112 อีก 2 คดีรวด-ศาลอุทธรณ์
แก้คำพิพากษาคดีปาสีพระบรมฉายาลักษณ์-มี
คำพิพากษาคดีชุมนุมอีก 5 คดี.
<https://tlhr2014.com/archives/72152>
- สมศักดิ์ เขียรเจริญกุล. (2562). มาตรการทางกฎหมาย
อาญาในการคุ้มครองข้อมูลคอมพิวเตอร์.
วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรือนทางไกลเชิง
นวัตกรรม, 9(2). <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil/article/view/230552>
- สราวุธ ปิตียาคัตติ. (2565). คำอธิบายพระราชบัญญัติ
ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ
คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.
2560 (พิมพ์ครั้งที่ 3). นิติธรรม.
- สาวตรี สุขศรี. (2566). โครงการศึกษามาตรการทาง
กฎหมายเพื่อจัดการการแพร่กระจายของข้อมูล
ข่าวสารเท็จในสื่อออนไลน์ (รายงาน
ผลการวิจัย). สถาบันพระปกเกล้า.
<https://www.kpi-lib.com/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=mmvw&db=Main&skin=S&mmid=15321&bid=31660>
- สาวตรี สุขศรี และคณะ. (2555). อาชญากรรม
คอมพิวเตอร์? งานวิจัยหัวข้อผลกระทบจาก
พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิด
เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และนโยบาย
ของรัฐกับสิทธิเสรีภาพในการแสดง
ความคิดเห็น. โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). ความ
มุ่งหมายและคำอธิบายประกอบรายมาตราของ
รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช
2560. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
https://www.senate.go.th/assets/portals/93/files/leups/253/files/article_20191021103453.pdf
- Basic Law for the Federal Republic of Germany.
(1949). https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gg/
- Bundesministerium der Justiz. (n.d.). Strafgesetzbuch:
StGB. https://www.gesetze-im-internet.de/stgb/_11.html
- European Parliament & Council of the European Union.
(2022). Digital Services Act. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
- Federal Office of Justice. (n.d.). Naming a person
authorised to receive service in the Federal
Republic of Germany. https://www.bundesjustizamt.de/EN/Topics/EnforcementoftheLawinSocialNetworks/EnforcementoftheLawinSocialNetworks_node.html
- Jouanjan, O. (2009). Freedom of expression in the
Federal Republic of Germany. *Indiana Law Journal*, 84(3). <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/indana84&i=873>
- United States Code. (n.d.). 18 U.S.C. Chapter 47 –
Fraud and false statements. U.S. Government
Publishing Office. <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/part-I/chapter-47>
- Wardle, C. (2017, September 27). Information disorder:
Toward an interdisciplinary framework for
research and policy making. Council of Europe.
<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

ผลของการใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนและกระบวนการกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

The effects of using TAI cooperative learning technique on learning achievement and group process of grade 6 students

จันทร์ ดิยะวงศ์ (Jun Tiya Wong) *

Received: July 19, 2025

Revised: July 26, 2025

Accepted: July 30, 2025

* Corresponding author, Email: asc@nmc.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคะแนนความก้าวหน้าจากการที่นักเรียนได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนซึ่งเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนกับหลังเรียนและคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนกับเกณฑ์ 75 % 3) เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของกระบวนการกลุ่มกับเกณฑ์ 75 % รูปแบบการวิจัยเป็นแบบ One group pre-test post-test กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนบ้านภูเขาลาด ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 31 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม จากประชากร จำนวน 51 คน ที่เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2566 โรงเรียนบ้านภูเขาลาด จำนวน 31 คน และจากโรงเรียนชุมชนบ้านศรีษะละเลิง จำนวน 20 คน ทั้งสองโรงเรียนอยู่ที่ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เช่นเดียวกัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องรูปทรงหลายมิติและปริมาตรรูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉากมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.46) 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.80 ถึง 1 มีค่าความยาก (P) ตั้งแต่ 0.32-0.73 ค่าอำนาจจำแนก (B) ตั้งแต่ 0.27-0.82 และมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับโดยวิธีของโลเวลท์เท่ากับ 0.74 และ 3) แบบประเมินกระบวนการกลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญประเมินมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44) มีค่าความเที่ยงโดยวิธีแอลฟาครอนบัคเท่ากับ 0.81 ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติทดสอบ t

ผลการวิจัย

1. คะแนนความก้าวหน้าของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI มีค่าเฉลี่ยรวม 25.17 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.99 อยู่ในระดับดีมาก

2. คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ 75 % อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. คะแนนเฉลี่ยของกระบวนการกลุ่มสูงกว่าเกณฑ์ 75 % อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การจัดการเรียนการสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI, คะแนนความก้าวหน้า, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, กระบวนการกลุ่ม

* คณะศึกษาศาสตร์, วิทยาลัยนครราชสีมา.

Faculty of Education, Nakhonratchasima College.

Abstract

This research aimed to 1) examine the progress scores of students who received instruction through the TAI (Team-assisted individualization) cooperative learning technique, 2) compare the learning achievement of students, which compare the average scores before and after learning and the average scores after learning with the 75 % criterion, and 3) compare the average scores of the group process with the 75% criterion. The research design is a one group pre-test post-test. The sample group in this research consisted of 31 sixth-grade students in the second semester of the 2023 academic year. These students were selected through cluster random sampling from a population of 51 sixth-grade students. The population included 31 students from Ban Phu Khao Lat School, Ban Mai Subdistrict, Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province, and 20 students from Ban Si Sa La Leng Community School. Both schools are located in Ban Mai Subdistrict, Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. The research instruments were: 1) Learning management plan on multidimensional shapes and volumes of rectangular shapes. The results of the quality inspection of the learning management plan showed the highest level of appropriateness ($\bar{X}=4.70$, S.D. = 0.46) 2) The 30-item multiple-choice achievement test had an IOC value of 0.80 to 1, a difficulty value (P) of 0.32-0.73, a discrimination value (B) of 0.27-0.82, and a reliability value of 0.74 by Lovett's method. 3) The group process assessment by the experts was found to be the highest level of appropriateness ($\bar{X}=4.75$, S.D. = 0.44), and a reliability value by Cronbach's alpha method of

0.81. The statistical values used were: arithmetic mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D.), and t-test.

Research results reviewed as follows:

1. The progress scores of the 6th grade students who received cooperative learning with TAI technique had a total mean of 25.17, from a full score of 30 points, and standard deviation was 2.99, which was at a very good level.

2. The average score after learning was higher than before learning, with statistical significance at the .01 level, and the average score after learning was higher than the 75 % criterion, with statistical significance at the .01 level.

3. The average score of the group process was significantly higher than the 75 % criterion at the .01 level.

Keywords: TAI cooperative learning technique, progressive score, learning achievement, group process

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเรียนรู้คณิตศาสตร์เป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ซึ่งมีผลต่อการดำรงชีวิตและการเรียนรู้ในสาขาอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2561) อย่างไรก็ตาม ในการจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ในระดับประถมศึกษา โดยเฉพาะชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นักเรียนหลายคนมีปัญหาในการเรียน เช่น ขาดความสนใจในการเรียน เข้าใจเนื้อหาไม่ตรงกันในแต่ละคน และไม่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างถูกต้อง ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

จากผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินั้นพื้นฐาน (O-NET) ที่ผ่านมา พบว่า คะแนนเฉลี่ยวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

อยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่อง (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2566) สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในการจัดการเรียนรู้ที่ยังไม่ตอบสนองต่อความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยเหลือรายบุคคล (Team assisted individualization: TAI) เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ผสมผสานระหว่างการเรียนรู้รายบุคคลกับการทำงานแบบกลุ่มอย่างมีระบบ โดยนักเรียนจะได้รับการเรียนรู้ตามระดับความสามารถของตนเองและในขณะเดียวกันก็ได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมกลุ่ม ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เสริมสร้างความรับผิดชอบ ความมีน้ำใจ และทักษะการทำงานเป็นทีม (Slavin, 1985) จากงานวิจัยของ Slavin et al. (1984) พบว่า การใช้ TAI มีผลต่อการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการสร้างเจตคติที่ดีต่อวิชาคณิตศาสตร์ นอกจากนี้ยังช่วยให้ให้นักเรียนที่มีความสามารถหลากหลายสามารถเรียนร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ทิ้งนักเรียนที่เรียนช้า และไม่ทำให้นักเรียนที่เรียนเร็วรู้สึกเบื่อ

ในประเทศไทย มีการศึกษาผลของการใช้ TAI กับนักเรียนในระดับต่าง ๆ พบว่าการเรียนรู้แบบนี้สามารถช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะทางสังคมได้อย่างดี (ชุดิกกาญจน์ พานิช, 2562) จึงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการนำมาใช้ในการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 จากปัญหาและแนวทางดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยเหลือรายบุคคล (TAI) เพื่อศึกษาผลของการใช้ TAI ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามศักยภาพของตนเองและช่วยเหลือกันในกลุ่ม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคะแนนความก้าวหน้าจากการที่นักเรียนได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนการสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI เรื่องรูปทรงหลายมิติ

และปริมาตรของรูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉาก ก่อนเรียน และหลังเรียน และเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนกับเกณฑ์ 75%

3. เพื่อเปรียบเทียบคะแนนกระบวนการกลุ่มกับคะแนนเกณฑ์ 75%

ขอบเขตของการวิจัย

ได้กำหนดรูปแบบการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านภูเขาลาด ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 31 คน และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนชุมชนบ้านศรีชะเลิง ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 20 คน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ทั้งหมดรวม 51 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านภูเขาลาด ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 31 คน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ได้จากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster random sampling)

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น คือ การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI

2.2 ตัวแปรตาม คือ

2.2.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2.2.2 กระบวนการกลุ่ม

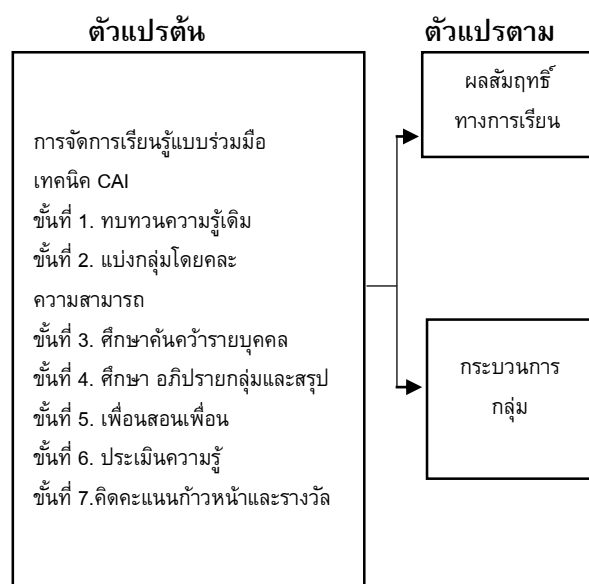
3. เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

รูปทรงหลายมิติและปริมาตรของรูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉาก

4. ระยะเวลาในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เวลา 1 ภาคเรียน คือ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 โดยมีการแบ่งการศึกษาค้นคว้า เป็น 15 ชั่วโมง

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ 75%
3. คะแนนกระบวนการกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI สูงกว่าเกณฑ์ 75%

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบการวิจัยได้แก่ One-group pretest posttest design (Campbell & Stanley. 1969)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1) แผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีผลการตรวจสอบคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.46)

2) แบบสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องรูปทรงหลายมิติและปริมาตรของรูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉาก

เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.80 - 1 ค่าความยาก (P) ตั้งแต่ 0.32-0.73 ค่าอำนาจจำแนก (B) ตั้งแต่ 0.27-0.82 และค่าความเที่ยงทั้งฉบับโดยวิธีของโลเวทท์เท่ากับ 0.74

3) แบบประเมินกระบวนการกลุ่มมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับโดยวิธีของแอลฟาครอนบัคเท่ากับ 0.81 มีความเหมาะสมจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ 5 คน มีค่า $\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.44

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำหนังสือจากวิทยาลัยนครราชสีมา ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านภูเขาลาดและโรงเรียนชุมชนบ้านศรีชะเล้ง ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เพื่อบริการวิชาการและเก็บข้อมูลในการทำวิจัยเพื่อเป็นโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างและหาคุณภาพเครื่องมือตามลำดับ

2. ทำหนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ 5 คน จากวิทยาลัยนครราชสีมา เพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

3. ทำการทดลองใช้เครื่องมือวิจัยกับกลุ่มทดลองใช้ (Try-out) เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือต่างๆ

4. วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ที่เป็นค่า IOC ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ และแบบประเมินกระบวนการกลุ่ม วิเคราะห์รายข้อ ค่าความยาก P และค่าอำนาจจำแนก B และความเที่ยงของแบบทดสอบโดยวิธีของ Lovett และของแบบประเมินกระบวนการกลุ่มโดยวิธีของอัลฟาครอนบาค

5. เมื่อคุณภาพของเครื่องมือทุกอย่างผ่านเกณฑ์แล้ว จึงนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบก่อนเรียน และใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI 7 ขั้น สอบหลังเรียน ประเมินกระบวนการกลุ่ม และคิดคะแนนความก้าวหน้าจากผลต่างของคะแนนหลังสอน(คะแนนเต็ม 100) กับคะแนนฐานที่มาจากคะแนนคณิตศาสตร์ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 (คะแนนเต็ม 100)

Slavin (1995) ได้มีแนวคิดคะแนนก้าวหน้า (Progressive scores) และรางวัลจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative learning) ดังนี้

คะแนนก้าวหน้า

ถ้าผลต่าง ต่ำกว่าคะแนนฐานเกิน 10 คะแนน จะได้คะแนนก้าวหน้า 0 คะแนน

ผลต่าง เท่ากับหรือต่ำกว่าคะแนนฐาน 1 ถึง 10 คะแนน จะได้คะแนนก้าวหน้า 10 คะแนน

ผลต่าง สูงกว่าคะแนนฐาน 1 ถึง 10 คะแนน จะได้คะแนนก้าวหน้า 20 คะแนน

ผลต่าง สูงกว่าคะแนนฐาน เกิน 10 คะแนน จะได้คะแนนก้าวหน้า 30 คะแนน

รางวัล

ค่าเฉลี่ยคะแนนก้าวหน้าของกลุ่ม 25 ถึง 30 คะแนน จะได้รางวัล Excellent TEAM

ค่าเฉลี่ยคะแนนก้าวหน้าของกลุ่ม 20 ถึง 24 คะแนน จะได้รางวัล Great TEAM

ค่าเฉลี่ยคะแนนก้าวหน้าของกลุ่ม 15 ถึง 19 คะแนน จะได้รางวัล Good TEAM

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. คัดคะแนนก้าวหน้า (Progressive scores) จากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยโปรแกรม excel

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของหลังเรียนกับก่อนเรียนจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้ Paired samples t-test

3. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของหลังเรียนกับเกณฑ์ 75% จากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้ One sample t-test

4. เปรียบเทียบคะแนนกระบวนการกับเกณฑ์ 75% จากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้ One sample t-test

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้ถูกนำเสนอเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) ผลการศึกษา

คะแนนความก้าวหน้าจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI 2) ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียน และการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนกับเกณฑ์ร้อยละ 75 และ 3) ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของกระบวนการกลุ่มกับเกณฑ์ร้อยละ 75 ตามลำดับสามารถแสดงได้ดังตาราง 1 – 4 ต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงคะแนนความก้าวหน้าและรางวัลของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI

กลุ่มที่	หลังเรียน (100)	หลังเรียน (30)	คะแนนฐาน (100)	คะแนนฐาน (30)	หลังเรียนลบด้วยคะแนนฐาน	คะแนนก้าวหน้า	ค่าเฉลี่ยคะแนนก้าวหน้า	รางวัล
1	93.33	28	73.33	22	20.00	30	28	Excellent TEAM
	86.67	26	73.33	22	13.33	30		
	83.33	25	76.67	23	6.67	20		
	83.33	25	53.33	16	30.00	30		
	96.67	29	80.00	24	16.67	30		
2	93.33	28	73.33	22	20.00	30	20	Great TEAM
	86.67	26	83.33	25	3.33	20		
	86.67	26	80.00	24	6.67	20		
	93.33	28	90.00	27	3.33	20		
	93.33	28	93.33	28	0.00	10		
3	80.00	24	63.33	19	16.67	30	28	Excellent TEAM
	96.67	29	83.33	25	13.33	30		
	83.33	25	63.33	19	20.00	30		
	90.00	27	60.00	18	30.00	30		
	80.00	24	76.67	23	3.33	20		
4	76.67	23	63.33	19	13.33	30	26	Excellent TEAM
	86.67	26	90.00	27	-3.33	10		
	83.33	25	70.00	21	13.33	30		
	83.33	25	66.67	20	16.67	30		
	93.33	28	80.00	24	13.33	30		
5	76.67	23	63.33	19	13.33	30	24	Great TEAM
	83.33	25	83.33	25	0.00	10		
	70.00	21	63.33	19	6.67	20		
	83.33	25	66.67	20	16.67	30		
	80.00	24	66.67	20	13.33	30		
6	86.67	26	66.67	20	20.00	30	25	Excellent TEAM
	90.00	27	80.00	24	10.00	20		
	66.67	20	63.33	19	3.33	20		
	93.33	28	83.33	25	10.00	20		
	76.67	23	63.33	19	13.33	30		
	80.00	24	66.67	20	13.33	30		
$\bar{X}$	85.05	25.52	72.90	21.87	12.15	25.17	25.17	
S.D.	7.40	2.22	10.10	3.03	8.01	6.77	2.99	

จากตาราง 1 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของคะแนนความก้าวหน้า 25.17 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 6.77 ได้รางวัล Excellent team 4 กลุ่ม และ Great team 2 กลุ่ม

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI

คะแนน	n	คะแนน เต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ก่อนเรียน	31	30	7.29	1.53	36.23**	.00
หลังเรียน	31	30	25.52	2.22		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, $t(.01,30) = 1.69$

จากตาราง 2 พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังเรียนกับเกณฑ์ 75% ของคะแนนเต็มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI

คะแนน	n	คะแนน เต็ม	คะแนน เกณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	t	P
หลังเรียน	31	30	22.5	25.52	2.22	7.57**	.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, $t(.01,30) = 1.69$

จากตาราง 3 พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ 75% ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

ตาราง 4 ผลการเปรียบเทียบคะแนนกระบวนการกลุ่มกับเกณฑ์ 75% ของคะแนนเต็มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI

คะแนน	n	คะแนน เต็ม	คะแนน เกณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	t	p
หลังเรียน	31	20	15	16.55	1.73	4.99**	.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, $t(.01,30) = 1.69$

จากตาราง 4 พบว่าคะแนนกระบวนการกลุ่มสูงกว่าเกณฑ์ 75% ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .01 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

สรุปผลการวิจัย

1. คะแนนความก้าวหน้าที่ได้จากผลต่างของคะแนนหลังสอนกับคะแนนฐานจากคะแนนเต็มแต่ละอย่าง 100 คะแนน มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 25.17 ค่า S.D. = 6.77 ทั้ง 6 กลุ่มที่แต่ละความสามารถ ได้รับรางวัลทุกกลุ่ม โดยได้รางวัล Excellent team 4 กลุ่ม Great team 2 กลุ่ม

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

3. คะแนนกระบวนการกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI สูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

อภิปรายผล

1. คะแนนความก้าวหน้าที่ได้จากผลต่างของคะแนนหลังสอนกับคะแนนฐานจากคะแนนเต็มแต่ละอย่าง 100 คะแนน มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 25.17 ค่า S.D. 6.77 ทั้ง 6 กลุ่มที่แต่ละความสามารถ ได้รับรางวัลทุกกลุ่ม ได้รางวัล Excellent team 4 กลุ่ม Great team 2 กลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริพร ม่วงจำปา (2564) ใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับชุดกิจกรรมฝึกทักษะของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 วิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง ระบบสุริยะและการปรากฏของดวงจันทร์ ทำให้มีคะแนนความก้าวหน้าของทุกกลุ่มอยู่ในระดับสูงและทุกกลุ่มมีค่าเฉลี่ยคะแนนความก้าวหน้าสูงกว่า 15 คะแนนจากคะแนนเต็ม 30 คะแนน และยังมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนและหลังเรียน

สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อีกด้วย

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่เป็นเช่นนั้นมาจากการสอนที่สังเคราะห์ขึ้นจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ของ Slavin, Leavey, & Madden, (1984) ที่ประกอบด้วย 1) วินิจฉัยและจัดกลุ่ม 2) การเรียนรู้แบบรายบุคคล 3) การช่วยเหลือในกลุ่ม 4) การตรวจสอบคำตอบ 5) การประเมินผล (Post-test) และ 6) การให้รางวัล

สรุปรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่สังเคราะห์ขึ้นใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 7 ขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นที่ 1. ทบทวนความรู้เดิม
- ขั้นที่ 2. แบ่งกลุ่มโดยความสามารถ
- ขั้นที่ 3. ศึกษาค้นคว้ารายบุคคล
- ขั้นที่ 4. ศึกษา อภิปรายกลุ่มและสรุป
- ขั้นที่ 5. เพื่อนสอนเพื่อน
- ขั้นที่ 6. ประเมินความรู้
- ขั้นที่ 7. คิดคะแนนก้าวหน้าและรางวัล

ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้จากการค้นคว้าเดี่ยวและอภิปราย ลงข้อสรุปของกลุ่มมีวิธีการเพื่อนสอนเพื่อนทำให้ผ่านเกณฑ์ผ่านของแบบฝึกและข้อสอบย่อยทั้ง 2 ผลวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนันท์ ฝ้าย (2563) ที่พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับการกระบวนการแก้ปัญหาของโพลยา ในหน่วยการเรียนรู้โจทย์ปัญหาและพฤติกรรมการทำงานกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ยังสอดคล้องกับ สุภาพร คำพิมาย (2556) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการเรียนรู้เรื่องการบวก ลบ คูณ หาร ระคน และพฤติกรรมการทำงานเป็นกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

จากการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค TAI พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงส่งผลทำให้คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญกับสถิติที่ระดับ .01 อีกด้วย และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ กัญญภัสสก์ เอกภักตร์ชัยวงศ์ และคณะ (2022) ซึ่งวิจัยเรื่องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ โดยใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับ KWDL ของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับ KWDL มีประสิทธิภาพเท่ากับ 79.57/76.16 นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับ KWDL หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนยังมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับ KWDL โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเช่นเดียวกับ ชุตินาญณ์ พานิช (2562) ที่ทำวิจัยเรื่องผลของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยเหลือรายบุคคล (TAI) ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และทักษะทางสังคมของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 การใช้ TAI ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนมีทักษะทางสังคมและพฤติกรรมการช่วยเหลือกันในกลุ่มเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Putri & Fitria (2020) ที่พบว่า ในการเรียนระดับเกรด 5 ในหัวข้อ “สิ่งแวดล้อมเป็นเพื่อนของเรา” กลุ่มที่เรียนโดยวิธีการสอนแบบ TAI มีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มจาก 46.25 เป็น 80.50 ในขณะที่กลุ่มควบคุมเพิ่มเป็น 49.06 เท่านั้น ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย Mardiaty & Karmana (2024) ที่ทำวิจัยเรื่องทักษะกระบวนการความรู้ความเข้าใจในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การสอนโดย TAI ช่วย

เพิ่มคะแนนทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และ ความรู้ความเข้าใจทางปัญญามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Asmadi (2006) ที่พบว่า TAI ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติได้ดีกว่าการเรียนรู้แบบดั้งเดิม โดยคะแนนเฉลี่ยกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. คะแนนกระบวนการกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI สูงกว่าเกณฑ์ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่เป็นเช่นนี้เพราะชั้นการสอน 7 ชั้น ที่สังเคราะห์ขึ้นของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI (Team assisted individualization) นั้นเป็นเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือที่เน้นการทำงานเป็นทีมควบคู่กับการเรียนรู้แบบรายบุคคลโดยผู้เรียนจะเรียนรู้เนื้อหาตามจังหวะของตนเอง แต่ยังคงช่วยเหลือกันในกลุ่ม กระบวนการเรียนบางขั้นจะประกอบด้วยการแบ่งกลุ่มแบบละความสามารถ การทำงานรายบุคคลในแบบฝึก การตรวจคำตอบและอธิบายซึ่งกันและกัน การเก็บคะแนนรายบุคคลและรวมคะแนนกลุ่มเพื่อแข่งขันกันอย่างสร้างสรรค์ (Slavin, 1985) และยังเกิดการพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกัน นักเรียนเรียนรู้การแบ่งงานกันทำ ฝึกการยอมรับบทบาทหน้าที่ เช่น หัวหน้ากลุ่ม คนตรวจคำตอบ คนช่วยอธิบาย ส่งเสริมให้ผู้เรียนรับผิดชอบต่อภาระงานของตนเอง และของกลุ่ม (Johnson & Johnson, 1994) ส่งเสริมกระบวนการคิดและการสื่อสารในกลุ่ม นักเรียนต้องอธิบายวิธีคิดให้เพื่อนฟัง จึงต้องสื่อสารอย่างเข้าใจง่าย เกิดกระบวนการเจรจาและแก้ปัญหาาร่วมกัน ส่งเสริมการฟังอย่างตั้งใจและเคารพความคิดเห็นผู้อื่น ลดช่องว่างระหว่างนักเรียนที่มีความสามารถแตกต่างกัน การทำงานกลุ่มแบบ TAI ทำให้นักเรียนที่เรียนอ่อนมีโอกาสได้รับการช่วยเหลือ นักเรียนที่เรียนเก่งได้ฝึกทบทวนและเสริมความเข้าใจจากการช่วยเพื่อน ลดความรู้สึกโดดเดี่ยวของผู้เรียนอ่อน ส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้เชิงบวก นักเรียนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่ม ร่วมกันรับผิดชอบความสำเร็จของกลุ่ม การแข่งขันระหว่างกลุ่มสร้างแรงจูงใจในการ

ร่วมมือ นักเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ส่งผลให้ชั้นเรียนมีบรรยากาศที่สนุกและเป็นมิตร เหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้คะแนนกระบวนการกลุ่มจากแบบประเมินคุณภาพแบบย่อย (Analytic scoring rubrics) 5 ระดับ 4 ประเด็นย่อย สูงกว่าเกณฑ์ 75 % ของคะแนนเต็ม 20 คะแนน อย่างมีนัยสำคัญกับสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ศรีบุญเรือง (2564) ที่วิจัยเรื่องการใช้รูปแบบการสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่อง เศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นอกจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์หลังเรียนด้วย TAI สูงกว่าก่อนเรียนแล้ว นักเรียนยังมีทักษะการทำงานร่วมกันเพิ่มขึ้น มีพฤติกรรมช่วยเหลือกัน และรับผิดชอบงานในกลุ่มระดับสูง ยังมีงานวิจัยที่มีผลคล้ายกันของณัฐกานต์ ชัยโย (2565) ที่ใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และความสามารถในการทำงานกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วย TAI มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์สูงขึ้น นักเรียนมีพฤติกรรมการทำงานร่วมกันในกลุ่มดีขึ้น เช่น การช่วยเหลือ แบ่งงาน และเคารพความคิดเห็นของเพื่อน เช่นเดียวกับ Selvitry, Arnawa, and Dharma (2018) ที่พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วย TAI มีทักษะการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ สูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญ และการใช้ TAI กระตุ้นให้นักเรียนสื่อสาร คิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา และทำงานเป็นทีมได้ดีขึ้น ทำให้คะแนนทำงานกลุ่มสูง เป็นที่น่าพึงพอใจมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

- 1.1 ผู้สอนควรร่วมสรุปเนื้อหาสำคัญกับนักเรียน จากข้อสรุปที่ได้จากการทำงานกลุ่ม
- 1.2 ผู้สอนต้องเตรียมใบแบบฝึกและข้อสอบย่อย 2 ชุด และควรเฉลยวิธีการแก้ปัญหาอย่างละเอียด และประเมินโดยใช้คำถามย่อยที่เป็นปัญหาปลายเปิด (Open - ended problems) เสริม

1.3 ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนควรให้นักเรียนตระหนักถึงการช่วยกันและกันเพื่อความสำเร็จของกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาตัวแปรตามด้านอื่น เช่น ความพึงพอใจ ทักษะกระบวนการต่างๆ ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา ความมีน้ำใจและความรับผิดชอบ

2.2 ควรเปรียบเทียบการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI กับวิธีการจัดการเรียนรู้แบบอื่นๆ หรือกับวิธีสอนแบบปกติ

เอกสารอ้างอิง

กัญญภัสสก์ เอกภักตร์ชัยวงษ์, รัชนีฤกษ์ชัย, เชษฐภักดี, และ ณัฐฐชัย จันทชุม. (2022). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ โดยใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับ KWDL ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์ ศรีนครินทรวิโรฒ, 22(2), 113–131.

ชุตติกาญจน์ พานิช. (2562). ผลของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยเหลือรายบุคคล (TAI) ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และทักษะทางสังคมของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ณัฐกานต์ ชัยโย. (2565). การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และความสามารถในการทำงานกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

วรภรณ์ ศรีบุญเรือง. (2564). การใช้รูปแบบการสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องเศษส่วน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2567). รายงานสรุปผลการทดสอบ

ทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET) ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2566.

<https://www.niets.or.th/th/content/view/26058>
สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2561). รายงานประจำปี 2561. สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

สุนันท์ ฝ้าย. (2563). การพัฒนาผลการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบกลุ่มช่วยเหลือเป็นรายบุคคล (TAI) ร่วมกับกระบวนการแก้ปัญหาของโพลยาสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์.

สุภาพร คำพิมาย. (2556). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการเรียนรู้หน่วยการเรียนรู้ การบวก ลบ คูณ หารระคน และพฤติกรรมการทำงานเป็นกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จากการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค TAI [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

สุริพร ม่วงจำปา. (2564). ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ร่วมกับชุดกิจกรรมฝึกทักษะเรื่องระบบสุริยะและการปรากฏของดวงจันทร์ เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์และความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

Asmadi, A. (2006). Pengaruh model embelajaran Team assisted individualization terhadap prestasi belajar statistika mahasiswa psikologi. *Jurnal Psikologi*, 33(1), 1–10.

Campbell, D. T. & Stanley, J. C. (1969). *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Rand McNally & Company.

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

- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1994). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning*. Allyn and Bacon.
- Mardiati, M., & Karmana, I. W. (2024). The Effect of the team-assisted individualization learning model on students' science process skills and cognitive learning outcomes. *PAIDAGOGIA: Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(1), 7–13. <https://doi.org/10.63757/pjipp.v1i1.6>
- Putri, R. D., & Fitria, L. (2020). Penerapan model team assisted individualization (TAI) untuk meningkatkan hasil belajar matematika siswa kelas V. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 14(2), 123–134. <https://doi.org/10.1234/jpm.v14i2.5678>
- Selvitry, R., Arnawa, I. M., & Dharma, S. (2018). The effect of team assisted individualization (TAI) learning model toward mathematical communication ability. *Proceedings of the International Conference on Education Innovation (ICoIE 2018)*. Atlantis Press.
- Slavin, R. E. (1985). *Cooperative learning: Theory, research, and practice*. Allyn and Bacon.
- Slavin, R. E. (1995). *Cooperative learning: Theory, research and practice* (2nd ed.). Allyn and Bacon.
- Slavin, R. E., Leavey, M., & Madden, N. A. (1984). Team assisted individualization: An experimental study of cooperative learning and individualized instruction. *Journal of Educational Psychology*, 76(5), 813–819.

ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการ
กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง

Factors of workplace happiness and human resource development affecting
organizational commitment of Generation Y
Government Officials at the Comptroller General's Department

จิราพร บุญตันจีน (Jiraporn Boontanjeen) ¹ ทองฟู ศิริวงศ์ (Tongfu Siri Wongse) ²

Received: April 9, 2025

Revised: April 28, 2025

Accepted: May 2, 2025

¹ Corresponding author, Email: Jiraporn.bo@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสุขในการทำงานของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง 2) ศึกษาระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง 3) ศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง 4) ศึกษาความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล 5) ศึกษาปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจากข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง จำนวน 270 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้น และใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, ANOVA และ regression เพื่อหาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความผูกพัน

ในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.4 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.2 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.1 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 65.2 ตำแหน่งงานประเภทวิชาการ ระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 61.5 และมีอายุงาน 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาและตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันของบุคลากร ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนระดับความคาดหวังของบุคลากรที่มีต่อปัจจัยด้านความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D.=0.78) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D.=0.70) และด้านความผูกพันในองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D.=0.78) และพบว่าปัจจัยด้านความสุขในการทำงานในด้านการเป็นที่ยอมรับและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านการฝึกอบรม ด้านการพัฒนา ด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Master of Business Administration Program,
Ramkhamhaeng University.

² คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University.

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, ความผูกพันในองค์กร, เจเนอเรชันวาย

Abstract

This study aims to 1) examine the level of job happiness among Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department, 2) study the level of human resource development among Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department, 3) examine the level of organizational commitment among Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department, 4) study organizational commitment among Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department classified by personal characteristics, and 5) study the factors of job happiness and human resource development that influence organizational commitment among Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department. Data collection was conducted using questionnaires with a sample of 270 Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department. Descriptive statistics were used to describe the initial characteristics of the data, and analysis was conducted using mean, percentage, and standard deviation. Hypothesis testing was performed using t-test, ANOVA, and regression analysis to determine the relationships and influence of various factors affecting organizational commitment among Generation Y civil servants at the Comptroller General's Department.

The study found that the majority of respondents were female 80.4%, aged between 31-40 years 62.2%, and single 78.1%. Most respondents held a bachelor's degree 65.2% and worked in academic positions at the operational level 61.5%. Additionally, 50.1% had work experience of 1-5 years. It was found that individual factors, such as education level and job position, significantly affected organizational commitment at a statistical significance

level of .05. The overall opinion of personnel regarding job happiness factors was at a high level, with a mean score of 3.90 (S.D. = 0.78). The overall level of human resource development was also high, with a mean score of 3.90 (S.D. = 0.70), the overall level of organizational commitment was high, with a mean score of 3.73 (S.D. = 0.78), job happiness factors, particularly in terms of recognition, and human resource development factors, specifically in training, development, and education, showed a positive correlation with organizational commitment, with a statistically significant level of .05.

Keywords: factors of workplace happiness, human resource development, organizational commitment, Generation Y

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หน่วยงานภาครัฐถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากภาครัฐมีหน้าที่ในการกำกับดูแลระดับเศรษฐกิจผ่านนโยบายต่าง ๆ โดยเฉพาะนโยบายการคลังเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นและขยายตัวทางเศรษฐกิจเพื่อการรักษาเสถียรภาพของเศรษฐกิจอันเป็นเป้าหมายในการบริหารงานที่สำคัญของรัฐบาลซึ่งการใช้จ่ายรายรับหนี้สาธารณะของรัฐบาลถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญของนโยบายการคลัง (บุษรา มัยอิ่ง และคณะ, 2566) ซึ่งการดำเนินงานจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ สมรรถนะ ความสามารถที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เนื่องจากบุคลากรถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในด้านพฤติกรรม การแสดงออก การใช้อำนาจความรู้ทักษะในการปฏิบัติงาน และการรับรู้ในบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการของงาน ภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กร และทำให้บุคคลมุ่งมั่นปฏิบัติงานสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ (ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และพงษ์เสฐียร เหลืององกต, 2563) หากบุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กรก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร มีความจงรักภักดีและเสียสละเพื่อองค์กร รวมถึงสร้างมาตรฐานการทำงานและสร้างบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน ยิ่งจะทำให้บุคลากร

อยากอยู่กับองค์กรด้วยความเต็มใจและพร้อมทุ่มเท ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถได้อย่างเต็มที่ ในทางตรงกันข้ามหากบุคลากรในองค์กรไม่มีความผูกพันต่อองค์กรแล้วหรือมีแต่น้อยลง ก็อาจจะทำให้องค์การนั้นสูญเสียบุคลากรที่มากด้วยประสบการณ์และคุณภาพ สูญเสียค่าใช้จ่ายในกระบวนการคัดเลือกและฝึกอบรมบุคลากรใหม่ เป็นต้น (ปรณเกียรติ นิจุสุข, 2566)

ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่ปี 2548 และจะเป็นสังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์ในปี 2566 โดยจะมีผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 20 ขณะที่ประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานลดลง โดยที่คนรุ่นใหม่ หรือคนเจนเนอเรชั่นวายจะมีสัดส่วนในวัยแรงงานมากที่สุด จึงเป็นกลุ่มที่ถูกคาดหวังให้เป็นกำลังขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายจะมีอายุประมาณ 21-40 ปี เกิดในช่วง พ.ศ. 2527-2546 (ภูเบศร์ สมุทรจักร และคณะ, 2563) บุคลากรกลุ่มนี้จะเป็นส่วนใหญ่ในองค์กรที่ปัจจุบันเป็นผู้ปฏิบัติงานหลัก เป็นกลุ่มผู้ที่เริ่มต้นเข้ามาปฏิบัติงานหลังจากจบการศึกษา หรือเป็นกลุ่มผู้มีประสบการณ์ในการทำงานมาระยะหนึ่งแล้ว สามารถถ่ายทอดการปฏิบัติให้บุคลากรรุ่นใหม่เข้ามาและจะเข้าสู่ระดับผู้บริหารขององค์กรในอนาคต (ศิริวัฒน์ ธีระชาญณรงค์, 2566) โดยกลุ่มคนวัยนี้มีมุมมองหากิจกรรมที่เป็นการเล่นสนุกในการใช้ชีวิตเช่น เล่นเกม อ่านการ์ตูนเพื่อลดความกดดันในสังคม และผ่อนคลายจากภาระหน้าที่ในด้านการงาน (พิมพ์ชนก พุกสุข, 2564) องค์กรจึงจำเป็นต้องปรับปรุงนโยบายและแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังที่เปลี่ยนไปตามบริบท รวมไปถึงสถานะเศรษฐกิจที่ผันผวน เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจ ค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้บุคลากรรู้สึกถึงข้อจำกัดทางการเงินและความยากลำบากในการวางแผนชีวิตซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ความสุขในการทำงานลดลง และหากบุคลากรในกลุ่มนี้ต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคในองค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ เกิดเป็นความไม่พึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของการปฏิบัติงาน ทำให้ต้องมองหาทางเลือกอื่นที่สามารถแก้ปัญหาที่หลากหลายของคนกลุ่มนี้ต้องพบเจอ ให้สามารถดำรงชีวิตได้ดียิ่งขึ้น อาจส่งผลให้เกิดการขอยกย้ายหรือลาออกจากหน่วยงานไปยัง

หน่วยงานอื่น จะทำให้องค์การขาดบุคลากรที่เป็นกำลังสำคัญที่ขับเคลื่อนองค์กร อีกทั้งยังต้องเสียต้นทุนในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรใหม่เข้ามาสู่องค์กรทั้งต้นทุนทางด้านเวลาและต้นทุนที่เป็นตัวเงิน (ศิริวัฒน์ ธีระชาญณรงค์, 2566)

กรมบัญชีกลาง มีหน้าที่ในการวางกรอบหลักเกณฑ์กลางให้หน่วยงานภาครัฐถือปฏิบัติกรให้บริการคำแนะนำปรึกษาด้านการเงิน การคลัง การบัญชี การตรวจสอบภายใน การบริหารเงินนอกงบประมาณ และการพัสดุภาครัฐ การดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารเงินคงคลังให้มีใช้จ่ายอย่างเพียงพอ และปฏิบัติงานอื่น ๆ ในการส่งเสริมนโยบายของรัฐ (กรมบัญชีกลาง, 2567) ซึ่งมีบุคลากรที่เป็นข้าราชการโดยรวมทั้งสิ้นอยู่ที่ประมาณ 1,896 คน มีกลุ่มที่เป็นเจนเนอเรชั่นวาย จำนวนประมาณ 825 คน คิดเป็นร้อยละ 43.51 (กองบริหารทรัพยากรบุคคล กรมบัญชีกลาง, 2567) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มบุคลากรเจนเนอเรชั่นวายเป็นสัดส่วนสำคัญของกรมบัญชีกลาง คิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของบุคลากรทั้งหมด

ดังนั้น ในฐานะที่ผู้ศึกษาเป็นบุคลากรขององค์กร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง เพื่อทราบข้อมูลปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันต่อองค์กร และปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา การเสริมสร้างความสุขในการทำงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้แก่บุคลากร ให้บุคลากรเกิดความผูกพันในองค์กร สามารถปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความสุข สนุกสนาน เกิดสัมพันธภาพที่ดีในที่ทำงาน มีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย รู้สึกมีความสุขในงาน ทำให้อยู่ในองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงานของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง
2. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง

3. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง

4. เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง

สมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทตำแหน่ง อายุงาน ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมนับชีกกลาง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านแนวคิดทฤษฎีหรือตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาตัวแปรหลัก 3 ตัว ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ เครือข่ายสัมพันธ์ การรักในงานความสำเร็จในงาน และการเป็นที่ยอมรับ (Manion, 2003)

1.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ การฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา (Nadler & Wiggs, 1989)

1.3 ความผูกพันในองค์กร ประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Allen & Meyer, 1990)

2. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้ เป็นข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายของกรมนับชีกกลาง มีจำนวนประมาณ 825 คน และใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ Yamane (1973) จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้ จำนวน 270 ราย

3. การศึกษานี้ดำเนินการในหน่วยงาน กรมนับชีกกลาง ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐระดับกรม

4. เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล 1 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้ คือ ข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมนับชีกกลาง จำนวน 825 คน (กรมนับชีกกลาง, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้ คือ ข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง คำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณด้วยวิธีการของ Yamane (1973) มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% ซึ่งสามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$n = 825 / 1 + 825(0.05)^2 = 270 \text{ ราย}$$

2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสะดวก (Convenience sampling)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล จะทำการแจกแบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ โดยวิธีส่งแบบสอบถามรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google form) ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2567 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2568 เป็นระยะเวลา 1 เดือน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended question) และ (Open-ended question) โดยแบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ปัจจัย ส่วน บุ ค ล ของ ผู้ ต อ บ แบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อคำถามซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการติดต่อสัมพันธ์ 2) ด้านความรักในงาน 3) ด้านความสำเร็จในงาน 4) ด้านการเป็นที่ยอมรับ จำนวนด้านละ 4 ข้อ รวมเป็นจำนวน 16 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบ Likert scale ใช้ระดับการวัดประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการฝึกอบรม 2) ด้านการศึกษา 3) ด้านการพัฒนา จำนวนด้านละ 4 ข้อ รวมเป็นจำนวน 12 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบ Likert scale ใช้ระดับการวัดประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended question) จำนวน 12 ข้อ โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ด้าน คือ 1) ความผูกพันด้านจิตใจ 2) ความผูกพันด้านการคงอยู่ 3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน จำนวนด้านละ 4 ข้อ รวมเป็นจำนวน 12 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบ Likert scale ใช้ระดับการวัดประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open-ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรณบุญชีกกลาง ว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาในด้านใดบ้าง

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับปัจจัยด้านความสุขในการทำงานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันในองค์กร เจเนอเรชั่นจากวารสารวิชาการ หนังสือวิชาการ บทความวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตรงตามความมุ่งหมายในการศึกษา

2. สร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ออกแบบและสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเพื่อตรวจสอบและขอคำแนะนำ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามครอบคลุมและตรงประเด็น มีความสมบูรณ์มากที่สุด และพร้อมที่จะนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านในการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสำหรับข้อคำถามเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา โดยเมื่อแบบสอบถามได้รับการพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of item - objective congruence: IOC) โดยใช้สูตร IOC ซึ่งผลการตรวจสอบ

หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม พบว่าบางข้อคำถามน้อยกว่า 0.6 ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

6. จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 30 ชุด โดยทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) โดยคำนวณหาค่าความสัมพันธกันในแต่ละข้อคำถามกับคะแนนรวมในแต่ละด้าน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นเป็นรายปัจจัยและหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ขึ้นไปทุกข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีส่งแบบสอบถามรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google form) ผ่านช่องทางไลน์ส่วนตัว ไลน์กลุ่ม โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถาม ภายในระยะเวลา 1 เดือน และเมื่อมีผู้ตอบแบบสอบถามครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 270 รายแล้ว จึงหยุดการเก็บข้อมูล

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องเพื่อนำข้อมูลมาประมวลผล

3. จัดรูปแบบ และหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ผลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) รวมถึงการวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น Independent sample t-test, One-way ANOVA และ Multiple regression โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงานของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรณบุญชีกกลาง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานตามความคิดเห็นของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรณบุญชีกกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 (S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านความสำเร็จในงาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้าน ความสุขในการทำงานของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน			
ด้านการติดต่อสัมพันธ์	3.94	0.80	มาก
ด้านความรักในงาน	3.82	0.92	มาก
ด้านความสำเร็จในงาน	3.97	0.77	มาก
ด้านการเป็นที่ยอมรับ	3.87	0.93	มาก
รวมเฉลี่ย	3.90	0.78	มาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ตามความคิดเห็นของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายกรมบัญชีกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านการศึกษา ดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายกรมบัญชีกลาง

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์			
ด้านการฝึกอบรม	3.95	0.74	มาก
ด้านการศึกษา	3.96	0.84	มาก
ด้านการพัฒนา	3.80	0.78	มาก
รวมเฉลี่ย	3.90	0.70	มาก

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความผูกพันใน องค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันในองค์การ ตามความคิดเห็น ของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น

ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความผูกพัน ด้านบรรทัดฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความผูกพันในองค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายกรมบัญชีกลาง

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความผูกพันในองค์การ			
ความผูกพันด้านจิตใจ	3.80	0.83	มาก
ความผูกพันด้านการคงอยู่	3.58	0.86	มาก
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	3.81	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย	3.73	0.78	มาก

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาความผูกพันใน องค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล จาก การวิจัย พบว่า ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 ตำแหน่งประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และมีอายุงานระหว่าง 1 - 5 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	53	19.6
หญิง	217	80.4
รวม	270	100
อายุ		
21 - 30 ปี	102	37.8
31 - 40 ปี	168	62.2
รวม	270	100
สถานภาพ		
โสด	212	78.1
สมรส	57	21.1
หย่า	2	0.7
รวม	270	100

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา		
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.)	16	5.9
ปริญญาตรี	176	65.2
ปริญญาโท	78	28.9
รวม	270	100
ตำแหน่งงาน		
ประเภททั่วไป	46	17.0
ระดับปฏิบัติงาน		
ประเภททั่วไป	12	4.5
ระดับชำนาญงาน		
ประเภทวิชาการ	166	61.5
ระดับปฏิบัติการ		
ประเภทวิชาการ	46	17.0
ระดับชำนาญการ		
รวม	270	100
อายุงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	56	20.7
1 - 5 ปี	135	50.1
6 - 10 ปี	60	22.2
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	19	7.0
รวม	270	100

และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านการศึกษา และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์การแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 และเพศ อายุ สถานภาพ และอายุงาน ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเกี่ยวกับความผูกพัน ในองค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวัยกรมบัญชีกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัย ส่วนบุคคล	ความผูกพันในองค์การ		ผลการทดสอบ สมมติฐาน
	สถิติ	P-value	
เพศ	t = 1.677	Sig = .098	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	t = 0.210	Sig = .716	ปฏิเสธสมมติฐาน
สถานภาพ	F = 2.744	Sig = .066	ปฏิเสธสมมติฐาน
การศึกษา	F = 4.802	Sig = .009*	ยอมรับสมมติฐาน
ตำแหน่งงาน	F = 3.680	Sig = .013*	ยอมรับสมมติฐาน
อายุงาน	F = 1.180	Sig = .318	ปฏิเสธสมมติฐาน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความ

ผูกพันในองค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวัยกรมบัญชีกลาง จากการวิจัย พบว่า ตัวแปรทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในองค์การ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ด้านความสำเร็จในงาน (A3) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์การ (OC) มากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r=0.787$, $\text{Sig} < .05$) รองลงมาเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการศึกษา (B2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r=0.756$, $\text{Sig} < .05$) และน้อยที่สุดในปัจจัยด้านความสุข ในการทำงาน ด้านการติดต่อสัมพันธ์ (A1) ($r=0.665$, $\text{Sig} < .05$) ทั้งนี้ ไม่มีตัวแปรใดที่มีค่าสหสัมพันธ์สูงเกิน .90 ซึ่งหมายความว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ซ้ำซ้อนระหว่างตัวแปร ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวัยกรมบัญชีกลาง

ตัวแปร	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	OC
A1	1							
A2	0.670*	1						
A3	0.731*	0.880*	1					
A4	0.854*	0.719*	0.816*	1				
B1	0.698*	0.678*	0.708*	0.716*	1			
B2	0.728*	0.704*	0.742*	0.734*	0.830*	1		
B3	0.499*	0.653*	0.672*	0.538*	0.607*	0.632*	1	
OC	0.665*	0.741*	0.787*	0.677*	0.735*	0.756*	0.675*	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ

A1 ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ด้านการติดต่อสัมพันธ์
A2 ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ด้านความรักในงาน
A3 ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ด้านความสำเร็จในงาน
A4 ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ
B1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรม
B2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการศึกษา
B3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการพัฒนา
OC ความผูกพันในองค์การ

และพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) สำหรับสมการถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลางโดยใช้ Stepwise regression ($n = 270$) พบว่า ด้านความร่วมมือในการทำงาน (A4) มีผลต่อความผูกพันในองค์กรการมากที่สุด (Beta=0.414, Sig=.000) รองลงมาคือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรม (B1) (Beta=0.227, Sig=.002) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรม (Beta=0.202, Sig=.002) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการพัฒนา (B3) (Beta=0.174, Sig=.005) ค่า R^2 Adjusted = 0.988 ตัวแปรทั้ง 4 ตัวข้างต้น สามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง ได้ร้อยละ 98.8 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และอีกร้อยละ 1.2 เป็นปัจจัยอื่น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) สำหรับสมการถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง โดยใช้ Stepwise regression ($n = 270$)

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE (B)	Beta t	t	sig
ความสุขในการทำงาน	0.390	0.053	0.414	7.297	.000*
ด้านการเป็นที่ยอมรับ (A4)					
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	0.197	0.061	0.207	3.218	.001*
ด้านการฝึกอบรม (B1)					
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	0.171	0.045	0.174	3.815	.000*
ด้านการพัฒนา (B3)					
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	0.190	0.060	0.202	3.197	.002*
ด้านการศึกษา (B2)					

* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

R^2 adjust = .988 $F = 5504.347$ Sig = .000*

อภิปรายผล

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ตามความคิดเห็นของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 (S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความสำเร็จในงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรสามารถทำงานสำเร็จด้วยดี สามารถแก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้ จึงรู้สึกภาคภูมิใจในผลสำเร็จ รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับ กุลธิดา ไทยสุริโย (2562) ที่ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม พบว่าระดับความสุขในการทำงาน ของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือด้านความสำเร็จในงาน

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการศึกษาคือปัจจัยสำคัญ ที่จะทำให้อุบลากรเติบโตก้าวหน้าในสายงานที่สูงขึ้น และนอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มพูนความรู้ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในระดับที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ชัชชัย สุวรรณรัตน์ และคณะ (2564) เรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ระดับความผูกพันในองค์กร ตามความคิดเห็นของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมนับชีกกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรมีความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อองค์กร

ว่าการปฏิบัติงานให้ดีเป็นสิ่งที่ควรทำ มากกว่าเป็นเพียงหน้าที่ที่ต้องทำเท่านั้น รวมถึงเกิดจากความเชื่อว่างค์การคือส่วนหนึ่งที่ตนเอง มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐณิย์ คำมาลา (2566) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับความผูกพันของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ สำราญ บุญเจริญ (2563) เรื่อง แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และมีอายุงานระหว่าง 1 - 5 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านการศึกษา และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์การแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอายุงาน ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาของบุคลากรสามารถระบุถึงระดับตำแหน่งหน้าที่ในองค์การได้ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคลากรมีหน้าที่รับผิดชอบในสิ่งที่ต้องการจนก่อให้เกิดเป็นความผูกพัน และยังทำให้บุคลากรมีมุมมอง ความคิด ทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป จึงส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐณิย์ คำมาลา (2566) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานครได้อธิบายว่าระดับการศึกษาของบุคลากรสามารถระบุถึงระดับตำแหน่งหน้าที่ในองค์การได้ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคลากรมีหน้าที่รับผิดชอบในสิ่งที่ต้องการจน

ก่อให้เกิดเป็นความผูกพัน และยังทำให้บุคลากรมีมุมมอง ความคิด ทัศนคติ ที่แตกต่างกันออกไป จึงส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 5 พบว่า ตัวแปรทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความผูกพันในองค์การ และผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) สำหรับสมการถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง โดยใช้ Stepwise regression ($n = 270$) พบว่าปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน ในด้านการเป็นที่ยอมรับและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในด้านการฝึกอบรม ด้านการพัฒนา ด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความผูกพันในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย กรมบัญชีกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 เมื่อพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า ด้านความสำเร็จในงาน เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการติดต่อสัมพันธ์ และด้านความรักในงาน เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการเป็นที่ยอมรับ ($Beta=0.414$) สอดคล้อง กับงานวิจัยของ Salako and Akingbade (2025) อิทธิพลของความสุขในที่ทำงานต่อความผูกพันในองค์การของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตมหานครอียิปต์ ประเทศไนจีเรีย พบว่า ความสุขในที่ทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์การในมิติของความผูกพันทางอารมณ์ (Affective commitment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความสุขในที่ทำงานยังมีอิทธิพลต่อความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (Normative commitment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับ ศิริพัศตร์ ถาอ้าย (2566) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยความสุขในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรวิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ความสุขในการทำงาน

เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร หากองค์กรต้องการเพิ่มความผูกพันของพนักงาน ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์สวัสดิการ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

2. การพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร พบว่า ด้านการศึกษา เป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการฝึกอบรม และด้านการพัฒนา เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพยากรณ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการฝึกอบรม (Beta=0.207) ด้านการศึกษา (Beta=0.174) ด้านการพัฒนา (Beta=0.202) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชชัย สุวรรณรัตน์ และคณะ (2564) เรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีบทบาทสำคัญต่อความผูกพันของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย โดยต้องสอดคล้องกับค่านิยมและความคาดหวังที่แตกต่างจากรุ่นก่อน แนวทางที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสรรหาคัดเลือก ระบบพี่เลี้ยงที่สนับสนุนความก้าวหน้า การจ่ายค่าตอบแทนที่ยืดหยุ่น และการให้ข้อมูลย้อนกลับอย่างรวดเร็วซึ่งช่วยเพิ่มแรงจูงใจและลดอัตราการลาออก และสอดคล้องกับ Aboramadan et al. (2020) ที่ศึกษาเรื่องแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันต่อองค์กรในระดับอุดมศึกษา: บทบาทตัวกลางของความผูกพันในการทำงาน พบว่า แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความผูกพันต่อองค์กรในระดับอุดมศึกษาผ่านการส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสม และสอดคล้องกับ สำราญ บุญเจริญ (2563) เรื่อง แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แสดงให้เห็นว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลโดยตรงต่อแรงจูงใจและความผูกพันของบุคลากร ทั้งนี้ จำเป็นต้องมีการวางแผนและปรับปรุงระบบบริหารให้สอดคล้อง กับความต้องการของบุคลากร เช่น การฝึกอบรมพัฒนาทักษะ การส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้า และการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านระดับปัจจัยด้านความสุขในการทำงาน สนับสนุนและเปิดโอกาสให้บุคลากรมีอิสระในการคิดและตัดสินใจ รับฟังและให้โอกาสบุคลากรในการนำเสนอไอเดียใหม่ ๆ ผ่านการจัดกิจกรรมหรือโครงการ เป็นต้น เนื่องจากบุคลากรเจนเนอเรชั่นวายต้องการการทำงานที่มีความหมาย พวกเขาต้องการเห็นผลกระทบจากงานของตนเอง และรู้สึกว่าการงานของพวกเขามีคุณค่าและเป็นส่วนสำคัญขององค์กร

2. ด้านระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้การฝึกอบรมเหมาะสมกับกลุ่มคนในแต่ละกลุ่ม ดังนั้น องค์กรอาจมีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมให้เหมาะสมกับกลุ่มคนและสอดคล้องกันกับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอ โดยเน้นไปที่การนำความรู้ไปใช้ได้จริง และเพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้ที่เป็นแบบฝึกปฏิบัติมากขึ้น ซึ่งเหมาะกับข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่ต้องการการอบรมที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที

3. ด้านระดับความผูกพันในองค์กร หน่วยงานควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความผูกพันด้านบรรทัดฐานของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความตระหนักในความรับผิดชอบต่อองค์กร และมีความเชื่อว่าการปฏิบัติงานเป็นส่วนหนึ่งที่ตนเองมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่า ดังนั้น องค์กรควรพัฒนาแนวทางหรือกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม ความภาคภูมิใจในบทบาทหน้าที่ รวมถึงการปลูกฝังจริยธรรมและค่านิยมร่วมในองค์กร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานด้วยแรงจูงใจ จากความรู้สึกที่ว่า “ควรทำ” มากกว่า “ต้องทำ” ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความผูกพันที่ยั่งยืน และเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้มีความมั่นคงและเติบโตในระยะยาว

4. ความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน ล้วนมีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง ดังนั้น ควรพัฒนาแนวทางพัฒนาให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

4.1 มีการพัฒนาแนวทางการศึกษาต่อให้เชื่อมโยงกับความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน แม้ว่าจะมีทุนการศึกษา

สนับสนุนอยู่แล้ว แต่ควรเพิ่มการให้คำปรึกษาและแนะแนวอาชีพ ซึ่งเหมาะสมกับข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่ต้องการพัฒนาอาชีพที่ชัดเจน และสามารถคาดการณ์เส้นทางความก้าวหน้าของตนเองได้

4.2 ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลเส้นทางความก้าวหน้าในสายงาน (Career path) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่เข้าถึงได้ง่ายและทันสมัย เพื่อให้บุคลากรสามารถศึกษาแนวทางการเติบโตของตนเองได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และครบถ้วน

5. ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกรมบัญชีกลาง ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในองค์กร ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะดังนี้

5.1 เสริมสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน เป็นสิ่งสำคัญต่อการเสริมสร้างความผูกพันในองค์กร เช่น กิจกรรมสร้างทีม (Team building) หรือการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างแผนก เพื่อให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรและลดความตึงเครียดในการทำงาน นอกจากนี้ การสนับสนุนให้บุคลากรได้ทำงานที่สอดคล้องกับความสนใจและทักษะของตนเองจะช่วยเพิ่มแรงบันดาลใจและความกระตือรือร้นในการทำงาน ส่งผลให้พวกเขารู้สึกผูกพันและอยากเติบโตไปพร้อมกับองค์กรมากขึ้น

5.2 บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะช่วยให้ข้าราชการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิทธิประโยชน์ โอกาสความก้าวหน้า และการพัฒนาตนเองได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว โดยทำให้บุคลากรรู้สึกว่าการเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนการเติบโตและพัฒนาศักยภาพอย่างแท้จริง และอาจมีการพัฒนาระบบ Chatbot หรือ AI ที่ช่วยตอบคำถามเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์เส้นทางอาชีพ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้บุคลากรสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- กรมบัญชีกลาง. (2567). *ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ*. <https://www.cgd.go.th>
- กองบริหารทรัพยากรบุคคล กรมบัญชีกลาง. (2567). *สถิติจำนวนข้าราชการจำแนกตามกลุ่มช่วงอายุ (Generation)* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. กรมบัญชีกลาง.
- กุลธิดา ไทยสุริโย. (2562). *คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัชชัย สุวรรณรัตน์, สายสุนีย์ เกษม, และธรรมย์ชลิ ชูไทย. (2564). การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 15(1), 10-28.
- ชัยวุฒิ เทโพธิ และพงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต. (2563). ปัจจัยสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 8(2), 1-15.
- ณัฐณิย์ คำมาลา. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุษรา มัยอึ้ง, วรเมศ จงโอฬารดำรง, สมเกียรติ ฉัตรแก้ว บริบูรณ์, สรพล สรสกุลชัย, และธิตี จิรวชิรากร. (2566). ผลของนโยบายการคลังต่อเศรษฐกิจไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 12(1), 273–280. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.24>
- ปรกรณ์เกียรติ นิจุสุข. (2566). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการท่องเที่ยว. *วารสารการวิจัยสหสาขาวิชา (Procedia of Multidisciplinary Research)*, 1(7), 1–9.
- พิมพ์ชนก พุกสุก. (2564, 25 พฤษภาคม). *ทำไม Gen Z และ Gen Y ถึงชอบเล่นเกมผ่อนคลาย (Cozy*

- Games) มา ก ก ว่า รุ่ น อี๋ น ? . The Standard.
<https://thestandard.co/gen-z-gen-y-cozy-games/>
ภูเบศร์ สมุทรจักร, กมลชนก ขำสุวรรณ, และกัญญาพัชร
สุทธิเกษม. (2563). โลกที่ 3 ของซี-แอลฟา.
สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
https://ipsr.mahidol.ac.th/post_research/โลกที่-3-ของซี-แอลฟา
- ศิริพัสตร์ ถ้ายาย. (2566). ปัจจัยความสุขในการทำงานที่มี
ผลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรวิทยาลัยศิลปะ
สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วารสาร
สังคมศาสตร์วิชาการ, 16(2), 124-141.
- ศิริวัฒน์ ธีระชาญณรงค์. (2566). ปัจจัยคุณภาพชีวิตใน
การทำงานและความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความ
ผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมป้องกันและ
บรรเทาสาธารณภัย [การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/10419/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). สำนักงาน
คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ.
- สำราญ บุญเจริญ. (2563). แนวทางการบริหารทรัพยากร
มนุษย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอ
เมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 9(2), 131-141.
- Aboramadan, M., Albashiti, B., Alharazin, H., &
Dahleez, K. A. (2020). Human resources
management practices and organizational
commitment in higher education: The mediating
role of work engagement. *International Journal of
Educational Management*, 34(2), 154-174.
<https://doi.org/10.1108/IJEM-04-2019-0145>
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement
and antecedents of affective, continuance, and
normative commitment to the organization. *Journal
of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
<https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00507.x>
- Manion, J. (2003). Joy at work: Creating a positive
workplace. *Journal of Nursing Administration*,
33(12), 652-655. <https://doi.org/10.1097/00005110-200312000-00010>
- Nadler, L., & Wiggs, G. D. (1989). *Managing human
resources development*. Jossey-Bass.
- Salako, T. A., & Akingbade, R. (2025). Influence of
workplace happiness on organisational
commitment among healthcare workers in Ibadan
Metropolis, Oyo State, Nigeria. *medRxiv*.
<https://doi.org/10.1101/2025.02.27.25323070>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory
analysis* (3rd ed.). Harper and Row.

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

บริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)

Factor affecting employee motivation at XYZ Public Company, Limited

ชลัช ทรัพย์เกิด (Chalat Supgert)¹ สุภฤกษ์ สุขสมาน (Suparerk Sooksamarn)²

Received: July 23, 2025

Revised: August 5, 2025

Accepted: August 7, 2025

¹ Corresponding Author. E-mail: supgertchalat@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานใน บริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) 2) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงาน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยค่าจูง กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน และ 4) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยการวิจัยครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ซึ่งประชากรที่ใช้ ในการศึกษา คือ พนักงาน บริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 84 คน โดยใช้ ตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 70 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็น แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ F-test, T-test, One-way ANOVA และ Partial Correlation ที่ระดับ นัยสำคัญ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) โดยรวม

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้ มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน และด้านอายุ มีค่าเฉลี่ย แรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยค่า จูง ความมั่นคงในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับสูงมาก ด้านสภาพการปฏิบัติงาน และมั่นคง ในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, ปัจจัยค่าจูง, การบริหารทรัพยากรมนุษย์

Abstract

This research aimed to 1) study the level of motivation of employees in XYZ Public Company, Limited, 2) study the relationship between motivating factors and employee motivation, 3) study the relationship between supporting factors and employee motivation, and 4) compare employee motivation classified by personal factors. This research is a quantitative research. The population used in the study is employees of XYZ Public Company, Limited. The sample group consists of 84 people using the Taro Yamane table at a 95% confidence level and 5% error. The appropriate sample size is 70 people. The research instrument is a questionnaire. The statistics used for data analysis

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
Master of Business Administration Program,
Kasetsart University.² คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์Faculty of Business Administration,
Kasetsart University.

are percentage, frequency, mean, and standard deviation. The hypothesis testing uses the F-test, t-test, One-way ANOVA, and Partial correlation at a significance level of .05.

The research results found that 1) the overall motivation level of employees of XYZ Public Company Limited was at a high average level. Gender, education level, working period, and income had different mean motivation levels for the employees. However, age had no difference in mean motivation levels for the employees. 2) The supporting factors, job security, had a very high mean level. Working conditions and job security had a positive relationship with employee motivation at a high level, with statistical significance at the .05 level.

Keywords: employee motivation, hygiene factors, human resource management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมพลังงานทั่วโลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านทางพลังงาน (Energy transition) ที่มุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้พลังงานสู่พลังงานสะอาด เพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero emissions) องค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมพลังงานจึงต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

บริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรชั้นนำในธุรกิจพลังงานที่ดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการขยายการลงทุนในธุรกิจพลังงานหลากหลายประเภท ทั้งพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและพลังงานหมุนเวียน รวมถึงการขยายการลงทุนไปยังธุรกิจสาธารณูปโภคพื้นฐานอื่นๆ ในหลายประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมพลังงาน ทำให้บริษัทต้องมีการ

ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจและโครงสร้างองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในธุรกิจพลังงานหมุนเวียนและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่รองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจและการขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจใหม่ๆ ของบริษัทฯ ส่งผลให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านพลังงานทดแทน ระบบกักเก็บพลังงาน เทคโนโลยีดิจิทัล และธุรกิจใหม่ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับพนักงาน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงาน เพื่รองรับการเติบโตทางธุรกิจ ยังอาจส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรประสบความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ที่วางไว้ การที่พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวม การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนและกำหนดนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคล การสร้างแรงจูงใจ และการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว

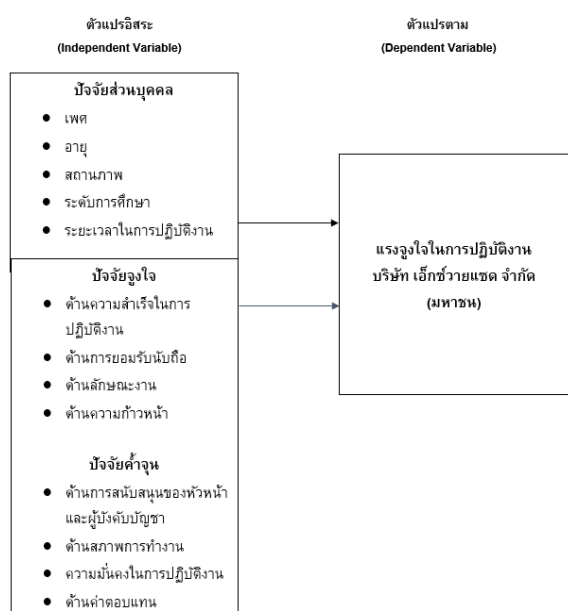
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยค้ำจุนกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน
4. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) ทั้งหมดจำนวน 84 คน (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2568) ประกอบด้วยพนักงานในระดับปฏิบัติการ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) จำนวน 70 คน ซึ่งได้มาจากการ

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิดเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบ ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยส่วนสำคัญทั้งหมด 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามส่วนนี้ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่ง ระดับการศึกษา เงินเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน หน่วยงานที่สังกัด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ประกอบด้วย 1) ปัจจัยจูงใจ คือ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้า 2) ปัจจัยค้ำจุน คือ ด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา ด้านสภาพการทำงาน ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน 3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยแบบสอบถามใช้วิธีการวัดแบบ Likert scale ซึ่งกำหนดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็นตั้งแต่ 5 ถึง 1 ตามลำดับการเห็นด้วย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการกำหนดขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)
2. กำหนดเนื้อหาตามกรอบแนวคิดโดยศึกษาถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามความมุ่งหมายโดยครอบคลุมเนื้อหากรอบแนวคิดที่กำหนด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามออนไลน์ ให้แก่พนักงานกลุ่มตัวอย่างผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Google forms
2. กำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างใช้เวลา 3 สัปดาห์ ในการตอบแบบสอบถาม
3. การติดตามและตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถาม หากพบว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาไม่สมบูรณ์จะไม่นำมาใช้ในการวิเคราะห์
4. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ได้รับการลงรหัสแล้ว จะทำการป้อนข้อมูลคำตอบในแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรม SPSS ในการประมวลผล โดยการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปรแล้วคำนวณค่าร้อยละและสถิติต่างๆ

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้จากข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมจากสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ผลงานวิจัย เอกสารทางราชการ เว็บไซต์ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaires) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นโดยจะใช้สถิติต่างๆ ดังนี้ t-test , F-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)” การวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) ผู้วิจัยนำเสนอผลการ

วิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 58.57 และเป็นเพศชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 41.43 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 70 อายุการทำงาน ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 6-10 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86

2. ผลศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยจูงใจ

รายละเอียดข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านลักษณะงาน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	4.10	0.75	มาก
2. ด้านการได้รับการยอมรับ	4.15	0.71	มาก
3. ด้านลักษณะงาน	3.87	0.63	มาก
4. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	4.40	0.54	มากที่สุด
รวม	4.18	0.51	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) ด้านการได้รับการยอมรับพบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านการ

ได้รับการยอมรับในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) ด้านลักษณะงาน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยจูงใจ

รายละเอียดข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านลักษณะงาน และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	4.10	0.75	มาก
2. ด้านการได้รับการยอมรับ	4.15	0.71	มาก
3. ด้านลักษณะงาน	3.87	0.63	มาก
4. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	4.40	0.54	มากที่สุด
รวม	4.18	0.51	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) ด้านการได้รับการยอมรับ พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการยอมรับในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$)

ด้านลักษณะงาน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$)

ปัจจัยค้ำจุน

รายละเอียดข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา ด้านสภาพการทำงาน ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน และด้านค่าตอบแทน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นปัจจัยค้ำจุน ด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา

ปัจจัยค้ำจุน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา	4.18	0.50	มาก
2. ด้านสภาพการทำงาน	4.12	0.51	มาก
3. ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน	3.87	0.67	มาก
4. ด้านค่าตอบแทน	4.35	0.62	มาก
5. แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	3.90	0.54	มาก
รวม	4.15	0.55	มาก

ด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา ตาราง 3 พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยค้ำจุนด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) ด้านสภาพการทำงาน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยค้ำจุนด้านสภาพการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงานพบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยค้ำจุนด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) ด้านค่าตอบแทน พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยค้ำจุนด้านค่าตอบแทนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$)

พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงานในผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) มีแรงจูงใจในการทำงานในระดับที่ดี โดยเฉพาะความเต็มใจที่จะทุ่มเทเวลาให้กับงาน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ และความรู้สึกว่างานที่ทำมีความหมายและมีคุณค่า อย่างไรก็ตามในประเด็นเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายในการทำงานด้วยตนเอง

และความพยายามในการเอาชนะอุปสรรคยังมีค่าเฉลี่ยค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเด็นอื่นๆ บริษัทอาจพิจารณาหาแนวทางส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายงานของตนเองมากขึ้น และเสริมสร้างทักษะการแก้ไขปัญหาและการเผชิญอุปสรรคในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีความเชื่อมั่นและกล้าที่จะเผชิญกับความท้าทายในการทำงานมากขึ้น

ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ปรากฏผลดังตารางนี้

ตาราง 4 ค่าสหสัมพันธ์ Pearson ของตัวแปรที่ใช้ทดสอบในสมมติฐาน ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

	Correlations				
	แรงจูงใจ	ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	การได้รับการยอมรับ	ลักษณะงาน	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
แรงจูงใจ	1				
ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	.606**	1			
การได้รับการยอมรับ	.738**	.820**	1		
ลักษณะงาน	.727**	.726**	.830**	1	
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	.676**	.735**	.615**	.610**	1

หมายเหตุ ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยจูงใจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านลักษณะงาน และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.606, 0.738, 0.727 และ 0.676 ตามลำดับ

ปัจจัยคำจูนมีอิทธิพลต่ออิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยระหว่างปัจจัยคำจูน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.208	0.302		0.690	.492
การสนับสนุนของหัวหน้าและ ผู้บังคับบัญชา	0.098	0.114	0.092	0.864	.391
สภาพการทำงาน	0.588	0.119	0.563	4.929	.000**
ความมั่นคงในการปฏิบัติงาน	0.305	0.069	0.380	4.422	.000**
ค่าตอบแทน	-0.075	0.080	-0.087	-0.934	.354

หมายเหตุ ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพบว่า เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม โดยไม่ขึ้นกับหน่วยการวัดของตัวแปร พบว่า ปัจจัยคำจูนที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีเพียง 2 ด้าน ดังนี้

ด้านสภาพการทำงาน มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูงที่สุด โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.563 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .01 แสดงว่า ปัจจัยคำจูนด้านสภาพการทำงานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นอันดับสอง โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.380 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .01 แสดงว่า ปัจจัยคำจูนด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากค่าคงที่ (Constant) เท่ากับ 0.208 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแต่ละตัว สามารถเขียนสมการพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้ดังนี้

ในรูปคะแนนดิบ: $Y = 0.208 + 0.098X_1 + 0.588X_2 + 0.305X_3 - 0.075X_4$

ในรูปคะแนนมาตรฐาน: $Z = 0.092Z_1 + 0.563Z_2 + 0.380Z_3 - 0.087Z_4$

โดย Y หรือ Z คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน X_1 หรือ Z_1 คือ ด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา X_2 หรือ Z_2 คือ ด้านสภาพการทำงาน X_3 หรือ Z_3 คือ ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน X_4 หรือ Z_4 คือ ด้านค่าตอบแทน

จากผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว สรุปได้ว่า ปัจจัยคำจูนเพียง 2 ด้าน จากทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพการทำงาน และด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยคำจูนทั้ง 4 ด้าน สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 74.0 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยคำจูนมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในครั้งนี้เป็นการศึกษาและได้รับข้อมูลจากพนักงานจริง ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ ถือว่าเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและกำหนดแผน ในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการมากที่สุด ซึ่งสามารถอภิปรายผลจากการศึกษาได้ดังนี้

1. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน เมื่อพิจารณาภาพรวมของผลการวิเคราะห์ทั้งหมด จะเห็นได้ว่าปัจจัยจูงใจและปัจจัยคำจูนของบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านค่าตอบแทน และด้านการสนับสนุนของหัวหน้าและผู้บังคับบัญชา แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพในหลายด้าน โดยเฉพาะการวางแผนความก้าวหน้าในอาชีพและการกำหนดค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน สอดคล้องกับ ณริศรา เวทยานนท์ (2566) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี ที่มีประสิทธิภาพมีทั้งสิ้น 7 รูปแบบปัจจัย ได้แก่ ด้านค่าตอบแทน ด้านการมุ่งมั่นในการพัฒนา ด้านความก้าวหน้า ด้านนโยบายขององค์กร ด้านความผูกพันกับองค์กร ด้านสภาพแวดล้อม และด้านความเชื่อมั่น อีกทั้ง ศุภฤกษ์ บุตรแพง (2567) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไทยพาณิชย์ โพรเทค จำกัด

พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.65) ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.65) และปัจจัยคำจูนในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.65) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.72) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานชายแตกต่างกันทางโทรศัพท์ บริษัท ไทยพาณิชย์ โพรเทค จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยจูงใจ (Sig. = .000) และ ปัจจัยคำจูน (Sig. = .000) ในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า ปัจจัยจูงใจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านลักษณะงาน และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการยอมรับมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูงที่สุด โดยทุกด้านมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง (r อยู่ระหว่าง 0.606 - 0.738) แสดงว่าปัจจัยจูงใจทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กล่าวคือ หากพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านต่างๆ สูง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานก็จะสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับ ศิลา หลาบคำ และ กล้าหาญ ณาน (2564) ที่ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจโดยรวมมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยคำจูนโดยรวมมีระดับความสัมพันธ์ปานกลางกับผลการปฏิบัติงานของ

พนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังสอดคล้องกับ เทียนศรี บางม่วงงาม (2562) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ กรณีศึกษา: บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

การอภิปรายผลความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับ ปาณิสรา คงหมื่นรักษ์ (2562) ที่ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจ ปัจจัยสุขภาพอนามัยและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา: คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = 0.510$) และปัจจัยสุขอนามัย มีความสัมพันธ์ทางบวก กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = 0.246$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แต่ละด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับ นับถือ ($X = 4.70$, $SD = .357$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig.เท่ากับ 0.797 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญที่มากกว่า .05

4. ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ)

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันตาม เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผล

การทดสอบความมีนัยสำคัญ ของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณทั้งฉบับด้วยการทดสอบค่า F พบว่ามีค่า F เท่ากับ 33.436 และค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .01 แสดงว่า ปัจจัยจูงใจอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว สรุปได้ว่า ปัจจัยจูงใจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านลักษณะงาน และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ที่ระบุว่าปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน โดยเฉพาะด้านการได้รับการยอมรับและด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูงที่สุดในงานวิจัยนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และโอกาสในการเติบโตและพัฒนาในสายอาชีพ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่ผู้บริหารควรนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ บรรพต เหม่งเวหา (2563) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจปัจจัยค่าจ้างกับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพใน โรงพยาบาลศิริราช พบว่าพยาบาลวิชาชีพที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ ประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะคงอยู่ในโรงพยาบาลศิริราชแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนจำนวนชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์ และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีการคงอยู่ในโรงพยาบาลศิริราชที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขณะเดียวกัน คิว หลาบคำ และกล้าหาญ ณ น่าน (2564) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและผลการทำงานของพนักงานในบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) พบว่า

ปัจจัยแรงจูงใจทั้ง 5 ประการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการทำงานของพนักงานในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยความสัมพันธ์รวมอยู่ในระดับปานกลางแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจที่องค์กรจัดให้ยังไม่เพียงพอหากองค์กรต้องการยกระดับความผูกพันในการทำงานจำเป็นต้องกำหนดนโยบายส่งเสริมแรงจูงใจในทุกด้าน โดยเฉพาะในด้านโอกาสความก้าวหน้า ซึ่งยังมีความสัมพันธ์ต่ำ อันเนื่องมาจากปัจจัยภายใน เช่น โครงสร้างองค์กร การเลื่อนตำแหน่ง หรือการโยกย้ายตำแหน่ง ตลอดจนปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจชะลอตัวจากสถานการณ์โรคระบาด ดังนั้น หากสามารถยกระดับปัจจัยแรงจูงใจในทุกด้านได้ จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากการทำวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบโดยสามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำไปใช้สำหรับการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขององค์กร สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการบริหารงานส่วนงานบุคลากรให้มีคุณภาพและการพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและส่งผลต่อการพัฒนาการปฏิบัติงานที่ได้คุณภาพของทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กรสามารถสรุปเป็นแนวทางในการวางแผนเป้าหมายในแผนพัฒนาบุคลากร รวมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ ด้วยวิธีการหรือเทคนิคต่าง ๆ ปัจจัยต่างๆ อย่างมีระบบ สะดวกแก่การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของบุคลากร จัดสภาพแวดล้อมในการจัดการทำงาน บรรยากาศแวดล้อมต่างๆ ของสถานที่ทำงาน พิจารณาแล้วสรุปเป็นหัวข้อปัจจัยที่สำคัญต่างๆ จากการสอบถามความคิดเห็นของบุคลากร โดยเครื่องมือที่เหมาะสมโดยกำหนดเป็นโครงการที่ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรในด้านต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ทางเลือก รายละเอียดอื่น ๆ ในการดำเนินงานที่เหมาะสม ทำให้การดำเนินงานในองค์กรมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับบุคลากรให้มีคุณภาพตามนโยบายของการจัดการองค์กรที่วางไว้ เพื่อเป้าหมายสูงสุดคือคุณภาพของบุคลากรและองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ปัจจัยจูงใจ จากการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของพนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) พบว่า แรงจูงใจในทุกมิติสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้บริหารควรมุ่งเน้นพัฒนาและส่งเสริมแรงจูงใจในแต่ละด้านให้มากขึ้น เพื่อเสริมสร้างแรงผลักดันภายในแก่พนักงาน โดยเหตุที่ปัจจัยจูงใจเกี่ยวข้องกับลักษณะงานโดยตรง และมีบทบาทสำคัญในการก่อให้เกิดความพึงพอใจในหน้าที่ที่รับผิดชอบ องค์กรควรดำเนินการพัฒนาองค์ประกอบด้านแรงจูงใจอย่างรอบด้าน เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกรักในงาน และสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ดีในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

1.2 ปัจจัยค่าจ้าง จากศึกษาปัจจัยค่าจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ พนักงานบริษัท เอ็กซ์วายแซด จำกัด (มหาชน) พบว่า บริษัทควรเร่งดำเนินการปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้พนักงาน โดยให้ความสำคัญและส่งเสริมปัจจัยค่าจ้าง เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีในการทำงานของพนักงานและส่งผลให้การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าปัจจัยค่าจ้างเป็นปัจจัย ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง แต่ปัจจัยค่าจ้างเป็นปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจและส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในสำนักงานใหญ่เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย เช่น สาขาต่าง ๆ ของบริษัท หรือการทำการศึกษานักงานที่เป็นกลุ่มตามเจเนอเรชั่น

2.2 ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เช่น พฤติกรรมในการทำงาน พฤติกรรมขององค์กร เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมและมีประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด

2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทดสอบเพื่อหาอิทธิพล ของตัวแปรด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ณริตรา เวทยานนท์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี [สารนิพนธ์ปริญญาการ จัดการมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เทียนศรี บางม่วงงาม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ กรณีศึกษา: บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกริก.
- บรรพต เหมงเวหา. (2563). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนกับการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลศิริราช [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปาณิสรา คงหมื่นรักษ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจ ปัจจัยสุขอนามัย และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา: คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิวา หลาบคำ และ กล้าหาญ ณ นาน. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน). วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(2), 26–37. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/scaj/article/view/248555>
- ศุภฤกษ์ บุตรแพง. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไทยพาณิชย์ โพรเทค จำกัด. วารสารวิจัยประยุกต์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 3(1), 1–15. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/APRNU/article/view/271811>
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Likert, R. (1967). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Attitude*

theory and measurement (pp. 90–95). Wiley & Sons.

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

ความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน
ของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม
The relationship between employer brand
and employee performance in industrial factories

ฐานิดา รัตยาพิมล (Tanida Ratayapimol) ¹ ชนะเกียรติ สมานบุตร (Chanakiat Samambutra) ²

Received: July 6, 2025

Revised: September 15, 2025

Accepted: September 28, 2025

¹ Corresponding author, Email: 0omtr25@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ได้แก่ คุณค่าด้านการพัฒนา คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านเศรษฐกิจ คุณค่าด้านการนำไปใช้ คุณค่าด้านความน่าสนใจ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีต่อองค์กร และนายจ้าง ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานด้านผลงาน ผลการปฏิบัติงานด้านพฤติกรรม ผลการปฏิบัติงานด้านการปรับตัว โดยผ่านผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน ได้แก่ ความกระตือรือร้น การอุทิศตน ความใส่ใจ และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 390 คน ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที่ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer branding) ในลักษณะที่โดดเด่นและสามารถสร้าง

มูลค่าให้กับองค์กร โดยนายจ้างมีชื่อเสียงและมีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับพนักงานในด้านต่าง ๆ 2) พนักงานตระหนักถึงความผูกพันและการมีส่วนร่วมในการทำงาน ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างพนักงานและองค์กร 3) พนักงานมีมุมมองเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของตนเองในแง่ของการมีส่วนร่วมในงานและการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การรับรู้แบรนด์นายจ้าง, ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน, อุตสาหกรรมสิ่งทอ, โรงงานอุตสาหกรรม

Abstract

The objectives of this research were to examine the relationship between employer brand perception—including development value, social value, economic value, application value, and interest value and employees' performance outcomes, namely task performance, contextual performance, and adaptive performance, mediated by work engagement, which comprises vigor, dedication, and absorption. And Data were collected by questionnaire from 390 employees in the textile industrial factory group using a questionnaire. A questionnaire is the main tool for collecting data to be consistent and appropriate for the study. The

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต

Doctor of Business Administration Program,
Faculty of Business Administration, Rangsit University.

² คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.

Faculty of Business Administration, Rangsit University.

statistics used to analyze the data are descriptive, including mean and standard deviation, and inferential statistics include one-way variance testing and multiple regression analysis. The results of the research found that 1) Employees perceive employer branding as distinctive and value-creating for the organization. The employer is well-recognized and maintains a strong relationship with employees across various aspects. 2) Employees acknowledge their engagement and participation in work, reflecting a robust connection between them and the organization. 3) Employees have a perspective on their job performance in terms of active participation and efficiency in their work

Keywords: employer branding perception, employee performance, textile industry, industrial factory

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมธุรกิจสิ่งทอมีความสำคัญเป็นลำดับต้นในการสร้างของรายได้ ในอุตสาหกรรมไทย ในวันนี้ อุตสาหกรรมสิ่งทอสามารถแบ่งได้เป็นสามประเภท คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) อุตสาหกรรม กลางน้ำ (Middle stream) และ อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) จากความเปลี่ยนแปลงของรายได้รวมถึงการส่งออกนั้นทำให้เห็นได้ว่า มีการชะลอตัวและลดลงของยอดการส่งออกสินค้าประเภทสิ่งทอ อย่างต่อเนื่อง ทั้งการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจรวมถึงสภาพเศรษฐกิจ และ นโยบายของรัฐบาล ทำให้ อุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงขึ้น รวมถึง ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ทำให้ต้องไปแข่งขันกับ การนำเข้าของสิ่งทอจากต่างประเทศ ที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอมีการชะลอตัวดังนี้ โครงสร้างของอุตสาหกรรมสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มไทยยังคงใช้แรงงานเป็นหลัก และรูปแบบการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ยังคงเป็น การรับจ้างผลิตแบบ OEM (Original equipment

manufacturer: OEM) ดังนั้น หากปรับค่าแรงขึ้นจะส่งผลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น (นั่นคือ การปรับขึ้นของราคาสินค้าตัวกรอกกับรายได้ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น) และส่งผลต่อการแข่งขันที่ยากกว่าเดิมโดยเฉพาะหากเปรียบเทียบกับประเทศที่ยังมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่า และมีโอกาสเกิดการย้ายฐานผลิต (โดยเฉพาะการย้ายไปประเทศเวียดนาม เนื่องจากเวียดนามมี supply chain ครบทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ) หรือย้ายไปประเทศที่มีต้นทุนค่าจ้างที่ต่ำกว่า

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของนายจ้าง ทำให้การทำงานของพนักงานมีความผูกพันและทำให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพมากขึ้นส่งผลให้การรักษาคูณภาพและปริมาณการผลิตที่เป็นรายได้ของบริษัทดียิ่งขึ้น และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของนายจ้างยังส่งผลถึงความผูกพันที่จะทำให้การรักษามูลค่าขององค์กรเป็นไปได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นประเภทธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการทำงานที่ใช้แรงงานเป็นหลัก ทำให้การสร้างแบรนด์นายจ้างมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างการตลาดภายในองค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตได้ศึกษาแนวทางด้านการตลาดภายในองค์กรในหลากหลายมิติ ตัวอย่างหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อการสร้างแบรนด์นายจ้างและผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในท่าเทียบเรือ A0-A5 ท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี (ปณรสา เอี่ยมละออง และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์, 2565, น.31) อิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความพึงพอใจของพนักงาน และส่งผลต่อการธำรงรักษาพนักงานในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง (วิศนีย์ ใจฉะ, สุมาลี รามัญ และธัญนันท์ บุญอยู่, 2566, น.253) และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์นายจ้างและความผูกพันของพนักงานในภาคธุรกิจอุตสาหกรรม จังหวัดเพชรบุรี (อริศคุณ หิรัญพลาร และวัชร เวชประสิทธิ์, 2566, น.1)

จากงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยยังไม่พบการศึกษาที่ทดสอบความเชื่อมโยงของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อกับความยึดมั่นผูกพันในงานที่ส่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานและการรักษาพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเป็นการทำงานวิจัยเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับโรงงานอุตสาหกรรมไทยที่จะต้องการสร้างการตลาดองค์กร หรือ แบรนด์นายจ้าง ไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจจากผลการปฏิบัติงานของพนักงานและการรักษาพนักงานขององค์กรในโรงงานอุตสาหกรรมประเภทสิ่งทอ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ได้แก่ คุณค่าด้านการพัฒนา คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านเศรษฐกิจ คุณค่าด้านการนำไปใช้ คุณค่าด้านความน่าสนใจ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีต่อองค์กร และนายจ้าง ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานด้านผลงาน ผลการปฏิบัติงานด้านพฤติกรรม ผลการปฏิบัติงานด้านการปรับตัว โดยผ่านผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน ได้แก่ ความกระตือรือร้น การอุทิศตน ความใส่ใจ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง และผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังศึกษาตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในองค์กร ในฐานะตัวแปรเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อค้นพบเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์

2. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 390 คน ซึ่งคัดเลือกด้วยการสุ่มแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) เพื่อให้

สามารถเป็นตัวแทนของพนักงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 388 คน ทั้งนี้ เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 390 คน โดยเลือกจากพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากมีความเหมาะสมกับการศึกษาครั้งนี้ โดยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และอายุงาน

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer branding) เป็นการกำหนดและส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กรที่แตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างกับพนักงานปัจจุบันและผู้ที่อาจเป็นพนักงานในอนาคต โดยแนวคิดของ Berthon et al. (2005) แบ่งองค์ประกอบของแบรนด์นายจ้างออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านการพัฒนา (Development value) คุณค่าด้านสังคม (Social value) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ (Economic value) คุณค่าด้านการนำไปใช้ (Application value) คุณค่าด้านความน่าสนใจ (Interest value)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันในงาน (Work engagement) อ้างอิงจากแนวคิดของ Kahn (1990); Schaufeli & Bakker (2010)

ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ ความกระฉับกระเฉง (Vigor) การอุทิศตน (Dedication) ความใส่ใจ (Absorption)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance) อ้างอิงจากแนวคิดของ Neal & Hesketh (1999) โดยแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานด้านผลงาน (Task performance) ผลการปฏิบัติงานด้านพฤติกรรม (Contextual performance) ผลการปฏิบัติงานด้านการปรับตัว (Adaptive performance)

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อคำถามพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 และมีค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 1 สามารถคัดเลือกไว้ใช้ได้ จากนั้นนำไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำมาหาความเชื่อมั่น มากกว่า 0.80 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง ผู้วิจัยสามารถนำเอาแบบสอบถามดังกล่าวไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ดำเนินการภายในพื้นที่ปฏิบัติงานและโรงงาน โดยพิจารณาจากกลุ่มและขนาดของงานที่ได้กำหนดไว้ในหัวข้อการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมจริงของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละสถานประกอบการ อาทิ ผู้จัดการฝ่ายบุคคลหรือหัวหน้างาน เพื่อขออนุญาตและอำนวยความสะดวกในการเข้าสำรวจภาคสนาม

การแจกจ่ายแบบสอบถามดำเนินการโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายในสถานที่ทำงาน โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมซึ่งไม่รบกวนการปฏิบัติงานของพนักงาน แบบสอบถามถูกออกแบบให้มีความกระชับ ใช้เวลาในการตอบประมาณ 5-7 นาที เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่

ผู้ตอบและส่งเสริมอัตราการตอบกลับให้ได้ในระดับที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้การเก็บข้อมูลได้ดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรมการวิจัย โดยได้รับความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนการเข้าร่วมการศึกษาในทุกกรณี

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้ในการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อแสดงข้อมูลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งงาน รวมถึงการสรุปข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ความยึดมั่นผูกพันในงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง และประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยจะต้องทำการปรับโมเดลให้เหมาะสมก่อนจึงจะสามารถนำไปตีความผลได้อย่างถูกต้อง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การอธิบายปัจจัยส่วนบุคคลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

จากงานวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน โดยมีรายละเอียดข้อมูลเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งงาน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	107	27.4
หญิง	269	69.0

ไม่ระบุ	14	3.6
รวม	390	100

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 27.4 และลำดับสุดท้ายไม่ระบุเพศ ร้อยละ 3.6

ตาราง 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	93	23.8
31-40 ปี	151	38.7
41-50 ปี	109	27.9
51 ปีขึ้นไป	37	9.5
รวม	390	100

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 27.9 ลำดับถัดมาคือ ช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 23.8 และจำนวนน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.5

ตาราง 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	172	44.1
มัธยมปลาย/ปวช.	151	38.7
อนุปริญญา/ปวส.	26	6.7
ปริญญาตรี	39	10.0
ปริญญาโท	2	0.5
รวม	390	100

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย ร้อยละ 44.1 รองลงมาคือผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 38.7 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีวุฒิมัธยมศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 10.0 ตามมาด้วยกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ร้อยละ 6.7 และสุดท้ายคือกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งมีจำนวนน้อยเพียงร้อยละ 0.5

ตาราง 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของอายุงาน

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	53	13.6
1-5 ปี	122	31.3

6-10 ปี	84	21.5
11-15 ปี	55	14.1
มากกว่า 15 ปี	76	19.5
รวม	390	100

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมีอายุงาน 1-5 ปี ร้อยละ 31.3 รองลงมาคือมีอายุงาน 6-10 ปี ร้อยละ 21.5 ลำดับถัดมามีอายุงาน มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 19.5 และกลุ่มตัวอย่างอายุงาน 11-15 ปี ร้อยละ 14.1 ลำดับสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างอายุงานน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 13.6

ตาราง 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหารองค์กร	8	2.1
หัวหน้างาน	56	14.4
พนักงาน	326	83.6
รวม	390	100

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงาน ร้อยละ 83.6 รองลงมาปฏิบัติงานในตำแหน่งหัวหน้างาน ร้อยละ 14.4 และลำดับสุดท้ายปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้บริหารองค์กร ร้อยละ 2.1

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา สำหรับตัวแปรการศึกษานววิจัยครั้งนี้

จากการพิจารณา พบว่า สมการเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ของการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม โดยผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในปัจจัยความยึดมั่นผูกพันในงาน โดยมีค่า $\bar{X}$ ที่ 3.98 และค่า S.D. ที่ 0.54 รองลงมาคือ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยมีค่า $\bar{X}$ ที่ 3.93 และค่า S.D. ที่ 0.55 ลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยการสร้างแบรนด์นายจ้าง โดยมีค่า $\bar{X}$ ที่ 3.71 และค่า S.D. ที่ 0.56 ดังแสดงในตาราง 6

ตาราง 6 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยและส่วน

มาตรวัด/ข้อคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การสร้างแบรนด์นายจ้าง			
คุณค่าด้านการพัฒนา	3.64	0.65	มาก
คุณค่าด้านสังคม	3.89	0.65	มาก
คุณค่าด้านเศรษฐกิจ	3.77	0.65	มาก
คุณค่าของการนำไปใช้	3.67	0.65	มาก
คุณค่าด้านความน่าสนใจ	3.59	0.60	มาก
ความยืดหยุ่นพนักงาน			
ความกระฉับกระเฉง	3.91	0.63	มาก
การอุทิศตน	3.95	0.59	มาก
ความใส่ใจ	4.06	0.55	มาก
ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน			
ผลการปฏิบัติงานด้านผลงาน	3.71	0.62	มาก
ผลการปฏิบัติงานด้านพฤติกรรม	4.01	0.58	มาก
ผลการปฏิบัติงานตามการปรับตัว	4.06	0.64	มาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted: AVE)

ตาราง 7 แสดงค่าสถิติการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นรวมและค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

Construct	Item	Factor Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	คุณค่าด้านการพัฒนา	1.000	0.921	0.97	0.7
	คุณค่าด้านสังคม	.904			
	คุณค่าด้านเศรษฐกิจ	.989			
	คุณค่าของการนำไปใช้	1.027			
	คุณค่าด้านความน่าสนใจ	.822			
ความยืดหยุ่นพนักงาน	ความกระฉับกระเฉง	1.096	0.902	0.96	0.8
	การอุทิศตน	1.099			
	ความใส่ใจ	1.000			
ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	ด้านผลงาน	1.000	0.879	0.95	0.7
	ด้านพฤติกรรม	.872			
	ตามการปรับตัว	.946			

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM

โมเดลสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม

ตาราง 8 แสดงค่าสถิติความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	เกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	ผลสรุป	แนวคิดในการอ้างอิง
-------	----------	---------	--------	--------------------

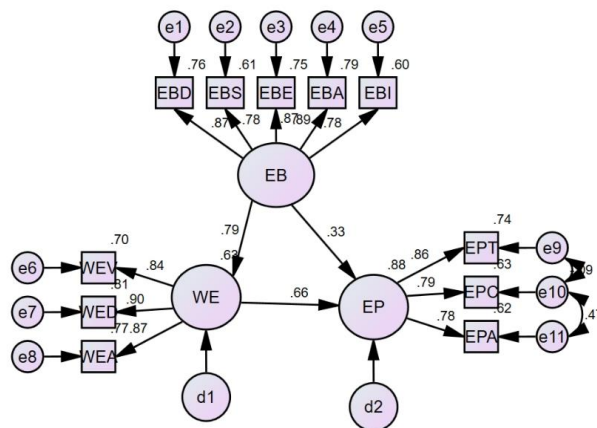
ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) ควรมีค่ามากกว่า 0.60 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง มีค่าสูงสุด 0.97 และค่าต่ำสุด 0.95 ซึ่งมากกว่า 0.60 ส่วนค่าเฉลี่ยความแปรปรวนสกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (AVE) มีค่าสูงสุด 0.80 และค่าต่ำสุด 0.70 ซึ่งมากกว่า 0.50 กล่าวคือตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้อย่างเป็นเอกภาพที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมากระหว่างกัน และการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) พบว่า ค่าสูงสุด 0.921 และค่าต่ำสุด 0.879 ซึ่งทุกค่าได้มากกว่า 0.70 (Zikmund et al., 2010) แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือสูง ดังแสดงในตาราง 7

ผ่าน แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องตรงตามเกณฑ์จำนวน 8 ดัชนี หมายความว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งแสดงค่าดัชนีต่าง ๆ ในตาราง 8

ดัชนี	เกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	ผลสรุป	แนวคิดในการอ้างอิง
CMIN/df	<5.0	3.116	ตรงตามเกณฑ์	Marsh & Hocevar (1985)
CFI	>0.90	0.977	ตรงตามเกณฑ์	Bentler (1990)
RMR	<0.08	0.013	ตรงตามเกณฑ์	Hu & Bentler (1998)
GFI	>0.90	0.947	ตรงตามเกณฑ์	Joreskog & Sorbom (1993)
AGFI	>0.85	0.911	ตรงตามเกณฑ์	Anderson & Gerbig (1984)
IFI	>0.90	0.978	ตรงตามเกณฑ์	Bollen, K.A. (1989)
TLI	>0.90	0.968	ตรงตามเกณฑ์	Trucker-Lewis
RMSEA	<0.08	0.074	ตรงตามเกณฑ์	Browne & Cudeck (1993)

ChiSquare=121.509, df=39, Chi-square/df = 3.116,

P-value = 0.000, GFI = 0.947, RMSEA = 0.074, NFI = 0.967, CFI = 0.977



ภาพประกอบ 1 ค่าพารามิเตอร์ในโมเดลของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม โดยผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน

ตาราง 9 อิทธิพลทางตรง (Direct effects) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects) อิทธิพลรวม (Total effects) และค่าสัมประสิทธิ์ การทำนาย (Coefficient of determination)

Factors	WE			EP		
	Direct Effects	Indirect Effects	Total Effects	Direct Effects	Indirect Effects	Total Effects
EB	0.792	-	0.792	0.330	0.521	0.851
WE	-	-	-	0.657	-	0.657
EP	-	-	-	-	-	-
Squared Multiple 0.628						
Correlations (R^2) 0.884						

จากตาราง 9 สามารถวิเคราะห์สมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลโดยตรงต่อความยึดมั่นผูกพันในงาน (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.792) และได้รับการสนับสนุนที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานที่ 2 ความยึดมั่นผูกพันในงานมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน

(ค่าสัมประสิทธิ์ 0.657) และได้รับการสนับสนุนที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลโดยตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.330)

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.521)

อภิปรายผล

โมเดลสมการเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ของการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม โดยผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน ในงานมีความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนี Chi-square=121.509, Chi-square/df = 3.116, p-value = .000, GFI = 0.947, NFI = 0.967, และCFI = 0.977 ซึ่งสอดคล้องกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างในทฤษฎีของ Hair et al. (2014) ที่กล่าวว่า อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ผ่านความยึดมั่นผูกพันในงานไปยังการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีค่าสัมประสิทธิ์สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยและองค์ประกอบตัวแปรที่ได้ทำมาศึกษาอย่างเหมาะสม โดยสมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางตรงต่อความยึดมั่นผูกพันในงาน (Berthon et al., 2005) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง คือ คุณค่าของการนำไปใช้ รองลงมาคือ คุณค่าด้านการพัฒนา คุณค่าด้านเศรษฐกิจ คุณค่าด้านสังคม และคุณค่าด้านความน่าสนใจ ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับคุณค่าของการนำไปใช้เป็นลำดับแรก โดยการสร้างแบรนด์นายจ้างที่เป็นเอกลักษณ์ และมีคุณค่าต่อองค์กร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน และสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ให้เป็นที่รับรู้ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรับรู้และทัศนคติเชิงบวกต่อแบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจที่ว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกที่นาสนใจสามารถกระตุ้นให้ผู้คนทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งเหล่านั้นการที่พนักงานรับรู้

ถึงคุณค่าของแบรนด์นายจ้าง จะนำไปสู่การสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ในระดับองค์กร ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรไม่ควรมองข้าม

สมมติฐานข้อที่ 2 ความยึดมั่นผูกพันในงานมีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน (Kahn, 1990) พบว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความผูกพันในงาน คือ การอุทิศตน ความใส่ใจ และความกระตือรือร้นของผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการอุทิศตนของพนักงานเป็นอันดับแรก โดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความผูกพันในงานและการมีส่วนร่วมของพนักงาน เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความผูกพันในงานของตนเอง พวกเขาจะแสดงพฤติกรรมการทำงานที่คล่องแคล่วและกระตือรือร้นมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความคุ้นเคยกับงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ผลผลิตและผลงานดีขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรความผูกพันกับแบรนด์นายจ้างยังนำไปสู่การทำงานที่อุทิศตนอย่างเต็มที่ พนักงานจะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลผลิตและผลงานตามที่องค์กรคาดหวัง นอกจากนี้ การทำงานด้วยความใส่ใจในทุกขั้นตอนยังเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของความผูกพันในงาน เมื่อพนักงานทำงานด้วยความใส่ใจและทุ่มเท พวกเขามั่นใจได้ว่าผลงานและเป้าหมายจะบรรลุผลตามที่คาดหวัง ซึ่งสร้างความภาคภูมิใจให้กับองค์กร

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน Neal and Hesketh (1999) และสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีความยึดมั่นผูกพันในงานเป็นตัวส่งผ่านทำให้เกิดอิทธิพลทางอ้อมต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่าผลการปฏิบัติงานด้านผลงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือด้านพฤติกรรม และสุดท้ายคือ ด้านการปรับตัว ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการประเมินผลงานของพนักงาน โดยเฉพาะผลงานที่วัดผลได้เป็นรูปธรรมการที่พนักงานรับรู้ว่าคุณค่าและผลงานของตนเองได้รับการยอมรับ จะส่งผลให้พวกเขามีส่วนร่วมในการทำงานมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยสมการเชิงโครงสร้าง ความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม พบว่าค่าน้ำหนักของการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ส่งผ่านความยึดมั่นผูกพันในงานทำให้เกิดการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่าน้ำหนักสูงที่สุด ดังนั้นผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ควรรักษาผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์สร้างแบรนด์นายจ้าง โดยสื่อสารคุณค่าด้านการพัฒนาและสังคมผ่านกิจกรรมอบรมและการดูแลพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความยึดมั่นผูกพันในงาน อันจะนำไปสู่การเพิ่มผลการปฏิบัติงานของพนักงานในทุกมิติ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากผลการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดพนักงาน การธำรงรักษาพนักงาน การสร้างความผูกพันต่อองค์กร รวมไปถึงความพอใจในการทำงานและสร้างผลสำเร็จแห่งการปฏิบัติงานนั้น ยังอาจไม่ครอบคลุมในทุกมิติ ดังนั้นจึงควรพิจารณาหาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจเกี่ยวข้องเชื่อมโยงที่มีประโยชน์มาใช้เพิ่มเติมเพื่อประโยชน์สำหรับการสร้างการพัฒนาองค์กรมาใช้ในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.2 การวิจัยในครั้งต่อไปควรคำนึงถึงตัวแปรอื่นๆ นอกเหนือจากการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ที่อาจส่งเสริมในเรื่องของประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจมีบทบาทในการเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ในด้านการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น ความผูกพันต่อองค์กรในด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นการต่อยอดในงานวิจัยให้ดียิ่งขึ้น

2.3 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างขององค์กรภาคเอกชน ในกลุ่มบริษัท

ที่ดำเนินธุรกิจด้านสิ่งทอ อาจไม่สามารถเป็นตัวแทน (Representative) ขององค์กรภาคเอกชนในภาคธุรกิจประเภทอื่นได้ทั้งหมดในประเทศไทย ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเก็บข้อมูลในองค์กรเอกชนที่มีความหลากหลายในกลุ่มกิจการแต่ละประเภทเพิ่มเติม เพื่อให้ผลงานวิจัยนี้มีผลการศึกษาที่น่าเชื่อถือมากขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้ควรศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือหัวหน้างานเพื่อยืนยันปัจจัยที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานนำไปสู่ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจในอนาคตได้

เอกสารอ้างอิง

- ปัทมสา เอี่ยมละออง และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. (2565). ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อการสร้างแบรนด์นายจ้างและผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการท่าเทียบเรือ A0-A5 ในท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. *วารสารนักบริหาร*, 42(1), 31-43.
- วิทัศน์ย์ ใจฉะวะ, สุมาลี รามัญญ, และธัญนันท์ บุญอยู่. (2566). อิทธิพลของความผูกพันของพนักงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางซึ่งเชื่อมโยงระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความพึงพอใจของพนักงาน และส่งผลต่อการธำรงรักษาพนักงานในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก จังหวัดระยอง. *วารสารบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์*, 10(1), 253-267.
- อริศคุณ หิรัญพลากร และวัชร เวชประสิทธิ์. (2566). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการรับรู้การจัดการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์นายจ้างและความผูกพันของพนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 5(2), 1-21.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1984). The effect of sampling error on convergence,

- improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155-173.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising: The Review of Marketing Communications*, 24(2), 151-172.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. Wiley.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136–162). Sage.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to under parameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software International.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Marsh, H. W., & Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First- and higher order factor models and their invariance across groups. *Psychological Bulletin*, 97(3), 562-582.
- Neal, A., & Hesketh, B. (1999). Competency testing and job performance prediction: Do cognitive ability and conscientiousness predict performance over time? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72(3), 271-288.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2010). Defining and measuring work engagement: Bringing clarity to the concept. In A. B. Bakker & M. P. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 10-24). Psychology Press.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business research methods* (8th ed.). Cengage Learning.

การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี

Preservation and perpetuation of culture of folk song in Suphanburi province, the city of creative music

ณกมล ปุณฺชเขตต์ทิกุล (Nakamon Punchakhetthikun) ¹ มงคล นาฏกระสูตร (Mongkol Natakasutra) ²

Received: October 25, 2025

Revised: November 8, 2025

Accepted: December 5, 2025

¹ Corresponding Author. E-mail: nakamon@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน และ 3) นำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานจริง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จำนวน 60 คน ประกอบด้วย สมาชิกชุมชนผู้นักร้อง ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ และบุคลากรทางการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการตีความเชิงระบบ

ผลการวิจัยพบว่า บริบทการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านมีความสัมพันธ์เชิงลึกกับโครงสร้างทางสังคม โดยเพลงพื้นบ้านทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมและเครื่องมือทางสังคมในการหล่อหลอมอัตลักษณ์และความสามัคคีอย่างไรก็ตาม เมื่อโครงสร้างสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้บทบาทของเพลงพื้นบ้านลดน้อยลง ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ในสภาวะปัจจุบัน

ประกอบด้วย การจัดทำระบบฐานข้อมูลวิจัย การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และการบรรจุเนื้อหาในหลักสูตรสถานศึกษา การวิจัยครั้งนี้จึงนำเสนอแนวทาง "แบบจำลองทางสังคม" (Social model) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายสังคมผ่านการบูรณาการหลักสูตร กิจกรรม และนโยบายที่มีความสอดคล้องเชิงโครงสร้าง เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

คำสำคัญ: การอนุรักษ์วัฒนธรรม, เพลงพื้นบ้าน, เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี, แบบจำลองทางสังคม, จังหวัดสุพรรณบุรี

Abstract

The purposes of this research were: 1) to examine the context of folk song cultural preservation and inheritance in Suphan Buri, a UNESCO Creative City of Music; 2) to analyze factors influencing its implementation; and 3) to propose practical guidelines for effective application. This study employed a qualitative research methodology. Data were collected from 60 key informants, including members of cultural preservation communities, public sector executives, and educational personnel. The research instruments comprised unstructured interviews and focus group

^{1, 2} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Faculty of Humanities and Social Sciences,
Phranakhon Rajabhat University.

discussions. Data were analyzed using systematic content analysis and interpretation.

The findings revealed that folk song preservation is profoundly intertwined with social structures. Historically, folk songs functioned as "cultural capital" and "social tools" that fostered community identity and unity. However, increasing social complexity has led to a noticeable decline in these roles. Key success factors for contemporary preservation include systematic research databases, integrated public-private partnerships, and the inclusion of folk music in educational curricula. Consequently, this research proposes a "Social Model" aimed at reconnecting fragmented social units. This model integrates curricula, activities, and policies within a structural framework to ensure practical and concrete implementation.

Keywords: cultural preservation, folk songs, creative city of music, social model, Suphan Buri

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประกาศให้สุพรรณบุรีเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในฐานะตัวเร่งการอภิปรายทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2566 จังหวัดสุพรรณบุรีได้รับการประกาศจากองค์การยูเนสโกให้เป็น "เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี" (The City of Creative Music) ซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network: UCCN) ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 295 เมืองทั่วโลก สถานะอันทรงเกียรตินี้มีใช้เพียงแค่การยอมรับทางสากล แต่ยังเป็นการผลักดันให้เกิดการอภิปรายเชิงนโยบายและปฏิบัติการครั้งสำคัญภายในจังหวัด เพื่อใช้ "พลังของ Soft Power" ที่มีอยู่ในอัตลักษณ์ทางดนตรีและวัฒนธรรมท้องถิ่นในการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน (UNESCO, 2023)

ความเป็นเลิศด้านดนตรีของสุพรรณบุรีมีรากฐานมาจากประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นเสมือน "อู่อารยธรรมเพลงและดนตรีที่สำคัญของประเทศ" ซึ่งหล่อหลอมวิถีชีวิตของผู้คนลุ่มน้ำท่าจีนหรือ "ลุ่มน้ำสุพรรณ" มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เกิดจนตาย เพลงพื้นบ้านอัน

หลากหลาย เช่น เพลงอีแซว เพลงน้อย และเพลงลำตัดล้วนเป็นส่วนหนึ่งของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งของจังหวัด นอกจากนี้ สุพรรณบุรียังเป็นบ้านเกิดของครูเพลง ศิลปินแห่งชาติ และนักร้องลูกทุ่งชื่อดังมากมาย อาทิ แม่ขวัญจิต ศรีประจันต์, ไผ่พจน์ เพชรสุพรรณ, พุ่มพวง ดวงจันทร์ ไปจนถึงศิลปินร่วมสมัยอย่าง น้าแอ๊ด คาราบาว และตูน บอดี้สแลม การได้รับการยอมรับจากยูเนสโกจึงเป็นโอกาสสำคัญในการต่อยอดมรดกทางดนตรีเหล่านี้ให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับโลกมากยิ่งขึ้น

ความยั่งยืนของการอนุรักษ์ แม้จะได้รับการยกย่องจากเวทีระดับโลก แต่งานวิจัยในอดีตและข้อมูลเชิงประจักษ์ในปัจจุบันกลับสะท้อนให้เห็นถึงความอ่อนแอเชิงนโยบายและสังคม การศึกษาที่ผ่านมาได้ยืนยันถึงบทบาทของเพลงพื้นบ้านในฐานะเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงชุมชนและสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญ (กาญจนา แสงเงิน และสุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2565) อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่รวดเร็ว ความนิยมในสื่อบันเทิงสมัยใหม่ และการขาดแคลนผู้สืบทอด ทำให้เพลงพื้นบ้านเหล่านี้กำลังถูกละเลยและเสี่ยงต่อการสูญหาย ชุมชนท้องถิ่นประสบปัญหาหาความสนใจของเยาวชนที่ลดลง และการสนับสนุนด้านทรัพยากรที่ยังไม่เพียงพอต่อการอนุรักษ์อย่างเป็นระบบ

จากปัญหาดังกล่าว จึงเกิด "ช่องว่าง" ของการศึกษาที่จำเป็นต้องมีการเร่งหามาตรการที่ครอบคลุมเพื่อเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้เข้ากับบริบทของเมืองสร้างสรรค์ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเข้ามาเติมเต็มช่องว่างนี้ โดยไม่เพียงแต่จะศึกษาถึงบทบาทของวัฒนธรรมในสังคมต่อนักวิชาการอย่าง ญะญูณี ทองดี (2560) ได้กล่าวถึงมรดกภูมิปัญญาในฐานะฐานคิดของการพัฒนา หรือดังที่ กาญจนา แสงเงิน และ สุวิทย์ ธีรศาศวัต (2565) ได้ศึกษาถึงความผูกพันของเพลงพื้นบ้านกับชุมชน แต่ยังจะวิเคราะห์ลึกถึงปัจจัยเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน และเสนอแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมเพื่อขับเคลื่อนการอนุรักษ์ในฐานะโครงการทางสังคมอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการอนุรักษ์และการสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยเน้นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากสามภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาชิกชุมชนผู้นักร้องเพลงพื้นบ้าน ผู้บริหารหน่วยงานราชการ และบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้ได้มุมมองที่รอบด้านและครอบคลุม

การทบทวนวรรณกรรม

บทบาทพื้นฐานของวัฒนธรรมพื้นบ้าน

การวิเคราะห์บทบาทของวัฒนธรรมพื้นบ้านในอดีตสามารถทำความเข้าใจได้ผ่านมุมมองของทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา โดยในสังคมที่มีโครงสร้างเรียบง่าย เพลงพื้นบ้านมิได้เป็นเพียงศิลปะการแสดง แต่เป็นรากฐานของ "ความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน" งานวิจัยระบุว่าเพลงพื้นบ้านทำหน้าที่เป็น "ทุนทางวัฒนธรรม" ที่ร้อยรัดผู้คนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างเข้มแข็ง บทบาทดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Émile Durkheim ที่อธิบายถึง "จิตสำนึกร่วม" (Collective consciousness) ซึ่งเป็นค่านิยมและความเชื่อที่สมาชิกในสังคมยึดถือร่วมกันผ่านพิธีกรรมและสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสร้างความสามัคคีทางสังคม (Social solidarity) เพลงพื้นบ้านจึงเป็นรูปธรรมหนึ่งของเครื่องมือทางสังคมที่ช่วยจัดระเบียบและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่

นอกจากนี้ การทำความเข้าใจมิติเชิงลึกของเพลงพื้นบ้านยังสามารถพิจารณาได้จากแนวคิด "การพรรณนาอย่างหนาแน่น" (Thick description) ของ Geertz (1973) โดยการศึกษาไม่ได้หยุดอยู่แค่การบรรยายถึงท่วงทำนองหรือเนื้อร้อง แต่ลงลึกไปถึง

ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เพลงพื้นบ้านมีต่อชุมชน การที่เพลงพื้นบ้านในสุพรรณบุรีเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตเกษตรกรรม การทำนา และเทศกาลประเพณีต่างๆ แสดงให้เห็นว่าเพลงเหล่านี้เป็นระบบสัญลักษณ์ที่ช่วยให้ผู้คนในท้องถิ่นสร้างความเข้าใจต่อโลกของตนเองได้อย่างลึกซึ้ง

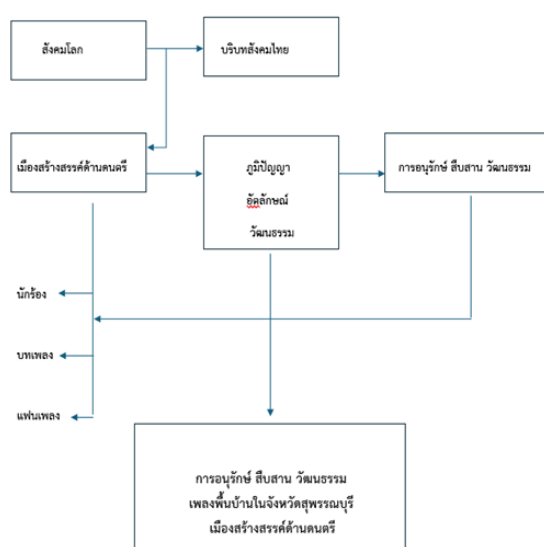
การทำความเข้าใจบริบทสมัยใหม่ โลกาภิวัตน์และเมืองสร้างสรรค์

เมื่อบริบททางสังคมเปลี่ยนไปสู่ความซับซ้อนและ โลกาภิวัตน์ บทบาทของเพลงพื้นบ้านก็ลดลง งานวิจัยอธิบายว่า สังคมสมัยใหม่มีหน่วยย่อยที่แยกกระจาย มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน และมีค่านิยมที่หลากหลาย ปรากฏการณ์นี้สามารถวิเคราะห์ได้ผ่านกรอบแนวคิด "ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม" (Scapes) ของ Appadurai (1996) ซึ่งอธิบายถึงการเคลื่อนย้ายของผู้คน เทคโนโลยีการเงิน สื่อ และความคิดเห็นที่ไหลเวียนไปทั่วโลก ในบริบทนี้ การที่เยาวชนหันมาสนใจเพลง K-pop หรือสื่อบันเทิงสมัยใหม่อื่นๆ เป็นผลมาจากอิทธิพลของ mediascapes ที่สร้าง ideoscapes ใหม่ๆ และทำลาย ethnoscapes หรืออัตลักษณ์ท้องถิ่นดั้งเดิม การอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านจึงไม่อาจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติได้อีกต่อไป แต่ต้องเป็นการแทรกแซงทางสังคมอย่างมีกลยุทธ์

ขณะเดียวกัน สถานะ "เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี" ของยูเนสโก ยังผลักดันให้ต้องพิจารณาแนวคิดเชิงเศรษฐกิจวัฒนธรรมร่วมด้วย ดังที่ Florida (2002) ได้เสนอแนวคิด "ชนชั้นสร้างสรรค์" (Creative class) ที่มองว่าทุนทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม และแนวคิด "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" (Creative tourism) ของ Richards and Raymond (2020) ที่เน้นการบูรณาการวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม งานวิจัยนี้จึงต้องก้าวข้ามข้อจำกัดของแนวคิดเหล่านี้ที่ยังขาดความเชื่อมโยงที่ชัดเจนกับเพลงพื้นบ้านไทย โดยการนำเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติที่สามารถนำมารดกทางวัฒนธรรมมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของ การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural conservation theory), การสืบสานวัฒนธรรม (Cultural transmission theory) และ กรอบแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Framework) ประกอบด้วย บริบทของการอนุรักษ์และสืบสาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์และสืบสาน และแนวทางการอนุรักษ์และสืบสาน โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแบบจำลองบูรณาการที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างปัจจัยภายในและภายนอก โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติภายในของปัจเจกบุคคล (I), มิติภายนอกของปัจเจกบุคคล (IT), มิติภายในของกลุ่มหรือชุมชน (WE), และมิติภายนอกของกลุ่มหรือชุมชน (ITS) กรอบแนวคิดนี้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจว่าการอนุรักษ์ที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการทำงานที่ประสานกันอย่างรอบด้านในทุกมิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี พื้นที่การวิจัย คือ จังหวัดสุพรรณบุรี และการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักใช้วิธีการ

คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงและมีความเชี่ยวชาญในประเด็นการวิจัย ได้แก่ สมาชิกชุมชนผู้อนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน จำนวน 20 คน ผู้บริหารหน่วยงานราชการ จำนวน 20 คน และบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 20 คน รวมทั้งหมด 60 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 3 ชนิด ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประเด็นการสนทนากลุ่ม และประเด็นการระดมสมอง ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และใช้หลักการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือและความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล

ผลการวิจัย

1. บริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปของเพลงพื้นบ้าน

1.1 การเกิดขึ้นของเพลงพื้นบ้าน:

บทบาทในอดีต ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าบริบทของการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางสังคมที่เพลงดำรงอยู่ในอดีต สังคมสุพรรณบุรีมีลักษณะเป็นสังคมชนบทและเกษตรกรรมที่มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน ผู้คนมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันและมีความผูกพันด้วยวัฒนธรรมอย่างเข้มแข็ง ในสภาพแวดล้อมเช่นนี้ เพลงพื้นบ้านจึงเกิดขึ้นและทำหน้าที่เป็น "ทุนทางวัฒนธรรม" ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน บทบาทของเพลงพื้นบ้านในยุคนี้คือการเป็น "เครื่องมือทางสังคม" ที่ร้อยรัดผู้คนให้เป็นหนึ่งเดียวกัน สร้างความสามัคคี และเป็นภาพสะท้อนของตัวตนร่วมที่สมาชิกในชุมชนสร้างขึ้นมา เพลงพื้นบ้านจึงมีสถานะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ไม่ได้ถูกแยกออกเป็นเพียงศิลปะการแสดงที่ต้องมีผู้เข้ามาอนุรักษ์โดยเฉพาะ

1.2 การเสื่อมถอยของบทบาทในปัจจุบัน

ความจำเป็นของการแทรกแซง เมื่อสังคมมีความซับซ้อนและแยกย่อยมากขึ้น บทบาทของเพลงพื้นบ้านในฐานะเครื่องมือทางสังคมก็ลดลงตามไปด้วย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีทำให้เกิดค่านิยมใหม่ๆ และความนิยมในสื่อบันเทิงสมัยใหม่

เช่น เพลงป๊อป หรือ K-pop ส่งผลให้เพลงพื้นบ้านถูกละเลยและเสี่ยงต่อการสูญหาย ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นว่าในปัจจุบัน เพลงพื้นบ้านได้แยกตัวออกมาเป็นส่วนหนึ่งต่างหากจากสังคม ทำให้การอนุรักษ์ต้องเปลี่ยนจากกลไก "การรักษาความสมดุลตามธรรมชาติ" ในอดีตมาสู่ "ปฏิบัติการเชิงรุก" ที่ต้องมีการสร้างและฟื้นฟูขึ้นมาใหม่ ความท้าทายนี้แสดงให้เห็นว่าเพลงพื้นบ้านไม่สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเองอีกต่อไป หากขาดการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบจากทุกภาคส่วน

2. ปัจจัยสำคัญสำหรับการอนุรักษ์ในยุคปัจจุบัน ผลการวิจัยระบุปัจจัยสำคัญ 4 ประการที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านในยุคปัจจุบัน ปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นองค์ประกอบที่แยกจากกัน แต่ยังมีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ที่รอบด้าน ได้แก่

2.1 การมีข้อมูลและการวิจัยที่ชัดเจนและเป็นระบบ การอนุรักษ์จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เป็นปัจจุบันเพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลที่แท้จริงของเพลงพื้นบ้านที่มีต่อชุมชน ผู้ให้ข้อมูลหลักเน้นย้ำว่าการมี "ฐานข้อมูล" ที่เกิดจากการสำรวจและวิจัยอย่างเป็นระบบจะช่วยให้การตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เป็นไปอย่างถูกทิศทาง

2.2 การทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในทุกกระดับ ตั้งแต่นโยบายไปจนถึงกิจกรรม ผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐเสนอว่าควรมีการกำหนดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบและประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้แผนงานและงบประมาณสอดคล้องประสานกันอย่างเป็นหนึ่งเดียว

2.3 การบรรจุหลักสูตรในชั้นเรียน การปลูกฝังความรู้และคุณค่าของเพลงพื้นบ้านให้กับเยาวชนอย่างเป็นทางการผ่านหลักสูตรการศึกษาเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง ผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่านเสนอว่าควรมีการบรรจุวิชาเพลงพื้นบ้านไว้ในหลักสูตรตั้งแต่ระดับปฐมวัยจนถึงอุดมศึกษา เพื่อให้เยาวชนได้ซึมซับทั้งในเชิงวิชาการและจิตใจ

2.4 ความเชื่อมโยงของปัจจัย ปัจจัยทั้งสามข้างต้นมีความเชื่อมโยงกันและเสริมพลังซึ่งกันและกัน การมีข้อมูลที่ชัดเจนจะนำไปสู่การวางแผนนโยบายที่ถูกต้อง (ปัจจัย 1 → ปัจจัย 2) นโยบายที่ชัดเจนจะผลักดันให้เกิดการบูรณาการในหลักสูตรการศึกษา (ปัจจัย 2 → ปัจจัย 3) และการทำงานร่วมกันนี้จะนำไปสู่การอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านอย่างรอบด้าน

3. แบบจำลองทางสังคมเพื่อการอนุรักษ์ที่นำเสนอ จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสังเคราะห์เป็น "แบบจำลองทางสังคม" (Social model) เพื่อการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี แบบจำลองนี้มีหัวใจสำคัญคือการใช้เพลงพื้นบ้านเป็นแกนกลางในการ "สร้างความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยสังคมที่แยกย่อย" โดยการบูรณาการกิจกรรม หลักสูตร และนโยบายให้มีความสอดคล้องและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม แบบจำลองนี้สามารถแสดงให้เห็นในรูปของกรอบบูรณาการสี่มิติ (Quad-integral framework) ดังภาพประกอบ 2 ที่เชื่อมโยงปัจจัยและแนวทางปฏิบัติที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลหลักในทุกระดับ โดยมีรายละเอียดดังตาราง 1



ตาราง 1 กรอบแนวคิดแบบจำลองทางสังคมเพื่อการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านสุพรรณบุรี

มิติของแบบจำลอง	คำอธิบาย	ปัจจัยและความท้าทาย จากงานวิจัย	ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ จากผู้เชี่ยวชาญ
I: ภายในปัจเจกบุคคล (Individual-Internal)	ความรู้สึก ความเชื่อ และ แรงบันดาลใจส่วนตัวที่มีต่อ เพลงพื้นบ้าน	ความสนใจของเยาวชน ลดลง; ขาดแรงจูงใจในการ เป็นศิลปินพื้นบ้านรุ่นใหม่	1. ถ่ายทอดความรู้ผ่าน การเรียนดนตรีไทย ประยุกต์ 2. สร้างแรงบันดาลใจจาก เรื่องราวศิลปินแห่งชาติ
IT: ภายนอกปัจเจกบุคคล (Individual-External)	ทรัพยากรเชิงวัตถุและ เครื่องมือที่ใช้ในการสืบ ทอด	ขาดการบันทึกข้อมูลอย่าง เป็นระบบ; งบประมาณ สนับสนุนไม่เพียงพอ	1. สร้างคลังข้อมูลดิจิทัล/ แอปพลิเคชัน (e-book) 2. จัดตั้งศูนย์เรียนรู้เพลง พื้นบ้าน 3. จัดสรรงบประมาณ ส่งเสริมกิจกรรมใน โรงเรียน
WE: ภายในกลุ่ม/ชุมชน (Collective-Internal)	ความสามัคคี การมีส่วน ร่วม และความภาคภูมิใจ ร่วมกัน	สังคมแยกย่อย ขาด กิจกรรมเชื่อมโยงกัน; ขาด การทำงานร่วมกันระหว่าง ภาคส่วน	1. จัดอบรมสตรีท้องถิ่นให้ ร้องเพลงพื้นบ้าน 2. สร้างคณะทำงานร่วม ระหว่างภาครัฐ-เอกชน 3. ใช้ภาษาถิ่นสุพรรณฯ เป็นเครื่องมือเชื่อมโยง ชุมชน
ITS: ภายนอกกลุ่ม/ชุมชน (Collective-External)	กิจกรรม นโยบาย และ โครงสร้างเชิงปฏิบัติการ	ขาดการบูรณาการ นโยบาย; กิจกรรมไม่ ต่อเนื่อง ขาดเวทีแสดง	1. บรรจุเพลงพื้นบ้านใน หลักสูตรท้องถิ่น 2. จัดงานเทศกาลและ ประกวดเพลงพื้นบ้าน ประจำปี 3. สร้างช่องทาง TikTok/YouTube เผยแพร่เพลงพื้นบ้าน 4. บูรณาการการอนุรักษ์ เข้ากับนโยบายเมือง สร้างสรรค์

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่าการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านต้องเป็นการทำงานอย่างครบวงจรและบูรณาการ โดยการสร้างความผูกพันทางใจของปัจเจกบุคคล (I) ต้องควบคู่ไปกับการจัดเตรียมเครื่องมือและทรัพยากร (IT) และทั้งหมดนี้จะเกิดขึ้นได้จากการทำงานร่วมกันของชุมชน (WE) ซึ่งสุดท้ายแล้วจะสะท้อนออกมาในรูปของกิจกรรมและนโยบายที่จับต้องได้ (ITS)

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้มองการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านเป็นเพียงการรักษาศิลปะโบราณเท่านั้น แต่ได้เปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่าเพลงพื้นบ้านเป็น "ทุนทางวัฒนธรรม" และ "เครื่องมือทางสังคม" ที่มีบทบาทสำคัญในการบูรณาการสังคมที่แยกย่อยให้กลับมาเชื่อมโยงกันอีกครั้ง การอภิปรายผลจะพิจารณาจากประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. การปรับเปลี่ยนบทบาทของเพลงพื้นบ้านจากการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมสู่การเป็นเครื่องมือในการบูรณะสังคม

ในอดีต เพลงพื้นบ้านคือ "จิตวิญญาณ" ของคนสุพรรณบุรี มันเป็นสัญลักษณ์ร่วมของชุมชนที่ทำหน้าที่จัดระเบียบและผูกพันสมาชิกเข้าด้วยกันโดยธรรมชาติ การดำรงอยู่ของเพลงพื้นบ้านจึงหมายถึงการดำรงอยู่ของความเป็นคนสุพรรณบุรี อย่างไรก็ตาม ในยุคที่สังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น บทบาทเชิงหน้าที่ของเพลงพื้นบ้านในฐานะ "สายใยทางสังคม" ได้ลดลง (รุ่งโรจน์ สุวรรณโคตร, 2564; วัฒนา พรหมมานนท์, 2562) สิ่งนี้ทำให้การอนุรักษ์ต้องเปลี่ยนจากการปล่อยให้ไปตามธรรมชาติ (passive preservation) มาสู่การสร้างกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (active preservation) ซึ่งเป็นความพยายามที่จะใช้เพลงพื้นบ้านเป็นแกนกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์และฟื้นฟูความสัมพันธ์ในชุมชนขึ้นใหม่ การอนุรักษ์ในยุคปัจจุบันจึงเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนและมีจุดประสงค์เชิงสังคมมากกว่าในอดีต

2. ความจำเป็นเชิงดิจิทัล การปรับตัวในยุคภูมิทัศน์ทางสื่อที่เปลี่ยนแปลง

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อการอนุรักษ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่านให้ความเห็นว่าควรใช้สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ เช่น TikTok และ YouTube ในการเผยแพร่เพลงพื้นบ้านและนำมาประยุกต์ในแนวเพลงสมัยใหม่ เช่น ฮิปฮอปหรือลูกทุ่งอินดี้ แนวทางนี้ท้าทายแนวคิดการอนุรักษ์แบบดั้งเดิมที่เน้นการรักษาต้นแบบดั้งเดิมเพียงอย่างเดียว การปรับเปลี่ยนรูปแบบ (form) ของเพลงเพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ง่ายขึ้น โดยยังคงแก่นสาร (content) หรือหน้าที่ (function) ทางวัฒนธรรมไว้ จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่จำเป็นต่อการอยู่รอดของเพลงพื้นบ้านในยุคโลกาภิวัตน์ แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีภูมิทัศน์

ทางวัฒนธรรมของ Appadurai (1996) ที่ชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มิพลวัตและสามารถปรับตัวตามกระแสโลกได้ โดยไม่ต้องสูญเสียความหมายดั้งเดิมไปทั้งหมด

3. บทบาทของการศึกษา การสถาปนาอัตลักษณ์ในบริบทใหม่

การเน้นย้ำถึงการบรรจุเพลงพื้นบ้านไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับปฐมวัยจนถึงอุดมศึกษา ถือเป็นกลไกที่สำคัญอย่างยิ่งในการอนุรักษ์ในยุคสมัยใหม่ เนื่องจากกลไกการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมแบบไม่เป็นทางการในครอบครัวและชุมชนได้เสื่อมถอยลงไปแล้ว การศึกษาจึงเข้ามาทำหน้าที่เป็นช่องทางเชิงสถาบันที่จะถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และคุณค่าของเพลงพื้นบ้านให้กับเยาวชนอย่างเป็นระบบ (นพรัตน์ แสงเจริญ, 2561) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลระบุว่า การเรียนรู้เรื่องราวของท้องถิ่นตนเองอย่างดีจะช่วยให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และสามารถนำความรู้ไปต่อยอดในวิชาชีพของตนเองได้ การศึกษาจึงไม่ได้เป็นเพียงการให้ความรู้ แต่เป็นการสถาปนาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มั่นคงและยั่งยืนให้แก่คนรุ่นใหม่

4. ความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การที่สุพรรณบุรีได้รับการยกย่องเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี เป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อย่างไรก็ตาม การนำเพลงพื้นบ้านไปใช้ในเชิงพาณิชย์โดยขาดการควบคุมอาจนำไปสู่ความเสี่ยงของการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าหรือ "การแสดง" สำหรับนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจทำให้สูญเสีย "ความจริงแท้" (authenticity) ของวัฒนธรรมไปได้ แนวคิดนี้สอดคล้องกับ

MacCannell (1999) ที่กล่าวถึง "การแสวงหาความจริง" ในการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมักมองหาประสบการณ์ที่แท้จริงจากชุมชน การอนุรักษ์จึงต้องมุ่งเน้น การมีส่วนร่วม ของชุมชน (Community participation) และการให้ชุมชนเป็นเจ้าของกระบวนการในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การอนุรักษ์ยังคงคุณค่าดั้งเดิมไว้พร้อมกับสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน (สุพรรณิ ธีระกุล, 2560; วีรศักดิ์ สุขสำราญ, 2565)

บทสรุป: งานวิจัยนี้ได้ให้ภาพที่ครอบคลุมและลึกซึ้งเกี่ยวกับการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยยืนยันถึงการเปลี่ยนแปลงจากบทบาทเดิมที่เป็น "ส่วนหนึ่งของสังคม" สู่การเป็น "เครื่องมือทางสังคม" ที่ต้องได้รับการฟื้นฟูอย่างตั้งใจในยุคปัจจุบัน โดยผลการศึกษานี้ได้ระบุปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การมีข้อมูลที่ชัดเจน การบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน การบรรจุในหลักสูตรการศึกษา และความเชื่อมโยงของปัจจัยเหล่านี้ ที่เป็นรากฐานของการดำเนินงาน และได้นำเสนอ "แบบจำลองทางสังคม" ที่ใช้เพลงพื้นบ้านเป็นแกนกลางในการสร้างความเชื่อมโยงและบูรณาการสังคมที่แยกย่อยให้กลับมาเป็นหนึ่งเดียวกันอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

เพื่อให้การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในสุพรรณบุรีเป็นไปอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี จึงมีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1 ด้านนโยบายและการบริหารจัดการ

1) จัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลาง ควรจัดตั้ง "ศูนย์ส่งเสริมและอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านแต่ละชาติพันธุ์" เพื่อรวบรวมองค์ความรู้และงานวิจัยเกี่ยวกับเพลงพื้นบ้านอย่างเป็นระบบในรูปแบบดิจิทัล

2) สร้างคณะทำงานถาวร ควรสร้างคณะทำงานร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อวางแผนและดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์อย่างต่อเนื่อง

3) บูรณาการแผนงานและงบประมาณ ควรกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน โดยให้การอนุรักษ์เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัดและแผนการท่องเที่ยวประจำปีเพื่อให้การสนับสนุนมีความต่อเนื่อง

1.2 ด้านการศึกษาและการมีส่วนร่วมของเยาวชน

1) พัฒนาหลักสูตรการศึกษา ควรบรรจุวิชาเพลงพื้นบ้านไว้ในหลักสูตรท้องถิ่นของโรงเรียนตั้งแต่ระดับปฐมวัยถึงมหาวิทยาลัย เพื่อปลูกฝังความรักและความเข้าใจในวัฒนธรรม

2) ใช้สื่อดิจิทัลในการถ่ายทอด สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น TikTok และ YouTube เพื่อเผยแพร่เพลงพื้นบ้านร่วมสมัย รวมถึงการสร้างแอปพลิเคชันหรือ e-book เพื่อเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่เข้าถึงง่ายสำหรับเยาวชน

3) จัดกิจกรรมในสถานศึกษา ควรจัดตั้งชมรมเยาวชนรักเพลงพื้นบ้าน และจัดโครงการ "ห้องเรียนหนึ่งเพลงพื้นบ้าน" เพื่อให้นักเรียนได้ศึกษาและแสดงผลงานเพลงพื้นบ้านอย่างต่อเนื่อง

1.3 ด้านชุมชนและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

1) ส่งเสริมบทบาทของชุมชน ควรกำหนดให้ชุมชนเป็นแกนหลักในการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น งานเทศกาล "สุพรรณเพลงบ้านเฮา" และเวที "ไหว้ครูเพลงพื้นบ้าน" ประจำปี เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

2) สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ควรเชื่อมโยงเพลงพื้นบ้านเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน เช่น การขายผลิตภัณฑ์ที่มีแรงบันดาลใจจากเพลงพื้นบ้าน

3) สร้างแรงบันดาลใจให้ศิลปินรุ่นใหม่ ควรสนับสนุนการประกวด "ดาวรุ่งลูกสุพรรณ" เพื่อสร้างเวทีให้ศิลปินรุ่นใหม่ได้แสดงความสามารถและเห็นโอกาสในการสืบสานอาชีพ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การประเมินประสิทธิผลของแบบจำลอง ควรมีการศึกษาเชิงทดลองหรือเชิงประเมินผลเพื่อวัดประสิทธิผลของแบบจำลองทางสังคมที่นำเสนอ หลังจากมีการนำไปปฏิบัติใช้จริงในท้องถิ่น เพื่อประเมินผลกระทบเชิงปริมาณและคุณภาพที่เกิดขึ้น

2.2 บทบาทของสื่อดิจิทัลเชิงลึก ควรมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับบทบาทของสื่อดิจิทัลในการเผยแพร่เพลงพื้นบ้าน โดยวิเคราะห์ว่าการใช้แพลตฟอร์มสมัยใหม่ เช่น TikTok มีผลกระทบต่อบรรยากาศและคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างไร และนำไปสู่การอนุรักษ์ที่ผิวเผินหรือการสืบทอดที่แท้จริงในกลุ่มเยาวชน

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แสงเงิน, และ สุวิทย์ ชีรสาดัด. (2565).

รูปแบบการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งพื้นบ้าน
จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อมุ่งสู่การเป็นเมือง
สร้างสรรค์ด้านดนตรีขององค์การยูเนสโก.
วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
14(2), 162–186.

ณัฐินี ทองดี. (2560). เศรษฐกิจพอเพียง: รากฐาน
การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน
อย่างยั่งยืน. วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 12(1), 35–58.

นพรัตน์ แสงเจริญ. (2561). การอนุรักษ์วัฒนธรรม
ในยุคดิจิทัล. วารสารการจัดการภาครัฐ,
15(3), 89–105.

รุ่งโรจน์ สุวรรณโคตร. (2564). การเปลี่ยนแปลงทาง
สังคมและผลกระทบต่อวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้าน.
วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา,
24(1), 121–140.

วัฒนา พรหมมานนท์. (2562). เพลงพื้นบ้าน:
เครื่องมือทางสังคมในอดีตและความท้าทายใน
ปัจจุบัน. วารสารวิจัยวัฒนธรรม, 30(2), 55–72.

วีรศักดิ์ สุขสำราญ. (2565). การมีส่วนร่วมของชุมชน
ในการพัฒนาที่ยั่งยืน. วารสารการพัฒนาชุมชน,
21(2), 40–58.

สุพรรณิ ชีระกุล. (2560). นโยบายวัฒนธรรมและการ
นำไปปฏิบัติในพื้นที่ท้องถิ่น. วารสารนโยบาย
สาธารณะ, 14(1), 78–95.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural
dimensions of globalization*. University of
Minnesota Press.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class:
And how it's transforming work, leisure,
community, and everyday life*. Basic Books.

Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures:
Selected essays*. Basic Books.

MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory
of the leisure class*. University of California
Press.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative
tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.

UNESCO. (2023). *Reimagining education for
sustainable futures: Global education
monitoring report 2023*. UNESCO Publishing.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385020>

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

Causal factors influencing the achievement
of sports tourism in Thailandประทุม ขอบใจ (Prathum Chobjai)¹ บวรลักษณ์ เสนาะคำ (Bouvonluck Sanohkham)²ศักดิ์ชาย พัทธพงษ์ (Sakchai Pitakwong)³

Received: May 23, 2025

Revised: June 13, 2025

Accepted: June 16, 2025

¹ Corresponding author, Email: prathum_c@rbac.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย 2) วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ เทคโนโลยีดิจิทัล กลยุทธ์ทางการตลาด และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ 3) พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) แบบ เชิง คุณ ภาพ (Qualitative research) และเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักกีฬา ผู้ติดตาม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจาก 6 จังหวัด รวมจำนวน 600 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้แบบแบ่งกลุ่มตามจังหวัดละ 100 คนและเลือกวิธีการสุ่มอย่างง่ายแบบบังเอิญ (Sampling random) แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบโดยการทดสอบค่าที (t-test) และการ

ทดสอบค่าสถิติค่าเอฟ (F-test) มาวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหาแล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากเอกสาร

ผลการวิจัย พบว่า

1) ระดับผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวมอยู่ในระดับสูงสุด

2) ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า สมมติฐานทุกข้อได้รับการยอมรับ โดยปัจจัยด้านแรงจูงใจมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) ตามลำดับ และยังพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial mediator)

3) โมเดลที่ได้ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรหลัก 3 กลุ่ม คือ ตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาด และเทคโนโลยีดิจิทัล ตัวแปรแฝงภายในคั่นกลาง คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพยังได้ยืนยันผลการทดสอบสมมติฐาน และขยายความเข้าใจว่าปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านความปรารถนาที่จะเรียนรู้ เป็นแรงจูงใจหลักที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และผลการตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าสถิติ p-value = .12504 สูงกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 แสดงว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, เทคโนโลยีดิจิทัล, กลยุทธ์ทางการตลาด, ผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยว

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต,
Doctor of Business Administration Program,
Rattana Bundit University.

^{2,3} มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
Rattana Bundit University

Abstract

This research aimed to 1) study the level of achievement of sports tourism in Thailand, 2) analyze the causal factors that directly and indirectly influence, namely digital technology, marketing strategies, and motivations on the achievement of sports tourism, and 3) develop a causal relationship model of the factors that influence the achievement of sports tourism in Thailand. As a mixed-method research between qualitative and quantitative research methods. The research instruments were questionnaires and interviews form. The sample group consisted of sports tourists, athletes, followers, and stakeholders from 6 provinces, totaling 600 people. Multi-stage sampling was used, with 100 people per province and a simple random sampling method. The data collected from the questionnaires were analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations. The data were compared using the t-test and the F-test, also analysis.

The results of the research found that

1) The overall sports tourism achievement was at the highest level.

2) Statistical analysis supported all six hypotheses, indicating that motivation had the strongest influence on sports tourism achievement, followed by digital technology and marketing strategies (7Ps). Motivation also served as a partial mediator.

3) The developed model consists of three main groups of latent variables: exogenous latent variables (marketing strategies and digital technology), mediating latent variable (sports tourism motivation), and endogenous latent variable (sports tourism achievement); and model validation showed the p-value of .12504, exceeding the predetermined significance level ($\alpha = .05$), confirming the model's goodness-of-fit and consistency with empirical data.

Additionally, qualitative findings corroborated the hypothesis testing results and expanded the understanding, highlighting that the motivation dimension related to the desire for learning was the most influential factor affecting sports tourism achievement.

Keywords: sports tourism motivation, digital technology, marketing strategy, sports tourism achievement

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีบทบาทสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) ไม่เพียงแต่ส่งเสริมกิจกรรมทางกายและสุขภาพของผู้เข้าร่วม แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค ประเทศไทยได้มีการกำหนด 6 จังหวัดเมืองกีฬา ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดกระบี่ ซึ่งได้รับการรับรองจากการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ให้เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมกีฬาและการแข่งขันระดับนานาชาติ (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป, 2568) เมืองกีฬาและบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการศึกษาเมืองกีฬามายังถึงจังหวัดที่มีความพร้อมและส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางด้านกีฬาและการท่องเที่ยว โดยมีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับจัดการแข่งขันกีฬา กิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพ หรือ กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ เมืองกีฬายังมีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ทั้ง 6 จังหวัดที่ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองกีฬานำร่องที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศและกิจกรรมกีฬาเฉพาะทาง ดังนั้น จังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เหมาะสมสำหรับกีฬาทางน้ำ เช่น ดำน้ำและปีนผา จังหวัดชลบุรีมีสนามแข่งรถระดับนานาชาติและชายหาดที่รองรับกีฬาทางน้ำ วอลเลย์บอลชายหาด ฟุตบอลชายหาด จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นศูนย์กลางของกีฬาพื้นบ้านและ

กีฬาทางบก เช่น การแข่งขันเรือยาว จังหวัดศรีสะเกษ มีสนามมวยมาตรฐานและเป็นที่ตั้งของกิจกรรมกีฬาเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุดรธานี โดดเด่นในด้านการแข่งขันวิ่งและไตรกีฬา ขณะที่จังหวัดบุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางของฟุตบอลและมอเตอร์สปอร์ตระดับประเทศและนานาชาติ ทั้ง 6 จังหวัดนี้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศผ่านกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ รวมถึงพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละจังหวัดเพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

การวัดผลความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ประเมินได้จากผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างคุณค่าทางประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว (Deng et al., 2024) โดยมีเกณฑ์การประเมินอยู่ 6 องค์ประกอบ ความพึงพอใจ (Satisfaction), การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit), การบอกต่อ (Word of mouth), ทศนคติเชิงบวก (Attitude), การรับรู้คุณภาพ (Perceived value quality), และการรับรู้คุณค่า (Perceived value) ซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการประเมินความสำเร็จและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว การบรรลุผลสัมฤทธิ์ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสำคัญหลายด้าน โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาททั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การลงทะเบียนออนไลน์ การให้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ การใช้แอปพลิเคชันช่วยติดตามกิจกรรม หรือแม้กระทั่งการสร้างประสบการณ์เสมือน (Virtual experience) ซึ่งเพิ่มคุณค่าของกิจกรรมและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (ทิพย์มณฑา กมลเพชร และคณะ, 2564; Data Bridge Market Research, 2025)

นอกจากนี้ กลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product), ราคา/ค่าใช้จ่าย (Price), สถานที่ตั้ง (Place), การส่งเสริมการตลาด (Promotion), กระบวนการให้บริการ (Process), บุคคลผู้ให้บริการ (People), และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) เป็นเครื่องมือ

สำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมซ้ำ เช่น การจัดโปรโมชั่นพิเศษ ระบบจองตั๋วออนไลน์ การพัฒนาเส้นทางเข้าถึง และการบริการของบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพ (ภคสุภา เพชรรัตน์ภาพร และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์, 2564; Regiondo, 2023)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่ประกอบด้วย ความตื่นเต้น (Excitement), ความปรารถนาที่จะเรียนรู้ (Learning desire), การพักผ่อน (Relaxing), และการมีส่วนร่วม (Participation) ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจด้านสุขภาพ ความท้าทาย ความสนุก หรือการเข้าสังคม แรงจูงใจเหล่านี้ช่วยให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมซ้ำ รวมถึง การบอกต่อประสบการณ์เชิงบวกผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของการจัดงาน (Deng et al., 2024; Guereño-Omil et al., 2024) เมื่อพิจารณาควบคู่กับนโยบายภาครัฐในระดับจังหวัด เช่น การจัด Moto GP ที่จังหวัดบุรีรัมย์ หรือมาราธอนในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าปัจจัยทั้งสาม ได้แก่ เทคโนโลยีดิจิทัล กลยุทธ์ทางการตลาด และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาเมืองกีฬาในประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้ การศึกษานี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ผลการศึกษาจะช่วยให้ประเทศไทยสามารถปรับปรุงนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ผลงานวิจัยนี้ยังสามารถเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแห่งเอเชีย ได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ เทคโนโลยีดิจิทัล กลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

3. เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

4. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลงานวิจัยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่: เป็นจังหวัดที่ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองกีฬานำร่อง 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดบุรีรัมย์ โดยบริเวณสถานที่ที่มีการจัดกิจกรรมและกีฬาของแต่ละจังหวัด

2. ขอบเขตของระยะเวลา: สำหรับระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2567

3. ขอบเขตด้านประชากร: กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางไปยัง 6 จังหวัดเมืองกีฬานำร่องของประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละจังหวัดเท่ากัน จังหวัดละ 100 คน รวมทั้งสิ้น 600 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเทศไทย 1) ผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย องค์การภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และ 3) นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม ใน 6 จังหวัด

การทบทวนวรรณกรรม

ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ได้ดำเนินการผ่านกระบวนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบโดยอาศัยหลักการจากงานวิจัยที่เป็น Best practice references แหล่งอ้างอิงที่เป็นแนวปฏิบัติที่ผ่านการยอมรับในระดับสากล และผลการศึกษาได้รับยืนยันว่าสามารถนำไปใช้ปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในบริบทที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งสะท้อนบริบทและ

องค์ประกอบที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ ในประเทศไทย และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับสากล องค์ประกอบของผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Achievement sport tourism) ประกอบด้วย 6 ด้านสำคัญ ได้แก่ ความพึงพอใจ (Satisfaction) การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) การบอกต่อ (Word of Mouth) การรับรู้คุณค่า (Perceived value) ทศคติเชิงบวก (Positive attitude) และการรับรู้คุณภาพ (Perceived quality) จากการทบทวนวรรณกรรมของ Mattayakorn and Sudhinont (2023), Phetbuasak and Nakomkhet (2024); Zhang et al. (2020); Zeng and Li (2021) พบว่า ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่มีผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และยังเชื่อมโยงกับตัวแปรเชิงสาเหตุที่กำหนดไว้ในงานวิจัยครั้งนี้อย่างชัดเจน

เทคโนโลยีดิจิทัล

การเลือกปัจจัยด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญนั้น สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีดิจิทัลมากขึ้น งานวิจัยของ Phetbuasak and Nakomkhet (2024) ยืนยันว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกระตุ้นแรงจูงใจและการรับรู้ประสบการณ์เชิงบวกของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ การรีวิวและการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองกีฬา ซึ่งเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยนี้โดยตรง

กลยุทธ์ทางการตลาด

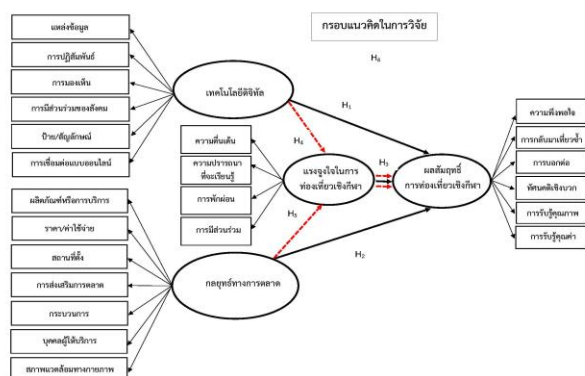
กลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) เป็นกรอบแนวคิดที่ถูกคัดเลือกและนำมาใช้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งงานวิจัยของ Zhang, Kim and Xing (2020) พบว่าการจัดการตลาดอย่างเหมาะสมสามารถสร้างภาพลักษณ์และประสบการณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการนำกลยุทธ์การตลาด (7Ps) มาประยุกต์ใช้ช่วยให้องค์กรหรือสถานที่ท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ความพึงพอใจและการบอกต่อ ซึ่งเชื่อมโยงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุในงานวิจัยนี้เป็นอย่างเป็นรูปธรรม

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การนำแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาเป็น ตัวแปรเชิงสาเหตุ มีเหตุผลจากแนวคิดทางจิตวิทยา ผู้บริโภคที่ชี้ชัดว่า แรงจูงใจเป็นตัวผลักดันสำคัญ ที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงกีฬา งานของ Mattayakorn and Sudhinont (2023) และ Zeng and Li (2021) สนับสนุนว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่า การประเมิน คุณภาพ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในกิจกรรม เชิงกีฬา ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในการวิเคราะห์ อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของแรงจูงใจต่อผลสัมฤทธิ์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

ดังนั้น ผู้วิจัยเลือกสังเคราะห์ปัจจัยและ องค์ประกอบดังกล่าวจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมา สร้างเป็นโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุในงานวิจัยนี้ จึงมีความ เหมาะสมและสมเหตุสมผลอย่างยิ่งทั้งในเชิงวิชาการและ การปฏิบัติ เพื่อให้สามารถตอบใจห้วัตถุประสงค์การ วิจัยที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเทศไทยได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ตามลำดับ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทาง เพื่อชมกีฬาและนักกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน

กีฬาในพื้นที่ ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดกระบี่ ซึ่งไม่สามารถนับจำนวนประชากรได้ ดังนั้น จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบหลาย ขั้นตอน โดยใช้แบบแบ่งกลุ่มตามจังหวัดๆละ 100 คน และเลือกวิธีการสุ่มอย่างง่ายแบบบังเอิญ (random sampling) จาก 6 จังหวัดๆละ 100 คน รวมทั้งสิ้น 600 คน และในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้จัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ภาคีเครือข่าย 2) กลุ่มผู้สนับสนุนจากองค์กรภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาชน และ 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เข้าร่วมกิจกรรม น 6 จังหวัดๆ ละ 3 คน รวมทั้งหมด 18 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล มี ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการเกี่ยวกับ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ความถี่การร่วมกิจกรรม การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การเตรียมตัวเดินทาง วัตถุประสงค์ และการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด (Marketing mix) ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยว เชิงในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 7 มิติ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ 2) ราคา/ค่าใช้จ่าย 3) สถานที่ตั้ง 4) การส่งเสริมการตลาด 5) กระบวนการ 6) ด้านบุคคลผู้ให้บริการ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital technology) ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การมีส่วนร่วมทางสังคม 5) ป้าย/สัญลักษณ์ และ 6) การเชื่อมต่อแบบออนไลน์

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ประกอบด้วย 4 มิติ

ได้แก่ 1) ความตื่นตัว 2) ความปรารถนาที่จะเรียนรู้
3) การพักผ่อน และ 4) การมีส่วนร่วม

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยว
เชิงกีฬาในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจ
2) การกลับมาเที่ยวซ้ำ 3) การบอกต่อ 4) ทศนคติ
เชิงบวก 5) การรับรู้คุณค่า และ 6) การรับรู้คุณภาพ

โดยได้กำหนดระดับความคิดเห็นและระดับ
คะแนนเพื่อเป็นเกณฑ์ในการประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

5 ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
4 ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
3 ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
2 ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
1 ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบความตรง ความเที่ยง
ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ทดสอบความตรงด้วยการนำแบบสอบถาม
ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อตรวจสอบ
ความตรงตามเนื้อหา (Content validity) เพื่อพิจารณา
ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามปฏิบัติการ
(Item objective congruence: IOC) ซึ่งผ่านเกณฑ์
พิจารณาโดยมีค่า IOC เฉลี่ยรวม เท่ากับ 0.861

2. แบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์
ที่ปรึกษาหลัก และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมแล้วจะถูกนำไป
ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามในส่วนที่ 2, 3
และ 4 เพื่อให้เกิดความตรงทางด้านเนื้อหา (Content
validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มี
ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3. ทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของ
แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น
และผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งได้ทำการ
ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try-out)
กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
จำนวน 30 คน โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่า
สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Cronbach) ซึ่งพบว่า มีค่า
สัมประสิทธิ์เฉลี่ยรวมที่ 0.87

4. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ยื่นคำร้องขอให้บัณฑิตวิทยาลัย หลักสูตร
บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต ในการออกจดหมายเพื่อส่งไป
ยังผู้ทรงคุณวุฒิในการเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือ และออกจดหมายเพื่อส่งไปยังผู้บริหารสูงสุด
ฝ่ายบริหาร /หัวหน้าฝ่ายของหน่วยงานแต่ละจังหวัด
เพื่อขอความร่วมมือและสนับสนุนในการตอบ
แบบสอบถามการวิจัย

2. การติดต่อทางโทรศัพท์เพื่อขออนุญาตนำ
แบบสอบถามส่งทางช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ผู้วิจัย
ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามและหนังสืออธิบายชี้แจง
วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือ พร้อมทั้ง
ดำเนินการจัดส่งรายละเอียดต่างๆ ผ่านทางออนไลน์
เพื่อให้ผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติ

3. ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล แล้วมาดำเนินการ
ตรวจสอบความเรียบร้อยครบถ้วน เพื่อการเตรียมข้อมูลใน
การบันทึกและวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เป็นการหาค่าสถิติ
พรรณนาข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละตัว
แปร ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน ค่าความเบ้ ความโด่ง และค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์

2. วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm
factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของ
โมเดลวัด (Measurement model) ในทุกตัวแปร

3. วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง
เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง ด้วยโปรแกรม LISREL
เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบ
สมมติฐานเชิงทฤษฎี กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

1. ระดับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ระดับผลสัมฤทธิ์
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย พบว่า ภาพรวม
อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32
ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละด้าน
เรียงลำดับจากมากไปน้อย มีดังนี้ ด้านการรับรู้

คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.43) นักท่องเที่ยวมีการรับรู้สถานที่และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับที่มีคุณภาพสูง ด้านการรับรู้คุณค่า (ค่าเฉลี่ย 4.37) นักท่องเที่ยวเห็นถึงความคุ้มค่าทั้งด้านประสบการณ์และค่าใช้จ่าย ด้านการบอกต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.33) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะแนะนำสถานที่และกิจกรรมให้กับผู้อื่น ด้านทัศนคติเชิงบวก (ค่าเฉลี่ย 4.29) นักท่องเที่ยวมีมุมมองที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและประสบการณ์ที่ได้รับ ด้านความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.28) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์โดยรวม และด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.21) แม้ว่าจะเป็นค่าต่ำสุดในกลุ่มปัจจัยแต่ยังอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมา

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัย ที่มีอิทธิพลสูงสุด ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองลงมาคือ เทคโนโลยีดิจิทัล และสุดท้ายคือ กลยุทธ์ทางการตลาด แม้ว่าปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดจะมีน้ำหนักค่าพารามิเตอร์น้อยที่สุดแต่ยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะปัจจัยแฝงที่ส่งผ่านอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

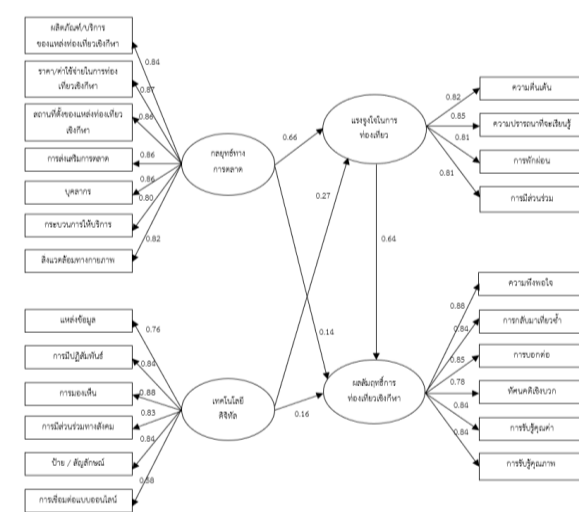
2.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด โดยมีองค์ประกอบสำคัญดังนี้ 1) ความปรารถนาที่จะเรียนรู้ มีอิทธิพลสูงสุดเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้โอกาสในการได้รับประสบการณ์ใหม่ 2) ความตื่นเต้น ส่งผลต่อความสนุกสนานและความท้าทายในการเข้าร่วมกิจกรรม 3) การพักผ่อนและการมีส่วนร่วม มีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกละเลยและช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน

2.2 เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นปัจจัยรองที่มีบทบาทสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การมองเห็น การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ 2) การมีปฏิสัมพันธ์และป้ายสัญลักษณ์ดิจิทัล ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างผู้จัดงานนักกีฬาและนักท่องเที่ยว

3) แหล่งข้อมูลและการเชื่อมต่อออนไลน์ จะช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้สะดวกและรวดเร็วผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2.3 กลยุทธ์ทางการตลาด แม้ว่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีองค์ประกอบหลักดังนี้ 1) ราคาและค่าใช้จ่าย การกำหนดค่าบริการที่เหมาะสมสำหรับสนามกีฬา ที่พัก และอาหารซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 2) สถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องมีความสวยงามและการเดินทางสะดวก และ 3) บุคลากรและกระบวนการให้บริการ การให้บริการที่เป็นมาตรฐานและการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว

3. การพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย สามารถแสดงดังภาพประกอบ 2 ต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2 โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุ

4. การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้เป็นเครื่องมือวัดความเหมาะสมของโมเดลภายหลังการปรับแก้ค่าสถิติ p-value เท่ากับ .12504 มากกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 ส่งผลให้ยอมรับสมมติฐานหลัก (Accept H0) แสดงว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการพิจารณาค่าสถิติจากผลลัพธ์การประมวลผล

ซึ่งหมายความว่า สมการโครงสร้างของโมเดลมีความเหมาะสมกับข้อมูลจริงที่เก็บรวบรวมมา

อภิปรายผล

1. เพื่อศึกษาระดับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย พบว่า ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่า การบอกต่อทัศนคติเชิงบวก ความพึงพอใจ และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ตามลำดับ สอดคล้องกับ ประทุม ขอบใจ (2566) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ที่พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย การบอกต่อทัศนคติเชิงบวก การรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณภาพ ความพึงพอใจ และการกลับมาเที่ยวซ้ำจัดอยู่ในระดับมาก ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นผลที่ได้จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปร่วมกิจกรรมกีฬา และท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ และรับรู้ได้ถึงคุณค่า คุณภาพจากการบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและพร้อมที่จะบอกต่อและมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภคสุภา เพชรรัตน์ภาพร และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ (2564) ที่พบว่า คุณค่าที่รับรู้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบด้านคุณค่าที่เหมาะสม เช่น ราคา ความสะดวกสบาย และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา

2. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด พบว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ ทศนียา กิตติภาคย์พฤต และคณะ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้าน

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านบุคลากรตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ ประทุม ขอบใจ (2566) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ที่พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงสูงมากและไปในทิศทางเดียวกัน และผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ในระดับที่สูงมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เช่นกัน ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรราคา/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าพารามิเตอร์มากที่สุด จากการศึกษาต่าง ๆ มีนักวิจัยหลายท่านที่มีข้อค้นพบที่สอดคล้องกันในเรื่องของราคา (Price) และบทบาทสำคัญที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึง ศิวจิตา ภูมิวรมุณี และอลิศรา ธรรมบุตร (2564) ที่ระบุว่า ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบคุณค่าของบริการกับราคาที่ต้องจ่ายและหากคุณค่าสูงกว่าราคา นักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มเลือกใช้บริการ (Kheawmai & Thanitbenjasith, 2024) ก็พบว่า ราคาเป็นปัจจัยสำคัญรองจากผลิตภัณฑ์ ส่วนการตัดสินใจเดินทางด้านสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Phetbuasak and Nakornkhet (2024) ที่วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบอกต่อ และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกอัลฟ

ในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่าการเข้าถึงสนามกอล์ฟ (Golf course accessibility) การบริหารจัดการสนามกอล์ฟ (Golf course management) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) และภาพลักษณ์ของประเทศ (Country image) ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสบการณ์ที่น่าจดจำ (Memorable experiences) ของนักกอล์ฟในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการ เช่น ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การจำหน่ายพรีออเดอร์ และการจัดโปรโมชั่นที่หลากหลายล้วนมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สนับสนุนให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และเกิดความพึงพอใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา สถานที่ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวสายกีฬา โดยเส้นทางที่สวยงามปลอดภัยและเอื้อต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถเพิ่มแรงจูงใจและความพึงพอใจของผู้ใช้สถานที่ได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด งานวิจัยพบว่า มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยอยู่ในระดับมากที่สุด การส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Pechmon and Ngamvichakit (2021) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา: กรณีศึกษาการแข่งขันวิ่งเทรลในประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก รวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบความสนใจพิเศษที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้าสู่ท้องถิ่นได้และเรื่องของการจัดการการตลาดของการวิ่งในภูมิประเทศหรือวิ่งเทรลซึ่งเป็นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมทั่วโลกและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่กำลังซื้อสูงเข้ามาได้ เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการจัดการการตลาดให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ในงานวิจัยของ อุมารินทร์ ราตรี (2563) ที่ระบุว่ากลยุทธ์การตลาดเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ให้ตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมี 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ และบุคลากร ที่ส่งผลต่อการตอบสนองคุณค่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ Regiondo (2023) ยังได้เน้นย้ำว่าในยุคดิจิทัล การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหัวใจหลักของการทำการตลาดสำหรับธุรกิจทัวร์และกิจกรรมกีฬา เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าได้รวดเร็วกว่าช่องทางออฟไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการนำเสนอเนื้อหาหรือกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ได้อย่างแตกต่างและน่าจดจำ ตัวแปรบุคลากร มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยในระดับมากที่สุดเช่นกัน ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ อุมารินทร์ ราตรี (2563) ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลสูงต่อการรับรู้คุณค่าทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะในกิจกรรมการวิ่งเพื่อสุขภาพที่จังหวัดอุบลราชธานี บุคลากรที่ให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความเอาใจใส่ในการบริการ จะส่งผลต่อความพึงพอใจและภาพลักษณ์ของผู้จัดงานกีฬาต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง การจัดทีมบุคลากรที่มีคุณภาพในงานท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงไม่ใช่เพียงแค่การตอบสนองบริการทั่วไป แต่ยังต้องเพิ่มมูลค่าทางประสบการณ์ (Experiential value) ให้กับนักท่องเที่ยวด้วย เช่น ให้ข้อมูลแนะนำเส้นทาง พื้นที่จัดการแข่งขัน การแจ้งเตือนความปลอดภัย รวมถึงการให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพหรือเทคนิคการเล่นกีฬา และ Albdairi et al. (2024) ได้วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเน้นไปที่การจองตั๋วเครื่องบิน ผลการวิจัยจากการใช้สถิติ Friedman and Kruskal-Wallis test ยังพบว่า อีกหนึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญ คือ บุคลากร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพของไกด์นำเที่ยว ผู้จัดการงานกีฬาและเจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มอัตราการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดราคาอย่างเหมาะสม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร จะช่วยให้ประเทศไทย

สามารถแข่งขันในเวทีนานาชาติและส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูงเช่นกัน จากผลการวิจัยพบว่าความเหมาะสมของเกมการแข่งขันและบรรยากาศของสถานที่พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก มีส่วนทำให้เกิดคุณค่าต่อผู้เข้าร่วมสอดคล้องกับ Kheawmai and Thanitbenjasith (2024) ที่ศึกษาเรื่องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทั้งสี่ด้านมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยผลิตภัณฑ์ หรือประสบการณ์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษานี้สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในไทยได้ โดยเฉพาะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของเมืองกีฬา เช่น การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด เช่น การแข่งขัน MotoGP ที่บุรีรัมย์ หรือ กิจกรรมกีฬาทางน้ำที่กระบี่ การนำกีฬาเข้าไปผสมผสานกับเอกลักษณ์ท้องถิ่น หรือ ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถขุดจุดเด่นของวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบเข้ากับเส้นทางแข่งขันหรืองานอีเวนต์พิเศษ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้เข้าร่วมซึ่งการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีมิติทั้งทางกายและจิตใจนี้ เป็นแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลต่อความพึงพอใจและกระตุ้นให้มีการกลับมาเยือนอีกครั้ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว ส่วนตัวแปรกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับมากที่สุดเช่นกัน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬาหรืออีเวนต์ เพื่อให้การดำเนินการมีมาตรฐานและมีความชัดเจน ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การรับสมัคร การลงทะเบียน การวัดผล จนถึงการมอบรางวัล สอดคล้องกับงานของ ทศนียา กิตติภาคย์ฤทธิ์ และคณะ (2563) ที่พบว่า

กระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปางอย่างมีนัยสำคัญ และเสนอว่าควรให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว และถูกต้อง พร้อมรองรับภาษาต่างประเทศ เพื่อสร้างมาตรฐานในระดับสากล และ Reihani and Khatibzadeh (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมชมการแข่งขันฟุตบอล และพบว่า การส่งเสริมการขาย บุคลากรกระบวนการราคา สถานที่ คุณภาพของการแข่งขันกีฬา (product) และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา (Physical evidence) เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับมาก และพบว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น กฎระเบียบ การรักษาความสะอาด ความสวยงาม และความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดกิจกรรมกีฬา เนื่องจากหากบรรยากาศมีความโดดเด่นและสะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น จะช่วยสร้าง Brand Image ที่ดีให้แก่ชุมชน และดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิวธิดา ภูมิธรรมนี้ (2564) ที่ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก ความเป็นเอกลักษณ์ ความโดดเด่น และความสวยงามของกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีแนวทางในการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการพื้นที่ทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางหลักและเส้นทางรองให้มีศักยภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีดิจิทัล มีอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานแบบออนไลน์ สะดวกรวดเร็ว ทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถแบ่งปันข้อมูลที่ใช้ร่วมกันได้ดี การปรับตัวในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ สร้างนวัตกรรมเชิงกระบวนการในการทำงานรูปแบบใหม่ที่ช่วยลดปัญหาและข้อผิดพลาดจากการทำงาน

ให้ลดน้อยลง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิไลรัตน์ ยาทองไชย และคณะ (2567) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยนวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะ บนฐานนโยบายประเทศไทย 4.0 ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมท่องเที่ยวอัจฉริยะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวม ส่วนจัดการข้อมูลท่องเที่ยว ส่วนจัดการสมาชิก ส่วนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนบุคคล และแชทบอตส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการประเมินความสามารถในการใช้งานได้ของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากผลการวิจัยมี 6 องค์ประกอบ คือ แหล่งข้อมูล ผลงานวิจัยพบว่า มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ข้อมูล/เนื้อหาของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหากแสดงไว้บนสื่อออนไลน์ที่ถูกต้องและสมบูรณ์ การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสะดวกและรวดเร็ว ฐานข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในรูปแบบของสื่อดิจิทัลที่ใช้สำหรับการสืบค้นข้อมูล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม เครื่องมือสำหรับสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมากในยุคปัจจุบัน และการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี พบว่านักท่องเที่ยวมีการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ยังสามารถทำงานผ่านระบบเครือข่ายผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้หลากหลาย เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างแรงบันดาลใจ และตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวได้ ใช้ประกอบการตัดสินใจต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ จึงส่งผลให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม การมีปฏิสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยอยู่ในระดับมากรองมาจากการมองเห็น ในการจัดกิจกรรมกีฬาผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยคอนเทนต์ที่แปลกใหม่น่าสนใจ สามารถสื่อสารกับทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา และยังช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างรัฐ ผู้จัดงาน ผู้ประกอบการ นักกีฬาที่เข้าร่วมงาน สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น

และจะเป็นลักษณะของการกระทำโต้ตอบกันผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ซึ่งผลงานวิจัยของ วชิระ โมราชาติ และดลฤดี พลมิตร (2566) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนเมืองชายแดน อำเภอเขมราฐ อำเภอนาตาล และอำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบ Digital content บนแอปพลิเคชันชุมชนเมืองชายแดน อำเภอเขมราฐ อำเภอนาตาล และอำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานีเป็นการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของชุมชนเมืองชายแดน อำเภอเขมราฐ อำเภอนาตาล และอำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จากแหล่งข้อมูลโดยตรง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลตามประเด็นที่นักท่องเที่ยวสนใจและมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีการเพิ่มข้อมูลและตอบข้อซักถามจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเจ้าของที่แท้จริง และสามารถให้ข้อมูลที่ทันสมัยครบถ้วน การมองเห็น ผลการวิจัยพบว่า มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก การมองเห็น คือ ภาพการแสดงออกต่างๆ ของการมองเห็นบนสื่อดิจิทัลที่โต้ตอบกับผู้ใช้ได้มากกว่าการสัมผัส เช่น พูดคุยโต้ตอบ รวมไปถึงหน้าจอการทำงานที่น่าสนใจทำความเข้าใจ และหาเครื่องมือในการใช้งานได้ง่าย ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สอดคล้องกับจิตาภา ธรรมรักษ์กุลและ อนิรุทธิ์ อัสวสกุลสร (2024) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม กรณีศึกษา: พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจำทวีจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า การนำเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมมาประยุกต์ใช้ในพิพิธภัณฑ์ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความน่าสนใจพร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และเป็นสื่ออีกหนึ่งช่องทางที่ใช้เพื่อจูงใจส่งเสริมประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ทำให้เกิดการเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านของพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจำทวีต่อไปในระดับที่ลึกซึ้งไปได้ การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีต่างๆ เชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์สื่อสาร

เคลื่อนที่ รวมถึง การแก้ปัญหาในการเชื่อมต่อออนไลน์ เพื่อใช้ดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Wang et al. (2567) ที่ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอาวุธขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอัจฉริยะเมืองซีอาน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวเห็นตรงกันว่า สื่อสังคมออนไลน์สำคัญอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะ และซีอานมีศักยภาพโดดเด่นเหมาะสมเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวอัจฉริยะ เพราะมีความพร้อมด้านการจัดเก็บข้อมูลออนไลน์ การตอบสนองนักท่องเที่ยวแบบเรียลไทม์ ซึ่งมีช่องทางติดต่อสื่อสารหลากหลาย รวมทั้งความทันสมัยด้านเทคโนโลยีการท่องเที่ยว และนวัตกรรมการท่องเที่ยวจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ และคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพของการสื่อสารออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับทุกประเภทกิจกรรมของการท่องเที่ยว และสะท้อนความพึงพอใจในระดับสูงเมื่อใช้กับการท่องเที่ยวประเภทพักผ่อนหย่อนใจ และประเภทกีฬาและสุขภาพ แต่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อบริการพื้นฐานของการท่องเที่ยวที่สุดแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวอัจฉริยะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ และกลับมาเที่ยวซ้ำ เพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมทางสังคม การทำกิจกรรมร่วมกัน มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร่วมกันผ่านทางสื่อดิจิทัล ทั้งในเรื่องของการเข้าถึง การแชร์และการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยในการดำเนินงาน จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน การจัดกิจกรรมกีฬาผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยคอนเทนต์ที่แปลกใหม่น่าสนใจ สามารถสื่อสารกับทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา และยังช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างรัฐ ผู้จัดงาน ผู้ประกอบการ นักกีฬาที่เข้าร่วมงาน สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น บ้าย / สัญลักษณ์ การแสดงสัญลักษณ์ เพื่อแสดงถึงความสำคัญของข้อความหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่แสดงคำแนะนำการใช้งาน รวมถึงคู่มือการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งจะทำความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลดีต่อการดำเนินงานและช่วยให้การทำงานมี

ประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ซึ่งผลงานวิจัยเชิงคุณภาพของพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ (2562) พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลที่นำเข้ามาใช้ใหม่ต้องอาศัยคู่มือในการใช้งาน (Manual) บางครั้งต้องการคำแนะนำในการใช้งานจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการทำงานได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด รวมทั้งป้าย / สัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากลสามารถสื่อสารให้พนักงานเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถนำไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพ

ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกีฬา พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จากการศึกษาพบว่ามีความพหุปรามิเตอร์มากที่สุด รองลงมาคือ ตัวแปรความตื่นเต้น และตัวแปรการพักผ่อนและตัวแปรการมีส่วนร่วม ความปรารถนาที่จะเรียนรู้ เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลสูงสุดของผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มักเปิดโอกาสให้ผู้เดินทางได้สัมผัสกิจกรรมใหม่ ๆ ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคมท้องถิ่น สอดคล้องกับ Guereño-Omil et al. (2024) ที่พบว่า กิจกรรมกีฬาทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับสถานที่และชุมชน ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งและมีความหมายมากยิ่งขึ้น ได้สัมผัสกิจกรรมในภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่หลากหลาย จึงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิด “ความปรารถนาที่จะเรียนรู้” และค้นพบประสบการณ์ใหม่ที่มีความหมายมากยิ่งขึ้น ความตื่นเต้น Johann et al. (2022) ได้ยืนยันเพิ่มเติมว่า ความท้าทายและการตอบสนองความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในเชิงรุก นอกจากนี้ Guereño-Omil et al., 2024 ได้อธิบายว่า ความตื่นเต้นที่เกิดจากประสบการณ์แปลกใหม่มีบทบาทในการหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวัน ซึ่งการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีมิติทั้งทางกายและจิตใจนี้ส่งผลต่อความพึงพอใจและกระตุ้นให้มีการกลับมาเยือนอีกครั้ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว การพักผ่อนและการมีส่วนร่วม Jiménez-García et al. (2020) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นโอกาสที่ดีในการพักผ่อนทั้งกายและใจ เนื่องจากผู้เข้าร่วมได้หลีกเลี่ยง

หนีจากความจำเจในชีวิตประจำวัน และเมื่อสถานที่จัดกิจกรรมมี โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ตลอดจนส่งเสริมให้ทุกคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนได้มีส่วนร่วมกัน ก็ยิ่งกระตุ้นให้เกิดการเดินทางซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth) ดังนั้น การเข้าใจและออกแบบกิจกรรม/ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการที่จะเรียนรู้ ความตื่นเต้น และการพักผ่อนและการมีส่วนร่วม จะช่วยสร้างประสบการณ์การเดินทางที่มีคุณค่า ต่อยอดสู่ความพึงพอใจและความภักดี (Loyalty) ในระยะยาวของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และบทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลาง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดให้เป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) ในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเทคโนโลยีดิจิทัลและปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) กับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาองค์ประกอบสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ 1) ความปรารถนาที่จะเรียนรู้ 2) ความตื่นเต้น และ 3) การพักผ่อนและการมีส่วนร่วม จะพบว่า แต่ละองค์ประกอบล้วนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจ และการตัดสินใจที่ชัดเจนขึ้นในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา และเดินทางมายังพื้นที่เป้าหมาย บทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลางของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) จากการวิเคราะห์ Mediation effect ค่า VAF = 0.39 แสดงถึงอิทธิพลบางส่วน (Partial mediation) ของตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (MTVT) ที่เชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) กับ ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (STAM) ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ วรรณกรรมเกรียงไกร และ ญัฐพล อัสสะรัตน์ (2563) ที่พบว่า เมื่อหน่วยงานภาครัฐหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม เช่น การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา กิจกรรมประชาสัมพันธ์ หรือการพัฒนาบุคลากร

เป็นต้น ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพิ่มขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและสร้างผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม 2) ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล Deng et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital technology) ไม่ว่าจะเป็นการตลาดออนไลน์ การเชื่อมโยงระบบการจอง การโปรโมตผ่านโซเชียลมีเดีย หรือการจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว สามารถส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial mediation) ที่ช่วยเพิ่มความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีดิจิทัลกับผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ร่วมกับการสร้างแรงจูงใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ก็จะสามารถยกระดับคุณภาพประสบการณ์ ความพึงพอใจและความภักดี (Loyalty) ต่อกิจกรรมกีฬาได้มากยิ่งขึ้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ แรงจูงใจเป็นตัวผลักดันการตัดสินใจเดินทางตามแนวคิด Push and pull factors (Dann, 1977) แรงจูงใจหรือปัจจัยผลัก (Push factors) เป็นกลไกภายในตัวบุคคลที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว “อยาก” เดินทางไปแสวงหาประสบการณ์และความสนุกสนาน ขณะที่ปัจจัยดึง (Pull factors) จากแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของสถานที่หรือกิจกรรมกีฬาเฉพาะทาง จะช่วยเร่งกระบวนการตัดสินใจให้เกิดขึ้นจริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยพบว่า ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมาจากแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสูงที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยเทคโนโลยีดิจิทัล และส่วนปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีตัวแปรที่ส่งผ่าน คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย จะเห็นว่าลำดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านความปรารถนาที่จะเรียนรู้ รองลงมาคือ ตัวแปรความตื่นเต้น ตัวแปรการพักผ่อน และตัวแปรการมีส่วนร่วมตามลำดับ ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มาก ดังนั้น จังหวัดสมควรคัดเลือกสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมและแปลกใหม่กับกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาผู้นำหรือบุคคลสำคัญ เช่น ผู้นำ ผู้บริหาร ดารา นักกีฬาที่มีชื่อเสียงของจังหวัด มาเข้าร่วมในการนำการรอกำลังกายและเล่นกีฬา จะทำให้เกิดความสนใจและจะช่วยการกระตุ้นการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดได้ อาทิ การสร้างความตื่นเต้นต่อกิจกรรมกีฬาควรดำเนินควบคู่กับการออกแบบปฏิทินกิจกรรมประจำปีที่ประกอบด้วยกิจกรรมเด่นในแต่ละไตรมาส (Quarterly signature events) อันมีลักษณะเฉพาะซึ่งสามารถปลุกเร้าความรู้สึกต้องไปให้ได้สักครั้ง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะสามารถกระตุ้นกระแสความกลัวการพลาดโอกาส (Fear of missing out หรือ FOMO) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางในระยะสั้นอย่างมีนัยสำคัญ

1.2 เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย พบว่า ตัวแปรการมองเห็น มีลำดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือตัวแปรการมีปฏิสัมพันธ์ และตัวแปรป้าย / สัญลักษณ์ ตัวแปรการมีส่วนร่วมทางสังคม ตัวแปรแหล่งข้อมูล และส่วนตัวแปรการเชื่อมต่อแบบออนไลน์ จึงควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เกิดประโยชน์ ซึ่งปัจจุบันการสื่อสารผ่านทางโลกออนไลน์ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ได้ผลมากที่สุด ณ เวลา นี้เพราะสามารถสื่อสารออกไปถึงกลุ่มบุคคลได้เป็นจำนวนมาก และหากมีการรีวิว สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเกิดขึ้น จะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจอยากเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาป้ายอัจฉริยะ (Smart signage) ที่สามารถให้ข้อมูลแบบเรียลไทม์เกี่ยวกับสภาพอากาศ เส้นทางเดินทางหรือผลการแข่งขัน โดยสามารถเข้าถึงได้ผ่านรหัสคิวอาร์เดียว (QR code) ซึ่งจะช่วยลดความเครียดและเพิ่มความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา นอกจากนี้ การจัดตั้ง

ศูนย์บัญชาการด้านการฟังเสียงผู้บริโภคบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social listening command center) ที่ติดตามและวิเคราะห์ปฏิกิริยาโดยอาศัยข้อมูลจากแฮชแท็ก เช่น SportsTourTH อย่างต่อเนื่อง จะเป็นกลไกสำคัญในการปรับกลยุทธ์การตลาดและการให้บริการให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอยู่ เป็นต้น

1.3 ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด พบว่า ตัวแปรราคา/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะมีลำดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ตัวแปรสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตัวแปรการส่งเสริมการตลาด และตัวแปรบุคลากร ตัวแปรผลิตภัณฑ์/บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตัวแปรกระบวนการให้บริการ และตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำองค์ความรู้ด้านการตลาดไปวางแผนและพัฒนาท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัด ให้เกิดเป็นรูปธรรมได้ตามบริบทของจังหวัดตนเองได้ เช่น โดยในด้านราคา (Price) ควรใช้นโยบายการกำหนดราคาแบบไดนามิก (Dynamic pricing) เช่น การลดราคาสำหรับผู้จองล่วงหน้า (Early-bird) หรือการรวมกลุ่มจองในลักษณะ “จ่าย 3 ได้ 4” เพื่อกระตุ้นอัตราการเข้าพักในช่วงนอกฤดูกาล ด้านสถานที่จัดงาน (Place) ควรพัฒนาโครงข่ายกิจกรรมกีฬาในรูปแบบคลัสเตอร์ขนาดเล็ก (Micro-hub sports cluster) บริเวณจุดเชื่อมโยงการเดินทางหลัก เช่น สถานีรถไฟหรือสนามบิน เพื่อลดความยุ่งยากในระยะต้นทางการเดินทาง (First-mile friction) ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรใช้กลยุทธ์การโฆษณาแบบต่อเนื่อง (Always-on) โดยเน้นการทำตลาดซ้ำต่อกลุ่มผู้ชมที่แสดงความสนใจ เช่น ผู้ที่ชมวิดีโอกิจกรรมเกินระยะเวลา 10 วินาที เพื่อสร้างการจดจำในระยะยาว ด้านบุคลากร (People) ควรพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่วและสามารถสร้างเนื้อหาเบื้องหลังกิจกรรม (Behind the scenes) เพื่อนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ ส่วนสินค้าและกระบวนการ (Product & process) ควรปรับกิจกรรมให้มีทั้งในรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) ได้แก่ การจัดในสถานที่จริงควบคู่กับการแข่งขันเสมือนจริง พร้อมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชันหลัก (Super-app) ที่สามารถให้บริการจองกิจกรรม ชำระเงิน และจัดส่งบิโบลีทริกซ์ (e-Bib) ได้ภายในแพลตฟอร์มเดียว ในด้านหลักฐานเชิงกายภาพ (Physical evidence)

ควรเน้นการออกแบบพื้นที่จัดกิจกรรมให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green stadium) และสร้างจุดถ่ายภาพ (Photo spot)

1.4 หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ประกอบในการตัดสินใจในการวางแผนและพัฒนา รวมถึง การลงทุนทั้งด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยี สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีคุณภาพ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างความปลอดภัยและการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการเข้าถึงพื้นที่จัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬา จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และดึงดูดให้พวกเขากลับมาเยี่ยมชม รวมถึงบอกต่อและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับทางจังหวัดอีกช่องทางหนึ่ง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การพัฒนาเครื่องมือวิจัยและขยายขอบเขตการศึกษางานวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาจแตกต่างกันตามลักษณะกิจกรรมกีฬาหรือประเภทกีฬาในแต่ละพื้นที่ของ 6 จังหวัดที่เป็นเมืองกีฬา ดังนั้น จึงควรพัฒนาและปรับปรุง เครื่องมือวิจัย ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของกีฬาแต่ละชนิด

2.2 ปรับปรุงขอบเขตการศึกษาให้ตรงกับเงื่อนไขในแต่ละพื้นที่ เนื่องจาก 6 จังหวัดเมืองกีฬามีบริบททางภูมิศาสตร์และทรัพยากรที่ต่างกัน การพัฒนาเครื่องมือจึงควรคำนึงถึงตัวแปรเฉพาะของจังหวัดนั้นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้เกิดข้อมูลที่สอดคล้องและสะท้อนความเป็นจริงในพื้นที่มากที่สุด

2.3 การนำโมเดลไปประยุกต์ใช้กับบริบทอื่นๆ แม้ว่างานวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้น “เมืองกีฬาในประเทศไทย” แต่ก็สามารถนำโมเดลหรือเครื่องมือที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่หลากหลาย เช่น เมืองท่องเที่ยวชายฝั่ง เมืองมรดกทางวัฒนธรรม หรือชุมชนภูเขา ซึ่งอาจมีกิจกรรมกีฬาที่แตกต่างไป การทำเช่นนั้นจะช่วยให้ได้องค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาเมืองกีฬาที่กว้างขวางและเป็นสากลยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. [รายงาน]. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เข้าถึงได้จาก www.mots.go.th
- จิตาภา ธรรมรักษกุล และ อนิรุทธิ์ อัครสกุลตร. (2567). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมกรณีศึกษา: พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจำทวี จังหวัดพิษณุโลก. วารสารด้านการบริหารธุรกิจและการเมือง, 13(1), 101–115.
- ทัศนียา กิตติภาคย์พฤต, ทิพวรรณ สุภกิจ, และ กนกกร สุมานะ. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6(3), 1–14.
- ทิพย์มณฑา กมลเพ็ชร, สันติ สุขประเสริฐ, และ สุพรรณิ คงมา. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 38(3), 101–124.
- บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน). (2568). *Thailand aims to be top sports tourism destination in SEA Games year*. The Nation Thailand. สืบค้นจาก <https://www.nationthailand.com/news/sport/40045904>
- ประทุม ชอบใจ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์. วารสารของสมาคมสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการแห่งประเทศไทย, 49(3), 85–97.
- พูนเพิ่ม เสรีชัยสวัสดิ์. (2562). การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ภคสุภา เพชรรัตน์ภาพร และ สุทธิภัทร อัสววิชัยโรจน์. (2564). การศึกษาคุณภาพบริการ คุณค่าที่รับรู้ และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(2), 65–80.
- วชิระ โมราชาติ และ ดลฤดี พลมิตร. (2566). การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนเมืองชายแดนอำเภอเขมราฐ อำเภอนาตาล และอำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี [รายงานวิจัย]. คณะบริหารธุรกิจ และการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วรภัทร์ ธรรมเกรียงไกร และ ณัฐพล อัสสระรัตน์. (2563). อิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรม การแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสมาร์ตโฟนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(164), 1–29.
- วิไลรัตน์ ยาทองไชย, สมศักดิ์ แต่งเล็ก, และ พรเทพ พิมลธรรม. (2567). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานพัสดุตามแนวคิดแบบลิ้น: กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 8(2), 109–123.
- ศิริธิดา ภูมิวรรณ และ อลิศรา ธรรมบุตร. (2564). ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยว โดยชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 3(3), 226–240.
- สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์. (2562). อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษามารารอน. *วารสารการจัดการอุตสาหกรรมเชิงนวัตกรรม สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น*, 106(1), 54–67.
- เส็งสูง เชา, อภิชาติ ลิ้มศุภพฤกษ์, และ ปราโมทย์ ธรรมรัตน์. (2563). การวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยและแบบดั้งเดิมของนักท่องเที่ยวเยาวชนนานาชาติ กรณีศึกษาของ ไทยและไต้หวัน. *วารสารการจัดการท่องเที่ยว*, 5(2), 18–34.
- อุมาพร รัตนพันธ์. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร. *วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(2), 135–148.
- อุมารินทร์ ราตรี. (2563). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา: กรณีศึกษากิจกรรมการวิ่งเพื่อสุขภาพในจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 14(1), 125–138.
- Albdairi, A. T. H., Faraj, D. O., & Yaqoop, K. M. (2024). The effect of tourism marketing mix elements on human resources in tourism institutions (An example: Airline ticket reservation offices and companies). In *2nd International Academic Conference of Humanities, Social Sciences and Law*. Thessaloniki, Greece.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Data Bridge Market Research. (2025). *Global diving tourism market report*. สืบค้นจาก <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-diving-tourism-market>
- Deelen, I., Janssen, M., Vos, S., Kamphuis, C. B. M., & Ettema, D. (2019). Attractive running environments for all? A cross-sectional study on physical environmental characteristics and runners' motives and attitudes, in relation to the experience of the running environment. *BMC Public Health*, 19, Article 366. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-6676-6>
- Deng, Y., Wang, X., & Ma, C. (2024). The impact of sports tourism motivation on tourist loyalty: The chain mediation effect of experience quality and tourist satisfaction. *International*

- Journal of Tourism Research*, 26(5), 1014–1031. <https://doi.org/10.1002/jtr.2769>
- Guereño-Omil, B., León-Guereño, P., Garro, E., Rozmiarek, M., Malchrowicz-Mośko, E., Młodzik, M., Włodarczyk, A., & ŁuĆ, B. (2024). Motivations behind active sport tourists participating in natural and cultural landscapes. *Sustainability*, 16(19), Article 8673. <https://doi.org/10.3390/su16198673>
- Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., Peña-Sánchez, A. R., & López-Sánchez, J. A. (2020). A bibliometric analysis of sports tourism and sustainability (2002–2019). *Sustainability*, 12(7), Article 2840. <https://doi.org/10.3390/su12072840>
- Johann, M., Mishra, S., Malhotra, G., & Tiwari, S. R. (2022). Participation in active sport tourism: Impact assessment of destination involvement and perceived risk. *Journal of Sport & Tourism*, 26(2), 101–123. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.2017326>
- Kamkankaew, P., & Thanitbenjasith, P. (2023). Synergizing Thai higher education with macro-marketing and circular economy principles: A paradigm shift in marketing education for sustainable societal progress. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 3(5), 309–322. <https://doi.org/10.60027/ijssar.2023.3385>
- Kheawmai, M., & Thanitbenjasith, P. (2024). Impact factors of the marketing mix in deciding whether Thai tourism travel to Chiang Dao District, Chiang Mai Province. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 4(5), 601–612. <https://doi.org/10.60027/ijssar.2024.5068>
- Mattayakorn, K., & Sudhinont, J. (2023). A causal relationship model of factors affecting tourist loyalty to sports tourism in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 44(1), 115–122.
- Pechmon, T., & Ngamvichaikit, A. (2021). *Development of management guidelines for sports tourism marketing: The case of trail running in Thailand*. [Paper presented at NEUNIC 2022].
- Phetbuasak, W., & Nakornkhet, K. (2024). Antecedents of willingness to recommend and revisit intention among international golf tourists in Thailand. *Rajapark Journal*, 18(61), 1–24.
- Regiondo. (2023, March 18). *Marketing mix for tour operators: The ultimate guide*. Regiondo Blog. สืบค้นจาก <https://pro.regiondo.com/blog/marketing-mix-tour-operators/>
- Reihani, E., & Khatibzadeh, M. (2021). Marketing mix in sport tourism context. *Journal of New Studies in Sport Management*, 2(3), 247–255.
- Wang, X., ชัยอิทธิพรวงศ์, ท., และ วรณศิริ, พ. (2567). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอาวุธขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอัจฉริยะเมืองเชียงใหม่. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยรังสิต*, 19(2), 220–232.
- Zeng, L., & Li, R. (2021). Evaluating the determinants of sustainable sports tourism development: A structural equation modeling approach. *Sustainability*, 13(18), 10245. <https://doi.org/10.3390/su131810245>
- Zhang, J. J., Kim, E., & Xing, W. (2020). Globalized and localized sports tourism marketing management. In J. J. Zhang & B. G. Pitts (Eds.), *Globalized and localized sports tourism* (pp. 3–28). World Scientific. https://doi.org/10.1142/9789811207143_0001
- Zhang, J. J., Pearson, D., Qian, T. Y., & Kim, E. S. (2020). *Sports tourism and sustainable development: Social and environmental perspectives*. Routledge.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
รถจักรยานไฟฟ้า ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
**Marketing mix factors influencing the decision to use electric bicycles
at Rajamangala University of Technology Isan Nakhon Ratchasima**

พรทิพย์ เอื้อธรรมถาวร (Pornthip Ueathamataworn)¹ บุฑริกา แก้วโพธิ์ (Buntarika Kaewpo)²
มนัสนันท์ สงรัตน์ (Manatsanan Songrat)³

Received: June 26, 2025

Revised: October 26, 2025

Accepted: November 28, 2025

¹ Corresponding Author. E-mail: pornthip.ue@rmuti.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา จำนวน 400 คน ได้มาโดยใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรทายามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 14,405 คน วิจัยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงปริมาณเพื่อหาค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.7 มีอายุระหว่าง 20-39 ปี ร้อยละ 73.5 65 กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือถือวุฒิปริญญาตรี ร้อยละ 73.8 อาชีพนักศึกษา จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ ต่ำกว่า 10,000 ร้อยละ 68.8 ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ทั้ง 7 ปัจจัย พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ (X1) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) ด้านกระบวนการให้บริการ (X5) และด้านลักษณะทางกายภาพ (X7) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (X2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3) และด้านบุคลากร (X6) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ดังเขียนเป็นสมการการพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการ $Y = -0.078 + 0.202(X1) + 0.100(X4) + 0.330(X5) + 0.302(X7)$

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจ, รถจักรยานไฟฟ้า, มหาวิทยาลัยสืเขียว

^{1,3} คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

Faculty of Science and Arts,
Rajamangala University of Technology Isan.

² นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
Undergraduate Student, Faculty of Science and Arts,
Rajamangala University of Technology Isan.

Abstract

This study aimed to examine the marketing mix factors influencing the decision to use electric bicycles at Rajamangala University of Technology Isan (RMUTI) Nakhon Ratchasima. The population and sample comprised 400 students and staff members from RMUTI, Nakhon Ratchasima, selected using Taro Yamane's formula with a confidence level of 95% from a total population of 14,405 individuals. Data were collected through questionnaires and analyzed using statistical software. Quantitative statistical methods, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used to describe the data, while multiple regression analysis was employed to examine the influence of marketing mix factors on service selection decisions.

The findings revealed that most respondents were female (203 individuals, 50.7%), aged 20–39 years (294 individuals, 73.5%), pursuing a bachelor's degree or holding a bachelor's degree (295 individuals, 73.8%), and primarily students (389 individuals, 97.3%) with an average monthly income of less than 10,000 THB (275 individuals, 68.8%). Among the seven marketing mix factors analyzed, four were found to significantly influence the decision to use the electric bicycle services at RMUTI, Nakhon Ratchasima at a .05 significance level. These factors were Product (X1), Promotion (X4), Process (X5), and Physical evidence (X7). However, Price (X2), Place (X3), and Personal (X6) did not have a significant effect on the decision. The predictive equation for the decision to use the service is as follows: $Y = -0.078 + 0.202(X1) + 0.100(X4) + 0.330(X5) + 0.302(X7)$.

Keywords: marketing mix, decision making, electric bicycle, green university

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสถานการณ์ปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปัญหามลพิษทางอากาศ รวมถึงฝุ่นละออง PM2.5 ได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชากรทั่วโลก ฝุ่น PM2.5 ซึ่งเป็นมลพิษขนาดเล็กสามารถเข้าสู่ระบบทางเดินหายใจและก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพที่ร้ายแรง เช่น โรคระบบทางเดินหายใจและโรคหัวใจ สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ภาคส่วนต่าง ๆ (มธส รุจิรวัฒน์ และคณะ, 2567) รวมถึงสถาบันการศึกษาเริ่มให้ความสำคัญกับการลดมลพิษและส่งเสริมแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีการนำแนวคิด Green University หรือมหาวิทยาลัยสีเขียว ซึ่งเป็นแนวคิดต้องการการส่งเสริมให้ประชาคมภายในมหาวิทยาลัย มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน และการใช้พลังงานทดแทน (พนวัน เปรมศรี และ โชติ บิตรีฐ, 2565) มากำหนดนโยบายและสร้างกลยุทธ์ของสถาบันการศึกษาหลายแห่งเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน โดยมีเป้าหมายในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการปล่อยมลพิษ และการใช้พลังงานสะอาด

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและมุ่งพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว โดยส่งเสริมการใช้พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถไฟฟ้าสาธารณะ และรถจักรยานไฟฟ้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางภายในมหาวิทยาลัยและลดการปล่อยมลพิษจากยานพาหนะที่ใช้พลังงานฟอสซิล ในความพยายามดังกล่าว มหาวิทยาลัยได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชนในการให้บริการรถจักรยานไฟฟ้าภายในพื้นที่ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเดินทางสำหรับนักศึกษาและบุคลากร เนื่องจากบริการรถไฟฟ้าสาธารณะที่มหาวิทยาลัยจัดให้ แม้จะมีเส้นทางรับส่งตามรอบเวลาที่กำหนด แต่ยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของมหาวิทยาลัย การเพิ่มตัวเลือกการเดินทางจึงช่วยให้การเดินทางภายในมหาวิทยาลัยมีความสะดวกและครอบคลุมมากขึ้น

รถจักรยานไฟฟ้า ได้เริ่มมีการให้บริการภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 รถจักรยานไฟฟ้าที่ให้บริการเป็นรถจักรยานที่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า

ขนาดเล็ก 2 ล้อ โดยให้ความเร็วสูงสุดที่ 25 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ซึ่งเหมาะสำหรับการเดินทางในระยะสั้น รูปแบบการให้บริการเป็นระบบเช่าใช้งาน โดยคิดค่าบริการตามระยะเวลา ผู้ใช้สามารถปลดล็อกและใช้งานรถจักรยานไฟฟ้าผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ผู้ใช้ต้องเติมเงินเข้าสู่ระบบก่อนการใช้งาน โดยแอปพลิเคชันจะคำนวณค่าใช้จ่ายตามระยะเวลาการใช้งานและหักเงินจากยอดเงินที่เติมไว้โดยอัตโนมัติ อัตราค่าบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 2 บาทต่อนาที

ในด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าของนักศึกษาและบุคลากรนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place or distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Physical Evidence) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Process) ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ (ศศิกันต์ แป้นประสิทธิ์ และคณะ, 2565) จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มการยอมรับและการใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าในหมู่นักศึกษาและบุคลากร รวมถึงส่งเสริมการเป็น Green University ของมหาวิทยาลัยอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นลักษณะการสำรวจ (Survey research) และใช้แบบสอบถามในการ

รวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place or distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Physical evidence) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Process) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 14,405 คน (พ.ศ.2567) โดยแบ่งเป็นนักศึกษา จำนวน 13,278 คน และบุคลากรจำนวน 1,127 คน ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนประชากรจำนวนทั้งหมด 400 ราย ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างนี้เพียงพอต่อการเป็นตัวแทนของประชากรข้อมูลของงานวิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและมีลักษณะ เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) ทั้งหมด และส่วนที่ 2 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าของนักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบสอบถามปลายปิดและเป็นมาตรส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ ระดับการตัดสินใจมากที่สุด ระดับคะแนน 5 จนถึงระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1 และแปลความตามอันตรภาคชั้น (Class interval) ดังค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจมากที่สุด จนถึงค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 แสดงว่าระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ในการศึกษานี้ ได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) เพื่อประเมินความสอดคล้องภายในของเครื่องมือวิจัย ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ 0.979 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 0.70 (Pallant, 2010) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้แบบสอบถามถูกจัดทำในรูปแบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Google forms เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงและการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดสถิติที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการบรรยายลักษณะของส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในรูปแบบของคณะผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อการอธิบายถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูลตัวแปร ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis: MRA) ในการทดสอบสมมติฐานและค่าความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรจากกรอบแนวคิดการวิจัยดังแสดงในภาพประกอบ 1 และสรุปผลแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจักรยานไฟฟ้าภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยพิจารณามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place or Distribution)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Physical Evidence)
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Process)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจักรยานไฟฟ้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 และกลุ่ม LGBTQ+ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เมื่อพิจารณาช่วงอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-39 ปี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือถือวุฒิปริญญาตรี จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักศึกษา จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 สำหรับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยสูงกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา สามารถแสดงข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา โดยภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการระดับการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.35	0.690	มากที่สุด
1.1 มีคุณภาพ พร้อมใช้งาน ทนทานต่อการใช้งานหนัก	4.39	0.760	มากที่สุด
1.2 มีอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น หมวกนิรภัย เป็นต้น	4.47	0.738	มากที่สุด
1.3 ประสิทธิภาพของรถจักรยานไฟฟ้า เช่น อัตราเร่ง ความเร็วสูงสุด	4.20	0.855	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.00	0.864	มาก
2.1 การคิดราคาค่าเช่า มีความเหมาะสมกับเวลาที่ใช้บริการ	3.75	1.085	มาก
2.2 มีการชี้แจงรายละเอียดราคาชัดเจน	4.26	0.866	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.48	0.667	มากที่สุด
3.1 ความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	4.46	0.724	มากที่สุด
3.2 ตำแหน่งที่ให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่	4.50	0.722	มากที่สุด
3.3 รถจักรยานไฟฟ้ามีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้งาน	4.47	0.715	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.07	0.776	มาก
4.1 การจัดโปรโมชั่นมีความน่าสนใจ เช่น ทดลองขับฟรี 10 นาที	4.20	0.834	มาก
4.2 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.94	0.955	มาก
5. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.39	0.728	มากที่สุด
5.1 มีการอำนวยความสะดวกและบริการ ที่รวดเร็วในการใช้บริการ เช่น มีรถจักรยานไฟฟ้าสำรองใช้ระหว่างซ่อมบำรุง	4.39	0.774	มากที่สุด
5.2 วิธีการชำระเงินมีความหลากหลาย	4.42	0.774	มากที่สุด
5.3 มีการแสดงขั้นตอนการให้บริการ อย่างชัดเจน	4.37	0.861	มากที่สุด
6. ด้านบุคลากร (People)	4.14	0.782	มาก
6.1 พนักงานมีการชี้แจงเกี่ยวกับ คุณสมบัติรถจักรยานไฟฟ้าให้ลูกค้าทราบ	4.12	0.854	มาก
6.2 พนักงานมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็น ความจริง ชัดเจนและเที่ยงตรง	4.19	0.829	มาก
6.3 พนักงานมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ เกี่ยวข้อง รับฟังปัญหา และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหา	4.12	0.836	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.44	0.683	มากที่สุด
7.1 มีความโดดเด่นของป้ายชื่อในสถานที่ ที่ให้บริการรถจักรยานไฟฟ้า	4.44	0.743	มากที่สุด
7.2 สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เช่น จุดจอดรถจักรยานไฟฟ้า	4.43	0.708	มากที่สุด
7.3 สถานที่ให้บริการรถไฟฟ้ามีรายละเอียดการใช้งานและข้อมูลผู้ ติดต่อบริการชัดเจน เครื่องมือ และอุปกรณ์การให้บริการมีความ ทันสมัย	4.45	0.748	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	0.741	มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา โดยสรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้านอยู่ที่ 4.27 จัดอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคมาก

เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.667) โดยรายการที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ตำแหน่งจุดให้บริการที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.683) ซึ่งรายการที่ได้รับคะแนน

สูงสุด ได้แก่ สถานที่ให้บริการรถจักรยานไฟฟ้ามีรายละเอียดการใช้งานและข้อมูลการติดต่อผู้ให้บริการอย่างชัดเจน รวมถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย ถัดมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.728) โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญสูงสุดกับความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.690) ซึ่งรายการที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย เช่น หมวกนิรภัย ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.864), ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.776) และด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.782) จากผลการวิเคราะห์ในภาพรวมสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญถึงองค์ประกอบทางด้านการตลาดในการส่งเสริมการใช้บริการ โดยเมื่อวิเคราะห์อย่างละเอียดเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.690) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่าปัจจัยที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น หมวกนิรภัย ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.738) ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอุปกรณ์เป็นอย่างมาก รองลงมาคือ ด้านคุณภาพ ความพร้อมใช้งาน และความทนทานต่อการใช้งานหนัก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.760) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการคาดหวังให้รถจักรยานไฟฟ้ามีคุณภาพที่ดีและสามารถรองรับการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนด้านประสิทธิภาพของรถจักรยานไฟฟ้า เช่น อัตราเร่งและความเร็วสูงสุด ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.855) ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของรถจักรยานไฟฟ้า แต่มีความคาดหวังในระดับที่ต่ำกว่าปัจจัยด้านคุณภาพและความปลอดภัย

2. ด้านราคา (Price) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.864) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่า ด้านการมีบริการชี้แจงรายละเอียดราคาชัดเจน ส่งผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.866) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการกำหนดราคาและความชัดเจนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับค่าบริการ รองลงมาคือด้านความเหมาะสมของการคิดค่าบริการเมื่อเทียบกับระยะเวลาการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.085)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.667) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่า ด้านตำแหน่งที่ให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.722) รองลงมาคือ ด้านรถจักรยานไฟฟ้ามีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้งาน ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.715) และด้านความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.724) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความง่ายต่อการเข้าถึงการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ในมหาวิทยาลัย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.776) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่าด้านการจัดโปรโมชั่นที่มีความน่าสนใจ เช่น การทดลองขับฟรี 10 นาที ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยเห็นด้วยว่าปัจจัยนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.834) รองลงมาคือ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.955)

5. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลอีสาน นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.728) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่า ด้านการแสดงขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน ได้รับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.774) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความชัดเจนของกระบวนการให้บริการ ซึ่งช่วยให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกและเข้าใจง่าย รองลงมาคือ ด้านความสะดวกและบริการที่รวดเร็วในการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.774) และ ด้านวิธีการชำระเงินที่มีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.861) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกและรวดเร็วของบริการ รวมถึงตัวเลือกในการชำระเงินที่ตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ

6. ด้านบุคลากร (People) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.782) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่า ด้านพนักงานมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นความจริง ชัดเจน และเที่ยงตรง ได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.829) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากพนักงาน รองลงมาคือ ด้านพนักงานมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของรถจักรยานไฟฟ้า ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.854) และ ด้านพนักงานให้ข้อมูลข่าวสาร รับฟังปัญหา และให้คำปรึกษา ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.836) แสดงให้

เห็นว่าผู้ใช้บริการคาดหวังให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่วยแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.683) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยย่อยพบว่า ด้านรายละเอียดสถานที่ให้บริการ เช่น มีป้ายบ่งชี้ที่ชัดเจนและข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้ใช้บริการ ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.748) สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ครบถ้วนและความชัดเจนของสถานที่ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านความโดดเด่นของป้ายชื่อสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.743) และ ด้านความสะอาดของสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.708) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการมองเห็นและความสะอาดของสถานที่ให้บริการ ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจและความสะดวกในการใช้งาน

การวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	VIF
	Coefficients		Coefficients			
	b	S.E.	Beta			
ค่าคงที่	-0.078	0.137		-0.570	.569	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (X1)	0.202	0.040	0.195	5.006	.000	2.318
ด้านราคา (Price) (X2)	0.012	0.030	0.015	0.408	.683	1.995
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) (X3)	0.003	0.049	0.003	0.065	.948	3.229
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (X4)	0.100	0.034	0.109	2.938	.004	2.100

ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	VIF
	Coefficients	S.E.	Coefficients			
	b	S.E.	Beta			
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) (X5)	0.330	0.049	0.338	6.739	.000	3.832
ด้านบุคลากร (People) (X6)	0.057	0.037	0.063	1.534	.126	2.543
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (X7)	0.302	0.048	0.290	6.329	.000	3.215
R Square	0.7490					
Adjusted R Square	.744					

ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทางกลับกันปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านบุคลากร (People) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ สามารถพัฒนาสมการพยากรณ์เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดและการตัดสินใจใช้บริการได้ดังนี้

$$Y = -0.078 + 0.202(X1) + 0.100(X4) + 0.330(X5) + 0.302(X7)$$

นอกจากนี้ค่า R² เท่ากับ 0.749 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 74.90 ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถของโมเดลในการพยากรณ์พฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ได้อย่างแม่นยำในระดับสูง ดังนั้น ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้าให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างที่มาจากนักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า พบว่าในภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่เหลือในภาพรวมได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีผลต่อระดับการตัดสินใจอยู่ระดับมาก

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ของนักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา โดยการใช้การวิเคราะห์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิจัยพบว่ามี 4 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในขณะเดียวกันพบว่ามี 3 ปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านบุคลากร นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถนำมาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิด Green University ของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของยานพาหนะไฟฟ้าผ่านการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย เช่น หมวกนิรภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ใช้บริการยังคำนึงถึงคุณภาพและประสิทธิภาพของรถจักรยานไฟฟ้า ซึ่งรวมถึงความทนทาน อัตราเร่งสูงสุดและความสะดวกในการใช้งาน ปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพผลิตภัณฑ์ของ Garvin (1987) ที่ระบุว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยหลายมิติ รวมถึงประสิทธิภาพในการทำงาน (Performance) ความทนทาน (Durability) และความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) ของ Davis (1989) ที่เน้นการรับรู้ถึงประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน (Perceived ease of use) เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์ ภัคดีสุข (2560) ซึ่งระบุว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของเทคโนโลยีรถไฟฟ้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกฎ มงคลโสภณรัตน์ (2562) และทศมงคล พงศ์พันธ์ (2564) ที่พบว่าประสิทธิภาพของเทคโนโลยีไฟฟ้ามีบทบาทสำคัญในการจูงใจผู้บริโภคให้เลือกซื้อรถไฟฟ้า ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าความปลอดภัยและประสิทธิภาพของยานพาหนะไฟฟ้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นในระดับของการใช้บริการขนส่งสาธารณะหรือการตัดสินใจซื้อยานพาหนะไฟฟ้าส่วนบุคคล

2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ โดยโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น การทดลองขับฟรี 10 นาที การให้ส่วนลด หรือของแถม สามารถกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการได้ นอกจากนี้ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ยังช่วยสร้างการรับรู้และดึงดูดผู้ใช้บริการ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับทฤษฎี 7Ps Marketing Mix ของ Booms และ Bitner (1981)

ที่ระบุว่าการส่งเสริมทางการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งฤทัย คมกฤส (2558) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการยานพาหนะสาธารณะ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างแรงจูงใจและผลักดันให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการได้

3) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกและความรวดเร็วของการให้บริการ ซึ่งรวมถึงการมีรถจักรยานไฟฟ้าสำรองระหว่าง การซ่อมบำรุง การกำหนดขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ตลอดจนระบบการชำระเงินที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับทฤษฎี 7Ps Marketing Mix ของ Booms and Bitner (1981) ที่เน้นความสำคัญของกระบวนการให้บริการในธุรกิจ นอกจากนี้ รวมถึงสอดคล้องกับแบบจำลอง SERVQUAL (Service quality) ของ Parasuraman et al. (1988) ที่ระบุว่ากระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพประกอบด้วยมิติ ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รักสินธุ์ แสงรุจี (2564) ซึ่งระบุว่ากระบวนการให้บริการที่สะดวกและมีประสิทธิภาพส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าในอนาคต และงานวิจัยของ ทศมงคล พงศ์พันธ์ (2564) ที่พบว่าความอำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า สรุปได้ว่ากระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

4) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความชัดเจนของป้ายชื่อ ข้อมูลการติดต่อผู้ให้บริการ และการจัดวางอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย นอกจากนี้ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ให้บริการยังช่วยเสริมสร้างความ

เชื่อมั่นในการใช้บริการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแบบจำลอง SERVQUAL (Service quality) ของ Parasuraman et al. (1988) ที่ระบุมิติด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นหนึ่งในห้ามิติของคุณภาพการบริการ ซึ่งครอบคลุมสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ บุคลากร และสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการให้บริการ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รักษ์สินธิ์ แสงรุจี (2564) ที่ระบุว่าสภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของสถานที่ให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคเครื่องมือและอุปกรณ์การให้บริการมีความทันสมัย, มีความโดดเด่นของป้ายชื่อในสถานที่ให้บริการ รถจักรยานไฟฟ้า และสถานที่ให้บริการมีความสะอาด เช่น จุฬจอยตรจักรยานไฟฟ้า

5) ปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านราคา (Price) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อาจเนื่องมาจากอัตราค่าบริการที่ 2 บาท ต่อนาที ซึ่งคิดตามระยะเวลาใช้งานจริง เป็นราคาสมเหตุสมผลและอยู่ในระดับเข้าถึงได้สำหรับนักศึกษาและบุคลากร โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายและความสะดวกสบายในการเดินทางภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเดินทางระยะสั้น ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่สูงมาก ผู้ใช้บริการจึงให้น้ำหนักที่คุณค่าที่ได้รับจากการใช้บริการ (Value) มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Value-based pricing ที่ระบุว่าผู้บริโภคตัดสินใจโดยพิจารณาจากคุณค่าที่ได้รับมากกว่าราคาเพียงอย่างเดียว (Zeithaml, 1988)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ อาจเนื่องมาจากรูปแบบการให้บริการที่ใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงบริการ ทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและปลดล็อกจักรยานไฟฟ้าได้จากทุกที่ภายในมหาวิทยาลัยที่มีรถพร้อมให้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังจุดบริการตายตัว ซึ่งความยืดหยุ่นนี้ส่งผลให้ผู้ใช้สามารถเริ่มต้นและสิ้นสุดการใช้งานได้จากหลากหลายจุด ซึ่งแตกต่างจากระบบรถไฟฟ้าสาธารณะที่มหาวิทยาลัยจัดให้ที่มีเส้นทางและเวลาที่กำหนด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับทฤษฎี Service location theory ที่ระบุว่าในพื้นที่ที่มีการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงบริการ และมีความยืดหยุ่นในการกระจายจุดบริการ การกระจาย

ช่องทางในรูปแบบดั้งเดิมอาจไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาดในการตัดสินใจ (Ghosh & McLafferty, 1987)

ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเนื่องจากลักษณะของบริการรถจักรยานไฟฟ้าที่ใช้ระบบบริการอัตโนมัติ (Self-service) ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก โดยผู้ใช้บริการสามารถดำเนินการใช้รถจักรยานไฟฟ้าด้วยตนเอง ซึ่งลดบทบาทของบุคลากรในกระบวนการให้บริการอย่างมาก นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรในยุคดิจิทัลมีความคุ้นเคยและชำนาญในการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะ Gen Z และ Millennials ที่ต้องการความเป็นอิสระและความรวดเร็วในการใช้บริการ จึงให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของระบบและความสะดวกในการใช้งานด้วยตนเองมากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคลากร ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิด Self-service technology (SST) ของ Meuter et al. (2000) ที่ระบุว่าในบริการที่ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลาง บทบาทของบุคลากรลดลง และผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวก ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของระบบมากกว่ารวมถึงสอดคล้องกับแนวโน้มการใช้บริการแบบ Contactless และ On-demand ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยเฉพาะหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้ผู้คนคุ้นเคยกับการใช้บริการที่ลดการสัมผัสและไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบุคลากรโดยตรง

ทั้งนี้แม้ว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจใช้บริการ แต่ไม่ได้หมายความว่าปัจจัยเหล่านี้ไม่สำคัญต่อการดำเนินงาน ผู้ให้บริการยังคงต้องรักษามาตรฐานในด้านเหล่านี้ไว้ให้อยู่ในระดับเหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจที่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการในอนาคต

6) ความเชื่อมโยงกับแนวคิด Green university สำหรับผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเชื่อมโยงกับแนวคิด Green university ของมหาวิทยาลัยได้ โดยเฉพาะในมิติด้านการขนส่งที่ยั่งยืน การดำเนินโครงการรถจักรยานไฟฟ้าไม่เพียงแต่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษ แต่ยังเป็นเครื่องมือในการปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ยั่งยืนให้กับนักศึกษาและบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีข้อมูลบางส่วนที่ไม่สามารถนำมาใช้งานได้จริง เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่สอดคล้องกับข้อคำถาม ดังนั้นผู้วิจัยควรชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามจะได้ตอบแบบสอบถามตรงประเด็นยิ่งขึ้น

1.2 งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถไฟฟ้า ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อาทิ กลุ่มเจ้าของกิจการ กลุ่มผู้ขับขี่ภายนอก เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นสำหรับผู้สนใจทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องนี้ ควรมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ เพื่อให้รับรู้ถึงมูลเหตุที่มีอิทธิพลหรือปัจจัยอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า

เอกสารอ้างอิง

กรกฎ มงคลโสภณรัตน์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กานต์ ภัคดีสุข. (2560). ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ทศมงคล พงศ์พันธ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พนาวัน เปรมศรี และ โชติ บดีรัฐ. (2565). ผลสัมฤทธิ์การดำเนินการสู่ความเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว. *Journal of Modern Learning Development*, 7(9), 442–435.

มธุรส รุจิรวัฒน์, อภิชาติ สุขวิทย์, และ ณิชพล ทรัพย์สมบูรณ์. (2567, 20 มีนาคม). PM2.5: วิกฤตฝุ่นละอองในประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ. สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์. <https://www.cri.or.th/th/articles-20240320/>

รักษสินธ์ แสงรุจี. (2564). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าของผู้ใช้รถยนต์เครื่องสันดาปในประเทศไทยที่ต้องการเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศติกานต์ แป้นประสิทธิ์, สมชาย แก้วสุข, และ จิราพร ใจดี. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคร้าน มอongช้างคาเฟ่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 13(2), 324–338.

หนึ่งฤทัย คมกฤส. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เข้าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). *Marketing strategies and organization structures for service firms*. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services* (pp. 47–51). American Marketing Association.

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.

- Ghosh, A., & McLafferty, S. L. (1987). *Location strategies for retail and service firms*. Lexington Books.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). *Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters*. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64. <https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.50.18024>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pallant, J. (2010). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS*. Open University Press/McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52 (3) , 2 -2 2 . <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

ผลการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต
เพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย
โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี

**The effects of international food cooking activities
through demonstration teaching to enhance preschool
children's basic mathematics abilities, BFS School, Nonthaburi Province**

พรพิมล เลิศล้ำ (Phonphimon Loeslam)¹ ดารารัตน์ อุทัยพยัคฆ์ (Dararat UthaiPAYAK)²
ศุภวรรณ เล็กวิไล (Supawan Lekvilai)³

Received: August 17, 2025

Revised: September 14, 2025

Accepted: September 16, 2025

¹ Corresponding author, Email: spypornpimon@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต ประชากรได้แก่ เด็กปฐมวัยชาย-หญิง จำนวน 7 คน อายุระหว่าง 3 - 4 ปี ศึกษาอยู่ชั้นอนุบาลปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ที่โรงเรียน บี เอฟ เอส ในจังหวัดนนทบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต จำนวน 24 แผน และแบบทดสอบวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย จำนวน 4 ด้าน ด้านละ 5 ข้อ รวมทั้งหมด 20 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 1.00 ระยะเวลาในการทดลอง 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 40 นาที ในช่วงกิจกรรมเสริมประสบการณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า เด็กปฐมวัยมีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์สูงกว่าก่อนการทดลอง

ทั้งโดยรวม และรายด้าน การสังเกต การจำแนกประเภท การจัดลำดับ การเปรียบเทียบ

คำสำคัญ: การประกอบอาหารนานาชาติ, การสอนแบบสาธิต, ความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์, เด็กปฐมวัย

Abstract

This research aimed to compare preschool children's basic mathematics abilities before and after implementation of international food cooking activities through demonstration teaching. The population consisted boys and girls, of 7 preschool children, aged 3-4 years, studied in Preschool level 1 in the second semester of the academic year 2024 at BFS School in Nonthaburi Province. The research instruments were 24 lesson plans on international food cooking activities through demonstration teaching and the preschool children's basic mathematics abilities test with 4 aspects, 5 items per each aspect, totaling 20 items, with a consistency index (IOC) of 1.00. The experiment duration was 8 weeks, 3 days a week, with 40 minutes each, during the experience enhancement activities. The statistics used for data analysis were mean and standard deviation.

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Master of Education Program, Faculty of Education,
Phranakhon Rajabhat University.

^{2, 3} คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Faculty of Education, Phranakhon Rajabhat University.

The results found that preschool children after implementation of international food cooking activities through demonstration teaching had higher basic mathematics abilities than before the experiment.

Keywords: international cooking activities, demonstration teaching, basic mathematics abilities, preschool children

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาทักษะพื้นฐานเป็นรากฐานสำคัญในการเรียนรู้โดยเฉพาะเด็กปฐมวัยเนื่องจากคณิตศาสตร์มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งคณิตศาสตร์ช่วยให้มนุษย์มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การคิดอย่างมีเหตุผล เป็นระบบ มีแบบแผน สามารถวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ได้อย่างรอบคอบและถี่ถ้วน ช่วยให้คาดการณ์ ในการวางแผน การตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้คณิตศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือในการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และศาสตร์อื่น ๆ อันเป็นรากฐานในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติให้มีคุณภาพและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ทัดเทียมกับนานาชาติ การศึกษาคณิตศาสตร์จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560, น.1)

การพัฒนาความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ให้เด็กปฐมวัยในหลักสูตรปฐมวัย พุทธศักราช 2561 ครูควรจัดกิจกรรมโดยให้เด็กได้สังเกต จำแนกประเภท จัดลำดับ และเปรียบเทียบด้วยตนเอง ความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์เป็นความสามารถเบื้องต้นที่ควรส่งเสริมให้กับเด็กปฐมวัยได้รับการพัฒนาเพื่อปลูกฝังให้เด็กใช้ความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ในการทำกิจกรรม และสิ่งที่ตนเองสนใจเพื่อกระตุ้นการสังเกต สิ่งของเหมือนกันหรือต่างกัน โดยสอนให้เด็กปฐมวัยสังเกตวัตถุหรือสิ่งของที่เหมือนตามขนาด รูปร่าง สี เช่น ให้อุปกรณ์ที่เด็กพบเห็นในชีวิตประจำวัน การจัดลำดับ

สิ่งของ โดยสอนให้เด็กจัดลำดับสิ่งของหรือวัตถุสำหรับเด็กอายุ 3 - 4 ปี ตามขนาดความยาว ความสูง น้ำหนัก เช่น เรียงลำดับจากใหญ่ที่สุดไปเล็กที่สุด ยาวที่สุดไปจนสั้นที่สุด สูงที่สุดไปเตี้ยที่สุด จำแนกประเภทการจัดหมวดหมู่ โดยสอนให้เด็กจัดสิ่งของเป็นหมวดหมู่ตามการเรียกชื่อสิ่งของ เช่น กองนี้เป็นช้อน กองนี้เป็นแก้วน้ำ กองนี้เป็นชามและการจัดหมวดหมู่ตามลักษณะที่กำหนดให้ (สถาบันราชานุกูล กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, 2557, น.20)

การส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์มีหลากหลายวิธี วิธีการสอนแบบสาธิตเป็นหนึ่งในวิธีที่จะส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ เนื่องจากการสอนแบบสาธิตเป็นกระบวนการที่ผู้สอนใช้ในการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด มีลำดับขั้นตอน โดยการสอนแบบสาธิตช่วยให้เด็กทั้งชั้นได้เห็นการปฏิบัติจริงด้วยตนเองจากการสาธิตของครู ทำให้เด็กเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องคณิตศาสตร์นั้นชัดเจนขึ้น

การจัดกิจกรรมประกอบอาหารเป็นกิจกรรมที่เด็กได้ใช้ประสาทสัมผัสในการชิมรสชาติ และรับรู้กลิ่นต่าง ๆ ได้เรียนรู้ถึงส่วนผสมและวัตถุดิบในการทำอาหาร ได้ลงมือปฏิบัติจริง มีการคาดคะเนกะปริมาณ รู้จักอุปกรณ์ที่ใช้ในการชั่งสิ่งของ เช่น ตาชั่งกิโล ตาชั่งสองแขน ถ้วยตวง ช้อนตวง และหน่วยมาตรฐานของน้ำหนัก มีหน่วยเป็นกิโลกรัมและปอนด์ การตวงของเหลวมีหน่วยเป็นช้อนชาช้อนโต๊ะ ถ้วยตวง ลิตร (วรนาท รักสกุลไทย และครูอนุบาลโรงเรียนเกษมพิทยา, 2558, น.55) การจัดกิจกรรมประกอบอาหารนานาชาติ คือ อาหารที่ไม่ใช่เฉพาะอาหารไทยเพียงอย่างเดียวแต่เป็นอาหารของชาติอื่น ๆ เช่น ในเรื่องของวัฒนธรรม การเสิร์ฟอาหาร ส่วนผสม วัตถุดิบ เครื่องปรุง และวิธีการปรุงต่าง ๆ อาจจะแตกต่างออกไปจากการประกอบอาหารไทย

ได้สัมภาษณ์ผู้บริหารและคณะครู ของโรงเรียน บี เอฟ เอส โดยสัมภาษณ์ว่า จากการศึกษารายงานการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับปฐมวัยโรงเรียน บี เอฟ เอส ได้มีข้อเสนอแนะส่วนหนึ่งว่า เด็กปฐมวัยควรได้รับการจัดการเรียนการสอนให้มีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ให้เหมาะสมกับวัย ผู้บริหารโรงเรียน บี เอฟ เอส จึงมีนโยบายที่จะพัฒนาการเรียน

การสอน เพื่อส่งเสริมพัฒนาความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กโดยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสม เพื่อให้เด็กมีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ ในการสังเกต การจำแนกประเภท การจัดลำดับ และการเปรียบเทียบให้สอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัยพุทธศักราช 2560 ได้กล่าวถึงมาตรฐานที่ 10 โดยกำหนดมาตรฐานคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 3 - 4 ปี เรื่องมีความสามารถในการคิดที่เป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ได้เหมาะสมกับวัยไว้ใน 10.1.1 บอกลักษณะของสิ่งต่าง ๆ จากการสังเกตโดยใช้การสัมผัส 10.1.2 จับคู่หรือเปรียบเทียบสิ่งต่าง ๆ โดยใช้ลักษณะหรือหน้าที่การใช้งานเพียงลักษณะเดียว 10.1.4 เรียงลำดับสิ่งของหรือเหตุการณ์อย่างน้อย 3 ลำดับ (จารุพันธ์ นวีรัตน์, 2566)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยที่จะศึกษาผลของการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โรงเรียนบี เอฟ เอส ซึ่งจะช่วยให้เด็กมีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์เพิ่มขึ้น มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น เกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง ได้ลงมือปฏิบัติจริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาเด็กปฐมวัยชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 3 – 4 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นอนุบาลปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 โรงเรียน บี เอฟ เอส รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน

2. ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง ใช้เวลาในการทดลอง 10 สัปดาห์ รวมทดสอบ โดยแบ่งเป็นการทดสอบก่อน 1 สัปดาห์ และหลังทดลอง 1 สัปดาห์

และการทดลอง 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 40 นาที

3. เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะใช้เวลาตั้งแต่วันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ.2567 ถึงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ.2568 สัปดาห์ละ 4 วัน วันละ 40 นาที รวมทั้งสิ้น 24 ครั้ง

4. สถานที่เก็บข้อมูล คือ โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตและความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี

2. ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษารายงานการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับปฐมวัย (พ.ศ. 2565) ของโรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี

3. จัดทำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต และแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

4. รวบรวมข้อมูลจากการประเมินความสอดคล้องของแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตและแบบทดสอบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข และนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

5. กระบวนการในการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต ซึ่งมีกระบวนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตมีขั้นเร้าความสนใจ ขั้นสอนเพื่อความสามารถปฏิบัติ ขั้นสรุป พื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐาน สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพเครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต

2. แบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

ขั้นตอนการสร้างและการหาคุณภาพของแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

1. ศึกษาคู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 แนวคิดทฤษฎีการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต เพื่อกำหนดแนวทางในการจัดทำแผนการจัดกิจกรรมประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจัดทำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

3. นำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ

4. นำแผนเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องของแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบวิเคราะห์ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับเนื้อหาในแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) จากนั้นนำคะแนนที่ได้จากการลงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ใน 3 คน หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา กับจุดประสงค์ ซึ่งได้ค่า IOC ของแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ตามเกณฑ์จึงอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

5. นำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญแล้วมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ โดยปรับแก้ไขให้สอดคล้องกับหน่วยการเรียนรู้และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม และวัตถุประสงค์ จะต้องสอดคล้องกับการประเมินผลความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

6. นำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ที่ปรับปรุงแล้วไป (Try-out) กับเด็กชั้นอนุบาลปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์ เมืองทองจำนวน 30 คน ห้องละ 10 คน ในวันอังคารที่ 3 ธันวาคม 2567

7. นำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย มาปรับปรุงให้สมบูรณ์

ขั้นตอนในการสร้างแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

1. ศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 แนวคิดทฤษฎีและหลักการต่างๆ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ที่ครอบคลุมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

2. วางแผนการสร้างแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โดยการรวบรวมเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้จากหลักสูตร เอกสารแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย 4 ชุด มีจำนวนชุดละ 5 ข้อ รวม 20 ข้อ ดังนี้

- 3.1 ชุดที่ 1 การสังเกต จำนวน 5 ข้อ
- 3.2 ชุดที่ 2 จำแนกประเภท จำนวน 5 ข้อ
- 3.3 ชุดที่ 3 การจัดลำดับ จำนวน 5 ข้อ
- 3.4 ชุดที่ 4 การเปรียบเทียบ จำนวน 5 ข้อ

4. นำแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามวัดคุณสมบัติกับผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน

5. นำคะแนนที่ได้จากการลงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ใน 3 คน หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา กับจุดประสงค์ (IOC) อยู่ที่ 1.00 จึงอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้ มาปรับปรุงแก้ไขแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่เสนอแนะว่า ควรเขียนคำให้สม่าเสมอและตรงกับชื่อเรื่อง

6. นำแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยไปทดลองใช้ (Try-out) กับเด็กปฐมวัยที่ไม่ใช่ประชากรโรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์เมืองทอง ศึกษาชั้นอนุบาลปีที่ 2 ปีการศึกษา 2567 นำแผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ที่ปรับปรุงแล้วไป (Try-out) กับเด็กชั้นอนุบาลปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์ เมืองทองจำนวน 30 คน ห้องละ 10 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของแบบทดสอบ

7. นำผลการทดลองที่ได้มาวิเคราะห์คุณภาพเพื่อคัดเลือกแบบทดสอบภาคปฏิบัติที่มีความยาก 0.64 ค่าอำนาจจำแนก 0.86 ซึ่งข้อสอบที่ดีควรมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.69 ขึ้นไป และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบภาคปฏิบัติทั้งฉบับ

8. นำแบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วมาทำเป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาครั้งนี้

แบบแผนการทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ผู้วิจัย ดำเนินการทดลองโดยใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวและใช้แบบแผนการวิจัยแบบอนุกรมเวลากลุ่มเดียว (One - group time - series design) ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง ดังตาราง 1

ตาราง 1 แบบแผนการทดลอง

ก่อนทดลอง	ระหว่างการทดลอง	หลังทดลอง
T_1	X	T_2

ความหมายของสัญลักษณ์

T_1 แทน การทดสอบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยก่อนจัดกิจกรรม

X แทน การจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย

T_2 แทน การทดสอบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยและการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบก่อนการทดลอง (Pre-test) กับประชากรที่ใช้ในการทดลอง เพื่อหาความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ โดยใช้แบบทดสอบภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ซึ่งเป็นแบบทดสอบภาคปฏิบัติ ใช้เวลาในการทดสอบ 1 สัปดาห์ โดยใช้แบบทดสอบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2. ผู้วิจัยดำเนินการทดลอง โดยใช้แผนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย กับประชากร ซึ่งทำการทดลองในกิจกรรมเสริมประสบการณ์ ใช้เวลาในการทดลอง 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 40 นาที รวมทั้งสิ้น 24 ครั้ง ระหว่างทำการทดลองเก็บข้อมูลโดยการสังเกตพฤติกรรมของเด็กผ่านการจดบันทึกหลังแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้

3. เมื่อดำเนินการทดลองครบ 8 สัปดาห์ ผู้วิจัยทำการทดสอบหลังการทดลอง (Post-test) กับประชากรที่ใช้ในการทดลองโดยใช้แบบทดสอบชุดเดิม ใช้เวลาในการทดสอบ 1 สัปดาห์

4. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการทดสอบไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาวิเคราะห์ข้อมูล
เสนอตามลำดับขั้นตอนดังนี้

หาค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนจากแบบทดสอบ
ภาคปฏิบัติวัดความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์
ของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการทดลอง

1. ค่าเฉลี่ย
2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติ
โดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐาน

ทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โรงเรียน บี เอฟ เอส
จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทาง
คณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยก่อนการทดลองและหลังการ
ทดลองที่ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหาร
นานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต สถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ดังที่แสดงในตาราง 2 ความสามารถพื้นฐานทาง
คณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยหลังการทดลองสูงกว่าก่อน
การทดลองทุกด้าน ดังนี้

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ก่อนการทดลองและหลังการทดลองที่
ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตโดยภาพรวม

ความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ ของเด็กปฐมวัย	N	ก่อนการทดลอง (20 คะแนน)		หลังการทดลอง (20 คะแนน)		ผลต่าง
		μ	σ	μ	σ	
ความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติ โดยการสอนแบบสาธิตโดยภาพรวม	7	6	1.63	13	1.15	7

จากตาราง 2 พบว่า เด็กปฐมวัยมีค่าเฉลี่ยความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของหลังการจัดกิจกรรม
การประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง โดยก่อนการทดลองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (μ)
= 6 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 1.63 และหลังจากได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอน
แบบสาธิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (μ) = 13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 1.15 และมีค่าเฉลี่ยของผลต่างเท่ากับ (D) = 7

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดกิจกรรมการ
ประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต โดยจำแนกเป็นรายด้าน

ความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ ของเด็กปฐมวัย	N	ก่อนการทดลอง (20 คะแนน)		หลังการทดลอง (20 คะแนน)		ผลต่าง
		μ	σ	μ	σ	
การสังเกต	7	1.14	0.69	2.86	0.38	1.72
การจำแนกประเภท	7	1.14	0.69	2.86	0.69	1.72
การจัดลำดับ	7	1.57	0.79	3.43	0.79	1.86
การเปรียบเทียบ	7	2.14	0.69	3.86	0.69	1.72

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์
ของเด็กปฐมวัย โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี มีค่าคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการประกอบอาหาร
นานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต โดยจำแนกรายด้านนั้น เด็กปฐมวัยมี

1. การสังเกต ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ก่อนการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 1.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(σ) = 0.69 และหลังการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 2.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.38 และมีค่าเฉลี่ยของผลต่าง
(D) = 1.72 แสดงว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต
หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. การจำแนกประเภท ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ก่อนการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 1.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.69 และหลังการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 2.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.69 และมีค่าเฉลี่ยของผลต่างเท่ากับ (D) = 1.72 แสดงว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. การจัดลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ก่อนการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 1.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.79 และหลังการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.79 และมีค่าเฉลี่ยของผลต่างเท่ากับ (D) = 1.86 แสดงว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. การเปรียบเทียบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ก่อนการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 2.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.69 และหลังการทดลองมีค่าเฉลี่ย (μ) = 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) = 0.69 และมีค่าเฉลี่ยของผลต่างเท่ากับ (D) = 1.72 แสดงว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัย

เด็กปฐมวัยมีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ หลังได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต สูงกว่าก่อนทดลอง ทั้งภาพรวมและรายด้าน

อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต โรงเรียนบี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า หลังได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต มีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์สูงขึ้นกว่าก่อนการทดสอบทั้งภาพรวม และรายด้าน

ก่อนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติ โดยการสอนแบบสาธิต จำนวน 8 สัปดาห์ 24 แผน เป็นกิจกรรมที่ทำให้เด็กได้รับการสอนโดยการสาธิตของครูและเด็กได้รับประสบการณ์ตรงโดยการลงมือทำผ่านขั้นตอนและกระบวนการในการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตประกอบด้วยอาหารของชาติตะวันตก และอาหารชาติตะวันออก เป็นเมนูที่เด็ก ๆ สนใจและสามารถทำได้ เช่น สเปกเก็ต คาโบนาร่า แซนวิช พิซซ่า เป็นอาหารของชาติตะวันตก ส่วนของชาติตะวันออกจะเป็น ราเมง ซูชิ ขนมหีบ เป็นต้น ซึ่งในการประกอบอาหารนานาชาติ นั้น เด็กได้ใช้ประสาทสัมผัสการสังเกต เช่น ตาในการมองขนาดและสี หูใช้ในการฟังเสียงดัง เบา จมูกใช้ในการดมกลิ่นหอม เหม็น ลิ้นใช้รับรส รสหวาน รสเค็ม รสเปรี้ยว มือใช้สัมผัสเย็น ร้อน อ่อน นุ่ม หยวบ ละเอียดโดย การจำแนกประเภทเด็กแบ่งประเภทของสิ่งของ โดยหาเกณฑ์หรือสร้างเกณฑ์ในการแบ่งจะเลือกใช้เกณฑ์ 2 อย่าง เช่น จำนวน ความเหมือน และความต่าง ของการจำแนกรูปร่างเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรในระหว่างการประกอบอาหาร การจัดลำดับเด็กสามารถสามารถเรียงลำดับอุปกรณ์ ขั้นตอน วัตถุดิบ อาหาร เช่น การเรียงลำดับก่อน - หลัง การเรียงลำดับสูงไปหาต่ำ หรือสั้นไปหา ยาว บอกอันดับที่ของสิ่งต่าง ๆ ไม่เกิน 3 สิ่ง และการเปรียบเทียบ เด็กสามารถเปรียบเทียบจำนวนของสิ่งต่าง ๆ สองกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนไม่เกิน 5 ว่ามีจำนวนเท่ากันหรือไม่เท่ากัน ขนาดใหญ่ - เล็ก น้ำหนักมาก - น้อย ความกว้าง ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปออกมาเป็นขั้นตอนการจัดกิจกรรม 3 ขั้น ดังนี้

ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตเพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นแรกความสนใจ เป็นการนำเข้าสู่บทเรียนด้วยการตั้งคำถาม ปริศนาคำทาย เพลง และคำคล้องจองหรือสื่อ เพื่อให้เด็กเกิดความสนใจในกิจกรรม และกระตุ้นให้เด็กได้มีการสังเกต จำแนกประเภท จัดลำดับและรู้จักการเปรียบเทียบ

ชั้นสอนและปฏิบัติ

1. ครูและเด็กสร้างข้อตกลงในการประกอบอาหารนานาชาติ

2. ครูแนะนำวัตถุดิบอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารนานาชาติ

3. ครูได้สาธิตวิธีการประกอบอาหารโดยให้เด็กสังเกตโดยใช้ประสาทสัมผัส เช่น ตาในการมองขนาดและสี หูใช้ในการฟังเสียงดัง เบา จมูกใช้ในการดมกลิ่นหอม เหม็น ลิ้นใช้รับรส รสหวาน รสเค็ม จำแนกประเภทของวัตถุดิบโดยหาเกณฑ์หรือสร้างเกณฑ์ในการแบ่งจะเลือกใช้เกณฑ์ 2 อย่าง เช่น จำนวน ความเหมือน และความต่าง ของการจำแนกรูปทรงเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร การจัดลำดับการประกอบอาหารเรียงลำดับอุปกรณ์ ขั้นตอน วัตถุดิบ อาหาร เช่น การเรียงลำดับก่อน - หลัง การเรียงลำดับสูงไปหาต่ำ หรือสั้นไปหายาว บอกอันดับที่ของสิ่งต่าง ๆ ไม่เกิน 3 สิ่ง เปรียบเทียบในการประกอบอาหารเปรียบเทียบจำนวนของสิ่งต่าง ๆ สองกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนไม่เกิน 5 ว่ามีจำนวนเท่ากันหรือไม่เท่ากัน ขนาดใหญ่ - เล็ก น้ำหนักมาก - น้อย ความกว้าง ครูและเด็กสร้างข้อตกลงเบื้องต้นในการประกอบอาหารให้เข้าใจร่วมกัน

4. เด็กลงมือปฏิบัติจริงโดยมีครูคอยชี้แนะและคอยดูแลอย่างใกล้ชิดตลอดในการทำกิจกรรมและร่วมกันรับประทานอาหารหลังจากนั้นเด็ก ๆ ช่วยกันเก็บอุปกรณ์เข้าที่ให้เรียบร้อย

ขั้นสรุป เด็กนำเสนอผลงานโดยครูให้เด็กเล่าประสบการณ์ในการประกอบอาหาร สังเกต จำแนกประเภทของวัตถุดิบ การจัดลำดับการประกอบอาหาร เปรียบเทียบก่อนและหลังในการประกอบอาหาร

จากการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต ครูพบว่า การประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตสามารถพัฒนาความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยได้โดยภาพรวม แยกเป็นรายด้านได้แก่ เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต กิจกรรมที่ครูจัดขึ้นสอดคล้องกับความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย (สุภาวิณี ลายบัว, 2559, น.9) กล่าวว่า คณิตศาสตร์สำหรับเด็กปฐมวัย หมายถึง

กิจกรรมที่ครูจัดขึ้นเพื่อสร้างความรู้และทักษะที่เหมาะสมกับวัยทางคณิตศาสตร์ เพื่อให้โอกาสเด็กได้สร้างความรู้และทักษะ ปลูกฝังให้เด็กรู้จักการค้นคว้า และแก้ปัญหา ให้เด็กมีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่อง การเปรียบเทียบ การเรียงลำดับ การวัด การจับคู่หนึ่งต่อหนึ่ง ก่อนที่เด็กจะเรียนเรื่องตัวเลขและวิธีคิดคำนวณ และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ (สุพิชฌาย์ ทนทาน, 2559, น.28) กล่าวว่า คณิตศาสตร์สำหรับเด็กปฐมวัย หมายถึง การเรียนรู้จากสถานการณ์ในชีวิตประจำวันของเด็กในด้านจำนวน การวัด การจำแนกสิ่งต่าง ๆ การเปรียบเทียบ และการเรียนรู้สัญลักษณ์ของคณิตศาสตร์มาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความรู้ และทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์โดยวางแผนการจัดประสบการณ์ และเปิดโอกาสให้เด็กได้ลงมือ ปฏิบัติจริง และเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างมีความสุข

จากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต สามารถส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยได้ทั้งภาพรวมและรายด้าน คือ การสังเกต การจำแนกประเภท การจัดลำดับ การเปรียบเทียบ ซึ่งจากการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต เด็กปฐมวัยมีความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ที่สูงขึ้นกว่าก่อนการทดลองซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ สุพรพิศ ผลรักษา (2556, น.11) พบว่า ความสำคัญของการจัดกิจกรรมการประกอบอาหาร คือ คุณประโยชน์ที่เด็กจะได้รับจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการประกอบอาหารร่วมกับเพื่อน ครูและพ่อแม่ ทั้งในด้านการเรียนรู้วิทยาศาสตร์จากการสังเกตความเปลี่ยนแปลงของอาหารขณะประกอบอาหารโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเรียนรู้คณิตศาสตร์จากการชั่ง ตวง วัด ปริมาณ เรียนรู้ภาษาจากการอภิปรายวางแผนร่วมกัน คำศัพท์จากชื่ออาหาร ผัก ผลไม้ อุปกรณ์ต่าง ๆ การอ่านและการเขียนเมนูอาหาร ได้ฝึกความคิดและจินตนาการ ได้พัฒนากล้ามเนื้อเล็กจากการลงมือปฏิบัติการประกอบอาหาร ในการหยิบจับ ล้าง หั่น ซอย สับ เช็ดถู ทำความสะอาด กับทั้งนี้การจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต

จัดเป็นการเรียนรู้ให้เด็กได้รับประสบการณ์ตรง สอดคล้องกับที่ นุชอนงค์ ถิรนนทนากกร (2559, น.43) พบว่า การประกอบอาหารเป็นกิจกรรมเพื่อให้เด็กได้รับประสบการณ์ตรงที่เป็นรูปธรรมผ่านขั้นตอน และกระบวนการประกอบอาหารประเภทต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับพัฒนาการเด็กเพื่อให้เด็กได้เรียนรู้ เกิดความคิดรวบยอดและพัฒนาทักษะกระบวนการต่าง ๆ อย่างสมดุลจากการได้ลงมือปฏิบัติจริงโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า การจัดประสบการณ์การประกอบอาหารเป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนที่เน้นเด็กเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ในการจัดกิจกรรมการประกอบอาหาร นานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต ครูควรศึกษา แผนการจัดประสบการณ์โดยการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิตให้เข้าใจก่อนนำไปใช้ เพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนได้ตรงตามวัตถุประสงค์

1.2 ครูควรศึกษาคู่่มือการใช้แผนการจัดประสบการณ์โดยการจัดกิจกรรมการประกอบอาหาร นานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต ตลอดจนจัดเตรียม สื่อการสอน เช่น วิดีทัศน์ YouTube ให้พร้อมและเพียงพอในการทำกิจกรรมเพื่อให้เด็กได้ทำกิจกรรมครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในแผน

1.3 ในระหว่างทำกิจกรรมต้องมีความยืดหยุ่นเรื่องเวลา อาจปรับเปลี่ยนเวลาบ้างในบางวันตามความเหมาะสมและต้องยืดหยุ่นผู้เรียนเป็นสำคัญ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้นักสังเกตและการจำแนกมีการพัฒนาน้อยที่สุด นำมาวิจัยในครั้งต่อไป

2.2 การจัดกิจกรรมการประกอบอาหาร นานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต สามารถนำไปพัฒนา ด้านอื่น ๆ ได้ เช่น พัฒนาด้านการฟัง ด้านการพูด ด้านการอ่านและด้านการเขียน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560*. สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 สำหรับเด็กอายุ 3-6 ปี*. สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา.
- จารุพันธ์ จ.วีรัตน์. (2566, 27 พฤศจิกายน). *ผู้อำนวยการโรงเรียนบีเอฟเอส [สัมภาษณ์]*.
- นุชอนงค์ ถิรนนทนากกร. (2559). *การพัฒนาความสามารถในการคิดและแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยโดยการจัดประสบการณ์ประกอบอาหาร* [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรนาท รักสกุลไทย และคณะ. (2558). *สุดยอดเทคนิคการเรียนรู้แบบครูปฐมวัยอาชีพ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. แสบปีเลิร์นนิ่ง.
- สถาบันราชานุกูล กรมสุขภาพจิต. (2557). *การเตรียมความพร้อมทักษะพื้นฐานด้านการอ่านในเด็กปฐมวัย*. ปียอนด์ พับลิชชิ่ง.
- สุพรพิศ ผลรักษา. (2556). *ผลการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารโดยใช้วรรณกรรมเป็นฐานที่มีต่อความสามารถทางการสังเกตของเด็กปฐมวัย โรงเรียนราษฎร์พัฒนา จังหวัดสุรินทร์* [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุพิชฌาย์ ทนทาน. (2559). *ผลการจัดประสบการณ์โดยใช้เกมการศึกษาที่มีต่อความสามารถทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย* [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- สุภาวณี ลายบัว. (2559). *การพัฒนาเกมการศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมทางคณิตศาสตร์สำหรับนักเรียนระดับชั้นอนุบาล 2 โรงเรียนสาธิตอนุบาลราชมงคล*. [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

รูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่อง ของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์

The model of modern organization management in customer decision-making with amulet rental businesses in Nakhon Sawan province

พูลเกิต ชารี (Poolkerd Charee)¹ ปกรณ์ ปรีชาภรณ์ (Pakorn Prechaporn)²

Received: July 30, 2025

Revised: August 27, 2025

Accepted: September 10, 2025

¹ Corresponding author, kerdcharee1220@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาสร้างรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์และเพื่อประเมินรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์เป็นการวิจัยผสมผสาน ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 405 คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม ค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.65 ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.79 และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) r เท่ากับ 0.34 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ R^2 เท่ากับ .637 นั่นคือ การตัดสินใจของลูกค้าในการ

เช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 14 ปัจจัย สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ได้ถึงร้อยละ 63.70 และการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ ร้อยละ 63.70 ($F = 75.432$, $p = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย .403 และพบว่า รูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์มีความสำคัญความเหมาะสมและเป็นประโยชน์กับลูกค้าในระดับดีเยี่ยม

คำสำคัญ: รูปแบบการตัดสินใจ, การเช่าพระเครื่อง, ธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่

Abstract

Research on the model decision-making patterns to customers rents amulets from modern amulet rental businesses in Nakhon Sawan province has the objectives to study the decision-making pattern of customers in renting amulets of the modern amulet rental business in Nakhon Sawan province, to study and create a decision-making

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการองค์การยุคใหม่ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก.
Doctor of Philosophy Program in Modern Organization Management, Faculty of Liberal Arts, Krirk University.

² คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก.
Faculty of Liberal Arts, Krirk University.

pattern of customers in renting amulets of the modern amulet rental business in Nakhon Sawan province, and to evaluate the decision-making pattern of customers in renting amulets of the modern amulet rental business in Nakhon Sawan Province. It is a mixed method research. The population and sample size are equal to 405 people. The research instrument is a questionnaire. The index of consistency is equal to 0.65, the reliability (α) is equal to 0.79, and the discriminant power is equal to (Discrimination) $r = 0.34$. Data were analyzed by descriptive statistics and Multiple regression analysis (MRA).

The research results found that the coefficient of determination R^2 was .637, that is, the decision of customers in renting amulets of the new amulet rental business in Nakhon Sawan province, all 14 factors, can explain the change in customers' decision-making in renting amulets of the new amulet rental business in Nakhon Sawan province by 63.70 percent and the decision-making of customers in renting amulets of the new amulet rental business in Nakhon Sawan province by 63.70 percent ($F = 75.432$, $p = .000$) with statistical significance at the .05 level and a standard error of prediction of .403. It was found that the decision-making pattern of customers in renting amulets of the new amulet rental business in Nakhon Sawan province is important, appropriate, and beneficial to customers at an excellent level.

Keywords: decision making patterns, amulet rental, modern amulet rental business

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจพระเครื่อง ในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าสูงเกือบ 20,000 ล้านบาท และธุรกิจเหล่านี้ยังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจ โดยคาดว่าจะยังมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 10-20 ต่อปี ปัจจุบันมา

เกี่ยวข้องกับ การหาขายง่าย ความนิยม สภาพของพระเครื่องหรือความสมบูรณ์ของพระเครื่อง ความพึงพอใจของทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ ราคาของพระเครื่องที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพระต่างๆ นั้นถือเป็นเกณฑ์ในเบื้องต้นเท่านั้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับฐานะผู้เป็นเจ้าของพระเครื่อง (admin, 2005) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย กล่าวว่า ปี พ.ศ. 2550 ธุรกิจที่มีฐานบนความศรัทธาที่มีมูลค่าสูงถึง 40,000 ล้านบาท มีความเป็นไปได้สูงว่า ปัจจุบันสถานการณ์มูลค่าพระเครื่องสูงขึ้นกว่าเดิมมาก ทั้งยังมีธุรกิจเกี่ยวข้องต่อเนื่องกับพระเครื่อง เช่น ธุรกิจการสร้างพระ นิตยสารพระเครื่อง ธุรกิจโฆษณา เป็นต้น ซึ่งน่าจะทำให้สภาพคล่องหมุนเวียนในธุรกิจพระเครื่องทั้งวงจรมากกว่า 40,000 ล้านบาท ซึ่งธุรกิจพระเครื่องรุ่งเรืองเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2496 ที่เริ่มมีการเปิดให้เช่าพระเครื่องได้ต้นมะขามรอบท้องสนามหลวง ก่อนจะย้ายมายังใต้ถุนศาลอาญาประมาณ ปี พ.ศ. 2500 (กฤษฎาศุภวรรธนกุล, 2557) ในปีพ.ศ. 2553 มีการบันทึกสถิติการเช่าพระสมเด็จวัดระฆังพิมพ์ใหญ่ด้วยราคาสูงถึง 35 ล้านบาท ทำให้พระเครื่องเป็นหนึ่งในมวลสารส่วนประกอบพระเครื่องที่มีมูลค่าสูงที่สุดในโลกแต่ละปีมีเงินหมุนเวียนในวงการพระเครื่องมากกว่า 7 พันล้านบาท ไม่รวมการปล่อยเช่าในระบบออนไลน์และการเช่าประมูลในต่างประเทศคาดว่าจะมีเงินที่อยู่ในแวดวงพระเครื่องสูงถึง 1.5 หมื่นล้านบาท (The Standard Wealth, 2021) และปี พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมามีวงการพระเครื่องถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความมั่นคง แล้วเติบโตขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งเป็นการสวนกระแสกับสภาพเศรษฐกิจ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 ซึ่งมีส่วนทำให้ธุรกิจต่างๆ ลดลงตรงกันข้ามกับวงการพระเครื่องในเมืองไทยที่มีความต้องการของนักสะสมพระเครื่องและนักเก็งกำไร ทำให้เกิดเขียนพระรุ่นใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก นักวิเคราะห์ต่างมองธุรกิจพระเครื่องในรอบปี พ.ศ. 2565 ซึ่งมีเงินหมุนเวียนอยู่ในตลาดพระเครื่องประมาณนับพันล้านบาท ไม่รวมถึงตลาดพระเครื่องออนไลน์ที่มีอัตราการเติบโต ซื้อหาหมุนเวียนกันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศคาดว่าจะอาจมีมูลค่าสูงกว่าหมื่นล้านบาทแม้สังคมโลกจะก้าวล้ำไปด้วยเทคโนโลยีแต่สภาพสังคมไทยความเชื่อตามหลักพระพุทธศาสนาเลื่อมใสในพระเถระ

ครูบาอาจารย์หล่อหลอมความศรัทธาในพุทธคุณของ วัตถุมงคล เกิดกระแสความนิยมของกลุ่มบุคคลอย่าง แพร่หลายธุรกิจการเช่าซื้อพระเครื่องกลับเติบโตสวน กระแสและได้รับความนิยมจากนักนิยมสะสมอย่าง กว้างขวาง (Khaosod Online, 2566) ปัจจัยการเช่าพระ เครื่อง พบว่า ปัจจัยเกี่ยวข้องคือ การหายากง่าย ความ นิยม สภาพของพระเครื่องหรือความสมบูรณ์ของพระ เครื่อง ความพึงพอใจของทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ ราคาของ พระเครื่องที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพระต่าง ๆ นั้นถือเป็น เกณฑ์เบื้องต้นเท่านั้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับฐานะผู้ เป็นเจ้าของพระเครื่อง (admin, 2023) จากการศึกษา สถานการณ์เช่าพระเครื่องจากบริษัทแห่งหนึ่ง นำเสนอ ว่า การเช่าพระเครื่องมีปัจจัยหลายประการสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้เช่าพระเครื่องตัดสินใจเพื่อเช่าพระเครื่อง ไม่ ว่าจะเป็นเพศ อายุ ข้อมูลความรู้ความเข้าใจทั้งจากการ ได้รับฟังจากการเล่าเรื่อง จากสื่อเผยแพร่ ได้แก่ หนังสือ วิทยุ หรือสื่อออนไลน์ หรือจากบุคคลที่เป็นสมาชิกใน ครอบครัวหรือเพื่อน เป็นต้น หรือทัศนคติของผู้เช่า ความชอบ ความสนใจ ความนิยม หรือความเชื่อ อีกทั้ง ราคาเช่าพระเครื่อง รูปทรงพระเครื่อง ความสมบูรณ์ ความแปลก ความเก่า หรือชื่อเสียงเกิอาจารย์เจ้าของ พระเครื่อง เป็นต้น มีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจของลูกค้าเพื่อเช่าพระเครื่องจากบริษัท คุณลักษณะและวิธีเลือกพระเครื่อง พบการเลือกพระ ประจำวันเกิด ได้แก่ พระเครื่องสำหรับคนเกิดวันอาทิตย์ เป็นพระปางมารวิชัย เป็นพระพิมพ์ที่พระพุทธรเจ้าทรง เอาชนะพญามารคนเกิดวันจันทร์เป็นพระยอดขุนพล วัน จันทร์มีเสน่ห์ แต่ขาดอำนาจวาสนา พระเครื่องสำหรับ คนเกิดวันจันทร์ที่ช่วยเสริมคือตระกูล พระยอดขุนพล ช่วยเสริมบารมีในอำนาจยิ่งนักคนเกิดวันอังคารเป็นพระ เนื้อผงต่างๆ พระผงในตระกูลพระสมเด็จ ซึ่งพระเครื่อง สำหรับคนเกิดวันอังคาร พระผงพุทธคุณที่ไม่ผ่านความ ร้อน พุทธานุภาพขององค์พระจะช่วยให้จิตใจเยือกเย็น เป็นสมาธิคนเกิดวันพุธกลางวัน เป็นพระยืนปางลีลา กลางคืนเป็นพวกเครื่องรางของขลัง พระเครื่องสำหรับ คนเกิดวันพุธ เนื่องจากวันพุธเป็นฤกษ์แห่งการทำกิน พระเครื่องจะเสริมดวงป้องกันอาถรรพ์ต่าง ๆ คนเกิดวัน พฤหัสบดีเป็นพระปางเปิดโลกพระเครื่องที่มีพุทธ ลักษณะเป็น พระยืนปางเปิดโลก คนเกิดวันศุกร์เป็นพระ

ปิดตา พระภควัมปติ เพื่อเป็นลักษณะอณูสติเตือนใจ มิ ให้หลงในสิ่งต่าง ๆ และเสริมดวงโชคลาภวาสนา และคน เกิดวันเสาร์เป็นพระเนื้อว่านจากธรรมชาติมีคุณลักษณะ ที่เย็นและบริสุทธิ์จากธรรมชาติ เป็นต้น

การตัดสินใจถือเป็นหนึ่งในกระบวนการที่สำคัญ ที่สุดของชีวิตมนุษย์ เพราะทุกการกระทำล้วนมีผลลัพธ์ ที่ต้องรับผิดชอบ การมีทักษะในการตัดสินใจจึงไม่ใช่ เพียงความสามารถในการเลือกสิ่งที่ถูกต้องเท่านั้น แต่ ยังรวมถึงความสามารถในการประเมินทางเลือกที่ หลากหลาย วิเคราะห์ผลกระทบของแต่ละทางเลือก และ สามารถคาดการณ์ผลลัพธ์ได้อย่างมีเหตุผล Kapur (2024) ชี้ว่าทักษะการตัดสินใจมีความสัมพันธ์อย่าง ใกล้ชิดกับคุณภาพชีวิตและความสำเร็จในหลายด้าน ทั้งการศึกษา การทำงาน และการดำเนินชีวิตประจำวัน การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพมักเกิดจากการผสมผสาน ระหว่างความรู้ ความเข้าใจเชิงวิเคราะห์ ประสบการณ์ ที่ผ่านมา รวมถึงการจัดการอารมณ์และความรู้สึกภายใน ตัวบุคคลเองกระบวนการตัดสินใจนั้นสามารถมองได้ใน หลายแง่มุม แยกแยะประเภทของการตัดสินใจออกเป็น การตัดสินใจเชิงเหตุผล การตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัด และการตัดสินใจแบบมีสัญชาตญาณ การตัดสินใจเชิง เหตุผลมักเกิดขึ้นในบริบทที่มีข้อมูลครบถ้วน และสามารถประเมินทางเลือกได้อย่างละเอียด ซึ่งจะช่วย ให้ผลลัพธ์ของการตัดสินใจเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ขณะที่การตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดเกิดขึ้นเมื่อบุคคลต้อง เผชิญกับข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนหรือเวลาที่จำกัด การตัดสินใจแบบสัญชาตญาณเป็นการตัดสินใจที่อาศัย ความรู้สึกหรือประสบการณ์โดยตรง ซึ่งแม้ว่าจะไม่มีการ วิเคราะห์อย่างละเอียด แต่สามารถให้ผลลัพธ์ที่เหมาะสม ในสถานการณ์ที่เร่งด่วนหรือไม่แน่นอนได้

ดังนั้น การศึกษาสถานการณ์ข้างต้น ธุรกิจการ เช่าพระเครื่อง เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความมั่นคงผู้ประกอบการ ธุรกิจไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจแต่อย่างใด หากเปรียบเทียบกับธุรกิจเซรามิก หรือธุรกิจ เครื่องประดับ ธุรกิจเช่าพระเครื่องยังสามารถยืนยาวของ การประกอบธุรกิจ ซึ่งจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด 2019 ธุรกิจเซรามิก เครื่องประดับต้องปิดตัวลง รายได้ ผลกำไรลดลง ความต้องการซื้อลดลง สภาพห่วงโซ่การ ประกอบธุรกิจชะลอตัว ถึงกับหยุดดำเนินการเป็นช่วงๆ

จึงเกิดการมองหาทำอย่างไรจึงจะพยุงบารุกิจเซรามิกเครื่องประดับให้สามารถยืดยาวต่อไปได้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบต้นน้ำการผลิตหยุดการนำเข้า แรงงานออกจากโรงงานผลิต ค่าตอบแทนเงินเดือนค่าจ้างหยุดจ่ายให้พนักงาน สาขาการทำธุรกิจปิดตัวลงเพื่อลดรายจ่ายต่อเดือนต่อไป จึงจะพยุงบารุกิจให้ยืดยาวออกไปได้ ในทางตรงข้ามกับธุรกิจเข้าพระเครื่อง ผู้ประกอบการยังสามารถทำธุรกิจต่อไปได้ด้วยความนิยมของลูกค้ายังคงนิยมเหมือนเดิม อีกทั้ง มีพระบางรุ่นที่ไม่เคยได้รับความนิยมแต่กลับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ด้วยราคาเช่าเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของปริมาณการซื้อขายไม่ทรงตัว ดีขึ้น เพิ่มขึ้น ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด พ.ศ. 2563-2565 ตลอดมา ต่อมา ลูกค้าและผู้ประกอบการได้มีการนำเอาเทคโนโลยีทันสมัยการตรวจสอบยืนยันและสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงเกิดธุรกิจคู่ขนานโดยการผลิตหรือนำเข้าธุรกิจอุปกรณ์การส่องพระเครื่อง อุปกรณ์เลนส์ถ่ายภาพชัดตรงความต้องการของลูกค้า และการรับส่งพระเครื่องที่เพิ่มความปลอดภัยให้ถึงมือลูกค้า และถึงแม้จะไม่มีเปิดร้านเช่าพระเครื่อง จึงเป็นโอกาสของการลดรายจ่ายเปิดร้าน ค่าสาธารณูปโภคจึงลดค่าใช้จ่ายลง เมื่อรายจ่ายลดลงรายได้จากการทำธุรกิจเช่าพระทรงตัวและเพิ่มขึ้น จึงถือได้ว่า ธุรกิจเช่าพระเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม หากจะให้เกิดความรุ่งเรืองภาคธุรกิจและเครือข่ายเอกชนธุรกิจประกอบการเช่าพระต้องเข้ามาร่วมส่งเสริมกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการตัดสินใจเลือกเช่าพระเครื่องประกอบด้วย เป้าหมาย ผู้เช่านำพระเครื่องไปเพื่อทำอะไร มีความนิยมลักษณะพระเครื่องเช่นไร เข้าด้วยแรงจูงใจอะไร และมีความพึงพอใจอะไร ระดับใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย บุญศรี (2564) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกเช่าพระเครื่องพระบูชาไทย ประกอบด้วยด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อให้พระเครื่องมีราคากลางที่แน่ชัดด้านการค้นหาข้อมูล มีเว็บไซต์ค้นหาข้อมูลพื้นฐานพระเครื่อง ด้านการมีช่องทางออนไลน์แนะนำการดูพระแท้-ปลอม ให้มีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาพระเครื่อง ด้านการประเมินทางเลือก การมีที่ปรึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพระเครื่องก่อนที่

จะเช่า พระเครื่องได้รับความนิยมนตามหลักสากล พระเครื่องมีความสมบูรณ์ไม่ชำรุด ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ยังคงรักและบูชาให้ความสนใจต่อพระเครื่องดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษารูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษารูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าเพื่อเช่าพระเครื่อง สามารถดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้การประกอบการธุรกิจพระเครื่องให้ก้าวไปสู่การประกอบการขยายตัวที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพการเช่าพระเครื่องจากบริษัทต่อไป ปัญหาการวิจัยคือ การตัดสินใจเช่าพระเครื่องการตัดสินใจที่ลังเล ไม่รอบคอบก่อให้เกิดปัญหาได้รับพระเครื่องที่ไม่ตรงตามความต้องการ อาจได้รับพระเกีสุญเสียโอกาสจากพระเครื่องกำลังเป็นของตนเอง เสียโอกาสที่ดีตนเองได้รับโอกาสลำดับแรก ๆ ขาดโอกาสทางธุรกิจในสภาพการณ์สังคม แข่งขันกันสูง ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายลดลงขาดความเชื่อใจต่อกันขยายสถานการณ์ภาพกว้างมีปัญหาการยอมรับเชื่อมั่นและตามมาด้วยช่องทางโอกาสทางธุรกิจลดลงน้อยลงจนกระทั่งทางต้นของการบูรณาการภาพรวมการทำงานและความสัมพันธ์ส่วนบุคคลต่อกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์
2. ศึกษาสร้างรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์
3. ประเมินรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษารูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบนวัตกรรมแนวคิดเกี่ยวกับลูกค้าในการเช่าพระเครื่องแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเช่าพระเครื่อง แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่แนวความคิดภาพลักษณ์แนวความคิดความเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความมั่นใจแนวความคิดการจัดการองค์การยุคใหม่เนื้อหาเรื่องการทำตกแต่งพระเครื่องสวยงามกับการตัดสินใจการทำการตลาดกับการตัดสินใจการสร้างบรรยากาศกับการตัดสินใจการโฆษณากับการตัดสินใจประสบการณ์ลูกค้ากับการตัดสินใจ และภาพลักษณ์กับการตัดสินใจ

ขอบเขตทางด้านตัวแปร

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถจำแนกตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ประกอบไปด้วย ดังนี้ ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1) การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสม 2) การกำหนดราคาที่เหมาะสม 3) การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม 4) การโฆษณาและการตลาด 5) ประสบการณ์ที่ลูกค้ามีในการเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้ 6) ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ โดยมีตัวแปรตาม ที่ประกอบด้วย 1) การตัดสินใจของลูกค้า(Decision making) 2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) 3) การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat business) 4) ระยะเวลาในการตัดสินใจ (Decision time) 5) การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) 6) การดูแลและบริการหลังการขาย (After-sales service) 7) ความคุ้มค่า (Value for money) 8) การให้บริการตามความต้องการ (Customization)

ขอบเขตทางด้านเวลา

การวิจัยนี้จัดดำเนินการตั้งแต่เดือน สิงหาคม - ธันวาคม 2566 โดยช่วงที่ 1 จัดทำโครงร่างการวิจัย สิงหาคม 2566 ช่วงที่ 2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ 1 กันยายน - 30 ธันวาคม 2566 ช่วงที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลและเขียนสรุปผลการวิจัย เริ่มตั้งแต่ 3 - 31 มกราคม 2567

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed method) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสร้างรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire)

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ เครื่องมือที่ใช้ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งมีโครงสร้าง(Semi-structured interview) ที่มีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-end question) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ 1) ประชาชนที่นับถือศาสนาพุทธ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน 2) กลุ่มผู้ให้เช่าบูชาโดยทุก ๆ วัน ประกอบธุรกิจเช่าพระเครื่อง เช่น ผู้ให้เช่าบูชา ปลอย(การขาย) 200 คน 3)กลุ่มผู้เช่าพระเครื่อง ผู้เช่า ดำเนินการเช่าพระเครื่อง บางวันเปลี่ยนสถานที่เช่าพระเครื่อง หมุนเวียนเปลี่ยนร้านจำนวน 200 คน ได้เสนอความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่โดยไม่มีการขึ้นาคำตอบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมากที่สุด และเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การสร้างเครื่องมือ

1.สร้างเครื่องมือจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม ซึ่งสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ประกอบด้วยประเด็น 1) การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสม2) การกำหนดราคาที่เหมาะสม 3) การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม 4) การโฆษณาและการตลาด 5) ประสบการณ์ที่ลูกค้ามีในการเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้ 6) ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ และการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์เป็นการวิเคราะห์ลักษณะการตัดสินใจของ

ลูกค้าเช่นความพึงพอใจพระเครื่องดังนี้ 1) การตัดสินใจของลูกค้า (Decision making) 2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) 3) การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat business) 4) ระยะเวลาในการตัดสินใจ (Decision time) 5) การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) 6) การดูแลและบริการหลังการขาย (After-sales service) 7) ความคุ้มค่า (Value for money) 8) การให้บริการตามความต้องการ (Customization)

2. กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และข้อคำถามในการสอบถามให้มีความชัดเจนตามผังโครงสร้างเครื่องมือวิจัย โดยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และ กำหนดเป็นช่วงเกณฑ์คะแนนโดยวิธีการของ Likert (1967) ใช้วิธีหาอันตรายภาคขึ้นจากค่าพิสัย

3. ออกแบบและสร้างแบบตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสอบถามการวิจัย กำหนดความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ นำแบบตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาแนบกับแบบสอบถามวิจัย เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงและแก้ไข

4. แบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าข้อคำถามนั้นผ่านเกณฑ์ ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 และมีค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 1 สามารถคัดเลือกไว้ใช้ได้ ต่อมา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน แล้วนำไปทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ประกอบด้วย ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) จากนั้นนำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและพิจารณาให้ความเห็นชอบในการจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บข้อมูล โดยการรับหนังสือจากมหาวิทยาลัยส่งไปขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามจากกลุ่มอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ให้เช่าบูชา กลุ่มผู้เล่นหรือผู้เช่าบูชา และกลุ่มประชาชนทั่วไป ให้ครบตามจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

2. ประสานงาน ด้วยการโทรทาง line นัดหมายส่งแบบสอบถาม แล้วการกำหนดระยะเวลาประมาณ 3-6 เดือน ในการตอบแบบสอบถาม

3. นัดหมายขอให้ส่งกลับมายังมหาวิทยาลัย และ ที่อยู่ของผู้วิจัย

4. ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องแบบสอบถาม หากไม่ครบถ้วน ให้ไปดำเนินการเก็บให้ครบจำนวน บวกลบ 10 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา ใช้สถิติความถี่ (f) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ ส่วนที่ 2 สถิติเชิงวิเคราะห์ ใช้การทดสอบสมมุติฐานด้วยสถิติ สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (MRA: Multiple regression analysis) ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีลักษณะความสัมพันธ์ที่มีตัวแปรต้นมากกว่า 1 ตัว โดยความสัมพันธ์แทนด้วยสมการทางคณิตศาสตร์ในการทดสอบสมมุติฐานผู้วิจัยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แปลผล และอันดับภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ มีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่อง

ลำดับ	หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น			
		Mean	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสม	4.76	1.46	มากที่สุด	7
2	การกำหนดราคาที่เหมาะสม	4.82	1.58	มากที่สุด	3
3	การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม	4.87	1.74	มากที่สุด	2
4	การโฆษณาและการตลาด	4.63	1.59	มากที่สุด	12
5	ประสบการณ์ของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้	4.62	1.62	มากที่สุด	13
6	ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ	4.61	1.58	มากที่สุด	14
7	การตัดสินใจของลูกค้า (Decision making)	4.77	1.74	มากที่สุด	6
8	ความพึงพอใจ (Satisfaction)	4.73	1.59	มากที่สุด	8
9	การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat business)	4.81	2.14	มากที่สุด	4
10	ระยะเวลาในการตัดสินใจ (Decision time)	4.66	1.66	มากที่สุด	11
11	การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness)	4.71	1.43	มากที่สุด	9
12	การดูแลและบริการหลังการขาย (After-sales service)	4.91	1.62	มากที่สุด	1
13	ความคุ้มค่า (Value for money)	4.78	2.47	มากที่สุด	5
14	การให้บริการตามความต้องการ (Customization)	4.69	2.51	มากที่สุด	10
รวม		4.62	2.64	มากที่สุด	

จากตาราง 1 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ระดับมาก $M = 4.62$, $S.D. = 2.64$ รายด้านเรียงลำดับที่มีการตอบมากที่สุดถึงน้อย ได้แก่ การดูแลและบริการหลังการขาย, การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม, การกำหนดราคาที่เหมาะสม, กลับมาใช้บริการซ้ำ และความคุ้มค่า

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ มีรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่อง	b	SE	(Beta)	t	Sig.
Constant (a)	.026	.276	-	.094**	.000
1. การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสม (X_1)	.714	.109	.490	6.563*	.001
2. การกำหนดราคาที่เหมาะสม (X_2)	.248	.035	.257	2.732*	.002
3. การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม (X_3)	.426	.089	.342	4.771*	.000
4. การโฆษณาและการตลาด (X_4)	.531	.074	.364	7.153**	.000
5. ประสบการณ์ของลูกค้าเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้ (X_5)	.124	.056	.212	2.129*	.000
6. ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ (X_6)	.433	.063	.311	6.084**	.000
7. การตัดสินใจของลูกค้า(Decision Making) (X_7)	.551	.810	.015	3.422**	.001

R = .692 R² = .637 Adjusted R² = .473 F = 75.432 SE = .403 Durbin-Watson = 1.834 Sig. = .000

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

โมเดลนี้มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ R² เท่ากับ .637 นั่นคือ การตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 14 ปัจจัย สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ ได้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ หรือเป็นตัวแปรที่เข้าสู่สมการทำนาย ได้แก่ การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสมการกำหนดราคาที่เหมาะสมการสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมการโฆษณาและการตลาด ประสพการณ์ที่ลูกค้ามีในการเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้ ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือการตัดสินใจของลูกค้า (Decision making)

โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเพื่อเช่าพระเครื่องจากบริษัทเกิดนครสวรรค์เอฟซีจำกัดสูงที่สุด การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสม (Beta = 0.490) รองลงมาการโฆษณาและการตลาด (Beta = 0.364) รองลงมา การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม (Beta = 0.342) รองลงมา ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ (Beta = 0.311) รองลงมาการกำหนดราคาที่เหมาะสม (Beta = 0.257) รองลงมา

ประสพการณ์ที่ลูกค้าเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้ (Beta = 0.212) รองลงมา การตัดสินใจของลูกค้า (Beta = 0.015) โดยตัวแปรต่าง ๆ สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ ร้อยละ 63.70 F = 75.432, p = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย .403

3. ผลการวิเคราะห์การประเมินรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ ในจังหวัดนครสวรรค์รูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ด้วยเครื่องมือเก็บข้อมูลการวิจัยแบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างมาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ ด้านที่ 1 ความเหมาะสม ด้านที่ 2 ความเป็นไปได้ด้านที่ 3 ความสำคัญด้านที่ 4 ประโยชน์ แสดงคะแนนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความสำคัญ และประโยชน์ของรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์ มีรายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการประเมินรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความคิดเห็น		
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ด้านที่ 1 ความเหมาะสม	189	94.50	2
ด้านที่ 2 ความเป็นไปได้	184	92.00	4
ด้านที่ 3 ความสำคัญ	191	95.00	1
ด้านที่ 4 ประโยชน์	187	93.50	3
รวม	751	93.87	

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า "ด้านความสำคัญ" ถูกพิจารณาว่ามีบทบาทเด่นที่สุดในการตัดสินใจ โดยได้รับคะแนนสูงถึงร้อยละ 95.00 ตามมาด้วย "ด้านความเหมาะสม" ที่ร้อยละ 94.50 และ "ด้านประโยชน์" ที่ร้อยละ 93.50

ในทางกลับกัน "ด้านความเป็นไปได้" ดูเหมือนจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในบรรดาประเด็นที่สำรวจ โดยมีร้อยละ 92.00 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับความจำเป็นและคุณค่าของพระเครื่องมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกเช่า

จึงไม่เพียงแต่มีความสำคัญทางการตลาด แต่ยังสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและความศรัทธาของสังคมอีกด้วย

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์โมเดลรูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่อง พบว่าปัจจัยที่นำมาศึกษาสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเช่าพระเครื่องได้ในระดับสูง ($R^2 = 0.637$) สะท้อนให้เห็นว่าตัวแปรที่นำมาศึกษามีความสัมพันธ์และส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเช่าพระเครื่องของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยสามารถอภิปรายในเชิงลึกในแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

1. การตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสมมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผลการทดสอบสมมติฐานนี้แสดงให้เห็นว่าการตกแต่งพระเครื่องที่สวยงามและเหมาะสมมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยืนยันถึงความสำคัญขององค์ประกอบด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) ที่มีต่อการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้บริโภค การตกแต่งที่ประณีตและเหมาะสมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มคุณค่าเชิงวัตถุของพระเครื่องเท่านั้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างคุณภาพภูมิใจ ความมั่นใจ และความรู้สึกระหว่างผู้เช่า ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้ง ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) เกี่ยวกับ Product attributes ที่ระบุว่าคุณลักษณะทางกายภาพและการออกแบบของผลิตภัณฑ์สามารถสร้างการรับรู้คุณค่าและเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภคได้โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและจิตวิญญาณ ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Schmitt (1999) เกี่ยวกับ Experiential marketing ที่กล่าวว่าประสบการณ์เชิงสุนทรียภาพสามารถกระตุ้นอารมณ์ ความทรงจำ และทัศนคติในเชิงบวกของลูกค้า ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและความผูกพันต่อผลิตภัณฑ์และแบรนด์ นอกจากนี้ ลักษณะของพระเครื่องที่ได้รับการตกแต่งอย่างประณีตยังเป็นการแสดงออกถึงความเคารพในวัตถุมงคลและความเชื่อ ซึ่งเป็นมิติทางวัฒนธรรมที่ฝังลึกในจิตใจของผู้บริโภคในบริบทสังคมไทย ดังนั้น การตกแต่งพระเครื่องที่เหมาะสม

2. การกำหนดราคาที่เหมาะสมมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า การกำหนดราคาที่เหมาะสมได้รับการยืนยันว่ามีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลลัพธ์นี้ช่วยให้เห็นว่าราคาเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ การกำหนดราคาที่เหมาะสมทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความยุติธรรมและความคุ้มค่า ซึ่งช่วยลดความลังเลและสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเช่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลนี้สนับสนุนทฤษฎี Perceived value ของ Zeithaml (1988) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคจะประเมินความคุ้มค่าของสินค้าโดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพที่ได้รับกับราคาที่ต้องจ่าย และหากผู้บริโภครับรู้ว่าราคาเป็นธรรม ความตั้งใจในการตัดสินใจซื้อหรือเช่าจะเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ Monroe (1990) ที่ระบุว่าผู้บริโภคที่รับรู้ราคาที่เหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงเชิงการเงินในมุมมองของลูกค้า ซึ่งในกรณีของพระเครื่องซึ่งเป็นสินค้าที่มีทั้งมิติทางวัตถุและจิตวิญญาณ ราคาไม่เพียงสะท้อนมูลค่าวัตถุ แต่ยังสะท้อนคุณค่าทางจิตใจที่ลูกค้าคาดหวัง การกำหนดราคาที่เหมาะสมจึงเป็นการสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์เชิงพาณิชย์และการตอบสนองต่อความคาดหวังเชิงจิตวิญญาณของผู้บริโภค

3. การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผลการทดสอบพบว่าบรรยากาศที่เหมาะสมในร้านเช่าพระเครื่องมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศร้านที่มีการจัดวางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น แสง สี กลิ่นและเสียง สามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัย ผ่อนคลาย และเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าได้อย่างแท้จริง ผลนี้สอดคล้องกับทฤษฎี Servicescape ของ Bitner (1992) ที่ระบุว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานบริการมีผลต่อการรับรู้ การประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจของผู้บริโภค อีกทั้งยังตรงกับงานวิจัยของ Turley and

Milliman (2000) ที่กล่าวว่าบรรยากาศร้านมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมของลูกค้า ในบริบทของพระเครื่อง บรรยากาศร้านที่เหมาะสมยังมีมิติของความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่า ดังนั้น การออกแบบและสร้างบรรยากาศในร้านจึงต้องให้ความสำคัญทั้งในด้านความสวยงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความเหมาะสมตามบริบทของวัตถุมงคล เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังทั้งในด้านวัตถุและจิตวิญญาณ

4. การโฆษณาและการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าผลการทดสอบสมมติฐานนี้ยืนยันว่า การโฆษณาและการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่องของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลลัพธ์นี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างการรับรู้ กระตุ้นความสนใจ และโน้มน้าวใจลูกค้าให้ตัดสินใจเช่าได้สำเร็จ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing communication: IMC) มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้แบรนด์และผลักดันพฤติกรรม การซื้อ นอกจากนี้ยังตรงกับงานของ Belch and Belch (2014) ที่กล่าวว่า การโฆษณาสามารถกระตุ้นความสนใจและสร้างเจตคติในเชิงบวกต่อสินค้าในบริบทพระเครื่อง การตลาดที่ดีไม่เพียงช่วยประชาสัมพันธ์วัตถุมงคล แต่ยังช่วยให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจ และลดความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเช่า

5. ประสบการณ์ในการเช่าพระเครื่องก่อนหน้านี้นี้มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าผลการทดสอบยืนยันว่า ประสบการณ์ในการเช่าพระเครื่องที่ผ่านมา มีผลต่อการตัดสินใจเช่าในครั้งใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์เชิงบวก จะเกิดความมั่นใจและมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเช่า ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับ Expectancy-confirmation theory ของ Oliver (1980) ที่อธิบายว่า ประสบการณ์ในอดีตเป็นตัวกำหนดความคาดหวัง และพฤติกรรมในอนาคต อีกทั้งยังสนับสนุนแนวคิดของ Anderson and Srinivasan (2003) ที่กล่าวว่า ประสบการณ์ที่ดีจะนำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีในกรณีของพระเครื่อง ประสบการณ์ในอดีตยังทำหน้าที่

เสริมสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ความแท้ และพุทธคุณของวัตถุมงคล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ากล้าตัดสินใจเช่าอีกครั้ง

6. ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธุรกิจมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธุรกิจมีผลต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่องในระดับสูงสุดที่ระดับ .05 เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ผลการวิจัยนี้ตอกย้ำความสำคัญของความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจเช่าพระเครื่อง ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Aaker (1996) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์และความน่าเชื่อถือเป็นตัวกำหนดการรับรู้คุณค่า และพฤติกรรม การซื้อ อีกทั้งยังตรงกับ Gefen et al. (2003) ที่เน้นบทบาทของ Trust ในการสร้างพฤติกรรมการซื้อในบริบทที่ผู้บริโภคต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนสำหรับพระเครื่อง ภาพลักษณ์ของร้านเช่าพระเครื่องไม่เพียงแต่สะท้อนถึงคุณภาพของสินค้า แต่ยังสะท้อนถึงความจริงใจ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคุณค่าทางจิตวิญญาณที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องใส่ใจในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว

โดยสรุป ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยในระดับสากลหลายแนวทาง และชี้ให้เห็นความสำคัญของการบูรณาการระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาด ประสบการณ์เชิงบวก และการสร้างความเชื่อมั่นในตลาดพระเครื่อง ซึ่งเป็นตลาดที่ซับซ้อนและมีมิติทางจิตวิญญาณผสมผสานอยู่ด้วย การพัฒนาโมเดลดังกล่าวจึงสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการ ในการวางแผนและปรับกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ เน้นสร้างความน่าเชื่อถือ เพิ่มคุณภาพการตกแต่งและบรรยากาศร้าน ใช้กลยุทธ์การตลาดที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย

1.2 ภาครัฐและสมาคมพระเครื่องควรร่วมมือกันส่งเสริมมาตรฐาน สร้างมาตรฐานกลางสำหรับการประเมินคุณภาพและความแท้ของพระเครื่อง เพื่อลดความเสี่ยงในการตัดสินใจของลูกค้า

1.3 ควรพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ เช่น แอปพลิเคชันตรวจสอบข้อมูลพระเครื่อง การประเมินราคาเบื้องต้นหรือระบบจัดเก็บประวัติการเช่าพระที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต่อการตัดสินใจเช่าพระเครื่อง

2.2 วิเคราะห์รูปแบบการตัดสินใจเปรียบเทียบระหว่างช่องทางออนไลน์กับออฟไลน์

2.3 ศึกษาผลของกิจกรรมทางสังคมและพิธีกรรมต่อความต้องการเช่าพระเครื่อง

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา ศุภวรรณกุล. (2557). *ปลุกกระแสสร้างราคา 'พระเครื่อง' ใหม่บนเส้นทางธุรกิจศรัทธามูลค่า 4 หมื่นล้าน*. Thai Civilized Intelligence Center (TCIC). สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2568, จาก <https://www.tcijthai.com/news/2014/20/scoop/4016>

พรชัย บุญศรี. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าพระเครื่องพระบูชาไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.

admin. (2003). *ธุรกิจพระเครื่องปี 48: มูลค่าเกือบ 20,000 ล้านบาท*. Positioning Magazine. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2568, จาก <https://positioningmag.com/20435>

Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency

framework. *Psychology & Marketing*, 20(2), 123–138.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2014). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (10th ed.). McGraw-Hill.

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.

Carro Blog. (2565). *พระเครื่องประจำวันเกิด ขวัญใจแรงงานไทย*. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2568, จาก <https://th.carro.co/blog/thai-amulets-and-birthdate/>

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.

Khaosod Online. (2566). *ตลาดพระเครื่องในช่วงโควิด เติบโตสวนกระแส-หยุดไม่อยู่*. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2568, จาก <https://shorturl.asia/y1UTF>

Kapur, R. (2024). Decision-making skills: Essential in leading to up-gradation of one's living conditions. *International Journal of Emerging Trends in Engineering Research*, 9(4), 1–7.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Likert, R. (1967). The method of constructing and attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement* (pp. 90–95). John Wiley & Sons.

Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making profitable decisions* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.

- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. Free Press.
- The Standard Wealth. (2564). พระเครื่องกับมูลค่าพลังศรัทธาที่น่าตะลึง. The Standard Wealth. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2568, จาก <https://thestandard.co/thai-buddhist-amulets-of-high-value/>
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193–211.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูล ในยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Development of a ChatGPT training curriculum to enhance digital information retrieval skills among students at Rajamangala

University of Technology Isan

ศิริกาญจนา พิลามบุตร (Sirikanjana Pilabutr) ¹ อัญชลี ทำทอง (Unchalee Tumtong) ²

อรณิชา ทศตา (Onnitcha Thossata) ³

Received: July 3, 2025

Revised: October 25, 2025

Accepted: December 15, 2025

¹ Corresponding author, Email: sirikanjana@nmc.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 2) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูล 3) นำหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการฝึกอบรม และ 4) ประเมินและปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษา จำนวน 44 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) หลักสูตรฝึกอบรม 2) แบบทดสอบวัดความรู้ 3) แบบวัดทักษะการสืบค้นข้อมูล และ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้จักเกี่ยวกับ ChatGPT

อยู่บ้าง (ร้อยละ 42.86) แต่ส่วนใหญ่ยังไม่เคยทดลองใช้ (ร้อยละ 64.29) และไม่เคยเข้าใช้งาน ChatGPT มาก่อน (ร้อยละ 46.62) โดยนักศึกษาระบุว่าประโยชน์หลักที่ได้รับจากการใช้ ChatGPT ได้แก่ การช่วยลดระยะเวลาในการจัดการงานพื้นฐาน (ร้อยละ 28.57) และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ร้อยละ 44.74)

2. หลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ หลักการ จุดมุ่งหมาย เนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ และกระบวนการวัดผลและประเมินผลหลักสูตร โดยผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรอยู่ในระดับมาก

3. การนำหลักสูตรไปใช้ในการฝึกอบรมส่งผลให้ คะแนนความรู้ของนักศึกษาหลังการอบรมสูงกว่า เกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญ ทักษะการสืบค้นข้อมูลของนักศึกษาหลังการอบรมอยู่ในระดับสูงกว่า ร้อยละ 70 เช่นเดียวกัน ขณะเดียวกันความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรการฝึกอบรมอยู่ในระดับมากที่สุด

4. จากความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมอบรม วิทยากร และผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่าหลักสูตรฝึกอบรม การใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูล ในยุคดิจิทัล มีประสิทธิภาพในระดับมาก

^{1,3} คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ,
วิทยาลัยนครราชสีมา.

Faculty of Business Administration and Information
Technology, Nakhonratchasima College.

² คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

Faculty of Science and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Isan.

คำสำคัญ: หลักสูตรการฝึกอบรม, การสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล, ChatGPT

Abstract

The objectives of this study were to: 1) investigate foundational data for developing a training curriculum, 2) design a training curriculum on the use of ChatGPT to enhance information retrieval skills, 3) implement the developed ChatGPT training curriculum, and 4) evaluate and improve the training curriculum. The sample group consisted of 44 undergraduate students. The research instruments included: 1) the training curriculum, 2) a knowledge test, 3) an information retrieval skill assessment, and 4) a satisfaction questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics and t-tests.

Research Findings:

1. Most students reported some familiarity with ChatGPT (42.86%), although the majority had never experimented with it (64.29%) or accessed the platform (46.62%). Students perceived the benefits of using ChatGPT to include time-saving for basic tasks (28.57%) and improved work performance (44.74%).

2. The developed training curriculum included core components such as principles, objectives, content, learning activities, and assessment and evaluation methods. The curriculum was evaluated as highly appropriate.

3. The implementation of the ChatGPT training curriculum significantly improved students' post-training knowledge scores, which exceeded the 70% benchmark. Similarly, their information retrieval skills after training also surpassed the 70% threshold. Furthermore, student satisfaction with the curriculum was at the highest level.

4. Feedback from participants, instructors, and stakeholders indicated that the training curriculum on using ChatGPT for information retrieval in the digital age was highly effective.

Keywords: training curriculum, digital information searching, ChatGPT

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลถูกสร้างขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับมหาศาลจากหลากหลายแหล่ง ทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ การสืบค้นสารสนเทศ (Information retrieval: IR) จึงกลายเป็นทักษะที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ การวิจัย และการตัดสินใจในระดับอุดมศึกษา (Liu et al., 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ผู้เรียนต้องเผชิญกับแหล่งข้อมูลจำนวนมากและหลากหลายคุณภาพ แหล่งทรัพยากรออนไลน์ เช่น ห้องสมุดดิจิทัล ฐานข้อมูลวิชาการ ระบบจัดการความรู้ของสถาบัน และแพลตฟอร์มการเรียนรู้ระดับโลก เช่น Coursera, edX และ Google Scholar มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงองค์ความรู้ที่เชื่อถือได้ (Chiang et al., 2023) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่ยังคงมีอยู่คือ ความท้าทายในการคัดกรองข้อมูลที่ไม่ตรงประเด็น ข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือ หรือระบบการจัดอันดับผลลัพธ์ที่ไม่สะท้อนความตั้งใจของผู้ใช้ (Han & Bui, 2024) เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence: AI) และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine learning: ML) ถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบการสืบค้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้โมเดลภาษาขนาดใหญ่ (Large language models: LLMs) ที่สามารถเข้าใจความหมายเชิงบริบทของคำค้นหา และแนะนำเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียนได้แม่นยำยิ่งขึ้น (Brown et al., 2020; Koohang et al., 2024 ; Chan & Hu, 2023) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลคุณภาพเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการเรียนรู้ด้วยตนเองในยุคข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง

ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) เป็นหนึ่งในโมเดลปัญญาประดิษฐ์ที่ได้รับการพัฒนาโดย OpenAI มีศักยภาพสูงในการประมวลผลภาษาและสนทนาในลักษณะที่ใกล้เคียงกับมนุษย์ (OpenAI, 2023) ในบริบทของการศึกษา ChatGPT สามารถสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาได้หลายมิติ ทั้งการค้นหาข้อมูลเบื้องต้น การฝึกสื่อสาร การตั้งคำถามทางวิชาการ และ

การจัดระบบความรู้สำหรับงานวิจัย (Kasneji et al., 2023) โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา ChatGPT ได้รับการประเมินว่าเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพสูงในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการเรียนรู้และการสืบค้นสารสนเทศ (Zhai, 2022) อย่างไรก็ตาม การใช้ ChatGPT อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีความรู้ในการวิเคราะห์ ประเมิน และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เนื่องจากโมเดลอาจให้คำตอบที่คลาดเคลื่อนหรือไม่อัปเดต (Bang et al., 2023) ดังนั้น การจัดกิจกรรมฝึกอบรมหรือหลักสูตรที่ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจหลักการและวิธีใช้ ChatGPT อย่างถูกต้อง จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาทักษะการสืบค้นและการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการจัดหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลแก่นักศึกษา โดยเน้นการใช้เครื่องมือ AI อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างสรรค์ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการศึกษาและการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล
3. เพื่อนำหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของนักศึกษาไปใช้
4. เพื่อประเมินและปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ ChatGPT เพื่อสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลหลังอบรมสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70
2. ทักษะการสืบค้นข้อมูลหลังได้รับการฝึกอบรม การใช้ ChatGPT เพื่อสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของนักศึกษาสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารั้งนี้เป็นการส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาไทยในยุคดิจิทัล จำนวน 5 กลุ่ม ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 จำนวนทั้งสิ้น 300 คน โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจความต้องการใช้ ChatGPT ในการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Item objective congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1

3. การรวบรวมข้อมูล เริ่มจากการวิจัยเอกสารเกี่ยวกับหลักสูตร ChatGPT และทักษะการสืบค้นในยุคดิจิทัล เพื่อนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบหลักสูตรเบื้องต้น จากนั้นจึงนำเสนอผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสม พร้อมทั้งสำรวจความต้องการของนักศึกษาเพื่อใช้เป็นข้อมูลพัฒนาหลักสูตรอย่างมีประสิทธิภาพในขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อใช้ในการพัฒนาหลักสูตรต่อไป

ระยะที่ 2 พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำหน้าที่ตรวจสอบร่างหลักสูตรหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT โดยมีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาหลักสูตร การวัดผลการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศ และการวิจัยมาแล้วไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 5 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) หลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล 2) แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล จำนวน 40 ข้อ 3) แบบวัดทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล โดยการใช้ ChatGPT และ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรการฝึกอบรมการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลโดยการใช้ ChatGPT

3. การรวบรวมข้อมูล โดยการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย การยกร่างหลักสูตรเสนอผู้เชี่ยวชาญ และนำผลประเมินมาวิเคราะห์ความเหมาะสมและปรับปรุงหลักสูตร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อใช้ในการพัฒนาหลักสูตรต่อไป

ระยะที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร ได้แก่ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 300 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนนิเทศศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2567 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 44 คน ได้จากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster random sampling)

3. การรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้ดำเนินการโดยผู้วิจัยจัดอบรมตามหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ก่อนเริ่มกิจกรรม แล้ววัดผลความรู้และทักษะในการใช้ ChatGPT เพื่อสืบค้นข้อมูล โดยเปรียบเทียบผลลัพธ์หลังการอบรมกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ด้วยการนำสถิติ t-test นอกจากนี้ ยังมีการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ t-test

ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่เข้าร่วมการอบรม จำนวน 14 คน วิทยากร จำนวน 1 คน และคณาจารย์ จำนวน 5 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม 6 ประเด็น ได้แก่ 1) หลักการและเหตุผลของหลักสูตรฝึกอบรม 2) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 3) เนื้อหาสาระของหลักสูตร 4) กิจกรรมการฝึกอบรม 5) สื่อ/วัสดุประกอบการฝึกอบรม และ 6) การวัดผลและประเมินผลหลักสูตร

3. การรวบรวมข้อมูล โดยประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล ดำเนินการหลังจากทดลองใช้หลักสูตรกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบประเมินที่ครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ หลักการและเหตุผล จุดมุ่งหมาย เนื้อหา กิจกรรม สื่อประกอบ และการวัดผล ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมประเมิน และ ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมินก่อนนำไปวิเคราะห์และปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จัก ChatGPT บ้าง (ร้อยละ 42.86) โดยไม่เคยทดลองใช้ ChatGPT (ร้อยละ 64.29) และไม่เคยเข้าใช้งาน ChatGPT (ร้อยละ 46.62) และคิดว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ ChatGPT คือ ช่วยประหยัดเวลาทำเรื่องพื้นฐาน (ร้อยละ 28.57) และการใช้ ChatGPT ส่งผลดีต่อการทำงาน (ร้อยละ 44.74)

2. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล พบว่า

2.1 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครั้งนี้และดำเนินการตามกระบวนการออกแบบหลักสูตรเชิงนวัตกรรม โดยใช้แนวทาง Backward curriculum design ผสมผสานกับแนวคิด Design-based research (DBR) เพื่อให้เกิดการออกแบบอย่างมีระบบและสามารถปรับใช้ได้จริงในบริบทการเรียนรู้ยุคดิจิทัล จุดเริ่มต้นของกระบวนการออกแบบมาจากการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs analysis) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคณาจารย์และนักศึกษาจากหลากหลายสาขาวิชาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ควบคู่กับการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการเรียนรู้ โดยหลักสูตรฉบับนี้มีลักษณะเป็นนวัตกรรมทางการศึกษา โดยอิงแนวคิด Instructional design for AI literacy ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะของนักศึกษาในการเข้าใจหลักการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ (AI) และสามารถใช้เทคโนโลยีดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Annapureddy et al., 2025; LaFlamme, 2025) นอกจากนี้ยังได้บูรณาการเทคนิค Prompt Engineering ซึ่งเป็นทักษะใหม่ที่สำคัญในยุคของโมเดลภาษา (LLM) โดยมุ่งเสริมสร้างความสามารถของผู้เรียนในการออกแบบข้อความคำสั่ง (prompts) เพื่อโต้ตอบกับระบบ AI อย่างมีประสิทธิภาพ (Lee & Palmer, 2025; Woo et al., 2024; OpenAI, 2023) กระบวนการเรียนรู้ในหลักสูตรนี้ออกแบบในลักษณะ Workshop-based learning ผสมผสานกับแนวคิด Active learning เพื่อกระตุ้นการคิดวิเคราะห์ การลงมือปฏิบัติ และการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง โดยมีโครงสร้างเนื้อหา 3 หน่วยการเรียนรู้ที่มีลำดับจากง่ายไปซับซ้อน ดังนี้ 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ ChatGPT และหลักการทำงานของ AI 2) การฝึกปฏิบัติเบื้องต้น เช่น การตั้งคำถามการวิเคราะห์ข้อมูล และการออกแบบ prompts 3) การประยุกต์ใช้ ChatGPT เพื่อการสืบค้นข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นทักษะการคิดขั้นสูง

การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล และการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรฝึกอบรมฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อให้มั่นใจว่ามีความเหมาะสมทั้งเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะด้านการออกแบบกิจกรรมที่สนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถฝึกฝนและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง (authentic learning tasks) และสถานการณ์จำลองที่ใกล้เคียงบริบทชีวิตจริง (real-world context) โดยองค์ประกอบของหลักสูตรทั้งหมดมี 6 ด้านได้แก่ 1) หลักการและเหตุผล โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลผ่านการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยเฉพาะ ChatGPT ซึ่งช่วยเสริมศักยภาพการเข้าถึงวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลในบริบทของการเรียนรู้ยุคดิจิทัล 2) จุดมุ่งหมายของหลักสูตร เพื่อเสริมสร้างความสามารถของนักศึกษาในการใช้ ChatGPT เป็นเครื่องมือสนับสนุนการสืบค้น ออกแบบ และนำเสนอข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) เนื้อหาสาระประกอบด้วย 3 หน่วยการเรียนรู้ ตามลำดับความซับซ้อน รวมเวลาเรียนรู้ 6 ชั่วโมง 4) กิจกรรมการฝึกอบรม โดยออกแบบในลักษณะ Workshop-based learning โดยเน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ การแก้ปัญหา และการสร้างองค์ความรู้จากการลงมือทำจริง 5) สื่อการเรียนรู้ ประกอบด้วย ใบความรู้ คลิปวิดีโอ ตัวอย่างการใช้งาน ChatGPT ในหลากหลายบริบท และบทเรียนที่จำลองสถานการณ์จริง 6) การวัดผลและประเมินผล โดยใช้แนวทาง Authentic and holistic assessment ครอบคลุมทั้งพุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ การทดสอบความรู้ก่อน-หลังเรียน และการประเมินผลงานรายบุคคลด้วยเกณฑ์ที่ชัดเจน หลักสูตรนี้จึงได้รับการออกแบบให้สามารถตอบโจทย์การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในด้านการรู้เท่าทันข้อมูล, การเรียนรู้เชิงรุก, การคิดเชิงวิพากษ์ และสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งล้วนเป็นรากฐานของการเรียนรู้ตลอดชีวิตในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ดังนั้นหลักสูตรนี้จึงถือเป็นนวัตกรรมทางการศึกษาที่มีความโดดเด่นใน 3 มิติ ได้แก่ 1) การ

ออกแบบหลักสูตรโดยใช้กระบวนการ DBR (Design-based research) ผสาน Backward design อย่างเป็นระบบ (2) การบูรณาการเทคนิค Prompt engineering เข้ากับการเรียนรู้แบบ Workshop-based learning เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการโต้ตอบกับ AI อย่างมีวิจารณญาณ และ (3) การใช้การประเมินผลแบบ Authentic and holistic assessment ที่เน้นการประเมินจากพฤติกรรมจริงในบริบทจำลอง ซึ่งต่างจากการวัดผลแบบดั้งเดิม

2.2 ผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT โดยผู้เชี่ยวชาญสำหรับปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมต่อการนำไปใช้จริงปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรฝึกอบรมการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล โดยการใช้ ChatGPT โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินของหลักสูตรฝึกอบรม	ระดับความเหมาะสม		
	Mean	S.D.	แปลผล
1. หลักการและเหตุผลของหลักสูตรฝึกอบรม	4.25	0.36	มาก
2. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม	4.12	0.41	มาก
3. เนื้อหาสาระของหลักสูตร	4.30	0.56	มาก
4. กิจกรรมการฝึกอบรม	4.15	0.43	มาก
5. สื่อ/วัสดุประกอบการฝึกอบรม	4.13	0.18	มาก
6. การวัดผลและประเมินผลหลักสูตร	4.27	0.37	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	0.40	มาก

จากตาราง 1 พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลโดยการใช้ ChatGPT ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.20, S.D. = 0.40) โดยด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การวัดผลและประเมินผลหลักสูตร หลักการและเหตุผลของหลักสูตรฝึกอบรม ตามลำดับ

3. ผลการนำหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT ไปใช้ส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล พบว่า

3.1 ผลการเปรียบเทียบความรู้หลังได้รับการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล เทียบกับเกณฑ์ (ร้อยละ 70)

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบความรู้หลังจากได้รับการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล เทียบกับเกณฑ์ (ร้อยละ 70)

การทดสอบ	หลังอบรมด้วยหลักสูตรการฝึกอบรม
n	44
K	40
$\bar{X}$	31.95
S.D.	2.877
$\mu_0(70\%)$	28
t	9.118*
p	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 2 พบว่า คะแนนความรู้หลังได้รับการฝึกอบรมด้วยหลักสูตรการใช้ ChatGPT ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 31.95 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 79.875

3.2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล โดยการใช้ ChatGPT เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 หลังการฝึกอบรม

ตาราง 3 ผลการทดสอบทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลหลังเข้ารับการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT

การทดสอบ	หลังอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรม
n	44
K	10
$\bar{X}$	9.227
S.D.	.6773
$\mu_0(70\%)$	7
t	21.812**
p	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 3 พบว่า ทักษะการสืบค้นข้อมูลหลังเข้ารับการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมการใช้

ChatGPT ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 9.227 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 92.27

3.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการฝึกอบรมการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลโดยใช้ ChatGPT

ตาราง 4 ผลการทดสอบทักษะการสืบค้นข้อมูลหลังเข้ารับการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	S.D.	แปลผล
1. ด้านการฝึกอบรม	4.56	0.59	มากที่สุด
2. ด้านวิทยากร	4.54	0.63	มากที่สุด
3. ด้านความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากการฝึกอบรม	4.46	0.67	มาก
4. ด้านการวัดและประเมินผลหลักสูตร	4.55	0.64	มากที่สุด
5. ด้านการนำความรู้ไปใช้	4.55	0.65	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.53	0.63	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53, S.D. = 0.63) ซึ่งด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการฝึกอบรม รองลงมาคือ ด้านการวัดและประเมินผลหลักสูตร ด้านการนำความรู้ไปใช้ และด้านวิทยากร ตามลำดับ

3.4 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาต่อประสบการณ์ในการใช้งานผ่าน ChatGPT โดยการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ ChatGPT เป็น “เครื่องมือช่วยคิด” โดยเริ่มจากการตั้งคำถามกว้าง ๆ และค่อย ๆ ปรับคำถามให้เจาะจงมากขึ้น ทั้งนี้ นักศึกษาบางรายยังระบุว่า ChatGPT ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาที่ยากได้เร็วขึ้นโดยไม่ต้องพึ่งพาอาจารย์โดยตรง ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งาน ChatGPT ของนักศึกษาจำนวน 20 คน ที่อนุญาตให้เก็บบันทึกการโต้ตอบกับระบบพบว่านักศึกษามีแนวโน้มในการตั้งคำถามที่มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาการฝึกใช้ โดยเฉพาะในประเด็นที่ต้องใช้การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

หรือการเปรียบเทียบข้อมูล การใช้ ChatGPT ยังช่วยให้ นักศึกษารู้จักตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และมีการสลับการใช้หลายแหล่งประกอบกัน (AI + Google Scholar/แหล่งข้อมูลจริง) ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณ

4. การประเมินและปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล พบว่า

การประเมินความเหมาะสมและประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT ในการส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล ได้ดำเนินการติดตามและประเมินผลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้เข้าอบรม วิทยากร และผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน โดยมุ่งเน้นการประเมินผลการนำหลักสูตรไปใช้จริง พร้อมทั้งรวบรวมข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นสำหรับการนำไปใช้ในวงกว้าง โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 5 ผลการประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	S.D.	แปลผล
1. หลักการและเหตุผลของหลักสูตรฝึกอบรม	4.25	0.51	มาก
2. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม	4.21	0.51	มาก
3. เนื้อหาสาระของหลักสูตร	4.31	0.53	มาก
4. กิจกรรมการฝึกอบรม	4.34	0.52	มาก
5. สื่อ/วัสดุการประกอบการฝึกอบรม	4.22	0.45	มาก
6. การวัดผลและประเมินผลหลักสูตร	4.28	0.53	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	0.51	มาก

จากตาราง 5 พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลโดยใช้ ChatGPT ตามความคิดเห็นของผู้ที่เข้าร่วมการอบรมวิทยากรและผู้เกี่ยวข้อง มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.27, S.D. = 0.51) โดยด้านกิจกรรมฝึกอบรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมา

คือ เนื้อหาสาระของหลักสูตร การวัดผลและประเมินผล หลักสูตร ตามลำดับ

อภิปรายผล

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบประเด็นสำหรับการอภิปรายดังนี้

1. จากผลการประเมินเบื้องต้นพบว่า นักศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้เกี่ยวกับ ChatGPT ในระดับหนึ่ง โดยร้อยละ 42.86 ระบุว่า "รู้จักอยู่บ้าง" อย่างไรก็ตามกลับพบว่า อัตราการใช้งานจริงยังอยู่ในระดับต่ำ โดยร้อยละ 64.29 ไม่เคยทดลองใช้ และร้อยละ 46.62 ไม่เคยเข้าใช้งานจริง สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่าง การรับรู้และการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการส่งเสริมการเรียนรู้และเพิ่มการเข้าถึง เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในระดับอุดมศึกษาอย่างเป็นระบบ แม้ว่ากลุ่มนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการ ใช้ ChatGPT จะมีสัดส่วนไม่สูงนัก แต่กลับประเมินว่า การใช้งาน ChatGPT ช่วยประหยัดเวลาในงานพื้นฐาน (ร้อยละ 28.57) และส่งผลดีต่อการทำงานในภาพรวม (ร้อยละ 44.74) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของ เทคโนโลยีดังกล่าวในการสนับสนุนการเรียนรู้และการทำงานของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ปัจจัย สำคัญที่ส่งผลต่ออัตราการใช้งานที่ต่ำ ได้แก่ ความ เข้าใจที่จำกัดต่อการใช้งาน AI การขาดโอกาสในการ เข้าถึง และการขาดการบูรณาการเทคโนโลยี AI เข้ากับกระบวนการเรียนการสอนอย่างเป็นรูปธรรมใน ระดับอุดมศึกษา สถานการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับ ข้อเสนอของ Kasneci et al. (2024) ที่ระบุว่า ChatGPT สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ด้วยตนเอง และสนับสนุนทักษะการแก้ปัญหา เชิงข้อมูลของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ Holmes et al. (2024) ยังเสนอว่า ปัญญาประดิษฐ์ สามารถทำหน้าที่เป็น "ผู้ช่วยทางปัญญา" (Cognitive assistant) ช่วยลดภาระของผู้เรียนในงาน ที่ใช้เวลามาก เช่น การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น หรือการร่างเอกสาร ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถมุ่งเน้น ไปที่การคิดวิเคราะห์และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทำนองเดียวกัน

Zawacki-Richter et al. (2024) ได้ชี้ให้เห็นว่า AI โดยเฉพาะระบบที่ขับเคลื่อนด้วยแบบจำลองภาษา ขนาดใหญ่ (Large language models: LLM) มี แนวโน้มที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการ เรียนรู้แบบเฉพาะบุคคล (Personalized learning) และ เสริมสร้างประสิทธิภาพของระบบการศึกษาในยุค ดิจิทัล ดังนั้น ผลการศึกษาครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นถึงโอกาส สำคัญในการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยี AI เพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็น ในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านการสืบค้น วิเคราะห์ข้อมูล และการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างมี วิจารณญาณ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของการศึกษา สมัยใหม่ที่เน้นการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อพัฒนา สมรรถนะของผู้เรียนให้สามารถเรียนรู้และปรับตัวได้ อย่างต่อเนื่องในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุค ดิจิทัล ฉบับนี้ดำเนินการภายใต้กระบวนการ Research and development (R&D) ตามแนวทาง ของ Borg and Gall (2003) โดยมุ่งเน้นการออกแบบ หลักสูตรอย่างมีระบบและมีส่วนร่วมจากกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs analysis) จากคณาจารย์และนักศึกษาหลากหลายสาขาวิชาใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก งานวิจัย และเอกสารทางวิชาการ มาสังเคราะห์ร่วมกับ แนวคิดสมัยใหม่ด้านการออกแบบการเรียนรู้ เพื่อ นำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์บริบทของ ผู้เรียนในยุคปัญญาประดิษฐ์ โดยหลักสูตรฉบับนี้มี ลักษณะเป็นนวัตกรรมทางการศึกษา โดยอิงแนวคิด Instructional design for AI literacy ซึ่งมุ่งพัฒนา ทักษะของผู้เรียนในการเข้าใจหลักการทำงานของ AI และสามารถใช้เทคโนโลยีดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณ (Lee et al., 2024; Georgieva et al., 2024) นอกจากนี้ยังบูรณาการเทคนิค Prompt engineering ซึ่งถือเป็นทักษะใหม่ที่สำคัญในยุคของโมเดลภาษา โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการออกแบบ ข้อความคำสั่ง (prompts) เพื่อโต้ตอบกับระบบ AI อย่างมีประสิทธิภาพ (Federiakin et al., 2024; OpenAI, 2023) กระบวนการเรียนรู้ภายในหลักสูตรถูก

ออกแบบในลักษณะ Workshop-based learning ผสมผสานกับ Active learning เพื่อกระตุ้นการคิดวิเคราะห์ การลงมือปฏิบัติ และการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งโครงสร้างหลักสูตรแบ่งออกเป็น 3 หน่วย ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ ChatGPT และ AI 2) การฝึกปฏิบัติเบื้องต้น เช่น การตั้งคำถาม การวิเคราะห์ข้อมูล 3) การประยุกต์ใช้ ChatGPT เพื่อการสืบค้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นทักษะการคิดขั้นสูง การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล และการใช้เครื่องมือดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม การประเมินผลการเรียนรู้ใช้แนวทาง Authentic and holistic assessment ครอบคลุมทั้งพุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ การประเมินความรู้ก่อน-หลัง และการนำเสนอผลงานรายบุคคล หลักสูตรนี้สะท้อนแนวทางการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Knowles (1975) ที่มองว่าการเรียนรู้ในผู้ใหญ่ควรยึดแนวทางของการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-directed learning) โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีบทบาทในการกำหนดเป้าหมาย เลือกวิธีการเรียนรู้ และประเมินความก้าวหน้าของตนเอง ซึ่งการที่หลักสูตรนี้เน้นการฝึกปฏิบัติ การใช้ AI เพื่อค้นคว้าข้อมูล และการนำเสนอผลงานอย่างอิสระ จึงถือเป็นการส่งเสริมพฤติกรรมของผู้เรียนในฐานะ “เจ้าของการเรียนรู้ของตนเอง” อย่างแท้จริง

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของหลักสูตร ผูกอบรมฉบับร่างโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งพิจารณาด้านโครงสร้าง เนื้อหา กิจกรรม สื่อ และวิธีการประเมินผล พบว่า โดยรวมหลักสูตรมีความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 4.20, S.D. = 0.40) โดยเฉพาะด้านเนื้อหาสาระ (Mean = 4.30) และการวัดผลและประเมินผล (Mean = 4.27) ซึ่งสะท้อนว่าหลักสูตรดังกล่าวสามารถตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลของผู้เรียนในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลการประเมินนี้ตอกย้ำความเหมาะสมของการพัฒนาหลักสูตรโดยใช้เทคโนโลยี AI เป็นแกนกลาง พร้อมการออกแบบการเรียนรู้ที่บูรณาการระหว่างองค์ความรู้ เทคโนโลยี และจริยธรรม สอดคล้องกับข้อเสนอของ Lee et al. (2024) ที่เน้นการเรียนรู้ AI อย่างรอบด้าน

สอดคล้องกับ Federiakin et al., (2024) ในประเด็นความสำคัญของการสื่อสารกับโมเดลภาษาอย่างมีกลยุทธ์ และยังสนับสนุนแนวคิดของ Knowles (1975) ที่เชื่อมั่นในศักยภาพของผู้เรียนในการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะเมื่อมีเครื่องมืออย่าง ChatGPT เป็นผู้ช่วยที่ทรงพลัง

3. ผลการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตร ผูกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์เชิงประจักษ์ที่ชัดเจนว่า หลักสูตรดังกล่าวมีศักยภาพในการพัฒนาผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม โดยนักศึกษาที่ผ่านการฝึกอบรมมีคะแนนความรู้และทักษะการสืบค้นสูงกว่าร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกทั้งยังแสดงระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 0.63) สะท้อนให้เห็นว่าโครงสร้างของหลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรนี้มีจุดเด่นในฐานะ “นวัตกรรมการเรียนรู้” ที่บูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) การประยุกต์ใช้โมเดลภาษา (Large language models: LLM) และการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นตามลักษณะเฉพาะของผู้เรียน ซึ่งถือเป็นทิศทางสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรในยุคการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี

ความสำเร็จของหลักสูตรนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของภรณ์ ศิริวิศาลสุวรรณ (2563); ภัทรสุดา ยะบุญวัน (2564) และ Zhang et al., (2024) ที่พบว่า หลักสูตรที่มีเป้าหมายชัดเจน ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ และมีการประเมินผลที่เป็นระบบจะช่วยเพิ่มทั้งทักษะและความพึงพอใจของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยระดับนานาชาติของ Zhang and Chen (2024) ซึ่งระบุว่า ผู้เรียนมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ AI ในการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง AI ที่ช่วยลดภาระงานประจำ ทำให้ผู้เรียนมีเวลามากขึ้นสำหรับการคิดวิเคราะห์ การเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง และการสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่ นอกจากความสำเร็จในเชิงการศึกษาโดยตรงแล้ว หลักสูตรนี้ยังมีแนวโน้มที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือต่อยอดในสาขาวิชาอื่น ๆ ได้อย่างหลากหลายและกว้างขวาง อาทิ ในด้านวิทยาการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ หลักสูตรสามารถพัฒนาต่อยอดเพื่อเป็น

เครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรม การสืบค้นข้อมูลของผู้เรียน โดยใช้เทคนิคการทำเหมืองข้อมูล (Data mining) และการวิเคราะห์ข้อมูลการเรียนรู้ (Learning analytics) ซึ่งจะช่วยให้ออกแบบเส้นทางการเรียนรู้รายบุคคลที่แม่นยำและสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน (Tan & Ng, 2024) ในด้านภาษาศาสตร์และการสอนภาษา ChatGPT สามารถทำหน้าที่เป็นคู่สนทนาอัจฉริยะ ช่วยฝึกการตั้งคำถาม การคิดวิเคราะห์ การย่อความ และการเขียนในสถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Godwin-Jones (2023) ที่เสนอว่า AI มีศักยภาพในการเป็น language partner ที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะทางภาษาในบริบทที่หลากหลาย และสามารถปรับระดับความยากง่ายได้ตามผู้เรียนในด้านการวิจัยทางการศึกษา หลักสูตรนี้สามารถใช้เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) หรือวิจัยประเมินผล (Evaluation research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับ AI และผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้ สอดคล้องกับแนวโน้มของการวิจัยในอนาคตที่เน้นการบูรณาการ AI เพื่อสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้แบบปัญญาประดิษฐ์ที่ตอบสนองต่อผู้เรียนได้อย่างยืดหยุ่นจากการสังเคราะห์ ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่า หลักสูตร ChatGPT มิได้เป็นเพียงโครงการฝึกอบรมเชิงทดลองในระดับสถาบันเท่านั้น หากแต่เป็นต้นแบบของ นวัตกรรมเชิงระบบทางการศึกษา (Systemic educational innovation) ที่มีศักยภาพในการประยุกต์ใช้ในหลากหลายศาสตร์ และสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มการเรียนรู้แห่งอนาคตที่เน้นความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง การคิดเชิงวิเคราะห์ และการใช้เทคโนโลยีอย่างรู้เท่าทัน ทั้งในระดับรายบุคคลและระดับระบบการศึกษาโดยรวม

แม้ว่า ChatGPT จะเป็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ทรงพลัง มีศักยภาพในการสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองและช่วยพัฒนาทักษะการสืบค้นสารสนเทศในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน แต่การนำไปใช้ในบริบททางการศึกษาก็ยังมีข้อจำกัดที่ควรได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้าน เพื่อให้การใช้เครื่องมือนี้เกิดประโยชน์สูงสุดและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดของระบบ ประการแรกคือ ความลำเอียงของข้อมูล (Bias) เนื่องจากโมเดล ChatGPT

ได้รับการฝึกด้วยข้อมูลขนาดใหญ่จากแหล่งออนไลน์ที่หลากหลาย ซึ่งอาจแฝงด้วยอคติที่เกิดจากเนื้อหาต้นทาง เช่น อคติทางเพศ เชื้อชาติ หรือวัฒนธรรม โดยผู้ใช้อาจไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าโมเดลตอบสนองโดยอิงจากข้อมูลใด (Kasneji et al., 2023) ส่งผลให้ผู้ใช้งานจำเป็นต้องมีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ และการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับ ประการที่สองคือ ข้อจำกัดด้านความทันสมัยของข้อมูล ChatGPT ไม่สามารถเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลแบบเรียลไทม์ และมีช่วงเวลาการฝึกโมเดลที่ตัดขาดจากเหตุการณ์ปัจจุบัน ทำให้ไม่สามารถรับรู้ข้อมูลล่าสุด เช่น เหตุการณ์ ข่าวสาร หรือการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายได้อย่างแม่นยำ (Bang et al., 2023) ประการที่สามคือ ความถูกต้องของเนื้อหา แม้ ChatGPT จะสามารถสร้างข้อความที่ดูน่าเชื่อถือ แต่ในบางกรณีอาจผลิต “คำตอบที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง” หรือที่เรียกว่า hallucination ซึ่งอาจสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้เรียนได้หากขาดทักษะในการยืนยันข้อมูลจากแหล่งอื่น และสุดท้ายคือ ข้อจำกัดทางบริบทเฉพาะ โดยเฉพาะในภาษาไทยหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น กฎหมายเฉพาะ หรือศัพท์เฉพาะทาง ซึ่งระบบอาจยังตีความหรือให้ข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับความจริงในท้องถิ่นนั้น จึงจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณร่วมเสมอ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า “หลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัล” มีโครงสร้างที่สามารถนำไปใช้ซ้ำหรือขยายผลในสถาบันอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากออกแบบในลักษณะ Modular design โดยแบ่งเป็นหน่วยการเรียนรู้ย่อย ได้แก่ ความรู้เบื้องต้น การฝึกใช้งาน และการประยุกต์ใช้เชิงลึก ซึ่งช่วยให้สามารถปรับใช้ได้ตามบริบทของผู้เรียนในแต่ละระดับหรือสาขาวิชา ยิ่งไปกว่านั้น หลักสูตรยังได้รับการยกย่องว่าเป็นต้นแบบของนวัตกรรมทางการศึกษาที่มีระบบ (Systemic educational innovation) ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดในหลายศาสตร์ เช่น ภาษาศาสตร์ การสอนภาษา การวิเคราะห์ข้อมูล และการวิจัยทางการศึกษา โดยเฉพาะเมื่อผสานกับเทคนิคอย่าง Data mining, Learning analytics หรือ Prompt engineering เพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์

เฉพาะทางสำหรับการนำไปสู่องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญต่อการออกแบบการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ 1) การบูรณาการ AI literacy และ Self-directed learning เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีวิจารณญาณและรับผิดชอบตนเอง 2) การออกแบบกิจกรรมผ่าน Prompt engineering เพื่อพัฒนาทักษะคิดวิเคราะห์และสื่อสารกับ AI 3) การจัดหลักสูตรแบบ Modular ที่ยืดหยุ่นและข้ามศาสตร์ 4) การตระหนักรู้ด้านจริยธรรมในการใช้ AI เช่น ปัญหา Bias และข้อมูลเท็จ และ 5) การส่งเสริม Personalized learning โดยใช้ ChatGPT เป็นผู้ช่วยที่ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละคนได้แบบเรียลไทม์ ทั้งนี้ หลักสูตรมิใช่เพียงเครื่องมือฝึกอบรม แต่ยังเป็นนวัตกรรมทางการศึกษาที่มีผลกระทบเชิงระบบต่ออนาคตการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 การนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ควรมีการศึกษาความต้องการจำเป็นให้ครอบคลุมทุกด้านและมีกระบวนการตรวจสอบหาประสิทธิภาพทั้งการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญและการทดลองก่อนนำไปใช้จริงก่อนนำสู่การปฏิบัติ จึงทำให้หลักสูตรฝึกอบรมเกิดประสิทธิผลตามที่ตั้งไว้

1.2 รูปแบบพฤติกรรมการเรียนรู้ครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์และเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบกิจกรรมหรือเครื่องมือในการเรียนการสอนทักษะการรู้สารสนเทศของผู้เรียน และการให้การช่วยเหลือสนับสนุนผู้เรียน ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนจากความรู้พื้นฐานด้วย

1.3 การนำหลักสูตรไปใช้ ผู้ใช้ต้องศึกษาและทำความเข้าใจคู่มือการใช้หลักสูตรฝึกอบรมและการปฏิบัติกิจกรรมโดยละเอียดให้ครบถ้วนตามกิจกรรมในหลักสูตร

1.4 การส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลด้วยการใช้ ChatGPT จะมีประสิทธิภาพสูง หากผู้สอนมีการเตรียมกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมกับผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยครั้งนี้ยังมิได้วิเคราะห์ความคลาดเคลื่อน การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรนำไปเป็นตัวแปรเพื่อใช้ในการศึกษาและพัฒนาแซททอปต่อไป

2.2 ควรมีการพัฒนาหลักสูตรในการส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลในด้านแอปพลิเคชันอื่น

2.3 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ของพัฒนาการทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลก่อนระหว่าง และ หลังการใช้หลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT

เอกสารอ้างอิง

- ภรณ์ ศิริวิศาลสุวรรณ. (2563). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างทักษะชีวิตในยุคดิจิทัลสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 18(1), 1–15.
- ภัทรสุดา ยะบุญวัน. (2564). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการเรียนการสอนด้วยสื่ออินโฟกราฟิกที่ส่งผลต่อการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Annapureddy, R., Fornaroli, A., & Gatica-Perez, D. (2025). Generative AI literacy: Twelve defining competencies. *Digital Government: Research and Practice*, 6(1), 1–21. <https://doi.org/10.1145/3703152>
- Bang, Y., Yang, J., Zhang, H., Hahn, J., & Hovy, E. (2023). *A multitask, multilingual, multimodal evaluation of ChatGPT on reasoning, hallucination, and interactivity*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.10797>
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (2003). *Educational research: An introduction* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Brown, T., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J. D., Dhariwal, P., Neelakantan, A., Shyam, P., Sastry, G., Askell, A., Agarwal, S., Herbert-Voss, A., Krueger, G., Henighan,

- T., Child, R., Ramesh, A., Ziegler, D., Wu, J., Winter, C., . . . Amodei, D. (2020). Language models are few-shot learners. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 33, 1877–1901.
- Chan, C. K. Y., & Hu, W. (2023). Students' voices on generative AI: Perceptions, benefits, and challenges in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1), Article 43. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00411-w>
- Chiang, Y. H., Li, C. Y., & Liu, S. H. (2023). Digital learning platforms and student information behavior in higher education. *Journal of Educational Computing Research*, 61(1), 45–63. <https://doi.org/10.1177/07356331221111111>
- Federiakin, D., Molerov, D., Zlatkin-Troitschanskaia, O., & Maur, A. (2024). Prompt engineering as a new 21st century skill. *Frontiers in Education*, 9, Article 1366434. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1366434>
- Georgieva, M., Kassorla, M., & Papini, A. (2024). *AI literacy in teaching and learning: A durable framework for higher education*.
- Godwin-Jones, R. (2023). AI in language education: Language partners, writing assistants, or cheating tools? *Language Learning & Technology*, 27(1), 1–15. <http://hdl.handle.net/10125/103807>
- Han, S., & Bui, T. M. (2024). Challenges in AI-assisted information retrieval: Relevance, trustworthiness, and user intent. *Information Processing & Management*, 61(2), Article 103598. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103598>
- Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2024). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning* (Updated ed.). Center for Curriculum Redesign.
- Kasneci, E., Sessler, K., Kübler, R. V., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., . . . Kasneci, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, 103, Article 102274. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
- Kasneci, E., Sessler, K., Krosse, H., & Kasneci, G. (2024). ChatGPT in education: Bridging awareness and application among university students. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6, Article 100204. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100204>
- Knowles, M. S. (1975). *Self-directed learning: A guide for learners and teachers*. Association Press.
- Koohang, A., Sargent, C. S., & Svanadze, S. (2024). Students' perceptions of benefits and opportunities of artificial intelligence (AI). *Issues in Information Systems*, 25(2).
- LaFlamme, K. A. (2025). Scaffolding AI literacy: An instructional model for academic librarianship. *The Journal of Academic Librarianship*, 51(3), Article 103041. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.103041>
- Lee, D., & Palmer, E. (2025). Prompt engineering in higher education: A systematic review to help inform curricula. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 22(1), Article 7. <https://doi.org/10.1186/s41239-025-00512-y>
- Lee, K.-W., Mills, K., Ruiz, P., Coenraad, M., Fusco, J., Roschelle, J., & Weisgrau, J. (2024). AI literacy: A framework to understand, evaluate, and use emerging technology. *Digital Promise*. <https://digitalpromise.org/>

- Liu, J., Xu, Q., & Wang, H. (2021). Machine learning for information retrieval: Recent advances and future trends. *ACM Computing Surveys*, 54(8), 1–39. <https://doi.org/10.1145/3458345>
- OpenAI. (2023). *ChatGPT: Optimizing language models for dialogue*. <https://openai.com/chatgpt>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Tan, C. L., & Ng, J. Y. (2024). Personalizing learning pathways through AI-powered learning analytics: A model for higher education. *Journal of Learning Analytics and Educational Technology*, 8(1), 15–32.
- Woo, D. J., Wang, D., Yung, T., & Guo, K. (2024). *Effects of a prompt engineering intervention on undergraduate students' AI self-efficacy, AI knowledge and prompt engineering ability: A mixed methods study*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2408.07302>
- Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2024). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education: Emerging trends and implications. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21, Article 10. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00397-z>
- Zhai, C. (2022). The future of information retrieval: Towards conversational, explainable, and responsible intelligent information access. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 16(1), 1–153. <https://doi.org/10.1561/15000000078>
- Zhang, H., & Chen, Y. (2024). Student perceptions of AI-powered learning tools: Benefits, concerns, and the path forward. *Journal of Educational Computing Research*, 62(1), 112–136. <https://doi.org/10.1177/07356331231119325>
- Zhang, X., Qian, W., & Chen, C. (2024). The effect of digital technology usage on higher vocational student satisfaction: The mediating role of learning experience and learning engagement. *Frontiers in Education*, 9, Article 1508119. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1508119>

ผลของการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด
เพื่อลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคหลอดเลือดสมอง
ที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

The effect of group counseling psychology with art therapy to decrease
depression of elderly with stroke in Bangkok Metropolis

อภิรดี ยืนยง (Apiradee Yuenyong)¹ สุขอรุณ วงษ์ทิม (Sukaroon Wongtim)²

นิธิพัฒน์ เมฆขจร (Nitipat Mekkhachorn)³

Received: May 12, 2025

Revised: May 26, 2025

Accepted: May 31, 2025

¹Corresponding author, Email: apiradee2529ple@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุในกลุ่มทดลองก่อน และหลังการได้รับการปรึกษาเชิงจิตวิทยากลุ่มกับศิลปะบำบัด และ 2) เปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าระหว่างผู้สูงอายุกลุ่มทดลองที่ได้รับการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยากลุ่มกับศิลปะบำบัด และผู้สูงอายุควบคุมที่ได้รับการดูแลตามปกติ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้สูงอายุหลังการรักษารโรคหลอดเลือดสมอง ที่มีคะแนนแบบวัดภาวะซึมเศร้าอยู่ในระดับปานกลางลงมา และสมัครใจเข้าร่วมการทดลอง จำนวน 40 คน จากนั้นจึงสุ่มอย่างง่ายเพื่อแบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มละ 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบวัดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุไทย ที่มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .93 และ 2) โปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดเพื่อลดภาวะซึมเศร้า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่ามัธยฐาน ส่วนเบี่ยงเบนควอไทล์ การทดสอบวิลคอกซัน และการทดสอบแมนวิทนีย์ ผลการวิจัย พบว่า 1) ภายหลังการให้การปรึกษา

เชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด ผู้สูงอายุมีภาวะซึมเศร้า ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) ผู้สูงอายุที่ได้รับการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดมีภาวะซึมเศร้าลดลงมากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มควบคุมที่ได้รับการดูแลตามปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด, ภาวะซึมเศร้า, ผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง, ผู้สูงอายุ, ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ

Abstract

This study aimed to 1) compare depression of the elderly before and after receiving group counselling with art therapy, and 2) compare depression of the elderly who received group counselling with art therapy and the elderly who received usual care. The samples were 40 elderly people with stroke at an elderly care centre in Bangkok. They were divided by simple randomization into with 20 subjects in each group. The instruments were 1) a questionnaire for sadness in Thai elderly with a reliability of .93, and 2) the group counselling with art therapy to decrease

¹ หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

Master of Education Program,

Sukhothai Thammathirat Open University.

^{2, 3} มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

Sukhothai Thammathirat Open University.

depression in the elderly. The statistics were median, quartile deviation, Wilcoxon matched paired sign-rank test, and Mann-Whitney U test. The results showed that 1) after receiving the group counselling with art therapy, the elderly had decreased depression with statistical significance at .05 level, and 2) the elderly who received group counselling with art therapy had less depression than the elderly who received usual care with statistical significance at .05 level.

Keywords: group counselling, art therapy, depression, stroke, elderly, nursing home

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้สูงอายุ เป็นช่วงวัยที่เป็นรอยต่อของชีวิต ซึ่งเปลี่ยนจากวัยกลางคน เข้าสู่วัยสูงอายุทำให้ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงมากมาย ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม การเปลี่ยนแปลงเป็นไปในลักษณะเสื่อมถอย จึงส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย ใจ และการดำเนินชีวิตประจำวัน (จิราพร เกศพิชญพัฒนา และคณะ, 2563) การคาดการณ์สถานการณ์ผู้สูงอายุประเทศไทยในปีพ.ศ. 2568 ด้านการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในประเทศไทย จากการรายงานสถานการณ์จำนวนประชากรในปัจจุบันพบว่ามียุทธาเกิดต่ำ และจำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จึงทำให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ (Aged Society) ในอีกประมาณ 10 ปี ข้างหน้า หรือประมาณ ปีพ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะกลายเป็นระดับสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Hyper-Aged Society) จำนวนผู้สูงอายุสัญชาติไทยเดือนกันยายน 2566 มีจำนวนประมาณ 13,064,929 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.08 ของประชากรไทยทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567) สัดส่วนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประเทสนั้น ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศที่มีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นอันดับ 3 ของโลกและคาดการณ์อีก 10-15 ปี ข้างหน้า ประเทศไทยจะเป็นประเทศลำดับต้นของการเป็นสังคมผู้สูงอายุ ณ ปัจจุบันอายุเฉลี่ยของคนไทยจะอยู่ที่ประมาณ 75 ปี แต่การคาดการณ์ของสถานการณ์ในอนาคตจะทำให้อายุเฉลี่ยของคนไทยเพิ่มขึ้นไปถึง 85 ปี

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โครงสร้างประชากรนี้ จึงต้องคำนึงถึงประเด็นปัญหาที่จะตามมา ได้แก่ การบริหารจัดการรายได้ ค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้ชีวิตที่ยาวนานขึ้น ภาวะพึ่งพิงจากการมีประชากรผู้สูงอายุในจำนวนมากของประเทศ จะทำให้มูลค่าการดูแลกลุ่มประชากรนี้เพิ่มมากขึ้นตาม รวมไปถึงค่ารักษาพยาบาลที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-8 ต่อปี การเกิดโรคหรือปัญหาสุขภาพในผู้สูงอายุก็จะมีผลกระทบต่องสังคมเช่นกัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556)

จากการรายงานของแผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุ ปีงบประมาณ 2567 สำนักอนามัย ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนผ่านวัยในวัยผู้สูงอายุ ซึ่งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทาง ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายจะอยู่ในรูปของการเสื่อมถอยของการเคลื่อนไหว และการทำงานของอวัยวะในร่างกาย ส่วนทางด้านจิตใจนั้นเนื่องจากวัยผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องพบกับการสูญเสีย เช่น ตำแหน่ง หน้าที่ การงาน รายได้ทีลดน้อยลง ความสามารถในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ลดลง หรือการสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก จึงส่งผลทำให้ผู้สูงอายุเกิดความเครียด มีอารมณ์โกรธ น้อยใจ รู้สึกว่าตนเองไม่มีคุณค่าไม่มีประโยชน์ต่อสังคม ความต้องการไม่ได้ไปตามความปรารถนา ความรู้สึกที่โดดเดี่ยว ว่าเหงา อ้างว้าง ความรู้สึกด้านลบเหล่านี้จะทำให้ผู้สูงอายุกลายเป็นอารมณ์ซึมเศร้าได้ง่าย ปัญหาภาวะซึมเศร้าส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุลดลง เช่น การมีปัญหาการนอนไม่หลับ และตื่นบ่อย เบื่ออาหาร น้ำหนักลดลงมาก หหมดความสนใจต่อโลกภายนอก ไม่คิดอยากมีชีวิตอยู่ต่อ เป็นต้น ภาวะซึมเศร้าที่เกิดในผู้สูงวัยช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป พบมากถึง 10-20% ของประชากรและส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยเฉพาะผู้ที่หย่าร้างอยู่ตัวคนเดียว หรือสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รักจะมีความเสี่ยงกับภาวะนี้มากขึ้น นอกจากกรณีดังกล่าวภาวะซึมเศร่ายังเกิดกับผู้สูงอายุที่มีภาวะเจ็บป่วยเช่นโรคหลอดเลือดสมอง (อุทุมพร วานิชคาม, 2562)

จากการศึกษาความชุกของอาการวิตกกังวล และอาการซึมเศร้าในผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองที่ได้รับการเยี่ยมบ้าน พบว่าร้อยละ 50 ของผู้ป่วยทั้งหมดจะมีอาการซึมเศร้า อาการซึมเศร้าจะสูงขึ้นระยะหนึ่งเดือน

แรกหลังจากการเกิดโรค แต่จะลดลงในเวลาต่อมา ความสัมพันธ์ระหว่างอาการวิตกกังวลและอาการซึมเศร้าต่อการฟื้นฟูสภาพร่างกายของผู้ป่วยในด้านความสามารถในการเคลื่อนไหว ความสามารถในการทำกิจวัตรประจำวัน และภาวะข้อไหล่ติด คุณภาพชีวิตของผู้ป่วยส่งผลทำให้ความสามารถในการฟื้นฟูสภาพร่างกายน้อยลง (รวีพันธ์ จงประเสริฐพร และคณะ, 2566) เช่นเดียวกับการศึกษาของ นฤมล ปริบุญโญ (2566) พบว่า ภาวะซึมเศร้าหลังเป็นโรคหลอดเลือดสมอง พบได้บ่อย และเป็นภาวะแทรกซ้อนทางจิตประสาทซึ่งจะพบในระยะเริ่มแรก และระยะหลังของการป่วยเป็นโรคหลอดเลือดสมอง เมื่อเกิดขึ้นจะส่งผลต่อความสามารถของสมอง การฟื้นฟูสมรรถภาพในระยะยาว คุณภาพชีวิต และการรอดชีวิตของผู้ป่วย นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ป่วยที่มีภาวะซึมเศร้าหลังการเกิดโรคหลอดเลือดสมองมีอัตราการตายสูงขึ้น 1.88 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ป่วยที่ไม่มีภาวะซึมเศร้า (ภาสิกา กิมหงษ์, 2566)

บทบาทสำคัญในการดูแลผู้ป่วยหลังการเกิดโรคหลอดเลือดสมอง โดยเฉพาะผู้ป่วยที่เป็นผู้สูงอายุ ผู้ดูแลจำเป็นต้องมีการวางแผนในการดูแลผู้ป่วยมีความสามารถ มีทักษะในการช่วยฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจของผู้ป่วย ซึ่งผู้ป่วยบางรายต้องได้รับการดูแลและป้องกันทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมโดยทีมสหวิชาชีพในสถานพยาบาล (ดวงกมล วัตรดุลย์, 2560) ประเด็นที่สำคัญในการดูแลผู้ป่วยของศูนย์ดูแลฟื้นฟูผู้ป่วยและผู้สูงอายุ ในแผนการดูแลผู้ป่วยจะดำเนินการแผนดูแลด้านจิตใจควบคู่ไปกับการฟื้นฟูร่างกาย เพราะองค์ประกอบด้านจิตใจ ความรู้สึกนึกคิดส่งผลมากต่อการฟื้นฟูร่างกายในด้านอื่น (สมศักดิ์ เทียมเก่า, 2565)

การลดภาวะซึมเศร้าให้แก่ผู้สูงอายุที่เคยเป็นโรคหลอดเลือดสมองนั้นกับพบว่ามีความหลากหลายวิธีด้วยกัน รวมทั้งโปรแกรมการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับการใช้ศิลปะบำบัด ก็เป็นหนึ่งในกระบวนการดูแลที่สำคัญในการเสริมสร้างคุณค่าในตนเอง และลดภาวะซึมเศร้า (จิณห์จุฑา ชัยเสนา ดาลาส และคณะ, 2561) โดยผู้ดูแลผู้สูงอายุ เช่น พยาบาล และบุคลากรในทีมสุขภาพอื่น ๆ ที่ปฏิบัติด้านการส่งเสริมสุขภาพดูแลผู้สูงอายุในชุมชน สามารถนำ

รูปแบบศิลปะบำบัดการวาดภาพไปใช้กับผู้สูงอายุเพื่อลดภาวะซึมเศร้าและเพิ่มคุณค่าในตนเอง สอดคล้องกับผลของการบำบัดของโปรแกรมบำบัดจะช่วยลดความเหนื่อยล้าหลังเกิดโรคหลอดเลือดสมองทั้งด้านทางร่างกาย ด้านอารมณ์ และด้านจิตใจของบุคคล (ศุภชัย รักแก้ว, 2565) สำหรับการใช้โปรแกรมการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม ควบคู่กับการใช้ศิลปะบำบัดนั้น จะเป็นการรวมวิธีการบำบัด 2 หลักการเข้าด้วยกันได้แก่ 1) การให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มเป็นการปรึกษาสำหรับบุคคลมีความต้องการแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่งร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยมีผู้ให้การปรึกษาเป็นผู้ช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่ม เพื่อที่จะได้พิจารณากำหนดปัญหา แสดงออกเกี่ยวกับความรู้สึก และความคิดเห็นของแต่ละคน กล่าวที่จะเผชิญปัญหา หรือปรับปรุงตนเองและได้ตระหนักว่าผู้อื่นก็มีปัญหาเช่นกัน (พระมหาถาวร ถาวโร, 2565)

ด้วยเหตุการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาโดยนำการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มกับการใช้ศิลปะบำบัดมาใช้ในกลุ่มผู้สูงอายุที่เคยป่วยจากโรคหลอดเลือดสมองในช่วงฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ ไม่ให้เกิด หรือลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุในกลุ่มนี้ นำไปสู่คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ดีขึ้น และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุก่อนและหลังการใช้โปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุที่ใช้โปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด และผู้สูงอายุที่ได้รับการดูแลตามปกติ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่มผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคหลอดเลือดสมองและมีภาวะซึมเศร้าร่วมด้วย โดยใช้โปรแกรมการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดเพื่อศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวนโดยประมาณทั้งหมด 40 ราย

2. ขอบเขตด้านเวลา เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จะใช้เวลาตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2566 ถึง 31 ธันวาคม 2566 เป็นระยะเวลา 4 เดือน

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้สูงอายุที่อยู่ภายในศูนย์ฟื้นฟูโรคหลอดเลือดสมองครบวงจร Golden Time Rehabilitation Center และกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ภายในศูนย์ฟื้นฟูผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง อีชี ทั้งเพศชายและเพศหญิง พ.ศ. 2566 จำนวน 80 คน

4. ขอบเขตด้านสถานที่เก็บข้อมูล คือ ศูนย์ฟื้นฟูโรคหลอดเลือดสมองครบวงจร Golden Time Rehabilitation Center และศูนย์ฟื้นฟูผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง อีชี จังหวัด กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research design) แบบสองกลุ่มวัดก่อนหลัง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ภายในศูนย์ฟื้นฟูโรคหลอดเลือดสมองครบวงจร Golden Time Rehabilitation Center และกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ภายในศูนย์ฟื้นฟูผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง อีชี ทั้งเพศชายและเพศหญิง พ.ศ. 2566 จำนวน 80 คน (สถิติผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการศูนย์ฟื้นฟูโรคหลอดเลือดสมองครบวงจร Golden Time Rehabilitation Center และกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ภายในศูนย์ฟื้นฟูผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง อีชี ปี พ.ศ. 2566

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุที่พักอยู่ภายในศูนย์ฟื้นฟูโรคหลอดเลือดสมองครบวงจร Golden Time Rehabilitation Center ในปี พ.ศ. 2566 โดยวิธีสุ่มที่มีคะแนนแบบวัดภาวะซึมเศร้าอยู่ในระดับปานกลางลงมา สามารถสื่อสารได้ดี สมัครใจเข้าร่วมการทดลอง และแพทย์ประจำศูนย์ให้ความเห็นว่าสามารถเข้าร่วมได้ จำนวน 40 คน จากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เพื่อแบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมอย่างละ 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลการวิจัย ได้แก่

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เครื่องมือสำหรับการประเมินภาวะซึมเศร้าของกลุ่ม

ตัวอย่าง ได้แก่ แบบวัดความซึมเศร้าในผู้สูงอายุไทย 30 ข้อ (TGDS-30) (สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์, 2545)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดเพื่อลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ

1. แบบวัดความซึมเศร้าในผู้สูงอายุไทย 30 ข้อ (TGDS-30) เป็นเครื่องมือมาตรฐานในการวัดความซึมเศร้า จากการตอบคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 30 ข้อ ใช้การประเมินแบบสองคำตอบ (Dichotomous question) (สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์, 2545) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบบันทึกข้อมูลทั่วไปเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ จำนวนเวลาในการรักษาโรคหลอดเลือดสมอง ระยะเวลาในการฟื้นฟูในศูนย์ โรคประจำตัว อื่นๆ ผู้ดูแลในครอบครัว และประวัติพฤติกรรมความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า

ตอนที่ 2 เครื่องมือสำหรับการประเมินภาวะซึมเศร้าของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แบบวัดความซึมเศร้าในผู้สูงอายุไทย 30 ข้อ (TGDS-30) ใช้การประเมินแบบสองคำตอบ (Dichotomous question) เกณฑ์ในการประเมินข้อคำถามด้านบวก มีดังนี้ “ไม่ใช่” ได้ 1 คะแนน ข้อที่เหลือถ้าตอบว่า “ใช่” ได้ 1 คะแนน ซึ่งคะแนนรวมทั้งหมดสามารถแปลผลภาวะซึมเศร้าได้ 4 ระดับ ได้แก่ คะแนนรวม 0-12 คะแนน เป็นค่าปกติในผู้สูงอายุของไทย 13-18 คะแนน ถือว่าเป็นผู้มีความซึมเศร้าเล็กน้อย 19-24 คะแนน ถือว่าเป็นผู้มีความซึมเศร้าปานกลาง 25-30 คะแนน ถือว่าเป็นผู้มีความซึมเศร้ารุนแรง

2. เครื่องมือสำหรับดำเนินการทดลองในกลุ่มทดลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้แก่ โปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดเพื่อลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น จำนวน 8 กิจกรรม ซึ่งแต่ละโปรแกรมเป็นการบูรณาการเทคนิคการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาของแต่ละทฤษฎีเข้าด้วยกัน ผสมผสานกับทักษะทางศิลปะบำบัด เช่น การปั้นรูป การระบายสี การทำการ์ด ศิลปะเปเปอร์มาเช่ และการจัดแจกันดอกไม้ เป็นต้น

ขั้นตอนการนำโปรแกรมไปใช้

ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดเพื่อลดภาวะ

ชิมเต๋ของผู้สูงอายุที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น และได้รับการรับรองในการวิจัยจากคณะกรรมการการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2566 ไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน 20 คน จำนวน 8 ครั้ง ในจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ เวลา 09:00-10:50 น. ณ ห้อง Happiness Room Golden Time ศูนย์ฟื้นฟูโรคหลอดเลือดสมองนครบวร โดยแต่ละครั้งได้นำทฤษฎีการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม กับศิลปะอย่างสอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้เสนอโครงร่างวิทยานิพนธ์และเครื่องมือการวิจัยต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช แขนงวิชาการแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยา และผ่านการรับรองจริยธรรมระหว่าง 6 กันยายน 2566 ถึง 5 กันยายน 2567 ภายใต้รหัสโครงการวิจัย STOU/IRB 2566/002.0812 เลขที่รับรอง คือ 018.66

2. พิกษสิทธิ์ผู้เข้าร่วมการวิจัยในวันเก็บข้อมูล โดยการแนะนำตัว ชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนให้กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลทราบ อธิบายการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมการวิจัยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่างเป็นสำคัญคือ การให้ความมั่นใจกับกลุ่มตัวอย่างว่าตลอดระยะเวลาที่เข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ ทุกคนยังคงอยู่ภายใต้การดูแล และความรับผิดชอบของนักจิตวิทยา การให้คำปรึกษาในศูนย์ดูแลผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง กลุ่มตัวอย่างสามารถปฏิเสธการเข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวจากการศึกษานี้ได้ทุกเมื่อโดยไม่มีผลกระทบต่อการดูแลรักษาที่ได้รับ ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บไว้เป็นความลับโดยที่ไม่ต้องใส่ชื่อและนามสกุลจริง แต่ใช้รหัสแทน แบบสัมภาษณ์ของแต่ละคนที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้วถูกเก็บไว้ในซองกระดาษอย่างมิดชิด ในส่วนที่บันทึกในคอมพิวเตอร์นั้นได้ถูกใช้เฉพาะส่วนตัวซึ่งมีรหัสในการเข้าถึงข้อมูลและจะทำลายข้อมูลหลังจากการวิจัยสำเร็จ การศึกษาและผลการวิจัยการเผยแพร่แล้วหากกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัยประการใดผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ซักถามและตอบข้อสงสัยได้ตลอดระยะเวลาการวิจัย ในส่วนของการเสนอข้อมูลในรายงานการวิจัยผู้วิจัยนำเสนอ

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่มีการระบุถึงผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนใดคนหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจง และนำผลที่ได้มาใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัยแล้วจึงให้กลุ่มตัวอย่างลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย จากนั้นจึงดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน

3. การพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มควบคุม เมื่อเสร็จสิ้นการทดลองกับกลุ่มทดลอง ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมฯ ไปใช้กับผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้าในกลุ่มควบคุมโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการโปรแกรม เช่นเดียวกับกลุ่มทดลอง ตามความสมัครใจ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าระหว่างผู้สูงอายุกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ก่อนการทดลอง ใช้สถิติการทดสอบแมนน์-วิทนี (The Mann-Whitney U test)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุกลุ่มทดลอง ก่อน และหลังการทดลอง ใช้การทดสอบวิลคอกซัน (The Wilcoxon matched pairs signed ranks test)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้า ระหว่างผู้สูงอายุกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม ภายหลังการทดลอง ใช้การทดสอบแมนน์-วิทนี (The Mann-Whitney U test)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า ที่เข้ารับการบริการในศูนย์ผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน แยกเป็นเพศชาย ร้อยละ 70 เพศหญิง ร้อยละ 30 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่ม 60-65 ปี ร้อยละ 75 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 70 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 70 มีอาชีพเดิมทำอาชีพค้าขาย ร้อยละ 55 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1- 500 บาท กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 95 และส่วน

ใหญ่การเข้ารับบริการ ณ ศูนย์ฟื้นฟูผู้สูงอายุ เฉลี่ยไม่เกิน 8 เดือน และมีระดับการช่วยเหลือตนเองส่วนใหญ่อยู่ในเกรด 1 ร้อยละ 55

2. ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าระหว่างผู้สูงอายุกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนการทดลอง พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยภาวะซึมเศร้า ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ก่อนการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด ไม่มีความแตกต่างกัน ดังตาราง 1

ตาราง 1 การเปรียบเทียบคะแนนระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ก่อนการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด (n = 40)

กลุ่มตัวอย่าง	Mdn	Q.D.	The Mann	
			Whitney U Test	p-value
กลุ่มทดลอง	25.70	4.0	.435	331
กลุ่มควบคุม	24.65	7.0		

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุกลุ่มทดลอง ก่อนการทดลอง พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ ของกลุ่มทดลอง ก่อนการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด ดังตาราง 2

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุของกลุ่มทดลอง ก่อน และหลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด (n= 40)

กลุ่มตัวอย่าง	Mdn	Q.D.	The Mann	
			Whitney U Test	p-value
กลุ่มทดลอง	20.26	4	-3.92	.001*
กลุ่มควบคุม	20.9	1.5		

*p<.05

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภาวะซึมเศร้า ระหว่างผู้สูงอายุกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม หลังการทดลอง พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยภาวะซึมเศร้า ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม หลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุของกลุ่มทดลอง ระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม หลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด (n = 40)

กลุ่มตัวอย่าง	Mdn	Q.D.	The Mann	
			Whitney U Test	p-value
กลุ่มทดลอง	20.9	1.5	-4.66	.001*
กลุ่มควบคุม	20.21	3		

*p<.05

สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มทดลอง ที่เข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด มีภาวะซึมเศร้า น้อยลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. กลุ่มทดลอง ที่เข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด มีภาวะซึมเศร้า น้อยลงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า หลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด กลุ่มตัวอย่างมีภาวะซึมเศร้าแตกต่างกัน โดยกลุ่มทดลอง มีภาวะซึมเศร้าน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย ที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้สูงอายุกลุ่มทดลอง ที่ได้รับการอบรมจากโปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับ

ศิลปะบำบัดได้ร่วมกันแก้ไขพฤติกรรม หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้า ผ่านกระบวนการขั้นตอนการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม และการใช้เทคนิคการให้การปรึกษาดัง ๆ จากทฤษฎีการปรึกษาแบบสั้นที่มุ่งเน้นคำตอบ ทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบเกสตัต์ ทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม เทคนิค (สุขอรุณ วงษ์ทิม, 2562) ทฤษฎีการปรึกษาแบบเผชิญความจริง และทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธภาพ (ชาติชาย พิทักษ์ธนาคม, 2559) มาบูรณาการร่วมกับศิลปะบำบัด เช่น การวาดภาพ การปั้นรูป ศิลปะเปเปอร์มาเช และการจัดแจกันดอกไม้ เป็นต้น (ทวีศักดิ์ สิริรัตน์เรขา, 2564)

โดยได้นำเทคนิคการศึกษาเชิงจิตวิทยา ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C จากทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม เทคนิคแก้ไขปัญหาคือที่เคยใช้ได้ผล เทคนิคขณะนี้ฉันตระหนักรู้ เทคนิคการจินตนาการการใช้เหตุผล และอารมณ์ ร่วมกับการวาดภาพ และการปั้นรูป มาใช้ในการลดภาวะซึมเศร้าด้านความคิด ได้นำเทคนิคการผ่อนคลาย เทคนิคการแก้ไขปัญหาคือที่เคยใช้ได้ผล เทคนิคการใช้ประโยชน์ที่มีพลัง เทคนิคการโต้แย้งกับความคิด ความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผล ร่วมกับการระบายสี และการทำการ์ด มาใช้ในการลดภาวะซึมเศร้าด้านอารมณ์ และได้นำเอาเทคนิค WDFP เทคนิคตำแหน่งชีวิต ผสมกับการจัดแจกันดอกไม้ และการทำเปเปอร์มาเช มาใช้ในการลดภาวะซึมเศร้าด้านพฤติกรรม ส่งผลให้ภายหลังการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด ผู้สูงอายุกลุ่มทดลองมีภาวะซึมเศร้าลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มณีรัตน์ เอี่ยมอนันต์ และปทุมวดี พัฒนเรืองกุล (2564) ที่ได้ศึกษากลไกการบำบัดของศิลปะบำบัด ที่สามารถใช้ในการฝึกการเคลื่อนไหว ของกล้ามเนื้อ สร้างความสมดุลของร่างกาย และฝึกการเคลื่อนไหวของร่างกาย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่ได้รับการฟื้นฟูร่างกายร่วมกับศิลปะบำบัดมีภาวะซึมเศร้าลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรกมล ยะตินันท์ และภัคชรพรรณ สิทธิประภาพร (2565) ที่ได้ทำการทดสอบผู้สูงอายุหลังการรับการ

บำบัดด้วยศิลปะบำบัด ซึ่งหลังการใช้ศิลปะบำบัดพบว่า มีการเพิ่มขึ้นของคะแนนการทำงานของสมองในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีพันธ์ จงประเสริฐพร และศิรสา เรืองฤทธิ์ชาญกุล (2566) ที่ทำการศึกษาวิจัยภาวะซึมเศร้าหลังเกิดโรคหลอดเลือดสมอง พบว่าการรักษาจิตใจสังคมบำบัด และการรักษาโดยใช้ยา มีบทบาทสำคัญในการลดภาวะซึมเศร้าหลังโรคหลอดเลือดสมอง งานวิจัยทั้งหมดนี้ เป็นการแสดงให้เห็นว่า โปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด สามารถนำไปใช้ลดภาวะซึมเศร้าในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคหลอดเลือดสมองได้

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ภายหลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด กลุ่มตัวอย่างมีภาวะซึมเศร้าแตกต่างกัน โดยกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด มีภาวะซึมเศร้าลดลงมากกว่ากลุ่มทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุกลุ่มควบคุม ไม่ได้รับโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด เพียงแต่ได้รับการดูแล และได้รับคำแนะนำตามปกติของศูนย์ฟื้นฟูผู้สูงอายุเท่านั้น ซึ่งเป็นคำแนะนำที่ไม่ได้มุ่งเน้นเจาะจง และไม่ได้ใช้เทคนิค หรือกระบวนการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแต่อย่างใด ทำให้ผู้สูงอายุกลุ่มทดลอง ที่ได้รับโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะที่เป็นการบูรณาการ เทคนิคต่าง ๆ จากทฤษฎีการให้การปรึกษาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ และมีภาวะซึมเศร้าลดลงมากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มควบคุม สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภชัย รักแก้ว (2565) ที่ได้ทำการศึกษาโปรแกรมศิลปะบำบัด แบบกลุ่มสามารถลดภาวะซึมเศร้าและเสริมสร้างการมีคุณค่าในตนเองให้กับผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุโรคหลอดเลือดสมองชนิดขาดเลือดภายหลังได้รับการบำบัดทางการพยาบาลโดยใช้กิจกรรมดนตรีลดลงกว่าก่อนได้รับการบำบัดทางการพยาบาลโดยใช้กิจกรรมดนตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าเฉลี่ยคะแนนภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุโรคหลอดเลือดสมองชนิดขาดเลือดในกลุ่ม

ที่ได้รับการบำบัดทางการพยาบาลโดยใช้กิจกรรมดนตรีลดลงกว่ากลุ่มที่ได้รับการพยาบาลตามปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลวิจัยของ Lee and Choi (2023) ที่ได้ศึกษาผลของการใช้ศิลปะบำบัดต่อการลดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุ พบว่า กิจกรรมศิลปะจะนำไปสู่การปรับอารมณ์ การกระตุ้นผู้ป่วยที่มีการตอบสนองทางอารมณ์จากกิจกรรมศิลปะบำบัด และนำไปสู่การรักษาโรคซึมเศร้าภายหลังการทดลอง งานวิจัยทั้งหมดนี้ เป็นเครื่องยืนยันว่า โปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม สามารถนำมาบำบัดภาวะซึมเศร้าในกลุ่มผู้สูงอายุที่เคยประสบภาวะโรคหลอดเลือดสมองได้

งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการนำเอารูปแบบให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยามาใช้ในการจัด โปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดกับผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคหลอดเลือดสมองให้มีโอกาสได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันแก้ไขพฤติกรรม หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้า ผ่านกระบวนการ ขั้นตอนการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม และเทคนิคการให้การปรึกษาต่าง ๆ จากทฤษฎีการปรึกษาแบบสันติมุ่งเน้นคำตอบ ทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบเกสตัลท์ ทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม ทฤษฎีการปรึกษาแบบเผชิญความจริง และทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธภาพ มาบูรณาการร่วมกับศิลปะบำบัด เช่น การวาดภาพ การปั้นรูป ศิลปะเปเปอร์มาเช่ และการจัดแจกันดอกไม้ เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า โปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดในผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคหลอดเลือดสมองยังมีจำนวนน้อย

นอกจากนั้น งานวิจัยครั้งนี้ยังค้นพบว่า โปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดสามารถนำไปใช้ลดภาวะซึมเศร้าในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคหลอดเลือดสมองได้ นอกเหนือจากการใช้ยาบำบัด และองค์ความรู้ใหม่นี้สามารถนำไปปรับใช้กับผู้สูงอายุในบริบทต่าง ๆ ในพื้นที่ต่าง ๆ ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ภายหลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด กลุ่มตัวอย่างมีภาวะซึมเศร้าแตกต่างกัน โดยกลุ่มทดลอง มีภาวะซึมเศร้าน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำโปรแกรมการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด ที่ผสมผสานระหว่างเทคนิคการให้การปรึกษาทางจิตวิทยาและการใช้ศิลปะบำบัด ไปใช้ในการช่วยเหลือลดภาวะซึมเศร้าให้แก่ผู้สูงอายุ

1.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ภายหลังการเข้าร่วมโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด กลุ่มตัวอย่างมีภาวะซึมเศร้าแตกต่างกัน โดยกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด มีภาวะซึมเศร้าน้อยลง มากกว่า กลุ่มทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมให้มีการนำเอาการให้การปรึกษาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัดไปใช้ในการช่วยเหลือในการลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการเผชิญปัญหาของผู้สูงอายุที่เคยรักษาโรคหลอดเลือดสมอง เช่น การรับรู้เรื่องโรคและความรุนแรงของโรค พฤติกรรมเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการทำงานของปอดของผู้สูงอายุ และการฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุทั้งร่างกายและจิตใจ

2.2 ควรให้มีการวินิจฉัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าที่ละเอียด และเป็นประโยชน์มากขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมและการเผชิญปัญหาในกลุ่มผู้สูงอายุ ที่เคยรักษาโรคหลอดเลือดสมอง เพื่อหาแนวทางในการดูแลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

เอกสารอ้างอิง

กองสถิติสุขภาพ และภาวะทางสังคม. (2567). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2567*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

- กรมสุขภาพจิต. (2566). *สถานการณ์โรคซึมเศร้าและอาการโรคซึมเศร้า*. กรมสุขภาพจิต. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2568, จาก <https://www.personnel.nu.ac.th/home/images/data/file/new/advertise/2566/pic/01/02.pdf>
- จิณห์จุฑา ชัยเสนา ตาลลาส, ชนิตดา แนนเกษร, และยุพาร เสือเฒ่า. (2561). ผลของโปรแกรมศิลปะบำบัดแบบกลุ่มต่อภาวะซึมเศร้าและความมีคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า. *วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 26(1), 74-84.
- จิราพร เกศพิชญพัฒนา, สุวิณี วิวัฒน์วานิช, และชาตินัย หวานวาจา. (2563). ความรอบรู้ทางสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชน/ศูนย์เรียนรู้ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารพยาบาลตำรวจ*, 12(1), 171- 180.
- ชาติชาย พิทักษ์ธนาคม. (2559). *ทฤษฎีและเทคนิคการให้การปรึกษาทางจิตวิทยา*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงกมล วัตราดุลย์. (2560). *State of the art care for critical stroke: excellent nursing the best ICU*. บียอนด์ เอ็นเทอร์ไพรซ์ จำกัด.
- ทวีศักดิ์ สิริรัตนเรขา. (2564). *ศิลปะบำบัด ศาสตร์และศิลป์แห่งการบำบัด*. โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- นฤมล ปรีญาโณ. (2566). *การพยาบาลผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองอุดตันเฉียบพลัน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบ 2 ราย*. โรงพยาบาลมุกดาหาร. <https://mukhos.moph.go.th/research/11>
- พระมหาถาวร ถาวโร. (2565). การให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม. *วารสารจิตวิทยาพระพุทธศาสนา (Buddhist Psychology Journal)*, 6(2), 61-68.
- ภัทรวรรณ สิทธิประภาพร. (2565). ผลของโปรแกรมศิลปะบำบัดต่อกระบวนการรู้คิดทางสมองในผู้สูงอายุ [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. <https://postgrads.mfu.ac.th/wp-content/uploads/2022/12/6252003277.pdf>
- ภาสิกา กิมหงษ์. (2566). *ผลของโปรแกรมดูแลผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองระยะเปลี่ยนผ่านต่อความพร้อมและการะในการดูแลของญาติผู้ดูแล* [วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ]. สถาบันการพยาบาลศรีสวรินทิรา สภากาชาดไทย.
- มณีรัตน์ เอี่ยมอนันต์ และปทุมวดี พัฒนเรืองกุล. (2564). ภาวะซึมเศร้าหลังโรคหลอดเลือดสมองในผู้สูงอายุและการจัดการ. *Thai Journal of Nursing*, 70(2), 55-61.
- รวีพันธ์ จงประเสริฐพร และ ศิรสา เรืองฤทธิ์ชาญกุล. (2566). ภาวะซึมเศร้าหลังโรคหลอดเลือดสมองในผู้สูงอายุ. *วารสารโรงพยาบาลชลบุรี*, 48(1), 41-59.
- วรกมล ยะดินันท์ และ ภัทรวรรณ สิทธิประภาพร. (2565). ผลของศิลปะบำบัดต่อการกระบวนการรู้คิดทางสมองในผู้สูงอายุ. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 24(1), 220-235.
- ศุภชัย รักแก้ว. (2565). *ผลของโปรแกรมการส่งเสริมการเดินต่อการรับรู้สมรรถนะแห่งตนในการเดินความเหนื่อยล้าและความสามารถทางกายภาพในผู้ป่วยโรคหลอดเลือดในสมองในระยะเฉียบพลัน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมศักดิ์ เทียมเก่า. (2565). *อุบัติการณ์โรคหลอดเลือดสมองประเทศไทย*. *วารสารประสาทวิทยาแห่งประเทศไทย*, 39(2), 39-46.
- สมศักดิ์ เทียมเก่า. (2566). 13 ปี เส้นทาง การเรียนรู้และพัฒนา Stroke Fast Track ของประเทศไทย. *วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข*, 17(1), 191-199.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 – 2583*. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์. (2545). แบบวัดความซึมเศร้าในผู้สูงอายุไทย (Thai Geriatric Depression Scale: TGDS). *สารศิริราช*, 46(1), 1-9.
- สุขอรุณ วงษ์ทิม. (2562). *พฤติกรรมมนุษย์กับการทำงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อุทุมพร วานิชคาม. (2562). การเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงอายุ กรณีศึกษาเขตสายไหม

กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการสาธารณสุข,
28(1), 22-36.

Lee, M., & Choi, H. (2023). Art-based emotion regulation in major depression: Framework for intervention. *The Arts in Psychotherapy*, 83(102018).
<https://doi.org/10.1016/j.aip.2023.102018>

การพัฒนาทักษะความสามารถการอ่านสะกดคำภาษาไทย ของนักเรียน
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้
ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

The development of Thai reading and spelling skills for first grade students
using learning management plans based on brain-based
development combined with animated cartoons

อมรรัตน์ พันธุ์ประโคน (Amonrat Phanprakhon)¹ ปวรี กาญจนณี (Pawaree Kanchanapee)²

ศรีสุตา ดั่งโต๊ด (Srisuda Daungtod)³

Received: May 5, 2025

Revised: June 13, 2025

Accepted: June 15, 2025

¹ Corresponding author, Email: amonrat.prakhon@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนชุมชนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ห้อง 1/1 จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) เครื่องมือที่ใช้จัดเก็บข้อมูล ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 9 แผน แบบทดสอบ

ความสามารถในการอ่านสะกดคำภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ข้อสอบจำนวน 20 ข้อ และแบบสอบถามความพึงพอใจ จำนวน 15 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย, ร้อยละ, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การทดสอบด้วย t-test dependent sample

ผลการวิจัย พบว่า 1) การพัฒนาการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน พบว่า คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.70 คิดเป็นร้อยละ 63.50 และคะแนนหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 19.53 คิดเป็นร้อยละ 94.66 นักเรียนมีคะแนนการอ่านสะกดคำหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) จังหวัดนครพนม มีความพึงพอใจ เท่ากับ 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุด

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ (ประถมศึกษา),

คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยนครพนม.

Master of Education Program in Learning Management

Innovation (Elementary Education), Faculty of Education,

Nakhon Phanom University.

^{2,3} คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยนครพนม.

Faculty of Education, Nakhon Phanom University.

คำสำคัญ: แผนการจัดการเรียนรู้, สมองเป็นฐาน,
การพัฒนาทักษะ, การอ่านสะกดคำ

Abstract

This research aimed to 1) develop Thai reading and spelling skills of first grade students using learning management plans based on brain-based development combined with animated cartoons, and 2) study the satisfaction of students towards the development of Thai reading and spelling skills of first grade students using learning management plans based on brain-based development combined with animated cartoons. The sample group consisted of 30 first grade students from Class 1/1 at Chumchon Thetsaban 3 (Pinitpittayanusorn) School, Mueang Nakhon Phanom District, Nakhon Phanom Province, they were selected by Cluster Random Sampling. The instruments used to collect data were 9 learning management plans, a 20-question Thai reading and spelling ability test for first grade students, and a 15-question satisfaction questionnaire. The statistics used for data analysis were mean, percentage, standard deviation, and t-test (dependent samples).

The research finding found that 1) the development of Thai reading and spelling skills of first grade students using learning management plans based on brain-based development combined with animated cartoons revealed that the average pre-test score was 12.70 or 63.50 percent, and the average post-test score was 19.53 or 94.66 percent. The students had significantly higher post-test reading and spelling scores than before at a statistical level of .05. 2) The satisfaction of students towards the development of Thai reading and spelling skills of first grade students of Thesaban 3 School (Phinij Phitthayanuson), Nakhon Phanom Province, using learning management plans based on brain-based development combined with animated cartoons revealed a satisfaction level of 4.53 which is at the highest level.

Keywords: learning management plan, brain-based learning, skill development, reading and spelling skills

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาการเรียนการสอนภาษาไทยในบางเรื่องเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ยาก เครื่องมือที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนจึงสำคัญในการแสวงหาความรู้ประสบการณ์จากแหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความรู้ พัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ วิเคราะห์ และสร้างสรรค์ความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพให้มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ได้ให้ความสำคัญของภาษาไทยจึงกำหนดให้วิชาภาษาไทยเป็นรายวิชาพื้นฐานในหลักสูตรกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยมุ่งเน้นให้นักเรียนเป็นบุคคล รักการอ่าน รักการค้นคว้า รักการเรียนรู้ มีคุณธรรมจริยธรรม รักสุขภาพกายใจ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รักวัฒนธรรมไทย และรู้จักปรับตัวให้อยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสมโดยกำหนดโครงสร้างรายวิชากลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เรียน 20 ชั่วโมงต่อปี เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และเป็นพื้นฐานทักษะที่จำเป็นไว้ 5 สาระได้แก่ สาระที่ 1 การอ่าน สาระที่ 2 การเขียน สาระที่ 3 การฟัง การดู และการพูด สาระที่ 4 หลักการใช้ภาษาไทยและสาระที่ 5 วรรณคดีและวรรณกรรม โดยสาระที่มุ่งเน้นให้นักเรียนควรได้รับการส่งเสริมและฝึกฝน เป็นอันดับแรกคือ สาระการอ่านซึ่งถือว่าการอ่านเป็นมีความสำคัญและเป็นพื้นฐานให้นักเรียนได้รู้จักใช้ทักษะการคิดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ที่กล่าวไว้ว่าเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยทุกคนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานให้มีคุณภาพความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงและแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

BBL ย่อมาจาก Brain-based learning คือ การนำหลักการพื้นฐานของสมองมาบูรณาการเข้ากับหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้สมองได้ทำงาน

อย่างเต็มที่ สมองทำงานได้ยืดหยุ่นขึ้น มีปฏิกิริยาตอบรับที่ดีขึ้น จนเกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้ที่สมบูรณ์ ซึ่งครูผู้สอน จะต้องมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับพัฒนาการทางสมองของเด็กในแต่ละวัยเป็นอย่างดี เพื่อจัดกิจกรรม การเรียน การสอน ที่เหมาะสมสำหรับเด็กในวัยนั้น ๆ เพื่อให้สมองของเด็ก ๆ สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ โดยการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐาน (Brain-based learning: BBL) นั้น จะบูรณาการทักษะสมองทั้ง 5 ด้านเข้าด้วยกัน ได้แก่ 1) ด้านการมองเห็น การรับรู้ผ่านสายตา 2) ด้านการเคลื่อนไหว ควบคุม เรื่องของการทรงตัว กล้ามเนื้อมัดเล็ก และมัดใหญ่ 3) ด้านสมาธิ ความจำ การอดทนรอคอย 4) ด้านการฟัง วิเคราะห์ แยกแยะเสียง และ 5) ด้านอารมณ์ เกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ ความคิดในแง่บวก การสอนแบบ BBL จะต้องใช้ศาสตร์สำคัญอย่าง หลักการทางประสาทวิทยา (Neurosciences) และ ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning theories) มาบูรณาการเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้สูงสุด

บริบทในการจัดการเรียนการสอนโรงเรียนชุมชนเทศบาล อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม เน้นการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ร่วมกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ อย่างเต็มความสามารถ และศักยภาพของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยในชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่จำเป็นต้องพัฒนาทักษะทั้ง 4 ทักษะ คือ ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเฉพาะทักษะการอ่าน ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจแสวงหาประสบการณ์เบื้องต้น ซึ่งทักษะการอ่านเป็นทักษะที่ซับซ้อน เข้าใจยากสำหรับระดับชั้นที่ต้องเริ่มเรียนรู้จึงจำเป็นต้องฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ และจำเป็นต้องฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง และจากการประเมินความสามารถด้านการอ่านออกของผู้เรียน (Reading test: RT) ปีการศึกษา 2566 พบว่า คะแนนการอ่านออกเสียง ร้อยละ 70.00 คะแนน การอ่านรู้เรื่อง ร้อยละ 67.50 คะแนนเฉลี่ยระดับโรงเรียน ร้อยละ 69.75 มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ที่สถานศึกษากำหนด ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม (สำนักงานทดสอบทางการศึกษา สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2561)

เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การสอนโดยใช้การ์ตูนแอนิเมชันจัดเป็นกิจกรรมที่สนองความแตกต่างระหว่างบุคคล ผู้เรียนต้องลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเองตามความสามารถรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้สมองเป็นฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิราศ จันทระจิตร (2553) ที่กล่าวว่าการจัดการเรียนตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐาน (Brain-based learning: BBL) กับกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้ร่างกาย ครูผู้สอนควรเลือกใช้สภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้นักเรียนแสดงออกและลงมือปฏิบัติควบคู่กับการใช้ระดับปัญญาของนักเรียน การเรียนรู้โดยใช้หลักการพัฒนาสมองเป็นฐาน (Brain-based learning: BBL) เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ที่อยู่บนพื้นฐานของโครงสร้างและหน้าที่การทำงานของสมอง ขั้นตอนการทางสมองจะเกิดขึ้นทั้งในส่วนรวมและส่วนย่อยก่อให้เกิดการเรียนรู้ จดจำให้มีความหมายในสิ่งที่จะเรียนรู้ และเก็บไว้เป็นข้อมูลบนพื้นฐานประกอบกับประสบการณ์ส่วนบุคคล สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ เช่น บรรยากาศในห้องเรียน ดึงดูดความสนใจใฝ่หาความรู้สึกลำให้เกิดความกระตือรือร้นอยากรู้ อยากเห็น เป็นต้น โดยพบว่า การนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างสื่อโมชันกราฟิกสอนตามลำดับขั้นตอนของการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบ PRC BBL Model ประกอบด้วย 1) อุ่นเครื่อง (Warm-up) 2) ชื่นนำเสนอความรู้ (Present) 3) ชื่นลงมือเรียนรู้-ฝึกทำ-ฝึกฝน (Learn-practice) 4) ชื่นสรุปความรู้ (Summary) และ 5) ประยุกต์ใช้ความรู้ (Apply) (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, ม.ป.ป.) และออกแบบบทเรียนด้วยสื่อโมชันกราฟิกโดยบรรจุส่วนต่าง ๆ ประกอบไปด้วยบทและภาพ ซึ่งมี 3 ส่วน ได้แก่ 1) เกริ่นนำ (Introduction) เป็นส่วนเริ่มแรก 2) ใจความหลัก (Main idea) เป็นใจความหลักของเนื้อเรื่อง และ 3) สรุป (Ending) (กมลทิพย์ รุ่งประเสริฐ, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชันในบริบทโรงเรียนชุมชนเทศบาล อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 เพื่อเสริมสร้าง

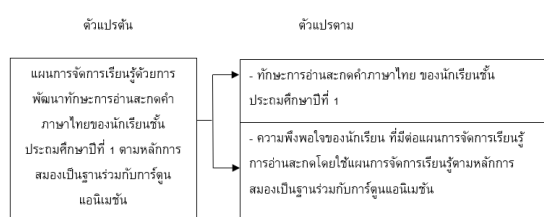
กระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ มีจุดมุ่งหมายให้นักเรียนมีทักษะการอ่านสะกดคำสูงขึ้น และศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อแผนการจัดการเรียนรู้การอ่านสะกดโดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถการอ่านสะกดคำภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อศึกษารับรู้การอ่านสะกดคำภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ในบริบทโรงเรียนชุมชนเทศบาล อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงทดลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเทศบาล ในสังกัดเทศบาลเมือง จังหวัดนครพนม มีจำนวน 5 โรงเรียน ประกอบไปด้วย 1)โรงเรียนเทศบาล 1 (หนองแสง) 2)โรงเรียนเทศบาล 2 (บำรุงเมือง) 3)โรงเรียนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) 4) โรงเรียนเทศบาล 4 (รัตนโกสินทร์ 200ปี) 5)โรงเรียนเทศบาล 5 (สมพรอภัยโส) ในปีการศึกษา 2567 มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 355 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนชุมชนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ห้อง 1/1 จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการแบบการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรต้น คือ แผนการจัดการเรียนรู้ด้วยการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน
2. ตัวแปรตาม คือ
 - ทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1
 - ความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อแผนการจัดการเรียนรู้การอ่านสะกดคำโดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย เรื่อง การอ่านสะกดคำ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 9 แผน แผนละ 1 ชั่วโมง
2. แบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ข้อสอบจำนวน 20 ข้อ 20 คะแนน
3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

แอนิเมชัน แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนชุมชนเทศบาล อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การสร้างแผนการจัดการจัดการการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ มีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาหลักสูตร คู่มือครู แบบเรียน และ ขอบข่ายเนื้อหา จุดประสงค์รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อให้ทราบแนวทางในการสร้างแผนการจัดการจัดการเรียนรู้

1.2 ศึกษาสาระการเรียนรู้ มาตรฐาน และ ผลการเรียนรู้ที่ในรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

1.3 ศึกษาทฤษฎี หลักการ และเทคนิคการเขียนแผนการจัดการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้การกระตุ้นแอนิเมชัน ศึกษาสาระการเรียนรู้ รายวิชาภาษาไทย เรื่องการสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ให้ทราบขอบข่ายเนื้อหา จากหนังสือ เอกสาร และตำราเรียน

1.4 วิเคราะห์สาระการเรียนรู้ มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อเขียนแผนการจัดการจัดการเรียนรู้

1.6 เขียนแผนการจัดการจัดการเรียนรู้ร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้กิจกรรมการจัดการเรียนรู้ ซึ่งแต่ละแผนประกอบด้วยหัวข้อสำคัญ ดังนี้

1.6.1 สาระการเรียนรู้

1.6.2 การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐาน (Brain-based learning: BBL) 5 ชั้น

- ชี้นำเข้าสู่บทเรียน
- ชี้นำเสนอความรู้
- ชี้นำลงมือเรียนรู้
- ชี้นำสรุปความรู้
- ประยุกต์ใช้ความรู้

1.6.3 สื่อการเรียนรู้/แหล่งเรียนรู้

1.6.4 กระบวนการวัดผล และประเมินผล

1.6.5 กิจกรรมเสนอแนะ

1.6.6 บันทึกผลหลังสอน

1.7 นำแผนการจัดการจัดการเรียนรู้ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัด และประเมินผล 3 คน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และแบบปลายเปิดในส่วนท้ายของแบบประเมินเพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยแบ่งเกณฑ์เป็น 5 ระดับ ได้แก่ ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ และต้องปรับปรุง โดยผู้วิจัยดัดแปลงมาจากแนวคิดของ บุญชม ศรีสะอาด (2545)

1.9 นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินแล้วมาหาค่าเฉลี่ย โดยยึดเกณฑ์การตัดสิน 3.51 ถึง 5.00 จึงถือเป็นแผนการจัดการเรียนรู้ ที่ใช้ได้ ผลปรากฏว่า ค่าความสอดคล้องระหว่างแผนการจัดการเรียนรู้กับกิจกรรมการเรียนรู้ (IOC) ซึ่งมีการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี นำแผนการจัดการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มาปรับปรุงแก้ไข

1.9 นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้ศึกษาค้นคว้าสร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัด และประเมินผล ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

2. การนำการ์ตูนแอนิเมชันพร้อมวีดิโอจากร้านหนังสือซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์ ชุดมาตราตัวสะกด ได้แก่

มาตราตัวสะกด แม่กน มาตราตัวสะกด แม่กก มาตราตัวสะกด แม่กต มาตราตัวสะกด แม่กบ มีขั้นตอน ดังนี้

- ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

- ศึกษาคู่มือครู หนังสือ มาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด คำอธิบายรายวิชาหน่วยการเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ภาษาไทย จากหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 เพื่อนำมากำหนดเนื้อหาสาระและสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการอ่านสะกดคำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

- นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์หลักสูตรและสาระการเรียนรู้ภาษาไทย เรื่อง การสะกดคำ มาจัดแบ่งเนื้อหาและกำหนดเวลาในแต่ละเรื่องย่อย

- ดำเนินการสร้าง เรื่อง การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน วางโครงเรื่องของเนื้อหา โดยแบ่งเป็น 4 เรื่อง ดังต่อไปนี้

- 1) เรื่องที่ 1 มาตราตัวสะกด แม่กน
- 2) เรื่องที่ 2 มาตราตัวสะกด แม่กก
- 3) เรื่องที่ 3 มาตราตัวสะกด แม่กต
- 4) เรื่องที่ 4 มาตราตัวสะกด แม่กบ

- นำการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อทำการประเมินคุณภาพการอ่านสะกดคำโดยใช้การ์ตูนแอนิเมชัน โดยพิจารณาเนื้อหา กราฟิก เสียง ภาพประกอบ และกิจกรรมการเรียนรู้ตามโครงเรื่อง โดยใช้โปรแกรมในการสร้างบทเรียนแบบการ์ตูนแอนิเมชันประเมินคุณภาพที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จากนั้นจะแนบที่ได้จากการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าเฉลี่ย โดยการแปลความหมายจากข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล

- นำการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ที่ได้รับการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับนักเรียนเพื่อหาประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ ดังนั้นการทดลองใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนชุมชนเทศบาล 3 (พินิจพิทยานุสรณ์) อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม จำนวน 30 คน

3. การสร้างแบบทดสอบ การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ผู้ศึกษาค้นคว้าได้การสร้างแบบทดสอบความสามารถในการอ่านเพื่อที่จะใช้ทดสอบหลังจากผู้เรียนได้เรียนรู้แต่ละเนื้อหาแล้ว เป็นแบบทดสอบโดยการอ่านสะกดคำจำนวน 20 คำ (20 คะแนน) ตามขั้นตอน ดังนี้

1) วิเคราะห์หลักสูตร วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสาระการเรียนรู้ ตัวชี้วัดในวิชาภาษาไทย เรื่อง การอ่านสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำ

2) สร้างแบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 20 ข้อ (20 คะแนน) วัดโดยการใช้รูปภาพประกอบ

3) นำแบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำที่ผู้ศึกษาค้นคว้าสร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความถูกต้องและผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 คน ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ และ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัด และประเมินผลโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ที่ต้องการจะวัด (IOC: item objective congruence) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาคะแนนแต่ละข้อ

4) นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ผลการประเมินความสอดคล้องของข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด มีค่า IOC เท่ากับ .60 ถึง 1 ซึ่งเป็นข้อสอบที่มีความสอดคล้องและมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (สมนึก ภัททิยธนี, 2544)

5) ทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียน โรงเรียนชุมชนเทศบาลอำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ชั้น ป.1/1 จำนวน 20 คน

6) หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งแบบทดสอบทั้งฉบับได้เท่ากับ .75 เป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์เหมาะสม (อพันธ์ พูลพุทธา, 2565) แบบทดสอบมีค่าเท่ากับ .76

7) จัดพิมพ์แบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำ จำนวน 20 ข้อ ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพถูกแล้ว เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

4. การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

2) ชนิดมาตราประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) จำนวน 10 ข้อ ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม เพื่อพิจารณาเหมาะสมของข้อความ ความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่ต้องการวัดความเที่ยงตรงของแบบสอบถามซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.66-1 และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำผลการทดลองใช้แบบสอบถามมาหาคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอหนังสือขอความอนุเคราะห์จากมหาวิทยาลัยนครพนม เพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ การทดลองใช้เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

2. ดำเนินการให้ความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติในการใช้แผนการจัดการเรียนรู้การ์ตูนแอนิเมชันตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

3. ให้นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) ด้วยแบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำภาษาไทย ก่อนเรียน จำนวน 20 ข้อ แล้วนำผลที่ได้มาเก็บไว้ เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับคะแนนแบบทดสอบความสามารถในการอ่านสะกดคำภาษาไทย หลังเรียน (Post-test)

4. นำแผนการจัดการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชันไปให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างทดลองใช้ ตามแผนการจัดการเรียนรู้ 9 แผน จำนวน 9 ชั่วโมง ในภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2567

5. ให้นักเรียนทำแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน โรงเรียนเทศบาล 3 อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ การทดสอบด้วย t-test dependent samples

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เปรียบเทียบทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนเรียนและหลังเรียน โดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ ปรากฏตาราง 1 วิเคราะห์ผลพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนเรียนและหลังเรียน โดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ ปรากฏตาราง 1

ตาราง 1 วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ
ก่อนเรียน	20	12.70	2.991	63.50
หลังเรียน	20	19.53	1.592	94.66

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์พัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน โดยมีคะแนนการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เฉลี่ยเท่ากับ 12.70 คิดเป็นร้อยละ 63.50 และมีคะแนนการอ่านสะกดคำหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 19.53 คิดเป็นร้อยละ 94.66 แสดงให้เห็นว่านักเรียนมีทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทย เพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบคะแนน

ก่อนและหลังเรียนด้วยสถิติ t - test แบบ Dependent การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ปรากฏตาราง 2

ตาราง 2 แสดงผลวิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบคะแนนก่อน และ หลังเรียน ด้วยสถิติ t-test แบบ Dependent การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

แบบทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	df	t	sig.
ก่อนเรียน	30	20	12.70	2.991	29	13.03	.00
หลังเรียน	30	20	19.53	1.592			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า คะแนนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน จำนวน 20 ข้อ (20 คะแนน) มีค่าร้อยละของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน โดยมีค่า t จากตาราง (เมื่อ df =29, $\alpha = 0.05$) เท่ากับ 2.045 ค่า t ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.03 แสดงว่านักเรียนมีการพัฒนาทักษะทางการเรียนเรื่อง การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความพึงพอใจนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ ตามหลักการพัฒนามองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน

พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .96 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรกคือ ข้อที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .00 รองลงมา คือ ข้อที่ 4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .30 และข้อที่ 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .34 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด 3 ข้อสุดท้าย คือ ข้อที่ 14 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .71 รองลงมา คือ ข้อที่ 9 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .79 และข้อที่ 13 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .62

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์พัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน พบว่า คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.70 คิดเป็นร้อยละ 63.50 และมีคะแนนหลังเรียน เฉลี่ยเท่ากับ 19.53 คิดเป็นร้อยละ 94.66 ค่า t-test เท่ากับ 13.03 แสดงว่านักเรียนมีคะแนนการอ่านสะกดคำหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. แสดงผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน มีความพึงพอใจ เท่ากับ 4.53 และพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน ที่ปรากฏตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลสนับสนุนในแต่ละประเด็น ดังนี้

1. ศึกษาการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการกระตุ้นแอนิเมชัน พบว่า คะแนนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.70 คิดเป็นร้อยละ 63.50 และมีคะแนนหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 19.53 คิดเป็นร้อยละ 94.66 นักเรียนมีคะแนนการอ่านสะกดคำหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเทศบาล อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม มีการพัฒนาความสามารถด้านการอ่านสะกดคำเพิ่มขึ้นอย่างแท้จริง ประกอบกับโรงเรียนได้มุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติจริง สอดคล้องกับการวิจัยของ ขวัญภา บุญนิธิ (2564) ที่ศึกษาการพัฒนาทักษะด้านการอ่านสะกดคำนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แบบฝึกวินิจัยเป็นรายบุคคล พบว่า การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 11.00 คะแนน และ 16.40 คะแนน ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียน พบว่า คะแนนสอบ หลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ ภริตา การะภาพ (2564) ที่ศึกษาการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้ โดยใช้สมองเป็นฐาน (Brain-based learning: BBL) ร่วมกับการใช้สื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านสะกดคำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า ความสามารถในการอ่านสะกดคำตามมาตราตัวสะกดสำหรับกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้โดยใช้สมองเป็นฐาน (Brain-based learning: BBL) ร่วมกับการใช้สื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านสะกดคำ ทำให้นักเรียนมีพัฒนาการที่ดีขึ้น มีความรู้ความเข้าใจ

ในขั้นตอนวิธีการอ่านสะกดคำ สามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาทักษะด้านการอ่านสะกดคำนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แบบฝึกวินิจฉัยเป็นรายบุคคล ที่สร้างขึ้นมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้ นอกจากนี้ ปุณยาพร สอนศรี (2564) เรื่องการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสะกดคำ โดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสมองเป็นฐาน (Brain-based learning) ร่วมกับ VARK model ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 2.99, S.D. = 0.06) และสอดคล้องกับ บรรสกร คงเปี่ยม (2561) ที่ศึกษาการพัฒนาแบบ ฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาไทย สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.04 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน มีความพึงพอใจ เท่ากับ 4.53 และพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จากข้อที่มีความพึงพอใจต่ำกว่าระดับ จำนวน 5 ข้อ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบรรยากาศในชั้นเรียนไม่เอื้ออำนวยในบางครั้งและนักเรียนอาจรับรู้สื่อแอนิเมชันหรือไม่ค่อยดูแล้วยังไม่เข้าใจด้วย อาจจะยังไม่พร้อมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนบางครั้งคราจึงทำให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รวมไปถึงผู้เรียนได้เริ่มเข้าใจการจัดการเรียนรู้โดยใช้การ์ตูนแอนิเมชันที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่งทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างสนุกสนานและเกิดความเข้าใจอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทักษิณ คุณพิภาค (2561) ที่ได้ศึกษา การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทยโดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือกับเทคนิคแผนผังความคิด ที่ส่งผลต่อ ทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำความพึงพอใจต่อการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทย โดยใช้การ

เรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิด มีค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.59 คิดเป็นร้อยละ 59 2. ทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทย โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิด หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความพึงพอใจต่อการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทย โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิดหลังเรียนอยู่ในระดับมากขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทย โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิดหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำความพึงพอใจต่อการเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์แตกต่างกัน หลังได้รับการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทย โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ ทิพย์สุตา ไพรงาม (2566) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนการ์ตูนแอนิเมชันโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐาน พัฒนาความสามารถด้านการอ่านสะกดคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านหญ้าคา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 25 คน มีความพึงพอใจเท่ากับ 4.9 สรุปได้ว่านักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ 1) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน 2) ด้านการวัดผลประเมินผล 3) ด้านเนื้อหาสาระการเรียนรู้ และ 4) ด้านสื่อแหล่งค้นคว้าตามลำดับ นอกจากนี้ Liarokapis et al. (2002) ได้นำเสนอบทความเรื่อง อินเทอร์เน็ตของมัลติมีเดีย โลกเสมือนผสานโลกจริง สำหรับ E-learning (MARIE) ในการ

เรียนการสอนด้านวิศวกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอน โดยทำการทดลองสำรวจศักยภาพของ AR ผู้ใช้สามารถตอบโต้มีภาพวัตถุสามมิติรูปภาพภาพ เคลื่อนไหว ข้อความและเสียงมุ่งเน้นการเสริมสร้างการเรียนการสอนและกระบวนการเรียนรู้ในโลกเสมือนผลงานโลกจริง e-learning ประโยชน์หลักของโลกเสมือนผลงานโลกจริง คือ ค่าใช้จ่ายต่ำและเป็นการนำเสนอแบบ เร็วได้ใหม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนอื่น ๆ ที่สามารถเรียนรู้โดยใช้โลกเสมือนผลงานโลกจริง

การที่ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้อาจสะท้อนให้เห็นว่า จากการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ถูกออกแบบในการจัดการเรียนรู้มาให้เหมาะกับวัยของนักเรียนเป็นลักษณะการเรียนรู้ที่เน้นนักเรียนเป็นสำคัญ สามารถเรียนรู้ได้อย่างมีอิสระ และเรียนรู้ในความสามารถของนักเรียนแต่ละคนที่ต่างกัน อีกทั้งชุดการเรียนรู้ยังมีนวัตกรรม สื่อที่หลากหลายทั้งภาพเคลื่อนไหว รูปภาพการ์ตูนที่มีสีสันสวยงาม ทำให้นักเรียนเกิดความกระตือรือร้นและรู้สึกเพลิดเพลินมีความสนใจในการเรียนรู้

จากการทำวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบโดยสามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำไปใช้สำหรับการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนสำหรับนักเรียนและเป็นแนวทางสำหรับครูผู้สอนภายในสถานศึกษา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจหรือสร้างนวัตกรรมอะไรใหม่ในบริบทของการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ แนวคิดสมองเป็นฐาน (Brain-based learning) และแอนิเมชัน ในการนำมาใช้ในการจัดเรียนการสอน มีคุณภาพและการพัฒนาให้โรงเรียนมีประสิทธิภาพสูงขึ้น พัฒนาการปฏิบัติงานของครูให้มีประสิทธิภาพและส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพของนักเรียน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพของการจัดการสอน สามารถสรุปเป็นระเบียบวิธีการเรียนการสอน รวมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ ด้วยวิธีการหรือเทคนิคต่าง ๆ อย่างมีระบบ สะดวกแก่การปฏิบัติ โดยการศึกษาสภาพ ปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของ

ผู้เรียน จัดสภาพแวดล้อมในการจัดการสอน วางแผนพิจารณาแล้วสรุปเป็นรูปแบบการจัดการเรียนการสอน โดยใช้แผนการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการใช้สื่อแอนิเมชัน โดยกำหนดเป็นโครงการ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ทางเลือก รายละเอียดอื่น ๆ ในการดำเนินงาน การศึกษาให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ใฝ่เรียนและยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามระบบที่วางแผนรวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ ตามนโยบายของการจัดการศึกษาที่วางไว้ เพื่อเป้าหมายสูงสุด คือ คุณภาพของผู้เรียน ครูผู้สอน และสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ผู้วิจัยควรศึกษารายวิชาที่นำเสนอว่ามีความเหมาะสมกับการ์ตูนแอนิเมชันหรือไม่ และวิเคราะห์เนื้อหาในรายวิชานั้น ๆ ควรพัฒนาทำให้นักเรียนเข้าใจต่อเนื้อหาที่ได้จัดการเรียนการสอนนั้นได้ง่ายขึ้น

2) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาทักษะการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองเป็นฐานร่วมกับการ์ตูนแอนิเมชัน ผู้วิจัยควรมีการจัดกิจกรรมให้มีความรวดเร็วและสะดวกกับการใช้สื่อ กับนักเรียนทุกโรงเรียน โดยการใช้รูปภาพเป็นการแสดงสัญลักษณ์เพื่อความชัดเจนและการจัดกิจกรรมได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรนำรูปแบบการใช้การ์ตูนแอนิเมชันที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นไปใช้กับนักเรียนโรงเรียนอื่นถึงบริบทที่แตกต่างกับการศึกษาในครั้งนี้ เช่น โรงเรียนขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของผู้เรียนในการจัดการเรียนรู้

2) จากการวิจัยสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและพัฒนาความสามารถด้านการอ่านสะกดคำของนักเรียนได้สูงขึ้น ครูผู้สอนสามารถนำ

บทเรียนการ์ตูนแอนิเมชันดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ หรือระดับชั้นอื่น ๆ ได้โดยการปรับเนื้อหาและการออกแบบชุดการเรียนรู้แบบจำลองสถานการณ์ เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการอ่านสะกดคำให้เหมาะสมกับวัยของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น และแต่ละรายวิชา

3. การใช้บทเรียนการ์ตูนแอนิเมชันอาจจะนำไปใช้ในการสอนเสริม โดยการนำไปใช้สอนนอกเวลาเรียนได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- กมลทิพย์ รุ่งประเสริฐ. (2561). *การผลิตสื่อไมโครกราฟิกเพื่อส่งเสริมความรู้และทัศนคติต่อการป้องกันโรคหลอดเลือดสมอง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ขวัญภา บุญนิธิ. (2564). *การพัฒนาทักษะด้านการอ่านสะกดคำนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แบบฝึกวินิจฉัยรายบุคคล* [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทักษิณ คุณพิภาค. (2561). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทยโดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือกับเทคนิคแผนผังความคิดที่ส่งผลต่อทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำความพึงพอใจต่อการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ทิพย์สุดา ไพรงาม. (2566). *การพัฒนาบทเรียนการ์ตูนแอนิเมชันโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนสมองเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการอ่านสะกดคำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3*. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา*, 6(17), 104-114.
- นิราศ จันทระจิตร. (2553). *การเรียนรู้ด้านการคิด*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บรัสกร คงเปี่ยม. (2561). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาไทย สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2* [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.
- ปยุตพร สอนศรี. (2564). *การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสะกดคำโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสมองเป็นฐาน (Brain Based Learning) ร่วมกับ VARH Model ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1* [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กรिता การะภาพ. (2564). *การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการใช้สมองเป็นฐาน (Brain-Based Learning : BBL) ร่วมกับการใช้สื่อไมโครกราฟิกเพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านสะกดคำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2* [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานทดสอบทางการศึกษา สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2561). *อ่านออกเขียนได้ อ่านคล่องเขียนคล่องและสื่อสารได้*. สำนักงานทดสอบทางการศึกษา.
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.). *รูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง BBL (Brain Based Learning)*. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2568, จาก <https://www.okmd.or.th/bbl/documents/283/bbl-learning-management-principles-developed-brain>
- สมนึก ภัททิยธนี. (2544). *การวัดผลการศึกษา*. ประสานการพิมพ์.
- อพันธ์ พูลพุทธา. (2565). *การวิจัยการศึกษา*. มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- Liarokapis, F., Petridis, P., Lister, P. F., & White, M. (2002). *Multimedia Augmented Reality Interface for E-learning (MARIE)*. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 1(2), 173-176.

คำแนะนำสำหรับการส่งบทความตีพิมพ์

นโยบายและวัตถุประสงค์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพเป็นวารสารที่พิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการของคณาจารย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทั้งในและนอกสถาบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีเผยแพร่งานวิจัย และบทความทางวิชาการของนักศึกษา คณาจารย์ และนักวิจัย รวมทั้งกระตุ้น ส่งเสริม สนับสนุน ให้นักศึกษา อาจารย์ และนักวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ในสาขาต่างๆ อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางในการศึกษา ค้นคว้า และเป็นแหล่งวิทยาการความรู้ด้านต่างๆ อันเป็นการเปิดโลกกว้างทางการเรียนรู้ โดยกำหนดเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ คือ

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน

(วันสุดท้ายของการรับบทความ วันที่ 31 ตุลาคม ของทุกปี)

ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม

(วันสุดท้ายของการรับบทความ วันที่ 30 เมษายน ของทุกปี)

บทความที่ส่งมาเผยแพร่ ต้องเป็นบทความใหม่ ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร รายงาน หรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารนี้ ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความที่ได้รับการตีพิมพ์

ประเภทผลงานที่ตีพิมพ์

1. งานวิจัย (Research Papers) เป็นผลงานจากการค้นคว้าทดลองหรือวิจัยทางวิชาการที่ผู้เขียนหรือกลุ่มผู้เขียนได้ค้นคว้าวิจัยด้วยตัวเอง
2. บทความวิชาการ (Articles) ซึ่งอาจแยกเป็นบทความปริทัศน์ (Review Articles) และบทความเทคนิค (Technical Articles) ซึ่งเรียบเรียงจากการตรวจสอบเอกสารวิชาการในสาขานั้นๆ
3. บทความอื่นๆ ที่คณะผู้จัดทำเห็นสมควร เช่นงานแปล รวมถึงจดหมายถึงบรรณาธิการ (Letters to Editor)

การเตรียมต้นฉบับ

ผลงานวิชาการที่รับพิจารณาตีพิมพ์ ต้องพิมพ์บนกระดาษขนาด A4 พิมพ์หน้าเดียว เว้นขอบซ้าย 1.25 นิ้วและขอบขวา 1 นิ้ว ความยาวไม่เกิน 15 หน้า ตัวอักษร BrowalliaUPC หรือ Browallia New ขนาด 14 point จำนวน 1 ชุด และควรแนบไฟล์ข้อมูลที่บันทึกลงแผ่นซีดี (CD-ROM) พิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word หรือโปรแกรมที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป โดยมีส่วนประกอบ ดังนี้

1. ใบสมัครขอส่งบทความลงตีพิมพ์ จำนวน 1 ชุด

2. บทความที่เป็นบทความวิจัย ต้องมีองค์ประกอบเรียงตามลำดับ ดังนี้

2.1 บทคัดย่อ (Abstract) ให้เขียนนำหน้าตัวเรื่อง เป็นการสรุปสาระสำคัญของเรื่อง โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ วิธีการและผลสรุป ไม่ควรเกิน 250 คำ หรือร้อยละ 3 ของตัวเรื่อง และให้ระบุคำสำคัญ (Key word) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษท้ายบทคัดย่อ จำนวนไม่เกิน 3 คำ และไม่ควรใช้คำย่อในบทคัดย่อสำหรับบทความที่ต้นฉบับเป็นภาษาอังกฤษ ต้องส่งบทคัดย่อภาษาไทยด้วย

2.2 บทนำ ครอบคลุมความสำคัญ และที่มาของปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.3 วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการดำเนินการทดลอง

2.4 สรุปและอภิปรายผล

2.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.6 กรณีมีรูปภาพ และกราฟ กรุณาแยกออกจากเนื้อเรื่อง บันทึกเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล JPEGs หรือ Tiffs เท่านั้น ถ้าเป็นภาพถ่ายกรุณาส่งภาพต้นฉบับ จะไม่รับภาพประกอบบทความที่เป็นการถ่ายสำเนาจากต้นฉบับและภาพสแกน เนื่องจากจะมีผลต่อคุณภาพในการพิมพ์ และจะลงภาพสีเมื่อจำเป็น เช่น แสดงสีของดอกไม้ เป็นต้น ในกรณีที่เปลี่ยนรูปถ่ายให้ขาวดำโดยใช้หมึกสีดำที่มีเส้นคมชัด หมายเลขรูปภาพ และกราฟ ให้เป็นเลขอารบิก คำบรรยายและรายละเอียดต่างๆ ให้ใช้ตัวอักษร BrowalliaUPC หรือ Browallia New ขนาด 14 point ตัวบาง และอยู่ด้านล่างกึ่งกลางของรูปภาพและกราฟ

2.7 การพิมพ์ตาราง กรุณาแยกออกจากเนื้อเรื่อง หมายเลขตารางให้เป็นเลขอารบิก คำบรรยายรายละเอียดต่างๆ ให้ใช้ตัวอักษร BrowalliaUPC หรือ Browallia New ขนาด 14 point ตัวบาง อยู่ด้านบนชิดซ้ายของตาราง

2.8 การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อเรื่อง ให้อ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (Author – date on text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง และปีที่พิมพ์ไว้ข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้างอิง รวมทั้งให้มีการอ้างอิงท้ายเล่ม (Reference citation) โดยรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนอ้างอิงที่ปรากฏเฉพาะในบทความเท่านั้น และจัดเรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง

หมายเหตุ: นักศึกษาที่ส่งบทความวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์ จะต้องมีการรับรองจากประธานหรือกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์หลักให้พิจารณาลงพิมพ์เผยแพร่

การติดต่อในการจัดส่งบทความ

1. ทางไปรษณีย์: บรรณธิการ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 6/999 ซ.พหลโยธิน 52 ถ.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กทม.10220
2. ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์: nbu.journal@northbkk.ac.th หรือ nbu.journal@gmail.com
3. ทางโทรศัพท์ สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย 0-2972-7200 ต่อ 202
4. ผู้สนใจส่งบทความให้ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม และใบสมัครได้ที่ <http://www.northbkk.ac.th/journal/>
5. การชำระค่าพิจารณาบทความ ให้โอนเงินเข้าบัญชี ออมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ สาขาสะพานใหม่-ดอนเมือง เลขที่ 134-5567-992 ชื่อบัญชี “มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 2”

ใบสมัครส่งบทความลงตีพิมพ์ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
(การกรอกใบสมัครโปรดใช้วิธีการพิมพ์)

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย):

.....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ):

.....

ผู้เขียน (ชื่อที่ 1)

ชื่อ- สกุล:

ตำแหน่งและที่อยู่ของหน่วยงาน:

โทรศัพท์ โทรสาร E-mail

ผู้เขียน (ชื่อที่ 2)

ชื่อ- สกุล:

ตำแหน่งและที่อยู่ของหน่วยงาน:

โทรศัพท์ โทรสาร E-mail

ผู้เขียน (ชื่อที่ 3)

ชื่อ- สกุล:

ตำแหน่งและที่อยู่ของหน่วยงาน:

โทรศัพท์ โทรสาร E-mail

ประเภทบทความที่นำเสนอ

- ☐ บทความวิชาการ (Academic article)
- ☐ บทความวิจัย (Research article)
- ☐ บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)
- ☐ บทความปริทัศน์ (Review article)

คำรับรองจากผู้เขียน

“ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่า บทความที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์พิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว”

.....ลายมือชื่อ

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.

แบบรับรองการพิจารณาบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

วันที่

เรียน บรรณาธิการวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ตามที่ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว
นักศึกษาระดับ หลักสูตร
ขอส่งบทความวิจัยเรื่อง.....
.....
.....

โดยมี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก มาเพื่อขอ
พิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าไม่ได้ ส่งบทความวิจัยเรื่อง
เดียวกันนี้ไปลงตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ลงชื่อ
(.....)
นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักของนักศึกษาตามรายชื่อข้างต้นจริง และได้
พิจารณาบทความดังกล่าวแล้ว เห็นสมควรให้ลงพิมพ์ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ได้

ลงชื่อ
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

วันที่ เดือน พ.ศ.

■ Contents

บทความวิชาการ

1	● พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าใน TikTok Shop: มุมมองของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	■ เทพรรัตน์ เอื้อธรรมถาวร ■ พรทิพย์ เอื้อธรรมถาวร
7	● การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร	■ ตรัยรัตน์ ปลื้มปิตชัยกุล
บทความวิจัย		
13	● การพัฒนาผลการเรียนรู้ วิชาประวัติศาสตร์ เรื่องความเป็นมาของชาติไทย ในสมัยสุโขทัย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิด TPACK	■ กัญญาวีร์ เมืองปาก ■ ปวีร์ กาญจนภิ ■ ศรีสุดา ค่วงไค้
25	● ปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น: ศึกษากรณีมาตรา 14 และมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550	■ จริวิทย์ น้อยผาง ■ นิรมัย พิเศษ แซ่ มั่นจิตร
42	● ผลของการใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค TAI ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและกระบวนการกลุ่มของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	■ จันทร์ ดิยะวงศ์
52	● ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกลุ่มเงินออเรชั่นวัยกรมบัญชีกลาง	■ จิราพร บุญตันจีน ■ ทองฟู ศิริวงศ์
64	● ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็กชวยแซด จำกัด (มหาชน)	■ ชลัช ทรัพย์เกิด ■ ศุภฤกษ์ สุขสมาน
75	● ความสัมพันธ์ของแบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม	■ ฐานิดา รัชยาพิมล ■ ชนะเกียรติ สมานบุตร
85	● การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี	■ ณกมล บุญเชตต์ทิกุล ■ มงคล นาฏกระสูตร
94	● ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย	■ ประทุม ขอบใจ ■ บวรลักษณ์ เสนาะคำ ■ ศักดิ์ชาย พัทธวงค์
111	● ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถจักรยานไฟฟ้า ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา	■ พรทิพย์ เอื้อธรรมถาวร ■ บุทธิกา แก้วโพธิ์ ■ มั่นสนันท์ สงรัตน์
123	● ผลการจัดกิจกรรมการประกอบอาหารนานาชาติโดยการสอนแบบสาธิต เพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัย โรงเรียน บี เอฟ เอส จังหวัดนนทบุรี	■ พรพิมล เลิศล้ำ ■ ดารารัตน์ อภัยพิทักษ์ ■ ศุภวรรณ เล็กวิไล
132	● รูปแบบการตัดสินใจของลูกค้าในการเช่าพระเครื่องของธุรกิจเช่าพระเครื่องยุคใหม่ในจังหวัดนครสวรรค์	■ พูลเกิด ชารี ■ ปกรณ์ ปริชากรณ
144	● การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการใช้ ChatGPT เพื่อส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูลในยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	■ ศิริกาญจนา พิลาบุตร ■ อัญชลี ท่าทอง ■ อรณิชา ทศตา
157	● ผลของการให้การศึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มกับศิลปะบำบัด เพื่อลดภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคหลอดเลือดสมอง ที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	■ อภิรดี ยืนยง ■ สุขอรุณ วงษ์ทิม ■ นิธิพัฒน์ เมฆขจร
167	● การพัฒนาทักษะความสามารถการอ่านสะกดคำภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนากล้ามเนื้อพื้นฐานร่วมกับการตุนแอนิเมชัน	■ อมรรัตน์ พันธุ์ประโคน ■ ปวีร์ กาญจนภิ ■ ศรีสุดา ค่วงไค้



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
NORTH BANGKOK UNIVERSITY

- วิทยาเขตสะพานใหม่ 6/999 ซ.พหลโยธิน 52 ถ.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220 Tel. 0-2972-7200 Fax. 0-2972-7751
- วิทยาเขตรังสิต 59 ถ.รังสิต-นครนายก (คลอง 3) อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130 Tel. 0-2533-1000 Fax. 0-2533-1020
- ศูนย์การศึกษานนทบุรี 49/178 หมู่ 8 ถ.รัตนธิเบศร์ ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000 Tel. 0-2589-1133 ต่อ 534 Fax. 0-2589-5808

